ESTUDIO DE LA CADENA FRUTÍCOLA-UCHUVA PARA LA FUTURA PUESTA EN MARCHA DE UNA INICIATIVA CLÚSTER COMO HERRAMIENTA DE INTERNACIONALIZACIÓN, EN LOS MUNICIPIOS DE IPIALES Y PUPIALES, NARIÑO, PERÍODO 2021-2022

MYRIAM YURANY ARTEAGA CAICEDO

LIZETH ANDREA PORTILLA PORTILLO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JUAN DE PASTO

2023

“ESTUDIO DE LA CADENA FRUTÍCOLA-UCHUVA PARA LA FUTURA PUESTA EN MARCHA DE UNA INICIATIVA CLÚSTER COMO HERRAMIENTA DE INTERNACIONALIZACIÓN, EN LOS MUNICIPIOS DE IPIALES Y PUPIALES, NARIÑO, PERÍODO 2021-2022”

AUTORES

MYRIAM YURANY ARTEAGA CAICEDO

LIZETH ANDREA PORTILLA PORTILLO

ASESOR

MG. MARIO FERNANDO ARCOS

Trabajo de grado presentado en modalidad Investigación como requisito para optar el título de Profesional en Comercio Internacional

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JUAN DE PASTO

2023

Nota de Responsabilidad

"Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado, son responsabilidad exclusiva de los autores"

Artículo 1º del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del presidente del Jurado

_____

Firma Jurado

_____

Firma Jurado

Agradecimientos

Agradecemos a Dios por darnos la fuerza y sabiduria para poder culminar este proceso de formación academica.

A nuestra familia, compañeros y amigos.

A nuestro asesor Mario Fernando Arcos, por su gentil acompañamiento a lo largo de nuestra formación como profesionales, por brindarnos su apoyo, motivarnos e impulsarnos a creer en un potencial regional y buscar materizalizar todas esas capacidades atraves de las herramientas que nos brinda el comercio internacional. ¡Infinita admiración y gratitud por usted!

A los miembros del jurado Mirian Quitiaquez y Giovani Perez, por su tiempo y dedicación, por su excelente labor como docentes, por guiarnos durante este proceso de manera responsable y profesional. ¡Dios les bendiga!

A nuestra alma máter Universidad de Nariño, por acogernos como un segundo hogar, por que en ella encontramos calidad humana en nuestros profesores, compañeros, personal de administración y servicio. Hoy y siempre nos sentiremos orgullosas de ser egresadas de esta gloriosa institución.

Dedicatoria

A Dios por ser luz en un camino lleno de aciertos y desaciertos, por su amor constante e inagotable que me permite culminar esta grandiosa etapa en mi vida.

A Sara Sofia, por ser fuente de inspiración durante todo este proceso de formación, por sacrificar su tiempo y acompañarme desde el primer momento, por estar siempre con sus palabras de aliento, por comprenderme y amarme incondicinalmente. Eres mi mas grande motivación y mi gran amor hija, ¡Te amo!.

A mis padres, Alvaro y Alicia, todo lo que soy se los debo a ustedes, por su amor, por creer en mi, por nunca abandonarme en este proceso, por entenderme, por aconsejarme, por apoyarme. Los amo, sin ustedes no hubiera sido posible.

A mis abuelos Zoila y Felix, quienes con sus consejos fueron impulso para continuar y nunca rendirme. Este triunfo tambien es suyo abuelitos.

A mi pareja, amigo y compañero de vida Daniel, por su apoyo, su paciencia, su cariño, por motivarme a ser mejor y acompañarme en este proceso.

A Orlando (QEPD), a quien tuve la oportunidad de hablarle del presente proyecto, quien creyo en mi y sus palabras de amor me llenaron de motivación. ¡Donde quiera que estes, se que te sientes orugulloso de mi tio, te amo!

A todos lo que creyeron en mi y hoy disfrutan conmigo este tan anhelado triunfo: hermanos, tios, primos y amigos.

Myriam.

Dedicatoria

Principalmente a Dios, por darme la vida y bendecirme hasta el día de hoy con las fuerzas y voluntad necesarias para llegar hasta este momento.

A mis padres, Luz Dary y Luis Heraldo por ser mi motor para cumplir mis metas, por la paciencia, la educación y el amor incondicional que me brindan, porque han hecho de mi una persona llena de valores y sobre todo porque siempre han estado para mi con sus consejos reconfortándome en los momentos difíciles. Los amo.

A mi novio y mejor amigo, Felipe, por el amor que me demuestra, por creer en mí, por estar en mis días malos y por motivarme a perseguir mis sueños.

A mi hermano, Luis, porque a la distancia siempre está presente con una palabra de amor para mí.

A mi mascota, Polux porque ha sido mi gran apoyo emocional.

Y a mi familia y amigos que a lo largo de este proceso creyeron en mí y estuvieron brindándome un abrazo, una sonrisa o una palabra de aliento para que el día de hoy esté culminando este sueño.

Lizeth.

Resumen

Colombia es principal exportador de uchuva a nivel mundial, entre los departamentos destacados por la producción de uchuva (Physalis peruviana L.) están: Boyacá, Cundinamarca, Antioquia y Nariño. Se logra identificar una importante alternativa productiva y económica para los municipios de Ipiales y Pupiales dado que poseen las condiciones agroecológicas aptas para el cultivo y producción de esta fruta exótica promisoria. A demás estos municipios ya cuentan con producción de uchuva tipo exportación, pero aún no se ha logrado internacionalizar el producto directamente desde el departamento de Nariño. Por ello, se propone la posibilidad de incorporar a futuro una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en los municipios de Ipiales y Pupiales en el año 2021 y 2022. Se diseñó una encuesta que permitió la caracterización de una muestra especifica de productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, en las cuales se determinan las características particulares, productivas y las perspectivas de internacionalización y de iniciativa clúster que tiene los productores. Mediante entrevistas se indago a otros actores básicos que lideren la iniciativa clúster con el fin de orientar y tomar decisiones a partir de características propias de una iniciativa clúster. Además, en el presente estudio se identificó los países competencia más representativos y las diferentes alternativas de mercado internacional para el producto a través de una matriz de selección de mercados. Se analizo la posibilidad de incorporar la iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en estos municipios, donde se encontró que el proceso no tiene la madurez suficiente para ejecutarse, principalmente por las altas condiciones de informalidad que se presentan en los municipios de Ipiales y Pupiales, con ello la falta de motivación de los productores hacia los procesos de cooperación y gobernanza.

Palabras clave: iniciativa clúster, internacionalización, producción, cooperación, gobernanza.

Abstract

Colombia is the main exporter of goldenberries worldwide, which standout departments in goldenberry (Physalis peruviana L.) production are Boyacá, Cundinamarca, Antioquia, and Nariño. Goldenberry production has been identified as an important productive and economic alternative for the municipalities of Ipiales and Pupiales, as they have the appropriate agroecological conditions for the cultivation and production of this promising exotic fruit. Additionally, these municipalities already have export-type goldenberry production, but the product has not yet been directly internationalized from the department of Nariño. Therefore, the possibility of incorporating a cluster initiative as a tool for internationalization in the municipalities of Ipiales and Pupiales is proposed for the future. In 2021 and 2022 a survey was designed that allowed the characterization of a specific sample of goldenberry producers from the municipalities of Ipiales and Pupiales, in which the particular characteristics, productivity, internationalization and cluster initiative prospects of the producers were determined. Through interviews, other key actors leading the cluster initiative were questioned in order to guide and make decisions based on the unique characteristics of a cluster initiative. In addition, this study identified the most representative competing countries and the different international market alternatives for the product through a market selection matrix. The possibility of incorporating the cluster initiative as a tool for internationalization in these municipalities was also analyzed, where it was found that the process does not have sufficient maturity to be executed, mainly due to the high levels of informality present in the municipalities of Ipiales and Pupiales, which results in a lack of motivation among producers towards cooperation and governance processes.

Keywords: cluster initiative, internationalization, production, cooperation, governance.

Contenido

Introducción 23

1. Aspectos generales 25

1.1 Línea de la investigación 25

1.2 Sub línea de la investigación 25

1.3 Tema de investigación 25

1.4 Título de la investigación 25

2. Problema de investigación 26

2.1 Diagnóstico del problema 26

2.1.1 Antecedentes 26

2.1.2 Síntomas 27

2.1.3 Situación actual 28

2.2 Planteamiento del problema 31

2.2.1 Descripción del problema 31

2.2.2 Antecedentes de la investigación 32

2.3 Formulación del problema 36

2.3.1 Formulación del problema 36

2.3.2 Sistematización del problema 36

2.4 Formulación de objetivos 37

2.4.1 Objetivo general 37

2.4.2 Objetivos específicos 37
2.5 Justificación 38
2.5.1 Justificación del problema 38
2.6 Delimitación del tema 40
2.6.1 Delimitación temporal 40
2.6.2 Delimitación espacial 40
2.6.3 Operacionalización de variables 41
3. Marcos referenciales 43
3.1 Marco contextual 43
3.1.1 Panorama mundial del sector hortofrutícola 43
3.1.2 Situación nacional del sector hortofrutícola 45
3.1.3 Panorama nacional empresarial 46
3.1.4 Panorama regional del sector hortofrutícola 49
3.1.5 Panorama del sector hortofrutícola en los municipios de Ipiales y Pupiales 52
3.2 Marco teórico 55
3.2.1 Internacionalización 55
3.2.2 Internacionalización desde la perspectiva económica 56
3.2.3 Internacionalización desde la perspectiva de procesos 58
3.2.4 Internacionalización para las PYMES 60
3.2.5 Economía orientada al mercado 62

3.2.6 Encadenamiento productivo 64

3.2.7 Clúster y cadenas productivas 68

3.2.8 Competitividad 70

3.2.9 Inteligencia de mercados 73

3.2.10 Investigación de mercados 74

3.3 Marco conceptual 77

3.4 Marco legal 80

4. Proceso metodológico 85

4.1 Tipo de estudio 85

4.2 Paradigmas de investigación 85

4.2.1 Investigación cualitativa 86

4.2.2 Investigación cuantitativa 86

4.3 Método de investigación 86

4.3.1 Método inductivo 86

4.4 Fuentes para la recolección de información 87

4.4.1 Fuentes secundarias 87

4.4.2 Fuentes primarias 87

4.5 Instrumentos de recolección de información 87

4.5.1 Encuestas 87

4.5.2 Entrevistas 88

4.5.3 Observación 88

4.5.4 Población y muestra 89

4.5.5 Procesamiento de datos 90

5. Aspectos administrativos 91

5.1 Presupuesto 91

6. Capítulo 1 92

6.1 Características generales de la uchuva 92

6.1.1 Origen 92

6.1.2 Descripción botánica 92

6.1.3 Taxonomía 96

6.1.4 Ecofisiología 96

6.2 Producción del ucltivo uchuva (physalis peruviana l.) 97

6.2.1 Reproducción de la semilla 98

6.2.2 Establecimiento del cultivo 98

6.2.3 Labores de mantenimiento del cultivo 105

6.2.4 Fertilización 108

6.2.5 Plagas y enfermedades 109

6.2.6 Cosecha 112

6.2.7 Recolección de los frutos 113

6.2.8 Manejo de la poscosecha 116

6.2.9 Selección 117

6.2.10 Clasificación 119

6.3 Entorno productivo de la cadena 123

6.3.1 Internacional 123

6.3.2 Nacional 127

6.3.3 Área, producción y rendimiento nacional 128

6.3.4 Regional 133

6.3.5 Producción municipal 136

6.4 Entorno de comercio internacional de la cadena 139

6.4.1 Internacional 140

6.4.2 Nacional 141

6.5 Dinámica de transporte del producto 155

6.5.1 Regional 156

6.5.2 Nacional 157

6.5.3 Internacional 159

6.6 Dinámica de precios del producto 161

6.6.1 Regional 161

6.6.2 Nacional 162

6.6.3 Internacional 165

7. Capítulo 2 168

7.1 Caracterización de los productores de uchuva 169

7.1.1 Características particulares 169

7.1.2 Características productivas 174

7.1.3 Perspectivas de internacionalización e iniciativa clúster 212

8. Capítulo 3 217

8.1 Análisis de países competidores 217

8.1.1 Ecuador 219

8.1.2 Perú 229

8.2 Alternativas de mercado internacional 240

8.2.1 Selección de mercado 240

8.2.2 Calificación de la matriz de selección de mercados 241

9. Capítulo 4 251

9.1 Iniciativa clúster 251

9.2 Puesta en marcha de una iniciativa clúster 253

9.2.1 Etapa de sensibilización y motivación 257

9.2.2 Etapa de consolidación del liderazgo empresarial 264

9.3 Aspectos claves para el diseño y desarrollo de una iniciativa clúster 264

9.4 Fases para el diseño de una iniciativa clúster 267

Primera fase 268

Fase dos 269

Tercera fase 270

9.5 Gobernanza 271

9.6 Diagnostico real 277

10. Conclusiones 285

11. Recomendaciones 288

12. Anexo 310

12.1 Anexo A. Encuesta 310

12.2 Anexo B. Entrevista Actor de la cadena productiva 316

12.3 Anexo C. Entrevista Entidad 319

Lista de Tablas

Tabla 1 *Iniciativas Clúster Nariño* 30

Tabla 2 *Operacionalización de Variables* 41

Tabla 3 *Producción Mundial de Frutas y Hortalizas* 43

Tabla 4 *Comercio Mundial de Frutas y Hortalizas* 44

Tabla 5 *Cultivo frutales y hortalizas departamento de Nariño año 2021* 49

Tabla 6 *Exportaciones en valor FOB (USD) del sector agropecuario del departamento de Nariño* 50

Tabla 7 *Importaciones Sector Agropecuario del Departamento de Nariño* 51

Tabla 8. *Cultivo de hortalizas y Frutales de los Municipios de Ipiales y Pupiales Nariño 2021* 52

Tabla 9 *Presupuesto* 91

Tabla 10 *Clasificación taxonómica* 96

Tabla 11 *Calibres de la Uchuva* 120

Tabla 12 *Área, Producción y Rendimiento Nacional* 128

Tabla 13 *Área, Producción y Rendimiento departamental* 130

Tabla 14 *Exportación de Uchuva desde Colombia, Perú y Ecuador Año 2021* 140

Tabla 15 *Exportación de Uchuva desde Colombia, Perú y Ecuador, enero a mayo del año 2021 y 2022* 141

Tabla 16 *Registro de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia* 142

Tabla 17 *Países de Destino, Exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas desde Colombia, año 2021* 146

Tabla 18 *Países de Destino, Exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas desde Colombia, enero a mayo, año 2022* _____ *149*

Tabla 19 *Departamentos de Origen de Exportación de uchuva, enero a mayo, año 2022*___ *154*

Tabla 20 *Comportamiento Precios de la Uchuva con "Cascara", año 2022* _____ *164*

Tabla 21 *Precios de la Uchuva con Cascara a Nivel Nacional para Julio, año 2022* _____ *165*

Tabla 22 *Comportamiento de Precios Unitarios de la Uchuva Colombiana a nivel internacional, año 2021* _____ *166*

Tabla 23 *Comportamiento de Precios Unitarios de la Uchuva Colombiana a Nivel Internacional, enero a junio del año 2022* _____ *166*

Tabla 24 *Ítem 20*_____ *194*

Tabla 25 *Ítem 27*_____ *204*

Tabla 26 *Ítem 31*_____ *208*

Tabla 27 *Ítem 35*_____ *212*

Tabla 28 *Datos generales Ecuador, Perú y Colombia*_____ *218*

Tabla 29 *Precio Unitario FOB (USD)/kilos netos de uchuva ecuatoriana, año 2021*_____ *228*

Tabla 30 *Exportaciones de uchuva peruana, año 2017,2018,2019 y 2020* _____ *233*

Tabla 31 *Exportación de uchuva peruana, por presentación comercial, año 2020* _____ *236*

Tabla 32 *Precio Unitario FOB (USD)/kilogramo neto de uchuva peruana, año 2020* _____ *238*

Tabla 33 *Calificación Criterios de la Matriz de Selección de Mercados* _____ *241*

Lista de Figuras

Figura 1 *Evolución Histórica de las Exportaciones del Sector Hortofrutícola* 45

Figura 2 *Exportaciones de las MiPymes Colombianas Años 2020 y 2021* 47

Figura 3 *Importaciones de las MiPymes Colombianas por 2020 y 2021* 48

Figura 4 *Balanza Comercial del Departamento de Nariño* 52

Figura 5 *Ciclo de vida del producto e internacionalización* 60

Figura 6 *Estilización de los Encadenamientos Productivos* 67

Figura 7 *Imagen planta de Physalis Peruviana* 93

Figura 8 *Imagen de la Flor Physalis Peruviana L.* 94

Figura 9 *Imagen del Fruto Uchuva* 94

Figura 10 *Imagen Pulpa de la Uchuva* 95

Figura 11 *Imagen cáliz o capacho* 95

Figura 12 *Sistema de reproducción de la semilla de Physalis Peruviana l.* 98

Figura 13 *Selección de Terreno* 99

Figura 14 *Análisis de Suelo* 100

Figura 15 *Cultivo de Uchuva Bajo Labranza mínima* 101

Figura 16 *Trazado* 102

Figura 17 *Distancia de Siembra* 103

Figura 18 *Ahoyado para la Siembra de Plántulas de Uchuva* 104

Figura 19 *Siembra de Plántula de Uchuva* 105

Figura 20 *Poda en el Cultivo de Uchuva* 106

Figura 21 *Sistema de Tutorado y Manejo de Arvenses* 107

Figura 22 *Programa de fertilización según el estado fenológico* 108

Figura 23 *Plagas y Enfermedades Comunes en los Cultivos de uchuva* _____ *110*

Figura 24 *Estados de maduración del fruto* _____ *113*

Figura 25 *Recomendaciones para la recolección del fruto* _____ *114*

Figura 26 *Imagen de Técnica Adecuada para la Cosecha de Uchuva* _____ *115*

Figura 27 *Imagen de recipientes apropiados para la cosecha de uchuva* _____ *115*

Figura 28 *Imagen centro de acopio transitorio de uchuva* _____ *117*

Figura 29 *Imagen Color de la Uchuva Según su Estado de Madurez* _____ *119*

Figura 30 *Clasificación por categoría de la Uchuva* _____ *121*

Figura 31 *Área sembrada por hectáreas, municipios de Nariño* _____ *133*

Figura 32 *Área Cosechada por Hectáreas Municipios de Nariño* _____ *135*

Figura 33 *Producción por toneladas municipios de Nariño* _____ *136*

Figura 34 *Rendimiento toneladas por hectáreas municipios de Nariño* _____ *138*

Figura 35 *Registro mensual de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia Valor FOB(USD) enero a mayo 2021-2022* _____ *144*

Figura 36 *Registro mensual de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia, kilogramos netos enero a mayo 2021-2022* _____ *145*

Figura 37 *Principales destinos de Exportación de uchuva desde Colombia, Valor FOB (USD) año 2021* _____ *147*

Figura 38 *Principales destinos de Exportación de uchuva desde Colombia (Kilos netos), año 2021* _____ *148*

Figura 39 *Departamentos de Origen de Exportación de Uchuva, Valor FOB (USD), Año 2021* _____ *151*

Figura 40 *Departamentos de Origen de Exportación de uchuva (Kilos netos), Año 2021* ___ *153*

Figura 41 *Transporte de Uchuva tipo Exportación* *156*

Figura 42 *Evolución del precio COP/Kg de uchuva a nivel Nacional en los últimos años la Central Mayorista de Antioquia.* *163*

Figura 43 *Ubicación Geográfica de los Productores de Uchuva* *170*

Figura 44 *Pregunta: ¿Se encuentra legalmente constituido?* *171*

Figura 45 *Pregunta: Genero del integrante seleccionado* *173*

Figura 46 *Ítem 1* *174*

Figura 47 *Ítem 2* *175*

Figura 48 *Ítem 3* *176*

Figura 49 *Ítem 4* *177*

Figura 50 *Ítem 5* *178*

Figura 51 *Ítem 6* *179*

Figura 52 *Ítem 7* *180*

Figura 53 *Ítem 8* *181*

Figura 54 *Ítem 9* *182*

Figura 55 *Ítem 10* *183*

Figura 56 *Ítem 11* *184*

Figura 57 *ítem 12* *185*

Figura 58 *Ítem 13* *186*

Figura 59 *Ítem 14* *187*

Figura 60 *Ítem 15* *189*

Figura 61 *Ítem 16* *190*

Figura 62 *Ítem 17* *191*

Figura 63 *Ítem 18* ____ *192*

Figura 64 *Ítem 19* ____ *193*

Figura 65 *Ítem 21* ____ *196*

Figura 66 *Ítem 22* ____ *197*

Figura 67 *Ítem 23* ____ *198*

Figura 68 *Ítem 24* ____ *200*

Figura 69 *Ítem 25* ____ *201*

Figura 70 *Ítem 26* ____ *203*

Figura 71 *Ítem 28* ____ *205*

Figura 72 *Ítem 29* ____ *206*

Figura 73 *Ítem 30* ____ *207*

Figura 74 *Ítem 32* ____ *209*

Figura 75 *Ítem 33* ____ *210*

Figura 76 *Ítem 34* ____ *211*

Figura 77 *Mapa geográfico de Colombia, Ecuador y Perú* ____ *217*

Figura 78 *Exportaciones, Importaciones, Balanza comercial - Ecuador* ____ *221*

Figura 79 *Exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas años 2018, 2019, 2020 y 2021* ____ *224*

Figura 80 *Exportaciones de uchuva (uvilla) (physalis peruviana) frescas, enero a mayo, años 2021 y 2022* ____ *225*

Figura 81 *Destino de Exportaciones desde Ecuador de Uchuva (physalis peruviana) fresca, año 2021* ____ *226*

Figura 82 *Tipo de transporte para la exportación de Uchuva año 2021* ____ *227*

Figura 83 *Exportaciones, Importaciones, Balanza comercial-Perú* *230*

Figura 84 *Destinos de exportación uchuva peruana, volumen por toneladas, años 2018,2019 y 2020* *234*

Figura 85 *¿Qué es? y ¿que no es una iniciativa clúster?* *253*

Figura 86 *Niveles de impacto y responsabilidad en la participación empresarial en una iniciativa clúster* *256*

Figura 87 *Aspectos Claves para el Diseño y Desarrollo de una Iniciativa Clúster* *266*

Figura 88 *Fases para el diseño de una iniciativa clúster* *267*

Figura 89 *Encuentro con productores y actores de la cadena frutícola- uchuva municipios de Ipiales y Pupiales* *268*

Figura 90 *Matriz DOFA* *277*

Introducción

La iniciativa clúster es un instrumento que busca principalmente mejorar la competitividad y el desarrollo económico de una región, a través de estrategias de cooperación comercial, innovación, emprendimiento, tecnología y ciencia. Estas acciones, se lideran mediante instituciones de apoyo como el gobierno local, industrias privadas, instituciones financieras, academias, organizaciones no gubernamentales (ONG), etc. Para conocer las posibilidades de incorporar a futuro una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, la presente investigación, comprende el diagnóstico de la dinámica productiva y comercial del sector frutícola–uchuva. Por otro lado, se realizó la caracterización de los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño como actores importantes de la cadena y la participación de otros actores básicos que lideren la iniciativa clúster. Además, en el presente estudio se identificó las diferentes alternativas de mercados internacionales para el producto.

A nivel teórico, el proyecto se sustentó bajo pilares como la internacionalización, vista esta desde la perspectiva económica, desde la perspectiva de procesos, y desde las teorías que abordan a las PYMES, pasando así, por la revisión teórica de aportes realizados por Adam Smith, David Ricardo, Heckscher y Bertil (1919 – 1933), Kindleberger y Hymer (1969 - 1976), Kojima (1982), Dunning (1988), Kotler y Porter; y otros, que incursionaron en temas asociados con mercado, comercialización, globalización y competitividad. De igual manera, preceptos teóricos asociados a la economía orientada al mercado, dadas las necesidades de un sistema globalizado, el encadenamiento productivo, la cadena productiva desde el enfoque de competitividad, el desarrollo de los clúster, donde se involucran los anteriores, como estrategia

para impulsar la participación en el mercado, además de la inteligencia de mercados como factores clave para el desarrollo del sector productivo frutícola asociado a la Uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales.

A nivel metodológico, se contempló un tipo de estudio descriptivo, pues se contribuyó con un diagnóstico sobre el sector. De igual manera, se contempló un paradigma de enfoque mixto que abarco lo cualitativo con cortes subjetivos, y lo cuantitativo con cortes objetivos, de tal manera que se hizo posible realizar la triangulación entre los dos, para obtener mejores resultados durante el proceso investigativo. Los instrumentos que se contemplaron dentro del estudio fueron una encuesta y una entrevista, que permitieron alcanzar información de primera mano.

1. Aspectos generales

1.1 Línea de la investigación

Desarrollo regional a través de los procesos de internacionalización.

1.2 Sub línea de la investigación

Desarrollo económico y comercio internacional.

1.3 Tema de investigación

Mercado regional.

1.4 Título de la investigación

Estudio de la Cadena Frutícola-Uchuva para la Futura Puesta en Marcha de una Iniciativa Clúster como Herramienta de Internacionalización, en los Municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, Período 2021-2022

2. Problema de investigación

2.1 Diagnóstico del problema

2.1.1 Antecedentes

Gran parte de la producción agrícola de los municipios de Ipiales y Pupiales es de subsistencia, con características favorables en cuanto a suelos. Pero estos territorios se encuentran intensivamente cultivados. Por otra parte, no se aplican técnicas de producción limpia y buenas prácticas agrícolas, excesivo laboreo, la no-utilización de sistemas de rotación de cultivos y la utilización excesiva de agroquímicos, lo que repercute en el debilitamiento del recurso suelo, entre otros aspectos (Alcaldía de Pupiales, 2016)

Estos municipios se vienen enfrentando a los cultivos que se manejan a partir del empleo mano de obra no calificada, en la mayoría de los casos se hace bajo técnicas artesanales familiares. Además, los habitantes dedicados a los cultivos no cuentan con el capital suficiente, por lo que no se le ha podida dar el aprovechamiento necesario a pesar de poseer óptimas condiciones para que el cultivo de uchuva progrese; es por eso que hasta ahora no se le ha dado la importancia y el reconocimiento en el mercado.

La región se viene enfrentando a niveles de competitividad muy bajos. La falta de cultura cooperativa y asociativa presente en los municipios de Ipiales y Pupiales, ha dificultado trabajar bajo un esquema de economía organizada y solidaria, limitando a los campesinos y productores a desarrollar nuevas formas de negocio, que permitan mejorar su calidad de vida, no solo beneficiando fines económicos, sino transformando y contribuyendo al sector social.

2.1.2 Síntomas

En el municipio de Ipiales, los cultivos que han presentado tradicionalmente mayor participación son: la papa, la arveja, la zanahoria y hortalizas y frutas de clima frío. Todos estos cultivos, sin excepción, han afrontado problemas de competitividad, al punto que productos como la cebada y el trigo prácticamente se han extinguido. Dado a las diferentes dificultades tanto técnicas como tecnologías, ha sido imposible incorporar estrategias de valor agregado, por lo que los productores de la región se tienen que enfrentar a variaciones frecuentes de precios, según lo determinen las fuerzas del mercado. (Alcaldia de Ipiales , 2020)

En el municipio de Pupiales en la zona sur se encuentran las veredas Guacha, Santa Martha, Santa Lucia y Miraflores que por poseer un clima más templado permite desarrollar la horticultura, fruticultura, destacando la producción de uchuva (uvilla). En el municipio existen organizaciones como la Asociación de Papicultores, asociaciones que cultivan las hortalizas, frutas y verduras variadas como Asociación Verde sur, Asociación El Carbunquillo, ASOPROTAM, ASOFRUIT NAPOLI; Esta última dedicada a la producción y comercialización de uchuva orgánica (Alcaldía de Pupiales, 2016). Cabe resaltar que a pesar de la presencia de estas organizaciones mencionadas aún no se han logrado implementar estrategias que consoliden el desarrollo del sector.

Los negocios no solo serán exitosos con ofrecer el producto, también requieren de la comercialización que define qué y cuánto debe producirse; cuándo y para quién en busca de la internacionalización el producto. (Alcaldia de Pupiales , 2015)

En cuanto a lo ambiental se ha visto necesario plantear políticas encaminadas a minimizar y mitigar el deterioro de los recursos naturales y la baja productividad evitando a futuro graves repercusiones ambientales y económicas. Teniendo en cuenta este flagelo se pueden implementar tecnologías propias y apropiadas como labranza mínima, agricultura orgánica para contrarrestar esta situación.

2.1.3 Situación actual

Según (Puertas, y otros, 2021) en el estudio "Tipología De Productores De Uchuva En El Departamento De Nariño, Colombia" el segmento de producción de frutas exóticas por un buen tiempo se ha venido ubicando como una importante alternativa productiva y económica ante los cultivos tradicionales en varias regiones del país. La uchuva (Physalis peruviana L.) en particular ha presentado un notable incremento en áreas productivas y comercio internacional que la consolida como una especie con alto potencial en el segmento de las frutas de clima frío.

Los municipios de Ipiales y Pupiales pertenecen a la subregión Nariñense Ex Provincia de Obando los separa una distancia una distancia de aproximadamente 6,7 kilómetros y un tiempo estimado de 16 minutos. Comparten características similares en cuanto factores climáticos y geográficos, poseedores de tierra fértil lo que ha hecho posible desarrollar actividades agrícola, frutícola y pecuaria. El cultivo y producción de uchuva se ha destacado en estos dos municipios por contar con las condiciones de suelo y clima necesarias.

Actualmente, estos municipios aún se enfrentan a problemas de cooperación comercial, bajo nivel de desarrollo técnico, tecnológico y la ausencia de apoyo por parte del gobierno local. Esto no ha permitido aprovechar eficientemente el desempeño por parte de los diferentes actores de la cadena productiva de uchuva, por lo que ha sido imposible dar un valor agregado al producto y aumentar niveles de competitividad. Además, ha generado que los productores se

vean afectados por los bajos ingresos y beneficios llevándolos incluso al abandono de estos cultivos.

Según la (Gobernación de Nariño, 2022) se implementarán proyectos enfocados en optimizar la productividad, competitividad y modernización del sector agrario en la región, que permitan fortalecer las cadenas productivas de leche, papa, café, panela, cacao y coco, entre otros sectores. Estos proyectos serán dirigidos a familias campesinas y son liderados por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural de la Administración Departamental. Más de dieciocho (18) proyectos serán financiados con recursos de regalías y recursos propios a ejecutarse en 2022.

En los planes de internacionalización es muy importante contemplar como herramienta la iniciativa clúster dado que su oferta de valor puede atraer mercados importantes y de mayor crecimiento en el mundo, posibilitando identificar los requerimientos de acceso, establecer puntos de contacto y definir acciones estratégicas para ingresar a los mismos. En Colombia actualmente se registran ciento doce (112) iniciativas clúster, para un total de doce mil seiscientos ochenta y cuatro (12,684) empresas articuladas bajo las iniciativas clúster (Red Cluster Colombia, 2022) . Según la (Comisión Regional de Competitividad e innovación, 2020) Nariño cuenta con seis (6) iniciativas clúster donde el Clúster Hortofrutícola, Clúster de Turismo y Clúster TIC son iniciativas que aún no pertenecen a la Red clúster Colombia. Las que si están registradas son las siguientes:

Tabla 1

Iniciativas Clúster Nariño

Nombre de la iniciativa	Año de la creación	Entidad que lidera
Café Plus	2012	Gobernación de Nariño Cámara de Comercio de Pasto
Iniciativa Láctis	2013	Cámara de Comercio de Ipiales
Limón Tahití	2015	Agencia de Desarrollo Local

Nota. Fuente: Datos tomados de Red Clúster Colombia, departamento de Nariño (2022)

2.2 Planteamiento del problema

2.2.1 Descripción del problema

El departamento de Nariño cuenta con zonas agroecológicas aptas para el cultivo de uchuva, pero presenta dificultades al no contar con suficientes factores técnicos, tecnológicos, que, en efecto, desatan una serie de problemas de índole fitosanitario, poca uniformidad de las plantaciones y baja calidad en el fruto. Por ende, se ha dificultado cumplir con las exigencias de calidad, productividad y sanidad que requiere el mercado internacional. (AGRONET, 2019)

En los municipios de Ipiales y Pupiales existe un gran potencial para el cultivo y producción de uchuva. No obstante, las bajas estrategias de organización, el bajo nivel de emprendimiento, la no formalización de los productores y la continua práctica de laboreo convencional, han hecho que el sector primario se vea sesgado, impidiendo el avance del sector hortofrutícola en estos municipios.

En cuanto a la comercialización de la uchuva, la mayor parte de la producción de uchuva tipo exportación que se da en los municipios de Ipiales y Pupiales, en sí, de todo el territorio nariñense, se dirige primeramente a comercializadoras de otros departamentos del territorio colombiano quienes se encargan de distribuir la fruta en territorio nacional e internacional, posterior a una serie de clasificación del fruto. Por tanto, existe la necesidad de realizar estudios que permitan evaluar e impulsar el potencial del sector y sobre todo establecer estrategias para materializar y aprovechar dicho potencial para el desarrollo de la región.

2.2.2 Antecedentes de la investigación

A continuación, se describen algunas investigaciones y estudios recientes relacionados con el tema descrito, con el objetivo de analizar las diferentes perspectivas a cerca de la problemática planteada y las metodologías aplicadas.

La Investigación "tipología de productores de uchuva en el departamento de Nariño, Colombia" por (Rodriguez Puertas, y otros, 2021), se desarrolla en el departamento de Nariño y afirma que el cultivo de uchuva es un proceso relativamente nuevo, por lo que persiste una necesidad de conocer en detalle las condiciones productivas y ambientales, en las cuales se produce. Dentro del estudio se diseña una encuesta de caracterización aplicada a productores de uchuva en el departamento de Nariño entre 2019 y 2020 con el fin de tipificar los productores de uchuva de este departamento. Este estudio se realizó en dos zonas productoras de uchuva del departamento de Nariño, la primera localizada en el sur, conformada por los municipios de Ipiales, Pupiales, Puerres, Gualmatán y Córdoba y la segunda en el norte del departamento, integrada por el municipio de San Pablo. La recolección de información se elaboró a partir de una encuesta aplicada a 133 productores identificados a través de la técnica de muestreo no probabilístico bola de nieve. Para el desarrollo de este estudio, se obtuvieron tres clúster o tipos de productores.

Esta investigación concluye con tres clústeres: número uno (pequeños productores con bajo nivel de tecnificación y baja experiencia en el cultivo), agrupó 54,13% de la muestra (72 productores), el número dos (pequeños productores, con nivel medio de tecnificación y con diversificación de cultivos) el 36,09% de la muestra (48 productores) y el número tres (medianos productores con mayor experiencia y nivel de tecnificación alto) 9,77% (13 productores).

La relación del proyecto nombrado y la presente investigación se da en el orden, en que, se espera desarrollar estudios orientados a realizar ajustes a los modelos productivos agronómicos, adaptados a las condiciones ambientales y socioeconómicas de cultivadores y de este modo encaminarse a la aplicación de políticas de fortalecimiento de la cadena regional.

El estudio correspondiente a (López, Velandia, & Gonzáles, 2018) denominado "Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta exportable". Se desarrolla bajo la metodología de investigación no experimental, mixta, descriptiva. Se realiza una recolección de datos a 30 productores de Uchuva del municipio de Cacota del departamento Norte de Santander. Como instrumentos de recolección de datos se elabora encuestas sobre procesos de siembra, cosecha y postcosecha de la uchuva y entrevista sobre tendencias mundiales de consumo y las oportunidades que los mercados internacionales ofrecen a este producto.

De este estudio se concluye que, en el área geográfica donde se desarrolla la investigación, se aplican las buenas prácticas agrícolas en su proceso productivo. También resalta las tendencias de consumo actuales como alimentación saludable, natural y su relación con las propiedades de la uchuva. Además, expone sobre la posibilidad de diversificación de la uchuva en tres productos, de forma que pueda ser comercializada con un valor agregado para el aumento de la competitividad del sector nacional e internacional.

El estudio nombrado y la presente investigación se relacionan de forma estrecha, principalmente en la metodología de investigación y los instrumentos para recolección de datos. A través de la encuesta y la entrevista, en estas dos investigaciones, se recolecto información de primera mano, que permitió caracterizar a los productores de la región por sus prácticas de laboreo y una entrevista, que se enfocó en identificar una oportunidad de negocio e

internacionalización de la uchuva, buscado generar valor agregado mediante diferentes propuestas estratégicas.

En el estudio desarrollado por (Cañas Restrepo, 2020) con el título de "Aproximación a un plan de negocios para la exportación de uchuva colombiana a Canadá", se realizaron estudios para demostrar y analizar la viabilidad del proyecto en términos de mercadeo, logístico y financiero. Los estudios arrojaron finalmente resultados positivos y se toma como una gran oportunidad de negocio la exportación de Uchuva Colombiana a Canadá.

La investigación concluye que la uchuva como fruta exótica producida en Colombia se ha posicionado en el mercado de una manera contundente y lo cual convierte la exportación de Uchuva a Canadá en una gran oportunidad de negocio, no solo como fruta fresca si no también transformada (deshidratada, mermelada, etc.); además, que la uchuva debe ser proveniente de un cultivo que posea las certificaciones fitosanitarias que solicita el país o comprador, esto agilizara y facilitara el proceso de documentación y tramites. Por lo que se recomienda crear asociaciones con productores de uchuva para que se tenga una mejor idea de las normas, parámetros y oportunidades al exportar uchuva.

Como la investigación expuesta por (Cañas Restrepo, 2020), el presente proyecto busca identificar las diferentes alternativas de mercado internacional desde perspectivas económicas, de procesos y PYMES, entre otras, que permitan establecer una oportunidad clara de negocio para los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño con el propósito de proyectar la uchuva de forma directa a mercados internacionales.

En el estudio desarrollado por (Moreno Miranda, C., Pilamala, A., Moreno Miranda, R.,Molina, Isaac; Mejía , Rama, Daniele, 2020) con el título de "Análisis de las dimensiones sociales, productivas y de gobernanza de la cadena de Physalis peruviana: un estudio de caso de la zona interandina en Ecuador", se analizaron aspectos socioeconómicos y de producción para comprender la dinámica de la cadena de "bayas incas" como se conoce a la uchuva en Ecuador, resaltando que los factores socioeconómicos y productivos son consecuentes con el nivel de desarrollo. En la investigación se introdujo el dimensionamiento vertical y horizontal para contribuir con ideas relevantes. Se agruparon niveles de preproducción, producción y postproducción; además, se ejecutó el mapeo de la cadena alimentaria y la identificación de los actores.

Este estudio concluye con la importancia de proporcionar capacitación técnica y monitoreo del cultivo de la uvilla o uchuva mediante programas de extensión, la estimulación de la asociatividad a nivel de los productores, la generación de vínculos con instituciones académicas para mejorar el desempeño, la eficiencia, la gestión sostenible, entre otros aspectos relevantes. Además, se afirma que el mercado de frutas y verduras es muy competitivo, dinámico y rentable, por lo que se sugiere realización de estudios que profundizan el comportamiento colaborativo y los mecanismos de coordinación.

Ambos estudios, proponen mejoras de desarrollo social y económico del sector rural, mediante la aplicación de estrategias, que permitan establecer modelos de producción sostenibles y la creación de estructuras asociativas, en el que resulte el aprovechamiento de la capacidad productiva, y así, lograr alcanzar y cubrir de manera satisfactoria los mercados internacionales.

2.3 Formulación del problema

2.3.1 Formulación del problema

¿Qué tipo de componentes deben evaluarse en el estudio de la cadena frutícola-uchuva, para contribuir en una futura decisión de incorporar una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización, en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño para el periodo 2021-2022?

2.3.2 Sistematización del problema

¿Cómo se podría obtener un diagnóstico de la cadena productiva de uchuva que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización para los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño?

¿De qué manera se puede realizar la caracterización de los productores de uchuva los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización?

¿Cuáles podrían ser las alternativas de mercado internacional para los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño que determinen la posibilidad de incorporar a futuro una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización?

¿Qué posibilidades tienen los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño de incorporar a futuro una iniciativa clúster de uchuva como herramienta de internacionalización?

2.4 Formulación de objetivos

2.4.1 Objetivo general

Identificar los diferentes componentes de la cadena frutícola–uchuva, que contribuyan en la decisión asociada a la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización, en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño periodo 2021-2022

2.4.2 Objetivos específicos

Realizar un análisis situacional de la cadena productiva frutícola- uchuva, que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en el Municipio de Ipiales y Pupiales, Nariño.

Definir el perfil de los productores de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.

Identificar las alternativas de mercado internacional para la uchuva desde los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, que determinen la posibilidad de incorporar una futura iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.

Evaluar las posibilidades de incorporar una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización, para la cadena productiva frutícola- uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño.

2.5 Justificación

2.5.1 Justificación del problema

El desarrollo y crecimiento del sector agropecuario depende de la existencia de un sistema de apoyo en tres aspectos fundamentales: Infraestructura física, presencia institucional y disponibilidad de mano de obra calificada y emprendedora (Alcaldía de Pupiales, 2020). El municipio de Ipiales, Pupiales y gran parte del territorio Nariñense, tiene ubicada sus zonas de cultivo y de producción en el sector rural. Por los bajos niveles de infraestructura, especialmente las malas condiciones de la vía, hacen que el precio y la calidad de los productos se vean afectados impidiendo así, mejorar los niveles de competitividad. La ausencia de apoyo de las instituciones pública, ha sido otro factor importante que no ha permitido que la dinámica de este sector mejore, la falta de acompañamiento técnico y tecnológico no ha permitido que la capacidad productiva y de innovación sea la suficiente para acceder a los mercados internacionales, aun sabiendo que se cuenta buenas condiciones agroecológicas para el cultivo de la uchuva.

La uchuva es un producto con demanda creciente que no solo busca satisfacer o cubrir un mercado local si no también internacional. En los municipios de Ipiales y Pupiales ya se encuentran productores con experiencia en cultivo y producción de uchuva tipo exportación, pero la participación de intermediarios dentro de la comercialización hacia territorios internacionales no ha permitido el total aprovechamiento de los beneficios, por tanto, el sector se encuentra estancando y el desarrollo económico de la región no evoluciona. Teniendo en cuenta lo anterior, se elaboró un estudio del comportamiento de la cadena frutícola de uchuva, para conocer el potencial y las oportunidades con las que cuenta el producto desde estos municipios nariñenses que lo producen. Se contempló la iniciativa clúster, como una herramienta clave para

el desarrollo de estrategias, que finalmente puedan perfeccionar factores de productividad y competitividad de la región, mediante procesos organizados y cooperativos, que a futuro puedan mejorar niveles de emprendimiento, calidad, productividad y generen nuevas oportunidades, a nivel nacional e internacional.

También, para el debido desarrollo de los objetivos de esta investigación, se llevó a cabo la recolección de información de primera mano a los principales actores dentro de la cadena productiva del sector frutícola- uchuva y de una iniciativa clúster, con el fin de comprender todo lo relacionado con el factor social, de talento humano influyente, parte fundamental en las dinámicas de mercado a la hora de agregarle mayor competitividad y valor al producto, abarcar el criterio social como elemento diferenciador y de competitividad dentro de la cadena productiva frutícola-uchuva para generar mayores y mejores oportunidades a un producto orientado a la internacionalización desde los municipios de Ipiales y Pupiales.

Como futuros profesionales en comercio internacional es importante el desarrollo de esta investigación dado que permitió ampliar y aplicar conocimientos adquiridos a lo del proceso académico y se logró aportar en un proceso de desarrollo económico y social del departamento de Nariño bajo un enfoque de internacionalización.

2.6 Delimitación del tema

Para el presente estudio se contempla a nivel de cobertura, la relacionada con tiempo, espacio y variables.

2.6.1 Delimitación temporal

La cobertura temporal se enmarca en los periodos 2021-2022

2.6.2 Delimitación espacial

La investigación será llevada a cabo en los municipios de Ipiales y Pupiales, departamento de Nariño.

2.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 2

Operacionalización de Variables

Objetivos Específicos	Variable	Instrumento	Fuente	Pregunta Orientadora
Realizar un análisis situacional de la cadena productiva frutícola- uchuva, que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en el Municipio de Ipiales y Pupiales, Nariño.	Caracterización para el cultivo y producción Entorno Internacional de la cadena productiva Entorno nacional de la cadena productiva Entorno Regional de la cadena productiva Entorno local de la cadena productiva Dinámica de precios del producto Dinámica de transporte del producto	Referencias bibliográficas/webgrafía	Plataformas digitales especializadas en comercio exterior como LEGISCOMEX TRADEMAP PROCOLOMBIA Plataformas estadísticas de Producción y cultivo como Agrosavia Investigaciones	¿Cómo se podría obtener un diagnóstico de la cadena productiva de uchuva que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización para los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño?
Definir el perfil de los productores de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.	Características Productivas Características organizacionales Percepciones asociativas Percepciones de Internacionalización Percepciones frente a la iniciativa clúster	Guía de Encuesta Observación mediante diario de campo	Personal /Productores de uchuva	¿De qué manera se puede realizar la caracterización de los productores de uchuva los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización?

Identificar las alternativas de mercado internacional para la uchuva desde los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, que determinen la posibilidad de incorporar una futura iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.	Países competidores Criterios políticos Criterios económicos Criterios socioculturales Adaptación del producto Trámites aduaneros Cercanía geográfica	Referencias bibliográficas/matriz selección de mercados /webgrafía	Investigaciones/estudios relacionados/	¿Cuáles podrían ser las alternativas de mercado internacional para los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño que determine la posibilidad de incorporar a futuro una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización?
Evaluar las posibilidades de incorporar una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización, para la cadena productiva frutícola-uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño.	Iniciativa clúster Puesta en marcha Liderazgo y participación Diseño de una iniciativa clúster Desarrollo de una iniciativa clúster Gobernanza Diagnostico real	Referencias bibliográficas/guía de entrevista/observación mediante diario de campo	Plataformas /estudios relacionados Personal/actor de la cadena diferente a producto/entidades públicas o privadas en relación a clúster	¿Qué posibilidades tienen los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño de incorporar a futuro una iniciativa clúster de uchuva como herramienta de internacionalización?

Nota. Fuente: Elaboración propia

3. Marcos referenciales

3.1 Marco contextual

3.1.1 Panorama mundial del sector hortofrutícola

Las frutas y verduras son una parte vital de las cocinas en todo el mundo, son una parte importante de una dieta saludable. Ayudan a los niños a crecer y apoyan las funciones corporales y el bienestar físico, mental y social en todas las edades. (FAO, 2020)

Producción mundial de frutas y hortalizas. El panorama mundial del sector hortofrutícola presenta un incremento de la producción constante cada año. Realizando un análisis de datos a partir del año 2017 hasta el año 2020 del cual se tienen registros en la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), se ha presentado un incremento porcentual del 5,25% de las frutas y de las hortalizas de un 3,52%.

Producción mundial de fruta y hortalizas

Tabla 3

Producción Mundial de Frutas y Hortalizas

Datos en millones de toneladas	2018	2019	2020
Frutas	865,87	882,16	887,02
Hortalizas	1111,04	1129,67	1148,44

Nota. Fuente: Datos tomados La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura -FAO (2022)

Comercio mundial de frutas y hortalizas. El comercio mundial del sector hortofrutícola ha presentado variaciones en los diferentes años. El valor de las exportaciones en el año 2018 presentó una disminución del 7,46% en comparación al año 2017, en el año 2019 hubo un incremento del 1,73% beneficiando las exportaciones, al igual en el año 2020 crecieron en un

3,48% en comparación al año anterior. Se puede evidenciar que hay un detrimento de las exportaciones en un 2,58% desde el 2017 hasta el año 2020.

Las importaciones por el contrario presentan un crecimiento porcentual del 8,44% entre los años 2017 y 2020.

Según la página de estadísticas comerciales Trademap los principales exportadores de frutas en el mundo son Estados Unidos, España, Países bajos y México. Colombia ocupa el puesto número 27 en la lista. Los principales importadores de frutas son Estados Unidos, Alemania, China, Países Bajos y Reino Unido.

Los principales exportadores de hortalizas en el mundo son China, México, Países Bajos, España y Canadá. Los principales países importadores de hortalizas en el mundo son Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Canadá.

Tabla 4

Comercio Mundial de Frutas y Hortalizas

Datos en miles de dólares	2018	2019	2020
Exportaciones	268.500.481	273.153.698	282.667.425
Importaciones	276.265.157	278.805.260	290.153.080

Nota. Fuente: Datos tomados La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura-FAO (2022)

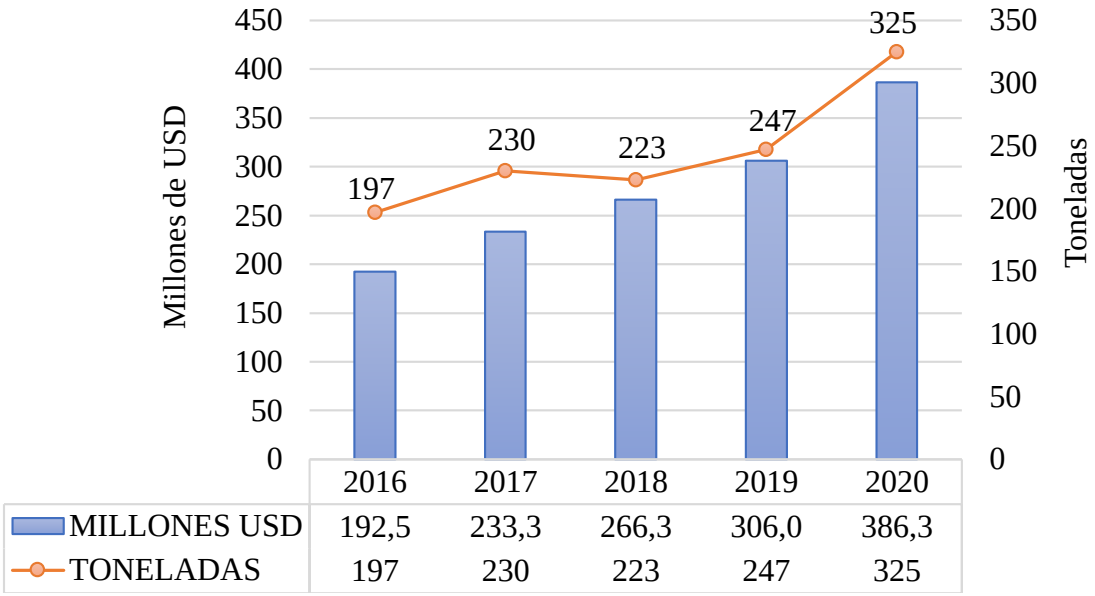
3.1.2 Situación nacional del sector hortofrutícola

El sector de frutas y hortalizas tiene una participación del 20% en la producción agrícola nacional. En el año 2020 la superficie sembrada del sector hortofrutícola del país llegó a 1,05 millones de hectáreas, demostrando un crecimiento porcentual de 26,35% en el transcurso de 10 años. Los departamentos que representan el 52% del sector hortofrutícola con mayor área sembrada son: Antioquia con 10%, Santander con 7%, Cundinamarca, Valle del Cauca, Tolima, Meta y Nariño con 6% cada uno y Córdoba, Huila y Caldas con 5% cada uno. (SAC, 2021)

La producción de frutas y hortalizas a nivel nacional en el año 2020 fue de 13,04 millones de toneladas. (SAC, 2021)

Figura 1

Evolución Histórica de las Exportaciones del Sector Hortofrutícola



Nota. Fuente: Adaptado de Procolombia (2021).

Como observa en la Figura 1, las exportaciones han representado un incremento gradual año tras año, lo cual se confirma con el crecimiento de la producción y área sembrada del país. Colombia tiene posibilidades de ser una de las despensas agrícolas del mundo, teniendo en cuenta las perspectivas de crecimiento mundial en los próximos años. (FAO, 2020)

Los principales productos exportados en el año 2020 fueron el aguacate con una participación del 37%, plátanos los cuales representan el 19,8% y en el año 2019 la Gulupa tuvo una participación del 8,9%. Los principales destinos de exportaciones en el 2020 para el sector hortofrutícola fueron Países Bajos con 37,6% del comercio exterior del sector, Estados Unidos con el 15,8% y Reino Unido con 12%. (Procolombia, 2021)

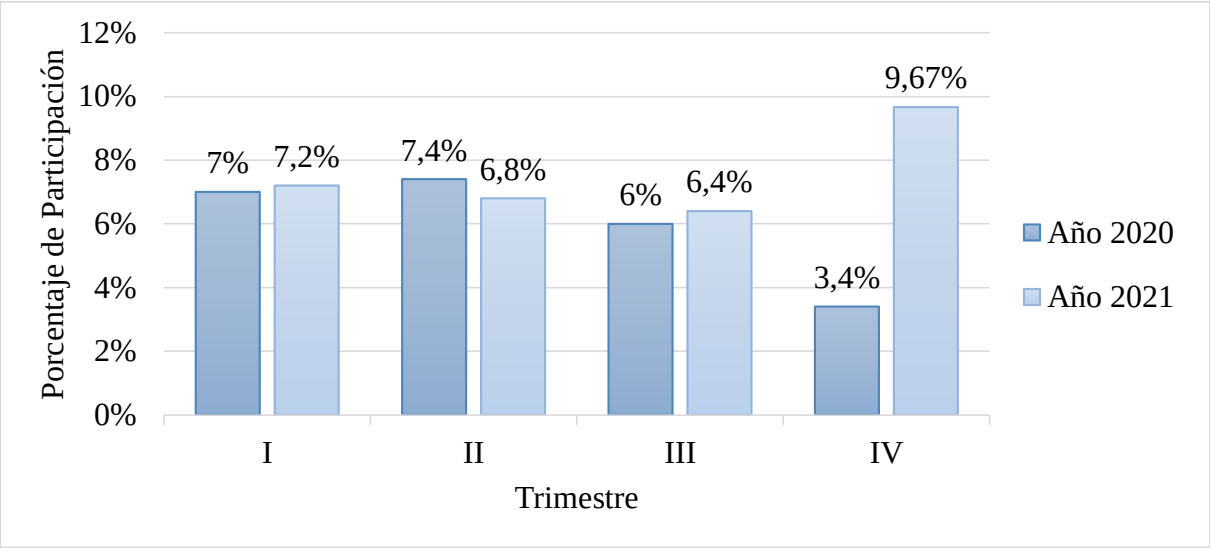
3.1.3 Panorama nacional empresarial

Situación actual de las MiPymes en Colombia. Las MiPymes son importantes en la economía colombiana ya que representan más del 99,6% de las empresas en Colombia, generan aproximadamente el 79,1% de empleo y se estima que aportan el 40% al PIB del país. En el año 2020, el país se vio golpeado por una pandemia, la cual ha dejó un impacto negativo para las MiPymes con una disminución de un 33% de los trabajadores de las empresas. (ANIF, 2021)

La participación de las PYME en las exportaciones ha representado un porcentaje significativo a través de los años. En el año 2017 de las empresas registradas en las PYME, el 14% realizó exportaciones y en el año 2019 el 22% registró exportaciones de sus productos y servicios.

Figura 2

Exportaciones de las MiPymes Colombianas Años 2020 y 2021



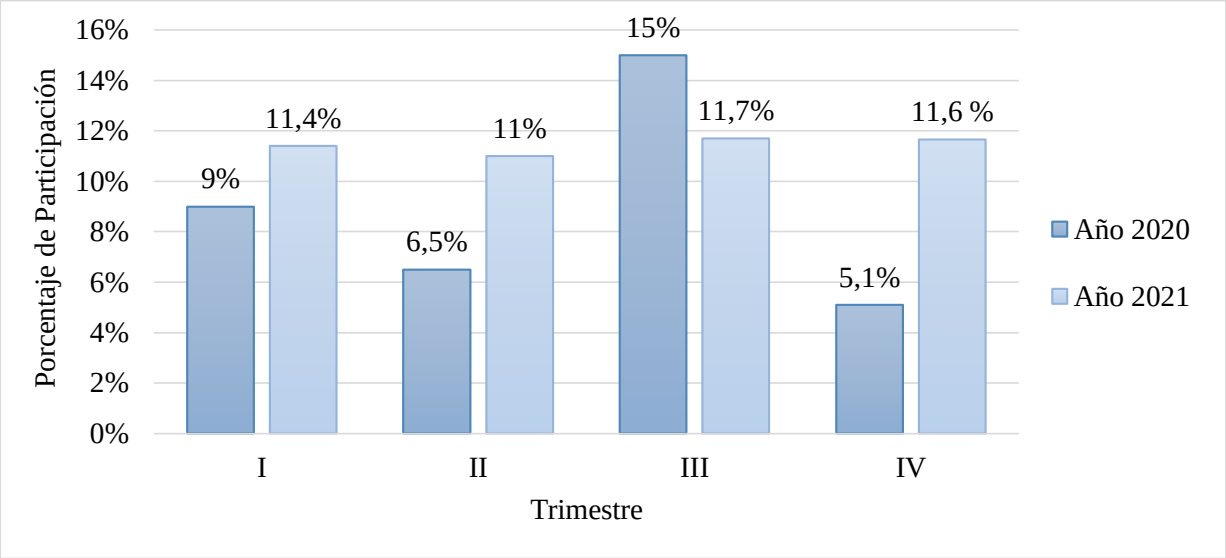
Nota. La figura muestra la participación de las MiPymes colombianas en las exportaciones durante los cuatro trimestres del año 2021 y 2022. *los datos del primer trimestre del año 2021 son estimados a partir del año anterior dado que no hay información del mismo. Fuente: Datos tomados de ACOPI, encuestas de desempeño empresarial (2022)

En el año 2020 y 2021 se evidencia una disminución en las exportaciones en comparación a los anteriores años. Una de las causas importantes que impactaron no solo a este sector, sino a la mayoría de sectores en la dinámica de comercio internacional alrededor del mundo fue la pandemia por el COVID-19. Con las diferentes políticas de reapertura del comercio se ha venido recuperando poco a poco estas actividades, especialmente en el último trimestre del año 2021 incrementando en un 6,27% la participación de MiPymes en las exportaciones con respecto al año anterior.

Las importaciones de las MiPymes se ven reflejadas en el tejido empresarial colombiano, especialmente en el sector industrial y agrícola para abastecimiento de materias primas e insumos. En la Figura 3 se observa el comportamiento que ha tenido las importaciones en las MiPymes colombianas durante los años 2021 y 2022

Figura 3

Importaciones de las MiPymes Colombianas por 2020 y 2021



Nota. La figura muestra la participación de las MiPymes colombianas en las importaciones durante los cuatro trimestres del año 2021 y 2022. *los datos del primer trimestre del año 2021 son estimados a partir del año anterior dado que no hay información del mismo. Fuente: Datos tomados de ACOPI, encuestas de desempeño empresarial (2022)

La estadística de participación porcentual de las MiPymes en importaciones refleja que, durante el año 2020 la contribución por la MiPymes fue mayor especialmente en el tercer trimestre, aunque para el último trimestre cae este indicador en 9,9 puntos porcentuales. El porcentaje de MiPymes que realizaron algún proceso de importación en el año 2021en promedio

estuvo en 11,4%. El trimestre que más se destacó en cambios es el cuarto, si se compara con el año anterior presenta una variación positiva de 6.5 puntos porcentuales al pasar de un 5,1% en el cuarto trimestre del 2020 a un 11,65%. Lo anterior representa una mejora debido a la disminución de restricciones en el comercio entre países gracias a la reapertura económica del año 2021. (ACOPI, 2021)

3.1.4 Panorama regional del sector hortofrutícola

El sector de las hortalizas presenta 122 mil hectáreas sembradas, en donde los principales productores son los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Nariño. Según estudios de la Secretaría de Agricultura del Municipio de Pasto, el sector hortofrutícola aporta con 17.27% del PIB nacional y el 85.3% del PIB agrícola departamental. (PDEA, 2019)

Tabla 5

Cultivo frutales y hortalizas departamento de Nariño año 2021

Grupo Cultivo	Área sembrada (Ha)	Área cosechada (Ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)
Frutales	66.167,6	62.684,8	380.437,8	6,1
Hortalizas	8.698,7	8.554,6	220.258,3	25,7
Total	**74.866,3**	**71.239,3**	**600.696,1**	**8,4**

Nota. Fuente: Datos tomados de Evaluaciones Agropecuarias Municipales (2019-2021)

La producción hortofrutícola del departamento de Nariño para el año 2021 fue de 600.696,1 toneladas lo que representa una participación del 4% de la producción nacional de este sector. La participación individual por grupo de cultivos frutales y hortalizas fue de 63,3 % y

36,7% respectivamente. En el departamento de Nariño los frutales se manejan bajo ciclo de cultivo permanente, su rendimiento es relativamente bajo si se compara con el rendimiento de las hortalizas. En los ciclos de cultivos transitorios se encuentran las hortalizas que maneja un muy buen desempeño de en cuanto al rendimiento toneladas sobre hectáreas.

Las exportaciones del departamento de Nariño representan el 0,2% de las exportaciones nacionales. En lo corrido del año 2022 han aumentado en un 2,9%. Se analizan desde el sector agropecuario dado a la falta de información del sector hortofrutícola en específico. Como se observa en la Tabla 6, Este sector tuvo una participación del 54% con respecto a los demás grupos, el cual representa 55.541 miles de dólares valor FOB en el año 2021 presentando una variación negativa del 0,9% en comparación al año 2020. (MINCIT, 2022)

Tabla 6

Exportaciones en valor FOB (USD) del sector agropecuario del departamento de Nariño

Exportaciones (miles de USD) FOB	Año completo				Año acumulado*			
	2020	2021	Var. % (2021)	Par. % (2021)	2021	2022	Var % (2022)	Par % (2022)
Total	100.044	102.932	2,9	100,0	82.719	98.640	19,2	100,0
Agropecuario	56.058	55.541	-0,9	54,0	40.967	61.890	51,1	62,7

Nota. *Año acumulado a octubre. Fuente: Datos tomados de MINCIT, perfil comercial del departamento de Nariño (2022).

El año 2022 tiene buenas expectativas para el sector agropecuario. Hasta el mes de octubre se registraron 61.890 miles de dólares valor FOB, equivalente una variación de 19,2% con respecto al año anterior y con una participación del 62,7% en las exportaciones del departamento de Nariño.

Para el año 2021 las importaciones en el departamento de Nariño aumentaron en un 18,8 % con respecto al año anterior. Las importaciones del sector agropecuario presentan un crecimiento del 19,1% con una participación del 32,7% solo por debajo de importaciones de industria liviana que registra una participación de 42,6% como se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7

Importaciones Sector Agropecuario del Departamento de Nariño

Importaciones (miles de USD) FOB	**Año completo**				**Año acumulado***			
	2020	**2021**	**Var. % (2021)**	**Par. % (2021)**	**2021**	**2022**	**Var % (2022)**	**Par % (2022)**
Total	236.679	281.197	18,8	100,0	222.451	294.258	32,3	100,0
Agropecuario	77.211	91.925	19,1	32,7	67.167	166.673	148,1	56,6

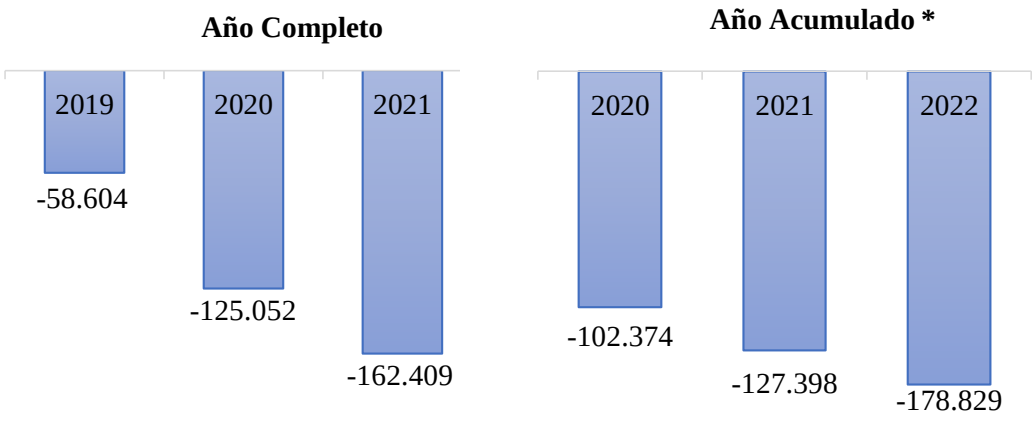
Nota. *Año acumulado a octubre. Fuente: Datos tomados de MINCIT, perfil comercial del departamento de Nariño (2022).

Hasta octubre del 2022, el sector agropecuario participo con el porcentaje más alto de importaciones con un 56,6% pasando de importar 67.167 miles de dólares valor FOB A 166.673 miles de dólares valor FOB.

Tenido en cuenta la participación de exportaciones e importaciones en general, el departamento de Nariño se enfrenta a una balanza comercial deficitaria aumentando en un 64 % aproximadamente desde el año 2019 al 2021. A octubre de 2022 las estadísticas arrojan un valor negativo en la balanza comercial de 178.829 miles de dólares FOB, aumentando casi en un 28,7 % el valor con respecto al año anterior.

Figura 4

Balanza Comercial del Departamento de Nariño



Nota. *Año acumulado a octubre. Fuente: Datos tomados de MINCIT, perfil comercial del departamento de Nariño (2022).

3.1.5 Panorama del sector hortofrutícola en los municipios de Ipiales y Pupiales

Tabla 8.

Cultivo de hortalizas y Frutales de los Municipios de Ipiales y Pupiales Nariño 2021

Hortalizas					
Municipio	**Cultivo**	**Área sembrada (Ha)**	**Área cosechada (Ha)**	**Producción (Ton)**	**Rendimiento (Ton/Ha)**
Ipiales	Brócoli	28,0	24,0	583,0	24,3
	Coliflor	20,0	14,0	364,0	26,0
	Lechuga	380,0	376,0	10.924,0	29,1
	Repollo	22,0	19,0	570,0	30,0
	Ajo	45,0	43,0	1.204,0	28,0
	Zanahoria	95,0	92,0	2.760,0	30,0
Pupiales	Brócoli	22,0	22,0	385,0	17,5
	Lechuga	12,0	12,0	240,0	20,0
	Repollo	12,0	12,0	432,0	36,0
	Zanahoria	28,0	28,0	840,0	30,0
Total		**664,0**	**642,0**	**18.302,0**	**28,5**

Frutales					
Municipio	**Cultivo**	**Área sembrada (Ha)**	**Área cosechada (Ha)**	**Producción (Ton)**	**Rendimiento (Ton/Ha)**
Ipiales	Limón	7,0	7,0	84,0	12,0
	Naranja	7,0	7,0	84,0	12,0
	Banano	14,0	11,0	33,0	3,0
	Fresa	7,0	7,0	84,0	12,0
	Mora	149,0	119,0	1.428,0	12,0
	Piña	3,0	3,0	43,5	14,5
	Plátano	15,0	10,0	60,0	6,0
	Tomate de árbol	29,0	14,0	182,0	13,0
	Uchuva	38,0	24,0	336,0	14,0
Pupiales	Uchuva	12,0	2,0	3,3	1,7
Total		**281,0**	**204,0**	**2.337,8**	**11,5**

Nota. Fuente: Datos tomados de evaluaciones agropecuarias municipales (2019 -2021)

En los municipios de Ipiales y Pupiales las hortalizas representan un 7,6% del área sembrada en hectáreas, un 7,5% del área cosechada y un 8,3% de la producción con respecto al departamento y los frutales tienen una participación del 0,42% del área sembrada en hectáreas, un 0,33% del área cosechada y un 0,61% de la producción, con relación al Departamento. En el municipio de Ipiales las hortalizas que se destacan por su alta producción son la lechuga y la zanahoria al igual que los frutales con mejor producción son la mora y la uchuva. En Pupiales las hortalizas que mayor producción representan son la zanahoria y el repollo; en cuestión de frutas se encuentra un único registro que es el de cultivo de uchuva.

Es importante destacar que en los dos municipios se registra el cultivo de uchuva, pero en volumen de producción y rendimiento el municipio de Ipiales muestra un mejor resultado con 336 toneladas producidas durante el año 2021 y un rendimiento del 14%. Pupiales para este

periodo solo registro 3,3 toneladas producidas con un rendimiento demasiado bajo de las 1,7 toneladas sobre hectáreas

3.2 Marco teórico

En este apartado se pretende dar un bagaje general de las teorías que abarca la presente investigación, pasando por el tema de internacionalización, la economía orientada al mercado, el encadenamiento productivo, clúster y cadenas productivas, competitividad, inteligencia de mercados y la investigación de mercados, como temas principales para dar un correcto desarrollo a los objetivos contemplados en este proyecto.

3.2.1 Internacionalización

Actualmente se habla de globalización de la economía, es decir relaciones entre agentes económicos de diferentes partes del mundo, de aquí que es un proceso qué va más allá de los límites nacionales frente a la actividad económica de los agentes productivos, pues hay más facilidad de acceso a los factores productivos y de bienes terminados que se ofrecen en los mercados, es decir que, no es más que un proceso de integración económica, política y social entre los países y los habitantes del planeta (Otero Simón, 2008).

Con la apertura de la globalización a nivel de economía, es posible hablar de un proceso de internalización de las empresas dónde estás aumentan de a pocas actividades relacionadas con su ámbito de negocio a nivel internacional, es decir que su objeto social se extiende hacia afuera de las fronteras de su propio territorio. Las actividades concernientes a la internacionalización pueden estar relacionadas con las exportaciones e importaciones, consideradas como básicas o tradicionales, o puede abarcar la inversión en el extranjero mediante la puesta en marcha de filiales productivas, qué implica un alto grado de compromiso y duración de Estas actividades (Otero Simón, 2008).

Desde las teorías de internacionalización, es posible hablar de una clasificación comprendida por tres corrientes importantes, primero está la internacionalización desde la

perspectiva económica, segundo la internacionalización desde la perspectiva de procesos, y tercero, las teorías que tienen un enfoque de internacionalización para las PYMES.

3.2.2 Internacionalización desde la perspectiva económica

Desde la perspectiva económica, se habla de la teoría clásica del comercio internacional, donde los países tienden a especializarse en la actividad de producción ya sea de bienes o de servicios, dependiendo de qué actividad les resulte menos costosa a nivel de proceso de producción, entonces el comercio internacional no es más que el resultado de la especialización y división del trabajo a nivel inter naciones. De aquí que es posible traer algunos planteamientos de los grandes pensadores como Adam Smith y David Ricardo.

Teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa de Smith y Ricardo. Smith aportó bajo el postulado de la teoría de la ventaja absoluta, donde se tocaba el tema de la escasez de recursos, frente al cual se debía establecer un sistema de distribución de acuerdo a la disponibilidad de recursos de cada país (Cardoso Castro & Chavarro, 2013). Por su parte David Ricardo, aporto postulados abarcados desde el comercio internacional, añadiendo el concepto de ventaja comparativa, donde se demostraba que no necesariamente tener ventaja absoluta en costos, significaba el logro de beneficios en las transacciones comerciales. Más adelante John Stuart Mill que observó la variación de las exportaciones según los términos de intercambio, y de acuerdo a la cantidad de importaciones esperadas, afirmó que la tasa de intercambio equilibrada a nivel internacional debía igualar la demanda reciproca de bienes en cada país sujeto de transacciones comerciales internacionales (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

Modelo H – O. De Eli Heckscher (1919) y Bertil Ohlin (1933). Este modelo se desarrollar bajo el supuesto de la competencia perfecta en el mercado de productos y factores, y donde la inversión factorial es similar en todos los países, de tal manera que es posible

formalizar el teorema empleando un modelo que implique dos países, dos factores y dos productos. De tal manera que, entre los dos cada país exporte el bien que utiliza el factor abundante que este tiene, mientras que importa, el bien cuyo factor utilizado es escaso (González Blanco, 2011)

Teoría de la Ventaja Monopolística o Teoría de la Organización Industrial. De Kindleberger (1969) y Hymer (1976). Que hace alusión al desarrollo de una ventaja competitiva exclusiva, de ahí la referencia hacia el monopolio, esta ventaja puede ser originada la organización, la dirección, la tecnología, la producción, la comercialización o la diversificación de productos. Esto con el fin de poder competir con las empresas locales donde llegue a instalarse la organización (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

Teoría de la internacionalización. Esta teoría parte de la hipótesis de que las multinacionales son una alternativa al mercado para hacer gestión de actividades económicas y comerciales que sean capaces de traspasar fronteras, y donde deben contemplarse dos condiciones para la ejecución de inversión extranjera, primero, ventajas para localizar actividades en el extranjero, y segundo, que al ejecutar esas actividades haya eficiencia que este sobre la posibilidad de venderlas o cederlas a empresas residentes del país extranjero (Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, & Becerra Plaza, 2006).

Teoría Ecléctica de Dunning. Dunning (1988). Que explica que la relación y acercamiento entre las ventajas de una empresa, se convierten en la fundamentación que da cuenta de la extensión, el modo y el patrón de producción internacional de la misma. De aquí que la elección para acoger la entrada a mercados internacionales resulta de un proceso racional basado en costos y ventajas de producción en el exterior. Para realizar este proceso la empresa debe contar con ventajas propias, frente a estas, su explotación debe ser más beneficioso que

venderlas o alquilarlas a terceros, es decir debe contar con ventajas de internacionalización, debe ser beneficiosa la localización de planta de producción o una parte de la empresa en el exterior, o sea ventajas de localización, y finalmente la producción en el exterior va acorde con las estrategias organizacionales de la empresa a largo plazo (Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, & Becerra Plaza, 2006).

Enfoque Macroeconómico. De Kojima (1982). Que hace referencia a la inversión directa en el exterior – IDE, que se origina en la actividad económica o sector económico donde el país que invierte posee una desventaja comparativa notable. Es decir que, a través de la inversión externa, se mejora la productividad en el país donde se recibe dicha inversión, esto debido a la entrada de un conjunto de elementos productivos que ayudan a mejorar la producción en tal país, donde es posible trabajar con mano de obra poco experta, de ahí que la capacidad organizativa juega un papel fundamental (Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, & Becerra Plaza, 2006).

3.2.3 Internacionalización desde la perspectiva de procesos

Desde la perspectiva de procesos, se entiende la internacionalización como un proceso gradual, que va incrementando el aprendizaje, esto bajo la premisa de la recolección de conocimientos, es decir que es un proceso, que toma bases en la experiencia o experimentación de procesos, y que tiene que ver con el aumento progresivo de recursos (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

El modelo Uppsala. Este modelo abarca el incremento gradual de recursos en el exterior, según sea la acumulación de experiencia de las actividades realizadas en ese mercado, y que por lo tanto la actividad productiva y comercial se desarrolla en etapas, donde a medida que

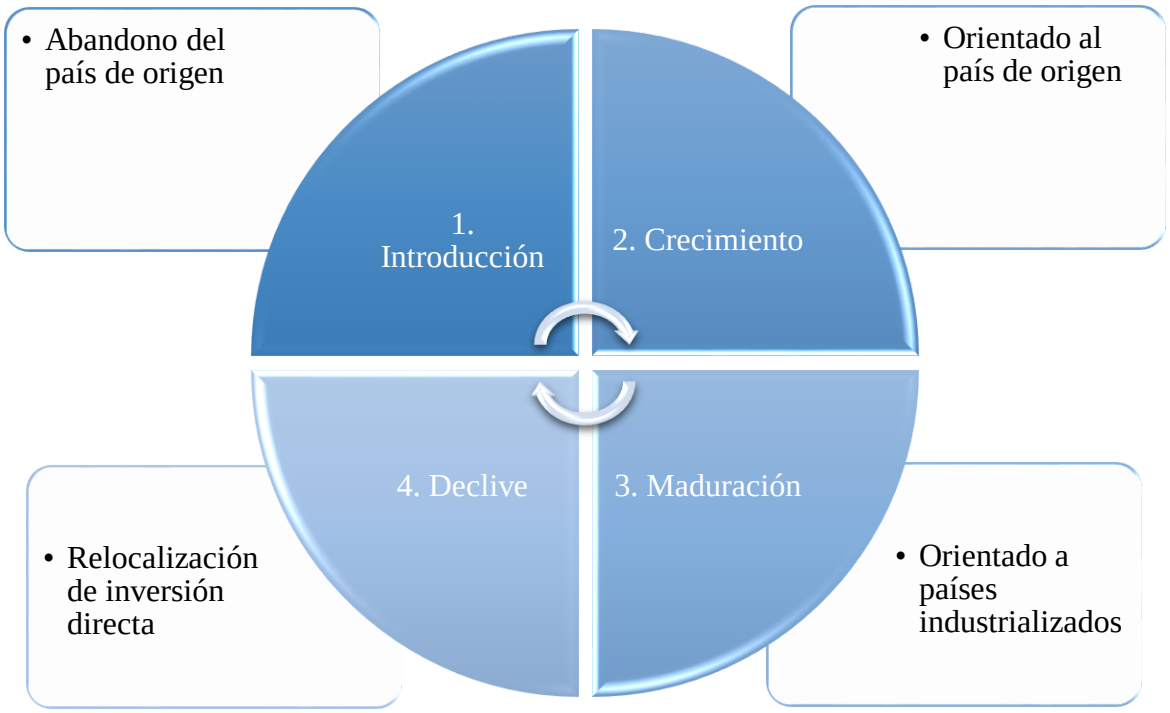
se adquiere experiencia, incrementa el grado de implicación en las actividades internacionales (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

El modelo de innovación. Nace en Estados Unidos, este se basa en el supuesto de que la internacionalización surge a través de procesos de innovación empresarial, que favorece a pequeñas y medianas empresas, donde la internacionalización desde la innovación es una respuesta creativa y deliberada que se ejecuta según los limites existentes en el mercado, y las limitaciones que posee la propia empresa, asociadas a sus capacidades internas. Aquí se involucra la acumulación en materia de decisiones a nivel de organización, dado que los procesos actuales de internacionalización y de innovación están regidos por las decisiones tomadas anteriormente, y las decisiones tomadas en la actualidad condicionarían aquellas que se tomen en el futuro (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

El modelo del ciclo de vida del producto. De Vernon (1966), que combina los planteamientos clásicos del comercio internacional con las tendencias del comportamiento a nivel individual de cada empresa, así introduce concepto relacionados con la innovación de producto, las economías de escala y la incertidumbre, los cuales tanto a nivel individual como colectiva tienen afección sobre el tema de la negociación y comercialización internacional. Esta teoría utiliza el ciclo de vida del producto en tanto que argumenta que las actividades iniciales de la empresa se realizan en territorio nacional pues están asociadas al valor de los activos que tiene la organización, en la siguiente etapa del ciclo el producto es objeto de exportación hacia otros países. Por lo tanto, es posible entender el ciclo de vida de acuerdo a la figura (Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez, & Becerra Plaza, 2006)

Figura 5

Ciclo de vida del producto e internacionalización



Nota. Fuente: Adaptado de Trujillo Dávila, Rodríguez Ospina, Guzmán Vásquez y Becerra Plaza (2006).

3.2.4 Internacionalización para las PYMES

Cuando se habla de PYMES, es posible referenciar a las pequeñas empresas que entran a competir en los mercados nacionales, y que en varias ocasiones tienen interés de competir en el mercado internacional, esto como resultado del proceso de globalización económica, que exige a todos los agentes económicos y productivos cultivar relaciones internacionales que lleven a intercambiar bienes y servicios a través de exportaciones e importaciones, así como a realizar inversiones fuera del territorio nacional a través de inversión extranjera.

Teoría de redes. Que están asociadas a explicaciones de la internacionalización basada en el desarrollo de redes organizativas y sociales de la empresa. Esto en otras palabras, hace

alusión a que la empresa expande su área de trabajo a nivel internacional a través de sus miembros de contacto, quienes son los encargados de recibir y filtrar las oportunidades que ofrece el mercado exterior, de aquí la importancia de las relaciones sociales que mantiene la empresa. (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

Teoría de las born global. Que corresponde a empresas que desde su nacimiento tienen un enfoque global, o que se internacionalizan durante sus primeros años de vida. Para la aparición de estas empresas se han considerado tres factores de importancia: 1.) nuevas condiciones del mercado. 2.) desarrollos tecnológicos en producción, transporte y comunicación y 3.) capacidades que desarrollan las personas como el emprendimiento. Con estos tres factores es posible encontrar disminución de costes de comunicación y transporte y acceso rápido y fácil a las nuevas tecnologías de la información, así como la integración de las economías regionales (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

Enfoque de fases, procesos y ciclos de vida. De Chen H. y Y. Huang (2004), que refieren las formas de realizar un proceso adecuado de internacionalización. Primero, a través de alianzas de servicios después de la venta. Segundo, mediante alianzas para la distribución de los productos. Tercero, con alianzas para desarrollar productos. Y finalmente, mediante alianzas para la construcción de canales de distribución al menudeo en mercados locales y globales (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

Enfoque estratégico. Dentro de este enfoque se contemplan diferentes actividades estratégicas, entre ellas las exportaciones donde las actividades ejecutadas se hacen de manera reactiva, y se enfocan en el carácter individual de las micro o pequeñas empresas. Por otro lado, están los *join ventures* y alianzas estratégicas, donde se posibilita la entrada a las empresas en el

mercado internacional, aunque estas carezcan de conocimiento y tengan recursos limitados (Cardoso Castro & Chavarro, 2013).

3.2.5 Economía orientada al mercado

Para entender el concepto de economía orientada al mercado, se debe hablar a grandes rasgos de las teorías del desarrollo, que sustentan entre sus postulados, la finalidad de un sistema económico orientado al mercado, con el objetivo de conseguir el progreso o el desarrollo de las naciones, que se logra a través del incremento de la riqueza, en este sentido, entre las primeras escuelas de pensamiento económico se reconoce a los mercantilistas y los fisiócratas quienes plantearon hipótesis asociadas al comercio internacional como generador de riquezas, teniendo en cuenta el "laissez faire" y sus efectos sobre la agricultura como alternativa para aumento en el producto neto (Santos, Vázquez, & Álvarez, 2002).

Más adelante, los clásicos consideraban que el crecimiento a nivel económico se fundamentaba en la acumulación de los factores de producción, específicamente en el capital físico y el capital humano, de modo que sí capital y trabajo están disponibles, la economía crecería a buen ritmo; a este postulado David Ricardo agregó la importancia del avance de la ciencia y la técnica dentro del crecimiento económico, como herramientas fundamentales que ayudan al mismo. Luego aparecen los modelos neoclásicos que centran su atención en los factores productivos tierra, capital trabajo con el supuesto de la perfecta movilidad entre los mismos (Amate Fortes & Guarnido Rueda, 2011).

A partir de la década de los 70 fueron impulsados los postulados neoliberales, que tenían como premisa principal, la liberalización económica orientada a restituir la dinámica de las libres fuerzas del mercado, donde se diera una amplia apertura externa con miras a integrar mercados a

escala mundial, desde aquí se entiende que son ideas de la economía orientada al mercado, como un mecanismo de crecimiento y desarrollo (Amate Fortes & Guarnido Rueda, 2011).

El neoliberalismo ha sido asociado a un conjunto de prácticas a nivel político y económico, que aboga por el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales de las personas, en un contexto donde primen los derechos de la propiedad privada, la libertad a nivel de comercio, y el libre mercado, donde el Estado debe trabajar por construir y mantener un marco internacional donde sea posible el desarrollo de tales prácticas, es decir, que entre sus funciones se encentra el garantizar el adecuado funcionamiento de los mercados (Harvey, 2007).

Así mismo el neoliberalismo ha sido analizado como un conjunto de ideas que han llevado a la transformación del sistema económico, ya que ha dado paso, a la libre marcha del mercado, entrado aquí los conceptos de globalización, en este sentido se entiende, que las ideas de propiedad privada y libre mercado, abren las puertas a la internacionalización de las transacciones, de modo que se implementan políticas y estrategias para la compra y venta de servicios y bienes a nivel internacional, es decir, se incrementan las importaciones y exportaciones entre los países (Ortner, 2015)

Para hablar de una economía orientada al mercado, primero es necesario hablar del sistema económico, entendido este como un conjunto de actividades, procesos y transacciones económicas que se desarrollan dentro del mercado, y que tienen como base la propiedad privada, donde existe la libre elección y los principios de competencia, además de que el papel del gobierno se encuentra limitado (Santos, Vázquez, & Álvarez, 2002).

La economía orientada al mercado, también tiene su estricta relación con el concepto de globalización, a medida en que este involucra las relaciones internacionales asociadas a la

producción, la comercialización y demás transacciones que se establecen en un sistema económico, de ahí que la globalización implica la existencia de competitividad, sea ésta a nivel de país, o de empresa. De aquí que la internacionalización de la organización se considera un gran reto que la empresa debe superar (Parra Guerrero & Martín, 2003).

En una economía de mercado orientada al mercado, las empresas deben comprender y gestionar la información de sus clientes, de sus competidores, y de las fuerzas del entorno que les rodea y que de una manera u otra les afecta, esto con el fin de mantener y tratar dicha información para crear valor, de tal manera que la empresa pueda reaccionar ante las necesidades, demandas y requerimientos del mercado, también para que se anticipe ante tales demandas y su portafolio de productos o servicios resulte más satisfactorio que el de sus competidores (Santos, Vázquez, & Álvarez, 2002).

Se puede decir que una empresa orientada al mercado gestiona la información que llega, de acuerdo con los requerimientos del mercado, de manera que construye capacidades que la distinguen entre sus competidores, para alcanzar el objetivo de la satisfacción al consumidor brindándole un valor superior (Blesa Pérez & Ripolles, 2005).

3.2.6 Encadenamiento productivo

Los encadenamientos productivos tienen su origen en los postulados de Hirschman A.O., quien en respuesta a las ideas de Harrod-Domar, consideró, que más que la importancia del cociente capital producto, en el crecimiento económico, se debía dar especial atención a la incorporación de recursos ocultos, diseminados o mal utilizados; es este autor que, aunado a esta idea, habla de los eslabones que beneficien entre sí la actividad productiva (Pino, 2004).

De modo que, con los postulados anteriores se reconocen dos modos o tipos de eslabonamientos, el primero reconocido como eslabonamiento hacia atrás, donde cobra importancia el producto terminado, pues es de donde parte el estímulo; y el segundo es el eslabonamiento hacia adelante, donde los inputs intermedios sirven de estímulo para la obtención del producto final, estos a su vez se relacionan directamente con estrategias tendientes a la ampliación y diversificación del mercado, estos eslabonamientos tienen efectos multiplicadores, sea nivel de demanda, o a nivel de producción (Pino, 2004).

Dentro de la actividad productiva, los eslabones resultan fundamentales, pues en estos se configuran las relaciones de los diferentes actores, de igual manera, estos se apoyan de sus interacciones y dinámicas, y de la sinergia que en tales interacciones se produce, sinergia que se coordina en las relaciones de entrada y las relaciones de salida, así como en la gestión de la empresa, de manera que el aporte realizado sea a la eficiencia total del encadenamiento (Garzón, 2018).

El concepto de Supply Chain Management (encadenamiento productivo), apareció hace varias décadas, y la teorización para la conceptualización de la misma ha sido compleja por la heterogeneidad de implicaciones que lleva consigo, entre los conceptos acotados, se entiende como una filosofía organizacional, integrada que administra un canal de distribución, también se asocia a la estrategia para administrar los procesos desde el proveedor hasta el cliente final, o se entiende como una integración conjunta a nivel administrativo de los procesos logísticos necesarios para la producción de bienes o servicios de manera efectiva (Quesada, Lafuente, Meneses, & Gamboa, 2008).

Otros autores respaldan lo anteriormente dicho, argumentando que un encadenamiento productivo tiene que ver con un conjunto de actores económicos que se asocian en la cadena de

valor para la producción de un bien o servicio, y que mediante trabajo conjunto o coordinado, obtienen beneficios, a la vez que aumentan o mejoran sus niveles de competitividad; de este modo, se habla del conjunto de eslabones, es decir, del grupo de actividades necesarias para tener un producto terminado, que se enlazan para realizar el proceso de forma eficiente (Rioseco, 2019).

El encadenamiento productivo se entiende como las actividades que, interrelacionadas entre sí, desembocan en un producto, estas actividades tienen que ver con el diseño, la producción, la comercialización y el proceso de mercadeo de dicho producto. Es decir, que se refiere a un conjunto de actividades que se encuentran involucradas en la consecución de una mercancía final (Bekerman, 2001). Es posible hablar de diversas formas para llevar a cabo un encadenamiento productivo, tal como se muestra en la Figura 6.

Figura 6

Estilización de los Encadenamientos Productivos

Nota. Fuente: Adaptado de Bekerman (2001).

Los encadenamientos productivos tienen que ver con la organización de un conjunto de empresas dedicadas a actividades similares o que se encuentran en un mismo sector y en una zona geográfica específica, esto con el objetivo de optimizar los recursos que tienen a

disposición y prestar un sevicio adecuado al segmento de mercado al cual van dirigidas, de tal manera que, al estar agrupadas tienen la facilidad de superar debilidades individuales que generalmente se producen por falta de conocimiento o de recursos (Benavides, 2009).

3.2.7 Clúster y cadenas productivas

Para hablar de los Clúster a nivel del sistema económico y productivo, son estudiados los postulados de Porter, quien define el clúster como un número de empresas e instituciones conectadas, y cuyo vínculo se centra en la localización geográfica, estos actores pertenecen a un campo específico o especializado a nivel de actividad productiva, que comparte rasgos entre sí, por lo que resultan complementarios (Bao Cruz & Blanco Silva, 2014).

Partiendo de la definición de Porter, otros académicos han asociado el significado de Clúster a una unidad, agregado o conjunto de compañías que se asocian en un campo próximo, con actividades económicas y productivas relacionadas, y con proximidad geográfica, que les permite compartir prácticas, que se convierten en similares o complementarias, es decir es la agrupación de servicios que hacen posible el obtener un producto o servicio final de alta calidad (Begazo, 2004).

Para agregar a la definición del clúster, se entiende este como aquel que involucra a los diferentes actores en un complejo productivo, que se concentra a nivel sectorial y/o geográfico, y cuyas actividades tienen semejanza o relación, entre los actores involucrados, la relación puede ser hacía atrás, es decir hacia los proveedores de materia prima, insumos o equipos; o hacia adelante y hacia los lados, es decir hacia industrias procesadoras, empresas de servicios y actividades estrechamente ligadas a la producción final; donde además se encuentra importantes

economías externas de aglomeración y especialización, mano de obra especializada y servicios específicos anexos en el sector (Dirven, 2001).

Al hablar de clúster, se entiende que estos involucran o giran en torno al concepto de competitividad, de modo que se den las posibilidades para las mejoras a nivel competitivo, tanto de los actores a modo individual, es decir, de cada empresa u organización, y de los grupos económicos como tal, dicha competitividad se mejora con la captación de externalidades positivas enlazadas con las ventajas de ubicación (Anlló, Bisang, & Salvatierra, 2010).

La organización del sector económico y productivo en clúster, es de gran importancia para el sistema económico regional pues desencadena efectos positivos sobre las empresas, acarrea innovación y transferencia de conocimiento, en sí son generadores de competitividad. Cuando actúan mediante aglomeraciones, sobre todo las pequeñas y medianas empresas tienen la oportunidad de vencer barreras, crecer a nivel económico, y desarrollar ventajas competitivas (Begnini & Carvalho, 2021).

De la mano de los clústeres, van las cadenas productivas, como es sabido, el concepto de ventaja competitiva cobra relevancia a nivel de negocios y mercados, aún más cuando se trata de internacionalización de los mismos, de ahí que dicho concepto está asociado a las cadenas productivas que hacen referencia a la articulación de diversas unidades empresariales con el fin de generar valorar, dentro del sector donde desarrollan su actuación. En este apartado cabe destacar el aporte del pionero Hirschman, quien propuso el termino de encadenamiento para referirse a la cooperación entre firmas que permitía generar mayores riquezas, por otro lado, Porter menciona que generar ventajas competitivas dentro de una empresa, se asocia con una articulación eficiente de tal organización en una cadena de valor adecuada (Isaza, 2008).

En sí las cadenas productivas, responden a un conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en u proceso productivo que involucra la provisión de materia prima, insumos los cuales se manufacturan para producir bienes intermedios y finales, que más tarde serán comercializados en mercados internos y externos; aquí también intervienen proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y otros organismos involucrados en la financiación (Campero, 2015).

Una cadena productiva se caracteriza por que cuenta en su estructura organizativa con actores independientes, tiene una orientación liderada hacia la oferta, tiene identificado un potencial de mercado, los elementos principales a considerar son los costos y los precios, trabaja una estrategia de productos básicos, por ejemplo los commodities, con una visión a corto plazo y un flujo de información escaza, esta cadena productiva no necesariamente tiene que ver directamente con la cadena de valor, pues esta segunda cuenta con componentes opuestos (Fundación CODESPA, 2011).

3.2.8 Competitividad

Como se ha mencionado diversos son los teóricos que han abordado el tema del sistema económico, el mercado, la globalización, y junto a ello la competitividad; entre ellos, Adam Smith, hablando de la riqueza de las naciones, más adelante, quien abre las puertas para tratar este conjunto de elementos es David Ricardo, con su teoría sobre el comercio internacional, que está basada en las diferencias de productividad dadas por la mano de obra; con estas bases sentadas, llegaron Heckschen y Ohlin, con su teoría de la ventaja comparativa, que hace referencia a la presencia de los factores de producción: tierra, capital, mano de obra, recursos naturales, y la diferencia en el nivel de tecnología que posee cada nación, de donde la ventaja comparativa se basa en el uso intensivo del factor abundante (Labarca, 2007).

Luego, Michael Porter, argumenta que la competitividad se asocia con el éxito o fracaso de las empresas. De ahí la importancia de establecer una buena estrategia competitiva, la cual hace referencia a habilidades o destrezas para permanecer en un ambiente o entorno competitivo, de ahí que es un indicador que mide la capacidad de una empresa para competir dentro del mercado y frente a sus rivales comerciales. La competitividad es entonces, la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá mantenerse y ampliar el campo de acción. Porter considera la importancia de la rentabilidad dentro de la competitividad, pues ésta debe ser suficiente, creciente y sostenida en el tiempo, con el fin de garantizar los elementos esenciales para la existencia de una empresa (Porter, 1999).

Una de los grandes aportes realizados por Porter a la comprensión del concepto de competitividad, es el diamante de la competitividad, donde están directamente relacionados la Innovación con los factores de oferta, los factores de demanda, la estrategia empresarial, y las oportunidades que acarrea la integración con empresas relacionadas, es decir los pilares de la competitividad son internos y externos dentro de una organización (Porter, 1999).

La competitividad, en algunas ocasiones es considerada como un elemento dependiente de variables macroeconómicas, las cuales fluctúan dentro del sistema económico, tal es el caso de los tipos de cambio, las tasas de interés, o el déficit o superávit gubernamental; aunado a esto, algunos teóricos han sumado variables microeconómicas como como la mano de obra, y las variables internas dentro de cada organización, finalmente se cree también que la competitividad depende de los recursos naturales, su abundancia o escasez (Huayta, 2019).

Considerando las necesidades y demandas de la globalización, donde los mercados presentan apertura e internacionalización, se habla de la competitividad sectorial, que a su vez involucra la competitividad de mercado, que tiene que ver con las cadenas productivas, que

suelen ser ampliamente estudiadas por los teóricos de la competitividad, en la medida en que estas contribuyen en la creación de ventajas competitivas que les permiten sobresalir en su sector de acción (Isaza, 2008).

Para los investigadores del Instituto Alemán de Desarrollo de Berlín, existe la denominada competitividad sistémica, concepto que plantea, que la competitividad no surge espontáneamente con la variación del contexto macroeconómico, ni viene directamente del contexto microeconómico, sino que esta se crea tras interacciones complejas y dinámicas entre el Estado, las Empresas, las instituciones intermedias, y la capacidad organizativa de la sociedad en general, donde es fundamental la presencia de incentivos que motiven el aprendizaje constante del sector empresarial, de ahí que se considera a la competitividad como un esfuerzo multidimensional continuo, donde uno de los ejes debe ser la innovación (Ubfal, 2004).

Según la agenda interna para la competitividad y la productividad, la competitividad de una región se relaciona con la producción de bienes y servicios, y la capacidad que estos elementos tienen para competir exitosamente en mercados globalizados, generando crecimiento sostenido a largo plazo y contribuyendo a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes. La competitividad está ligada a factores como infraestructura, recursos humanos, ciencia y tecnología, instituciones, medioambiente y entorno macroeconómico, los cuales afectan a la actividad productiva (DNP, 2015).

La competitividad a nivel empresarial se explica por diferentes factores internos y externos a la organización, entre los factores internos es posible mencionar las características a nivel organizativo, administrativo, financiero, y demás cualidades microeconómicos particulares según cada organización; y a nivel externo aquellos elemento del entorno tal como políticas

estatales, recursos disponibles, relación con proveedores, cliente y distribuidores, que de ser bien llevados generan ventajas competitivas a la compañía (Isaza, 2008).

3.2.9 Inteligencia de mercados

Dentro de la gestión de mercados se habla de la inteligencia de mercados, como una estrategia que conlleva hacia la competitividad, esta es una alternativa de investigación conocida como IM, que se implementa en las organizaciones para conocer y entender el contexto en el que se mueven las mismas, esto permite un continuo aprendizaje a la compañía, donde reconoce la necesidad del cliente y las respuestas adecuadas a la misma, además de contribuir en la generación de valor agregado para los productos que ya estan presentes en el mercado, y en ultimas adoptar o adaptar procesos de innovación (Córdoba & González, 2013).

Autores como Kotler y Porter reconocen a la IM como un sistema de actuación específico en temas de mercadotecnica, el cual parte de un diseño sistemático, siguiendo con una recolección, análisis y presentación de la información con datos relevantes sobre el problema del mercado a tratar, donde las tres variables elementales para el analisis son: la empresa, los clientes, y la competencia, pues la union de los tres permite dar respuestas efectivas a las demandas del mercado, convirtiendo a la organización en competitiva (Córdoba & González, 2013).

Más adelante, otros teoricos como Aaker y Day, formulan que la Inteligencia de Mercados, a parta de involucrar un sistema para el analisis de datos, que relaciona a la empresa con su entorno, contribuye con la identificación de oportunidades de mercado en el mundo globalizado, teniendo en cuenta las necesidades del consumidor, la capacidad de la empresa para

producir y responder a tales necesidades, toma de decisiones dentro de la empresa asociadas a la producción, conceptualización de la producción según las necesidades del mercado y la comunicación de tal conceptualización al consumidor (Córdoba & González, 2013).

La inteligencia de mercados, comprende un proceso de exploración de variables que permiten reconocer el comportamiento actual y tendencias referentes a oferta, demanda y precios de un producto, que se analiza a nivel global, o en ciertos nichos de mercado. Por lo tanto, es posible considerarla como un mecanismo de información y monitoreo para optimizar o mejorar la toma de decisiones a nivel interno de la empresa en las areas administrativas y gerenciales (Bernal, 2017).

Los factores que estan implicados dentro de la inteligencia de mercados son el marketing estratégico, el scoring aplicado al marketing, y la investigación de mercados. El primero trata sobre las estrategias aplicadas al marketing relacionado con la empresa y sus productos o servicios. El segundo trata de la definicion de indicadores y diseño de formatos para el analisis cuantitativo y cualitativo de la información recolectada, y la tercera involucra el proceso de levantamiento de la información (Reyes Jaramillo, 2019).

3.2.10 Investigación de mercados

La investigación de mercados tiene sus inicios en 1911, donde se desarrolló como una actividad organizada, siendo Charles Parlin gerente de investigación comercial del departamento de publicidad de Curtis Publishing Company, y por otro lado para el mismo año se fundó el The Bussiness Bourse a cargo de George Frederick, en 1919 se publicó la investigación de mercados Commmercial Research: An Outline of Working Principles de C.S. Duncan; el libro Market Análisis de Percival White apareció en 1921, como fundamental para el desarrollo de la investigación de mercados (Prieto Herrera, 2013).

Dentro del mundo globalizado, la experiencia a nivel de empresas y de sectores económicos, sirve pero en muchos casos no es suficiente, debido al contexto y coyuntura cambiantes dentro de una dinámica económica compleja que significa la presencia constante de incertidumbre , de ahí que las necesidades frente a la calidad del producto, servicio y el consumo, así como el aumento de la competencia, y los costos para las estrategias de marketing, son el impulso que mantiene y lleva a mejorar los procesos de investigación de mercados (Merino Sanz, 2015).

La definición de la investigación de mercados está asociada con la obtención de datos e información para la adecuada toma de decisiones, teniendo en cuenta el ambiente competitivo, y cuyo objetivo central se basa en tres ámbitos: el ámbito social, donde busca recopilar, organizar y analizar información donde juega un papel fundamental, el consumidor, el productor, los productos y los servicios; el ámbito económico, donde ayuda a aclarar alternativas de beneficio, utilidad o rentabilidad, y el ámbito administrativo, donde la investigación sirve como eje para la toma de decisiones, y facilita la planeación, ejecución y control del aspecto productivo (Prieto Herrera, 2013).

Otros autores, agregan a la definición anterior, que aparte de brindar información pertinente y actualizada sobre los diferentes actores y su dinámica dentro del mercado, es un instrumento útil para minimizar los riesgos, a través de un proceso de toma de decisiones más acertado, y que contribuye con el desarrollo de sistemas de marketing, que a su vez ayuda a suplir carencias de información en relación con la toma de decisiones (Merino Sanz, 2015).

En si la investigación de mercados comprende un proceso, donde se reúne, se registra, y analiza los hechos asociados a las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general, que giran en torno a un problema o situación específica dentro del contexto y el mercado, así mismo se utiliza para determinar los objetivos del área comercial, que deben

basarse en un conocimiento real sobre el área de acción que atañe a la organización, y permite el desarrollo de planes de acción que considera recursos y estrategias de producto, precio, distribución y publicidad, contenidos para un periodo de tiempo determinado (Benassini, 2001).

3.3 Marco conceptual

CADENA PRODUCTIVA: Se conoce como un grupo de agentes económicos y de provisión de bienes interrelacionados que participan directamente en la producción primaria, transformación y transporte hasta el consumidor de un producto, en un entorno determinado. La eficiencia y efectividad de la cadena productiva son importantes para el éxito de una empresa, ya que afectan la calidad y el precio del producto final y su capacidad de satisfacer las necesidades del mercado.

COVID-19: Es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2, que se identificó por primera vez en Wuhan, China, en diciembre de 2019. La enfermedad se ha extendido rápidamente por todo el mundo y se declaró una pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en marzo de 2020. El impacto económico y social de la pandemia de COVID-19 ha sido significativo, con cierres de negocios y pérdida de empleos a nivel mundial, además de una contracción del PIB debido a la disminución de producción y consumo en el año 2020.

CULTIVO AGRICOLA: Se le denomina a la práctica de producir alimentos y productos agrícolas a través de la siembra de semillas en la tierra, el cuidado para garantizar su germinación y la cosecha de dichos cultivos. Esta actividad es fundamental para la seguridad alimentaria y el bienestar económico de las comunidades. (AGROPINOS, 2017) El cultivo agrícola puede realizarse en diferentes sistemas, desde pequeñas huertas familiares hasta grandes explotaciones agrícolas con maquinaria y tecnología avanzada.

DIVERSIFICACIÓN: La diversificación se basa en generar cambios a aquello que normalmente es uniforme. Como estrategia implica expandir la gama de productos y servicios que ofrece una empresa y puede lograrse incursionando en nuevos mercados o agregando

productos a la cartera de la empresa. Tiene como objetivos, reducir la dependencia de un solo producto o mercado, aprovechar nuevas oportunidades y mejorar la estabilidad financiera.

ESLABONES DE LA CADENA PRODUCTIVA: Una cadena productiva cuenta con etapas consecutivas que cambian cuando los diversos insumos sufren algún tipo de transformación, hasta llegar a la constitución de un producto final y su ubicación en un determinado mercado. Estas etapas son conocidas como eslabones, dichos eslabones se encargan de cumplir diferentes funciones dentro de la cadena productiva como proveedores, producción, transformación, comercialización, distribución y consumidor final. En cada uno de los eslabones se pueden reconocer diferentes actores que intervienen en la cadena productiva y de esta manera demandan u ofrecen diferentes productos con características de calidad, cantidad u oportunidad. (Cayeros Altamirano , Robles Zepeda, & Soto Ceja , 2016)

EXPORTACIONES: Se conoce como exportaciones a la agrupación de bienes y servicios comercializados desde un país productor a un extranjero para su utilización, en este contexto es el proceso de enviar un producto o servicio desde un país a otro, con el fin de internacionalizarlo en un mercado extranjero. (Oca, 2015)

GOBERNANZA: Se refiere al conjunto de procesos, instituciones y actores que participan en la toma de decisiones y el ejercicio del poder en una sociedad o sistema económico. La gobernanza incluye la regulación y el monitoreo de las actividades económicas y sociales, así como la creación y el cumplimiento de normas y políticas que rigen una sociedad. (NACIONES UNIDAS , 2022)

INICIATIVA CLUSTER: Se puede definir como un esfuerzo coordinado entre empresas, instituciones y organizaciones para mejorar la competitividad y el desarrollo económico de una

región o sector específico mediante la identificación y el desarrollo de acciones estratégicas para el cierre de las brechas que limitan la productividad y competitividad. Una iniciativa clúster se basa en la colaboración y la complementariedad de los actores involucrados, con el objetivo de aprovechar la cooperación y mejorar la eficiencia y la innovación en la producción y el comercio de bienes y servicios. (Red cluster Colombia , 2021)

INNOVACIÓN: Proceso de crear, transformar y aplicar ideas y tecnologías para mejorar o crear productos, procesos o servicios en virtud de una organización y para los consumidores con el fin de impactar favorablemente en el mercado. Un aspecto muy importante en el momento de implementar la innovación es descubrir oportunidades brindando soluciones a los clientes con respecto a sus necesidades no satisfechas y sobre todo a aquellas que no pueden expresar. (Gonzáles, 2012)

POLÍTICA DE DESARROLLO PRODUCTIVO: También conocido como CONPES 3866 es una política pública que contempla acciones en los encadenamientos productivos para facilitar la implementación de empresas colombianas en las cadenas regionales, locales y globales de valor, así como el diseño y desarrollo de programas de servicios de emparejamiento de oferta y demanda, la generación y divulgación de cadenas de valor que reconozcan oportunidades potenciales de encadenamiento. (MINCIT, 2016)

VALOR AGREGADO: Se puede definir como la diferencia entre el precio de venta de un producto y los costos directos asociados con su producción. Es el valor adicional que se agrega al producto a lo largo del proceso productivo. Puede incluir costos indirectos como el costo de los materiales, mano de obra y los costos generales, así como cualquier valor adicional que se añada a través de la investigación y desarrollo, la marca, la distribución y el marketing. (Ministerio de Hacienda , 2020)

3.4 Marco legal

El presente trabajo se encuentra regido por las siguientes normas de producción, comercialización e internacionalización:

Decreto 1071 de 26 de mayo de 2015, Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural. Este decreto nos ayuda a tener en conocimiento y constatar las reglamentaciones que en este caso es de interés sobre sector agropecuario y también saber cuáles son los aspectos administrativos del mismo y cómo manejarlos.

Ley 811 de 2003, por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones. En el desarrollo de la presente investigación la cual está directamente relacionada con la cadena productiva de la uchuva, esta ley nos ayuda a rectificar la importancia del desarrollo de la cadena productiva y cómo esto puede generar beneficios comunitarios.

Decreto 410 el 27 de marzo de 1971, por la cual se expide el código de comercio. En este decreto se pueden identificar las regulaciones y normas que una persona natural o jurídica debe tener en cuenta en el momento en que desee ejercer el comercio.

Decreto 2788 de 2004, por el cual se reglamenta el Registro Único Tributario de que trata el artículo 555-2 del Estatuto Tributario.

Resolución 2674 de 2013, por medio de la cual establece los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización

de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Resolución ICA No. 3180 de 2009, la cual busca asegurar la calidad del material vegetal que se produce en el país y se establecen los requisitos y procedimientos para la producción y distribución de material de propagación de frutales en el territorio nacional y se dictan otras disposiciones.

Resolución ICA No.748 de 1984, por la cual se dictan normas para la producción, distribución y comercialización de material de propagación de frutales. El ICA dictó la resolución N° 748 del 16 de abril de 1984 con el fin de velar por la Sanidad Vegetal del material de propagación de frutales; producido, distribuido y comercializado por los viveros, en todas las zonas frutícolas del país. Dicha resolución establece la necesidad de ejercer la vigilancia sanitaria en viveros para prevenir la introducción y diseminación de plagas (enfermedades, insectos, maleza) a los huertos.

Resolución ICA N°. 8461 de 2019, por la cual se establece el plan fitosanitario para las moscas de la fruta en predios de producción de vegetales para la exportación en fresco registrados ante el ICA Ten pro a la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Norma Técnica Colombiana NTC 5422, esta norma tiene por objeto establecer los requisitos que deben cumplir los empaques y embalajes utilizados en la comercialización de frutas, hortalizas y tubérculos frescos, con el propósito de conservar su calidad, protegerlos de agentes contaminantes y prevenir la contaminación del medio ambiente.

Ley 822, 2003, por la cual se dictan normas relacionadas con los Agroquímicos Genéricos.

Establecer los requisitos y procedimientos concordados para el registro, control y venta de agroquímicos genéricos en el territorio nacional, incluidos sus ingredientes activos grado técnico y sus formulaciones, para minimizar los riesgos de la salud humana y su impacto en el medio ambiente.

Ley 607, 2000, por medio de la cual se modifica la creación, funcionamiento y operación de las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria, UMATA, y se reglamenta la asistencia técnica directa rural en consonancia con el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología.

La Norma Técnica Colombiana del ICONTEC (NTC) 4580, donde se encuentran las especificaciones técnicas sobre el empaque para uchuva, relacionadas con los materiales permitidos, las dimensiones, la reutilización de empaques y el rotulado, así como otras disposiciones para conservar la calidad del producto.

Resolución 2387 de 1999 Ministerio de Salud, por la cual se oficializa la norma

técnica colombiana NTC 512-1 relacionada con el rotulado de alimentos. El aporte que nos da esta resolución se ve reflejado en la comercialización de la uchuva.

Ley 590 de 2000 Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010, por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. la cual tiene por objeto promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

Resolución No. 00245 de 10 de noviembre de 2003, en la cual el Ministerio de Agricultura, responsabiliza al ICA de establecer los procedimientos Fitosanitarios, técnicos y logísticos que deberán cumplir las personas naturales y jurídicas que apliquen el tratamiento fitosanitario a los embalajes de madera acordes a las normas internacionales sobre la materia. Esta resolución se ve relacionada con el desarrollo de nuestro trabajo para la posterior estrategia de internacionalización.

Tratado de Libre Comercio Colombia - Estados Unidos, suscrito en Washington, el 22 de noviembre de 2006, el cual elimina los aranceles y otras barreras a las exportaciones de Estados Unidos incluyendo en la lista de desgravación a la subpartida 08109050 perteneciente a la uchuva.

Acuerdo de Libre Comercio Colombia - Canadá, suscrito el 21 de noviembre de 2008, vigente a partir del 15 de agosto de 2011, el cual tiene como objetivo la creación de un espacio libre de restricciones en el cual se logró libre acceso al mercado de Canadá para el 98% de las importaciones agrícolas provenientes de Colombia en las cuales se incluye la uchuva

Tratado de Libre Comercio Colombia - Unión Europea, firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012, en el cual el 99 % de las exportaciones colombianas tienen un acceso preferencial a la Unión Europea, es decir, pueden ingresar libres de arancel. Este tratado de libre comercio es de nuestro interés ya que se ven involucrados tres de los principales importadores de uchuva colombiana como lo son Países Bajos, Alemania, Bélgica y Francia

4. Proceso metodológico

4.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio se realizó a nivel descriptivo. Por medio de este estudio se pudo efectuar el correspondiente análisis y asociación de variables que permitieron identificar y analizar de manera exacta el comportamiento de la cadena productiva frutícola- uchuva, la caracterización de los productores de los municipios de Ipiales y Pupiales, la identificación de importantes actores de una iniciativa clúster, con el fin diseñar las estrategias necesarias y contemplar la posible aplicación de una iniciativa clúster en pro de fortalecer y darle un enfoque de internacionalización al producto desde los municipios de Ipiales y Pupiales.

Además, un estudio de tipo exploratorio dado que la información recolectada se asocia a un sector en particular, por lo tanto, dicha información no se encuentra en fuentes bibliográficas, de ahí que se acude al trabajo de campo para recolectar esta información primaria, con la ayuda de instrumentos previamente validados como la encuesta, la entrevista y la observación.

4.2 Paradigmas de investigación

El paradigma de la investigación se planteó desde dos puntos, cualitativo con un enfoque subjetivo y cuantitativo con enfoque objetivo, es decir, a partir de un enfoque mixto. Mediante este enfoque se buscó lograr un proceso veraz, ordenado, empírico y crítico. Por ende, en la investigación no solo se hizo necesario cuantificar los datos y transformarlos en estadísticas sino también, se precisó comprender la realidad de cada uno de los resultados.

4.2.1 Investigación cualitativa

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones criticas para el análisis e interpretación de resultados del comportamiento de la cadena productiva frutícola-uchuva, además de la caracterización de los productores del municipio de Ipiales y Pupiales y la evaluación de alternativas en mercados internacionales bajo una iniciativa clúster.

4.2.2 Investigación cuantitativa

Se desarrollo mediante la recolección y el análisis de datos cuantitativos, numéricos, que permitieron establecer con mayor exactitud los diferentes comportamientos productivos y comerciales dentro de la cadena productiva frutícola-uchuva.

4.3 Método de investigación

El método de investigación permite organizar el procedimiento lógico general por seguir en el conocimiento y llegar a la observación, descripción y explicación de la realidad. Según el objeto de investigación, el tipo de método de investigación que se empleo es el método inductivo, porque planteamos unos objetivos específicos que nos ayudaron a lograr el objetivo general, ya que la inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación. (Charles E. – Thomas S.T 1970).

4.3.1 Método inductivo

Mediante la recolección de datos, observación y análisis de las situaciones particulares, se formula una hipótesis que permitan el descubrimiento de temas generalizados y de teorías que partan de la observación sistemática, permitiendo finalizar con unas conclusiones generales.

4.4 Fuentes para la recolección de información

4.4.1 Fuentes secundarias

Para el desarrollo de esta investigación, se tomó como base fuentes de información como documentos, libros, tesis, plataformas estadísticas como TRADE MAP, LEGISCOMEX, DIAN, PROCOLOMBIA, FAOSTAT, AGROSAVIA, etc. Además, paginas especializados acordes al objeto de estudio, informes regionales y gubernamentales que permitieron analizar la evolución del sector y las características actuales de la cadena productiva de uchuva. Se acudió también a materiales que sirvieron de apoyo para aclarar conceptos como páginas de internet, revistas y periódicos digitales relacionados con el tema.

4.4.2 Fuentes primarias

La investigación se llevó a cabo con fuentes primarias debido a que la recolección de la información se hizo de forma directa, con trabajo de campo, con el fin de conocer de primera mano la situación actual de los productores de uchuva del municipio de Ipiales y Pupiales y poder identificar las expectativas de participación en una iniciativa clúster por parte otros actores importantes para la formalización de esta.

4.5 Instrumentos de recolección de información

4.5.1 Encuestas

Según (Malhotra, Naresh K.), las encuestas se aplican a un número de personas determinado, de acuerdo al tipo de muestreo seleccionado utilizando un cuestionario prediseñado. De acuerdo al mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica, para el presente proyecto de información la encuesta a aplicar es de tipo personal, es

decir, se realizó la visita a ocho (8) productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño con el fin de determinar características productivas, organizacionales, perspectivas asociativas, perspectivas de internacionalización y perspectivas de acciones de iniciativas clúster.

4.5.2 Entrevistas

"Una entrevista es una conversación con propósito. Es un proceso interactivo que involucra muchos aspectos de la comunicación que el simple hablar o escuchar, como ademanes, posturas, expresiones faciales y otros comportamientos comunicativos" (Morgan y Cogger, 1975)

Como instrumentos de recolección de información; la entrevista se desarrolló orientada a indagar sobre la participación dentro una iniciativa clúster a actores importantes diferentes a productores. Para el presente trabajo se aplicó dos entrevistas estructuradas, en el sentido de que las existen preguntas guía que permiten dar respuestas según la necesidad de información sobre la que se esté indagando (Monje, 2011).

4.5.3 Observación

El proceso de observación, durante la ejecución de los procesos investigativos, parte de la delimitación de aquellos aspectos que son de interés para analizar. De esta manera la observación científica se realizó de manera planeada de acuerdo a los objetivos formulados, y el problema previamente planteado y sistematizado (Monje, 2011). Este proceso de observación se hizo de tipo no participante, es decir, el investigador observa el fenómeno, más no participa dentro del desarrollo del mismo, así la observación permitirá detallar las características fundamentales de la producción de uchuva en su contexto natural, así como las características organizativas y

administrativas de los productores, que por una u otra razón no se hayan abordado en los anteriores instrumentos.

4.5.4 Población y muestra

Se eligió una muestra especifica representativa de la población, con el fin de realizar un pronóstico en poblaciones futuras de las mismas características de este modo:

- 8 productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño
- 1 actor dentro del eslabón de la cadena productiva de uchuva diferente a productor.
- 1 entidad pública o privada con conocimiento en procesos de cadenas productivas, clúster o iniciativas clúster.

Para la presente investigación se ha determinado una técnica de **muestreo no probabilístico.** Según (Cuesta, 2009) El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Se seleccionaron ocho (8) productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales para responder las encuestas , un (1) actor dentro de la cadena productiva de uchuva diferente a productor y una (1) entidad pública con conocimientos en cadenas productivas, clúster o iniciativas clúster, quienes respondieron a la entrevista; la muestra es escogida bajo la información suministrada por el empresario Jhon Robert Moran emprendedor pupialeño egresado de la universidad de Nariño con más de 15 años de experiencia en el sector exportación y producción de uchuva, ha desarrollado proyectos con el ministerio de agricultura como asesor socio-empresarial, actualmente hace parte de SUR TROPIKA SAS empresa localizada en el

municipio de Pupiales dedicada al cultivo y comercialización de frutas tropicales y subtropicales que trabaja de la mano con pequeños productores del municipio.

4.5.5 Procesamiento de datos

De acuerdo al enfoque de investigación mixto, donde se involucran los enfoques cuantitativo y cualitativo, el proceso investigativo para el primer enfoque, se realizó de manera ordenada, donde cada fase precede a la siguiente, en este trabajo se ejecutaron tres fases, que permitieron el cumplimiento de los objetivos. Entre estas fases están: Levantamiento de datos, sistematización y análisis de datos, construcción del informe final.

Levantamiento de datos. En esta fase se contempló la recolección de datos mediante la aplicación de los instrumentos preparados, es decir, mediante la aplicación de la encuesta, la entrevista y el diario de campo, de aquí que la información es de tipo primario, dado que las fuentes de información responden a este tipo, y se realizó mediante la salida de campo.

Sistematización y análisis de datos. Una vez recolectada la información a través de la aplicación de los instrumentos respectivos, se procedió a preparar la misma, es decir, la tabulación mediante codificación en el procesador estadístico Excel para información de tipo cuantitativo. Y transcripción para categorización de información, correspondiente a la información de tipo cualitativa. Después de vaciado el total de la información, se procede a realizar el análisis individual, y posteriormente la triangulación, es decir, la combinación de toda la información recolectada, tanto información cuantitativa como cualitativa.

Construcción del informe final. Después de analizada la información mediante los cruces pertinentes, se construyó el informe final de investigación que da respuesta a cada uno de los objetivos planteados.

5. Aspectos administrativos

5.1 Presupuesto

Tabla 9

Presupuesto

Presupuesto			
	Investigador 1	**Investigador 2**	**Total**
Desarrollo Informe Final	550.000	550.000	**1.100.000**
Eventos Académicos	100.000	100.000	
Movilidad local	100.000	100.000	
Acceso a internet	150.000	150.000	
Otros imprevistos	200.000	200.000	
Trabajo de Campo	950.000	950.000	**1.900.000**
Transporte	200.000	200.000	
Movilidad local	100.000	100.000	
Alimentación	100.000	100.000	
Papelería	50.000	50.000	
Conectividad	100.000	100.000	
Otros imprevistos	100.000	100.000	
Talento humano	150.000	150.000	
Análisis de recolección de información	150.000	150.000	
			3.000.000

6. Capítulo 1

Realizar un análisis situacional de la cadena productiva frutícola- uchuva, que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en el Municipio de Ipiales y Pupiales, Nariño.

6.1 Características generales de la uchuva

6.1.1 Origen

La uchuva es originaria de la región Andina; Colombia, Perú y Ecuador son los países de América donde se cultiva tradicionalmente la uchuva. En los últimos años la producción de uchuva se ha comenzado a extender a países como Brasil y Chile. Como actores del comercio internacional tenemos a Zimbawe, Kenia, Australia, Nueva Zelanda e India que participan de exportaciones de uchuva activamente; cabe resaltar que Colombia tiene ventaja sobre sus competidores en cuanto a valor agregado y calidad, (Arias, Gomez, Suarez, & Rendón, 2015)

6.1.2 Descripción botánica

Planta de tipo arbustiva con una raíz fibrosa que se ha encontrado a más de 60 cm de profundidad en el suelo proporcionando un buen anclaje a las plantas. Posee un **tallo** herbáceo un poco frágil de color verde, con vellosidades de textura muy suave al tacto. Las **hojas** son varios tamaños, similares a un corazón, el limbo foliar es entero y al igual que el tallo presenta suaves vellosidades.

Figura 7

Imagen planta de Physalis Peruviana

Nota. Fuente: Elaboración propia

Las **flores** son hermafroditas de cinco pétalos en su base un color morado, con una corola de color amarillo y de forma tubular (Figura 8). El **fruto** es una baya carnosa de forma ovoide, su diámetro oscila entre 1,25 y 2,5 cm y su peso entre 4g y 10g (Figura 9). Su pulpa presenta un sabor ácido azucarado (semiácido) y contiene de 100 a 300 semillas pequeñas de forma lenticular (Figura 10); está cubierto por un **cáliz** o también conocido como **capacho** formado por cinco sépalos que le protege contra insectos, pájaros, patógenos y condiciones climáticas extremas (Figura 11). (PortalFruticola, 2016)

Figura 8

Imagen de la Flor Physalis Peruviana L.

Nota. Fuente: Adaptado de Physalis peruviana: el bombón andino, de Jardin Mudani,2012 (www.jardin-mundani.blogspot.com)

Figura 9

Imagen del Fruto Uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Physalis peruviana: el bombón andino, de Jardin Mudani,2012 (www.jardin-mundani.blogspot.com)

Figura 10

Imagen Pulpa de la Uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Physalis peruviana: el bombón andino, de Jardin Mudani,2012 (www.jardin-mundani.blogspot.com)

Figura 11

Imagen cáliz o capacho

Nota. Fuente: Adaptado de Physalis peruviana: el bombón andino, de Jardin Mudani,2012 (www.jardin-mundani.blogspot.com)

6.1.3 Taxonomía

Su sistema de clasificación taxonómica es el siguiente:

Tabla 10

Clasificación taxonómica

Reino	Plantae
Subreino	Tracheobionta
División	Angiospermae
Clase	Magnoliopsida
Orden	Solunares
Familia	Solanaceae
Genero	Physalis
Especie	Physalis peruviana L.

Nota. Fuente: Datos tomados de United States Deparment of Agriculture-USDA (2022)

6.1.4 Ecofisiología

En Colombia, la uchuva crece entre 1.800 msnm y 2.800 msnm a temperaturas entre los 13°C y 15°C. Por debajo de estas temperaturas el fruto y el arbusto se pueden ver afectados, de igual manera, si las temperaturas son muy altas, la floración y fructificación se pueden ver afectadas. Para determinar las características de color, sabor, tamaño, maduración del fruto y su contenido nutricional, se deben contemplar factores de temperatura y de luz. Para lograr obtener un fruto de alta calidad es necesaria una luminosidad que varíe entre las 1.500 y 2.000 horas luz/año. La precipitación anual óptima debe oscilar entre 1.000 y 2.000 mm bien distribuidos, con una humedad relativa entre los

70% y 80%. Los suelos con textura areno-arcillosa con buen drenaje y alto contenido de materia orgánica también son determinantes para el rendimiento del cultivo al mismo tiempo se debe considerar el pH del suelo que debe estar entre 5.5 y 6.8. (PortalFruticola, 2016)

6.2 Producción del ucltivo uchuva (physalis peruviana l.)

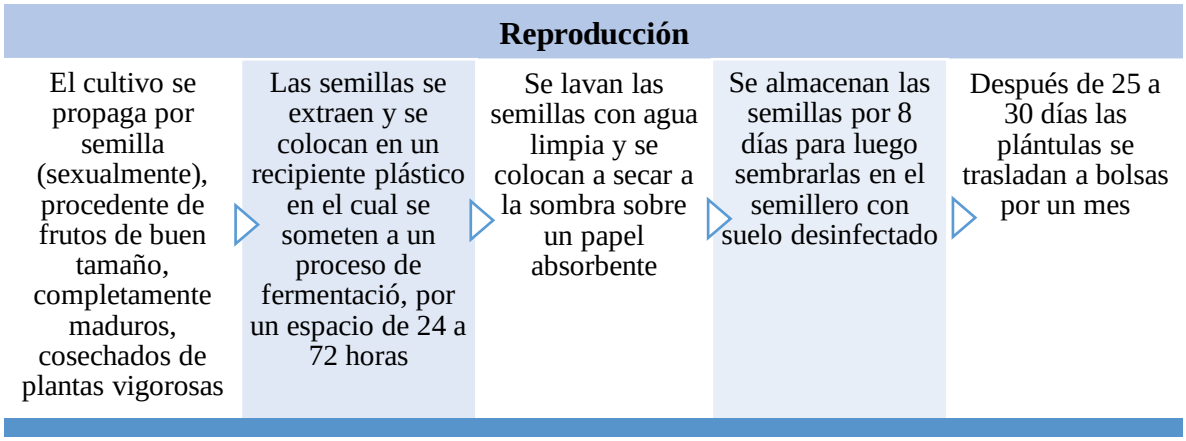
En el caso de la uchuva, la multiplicación de la planta se da normalmente por semilla. Según la normatividad de sobre las Buenas prácticas Agrícolas (BPA), toda semilla o material vegetal debe provenir de casas comerciales o viveros certificados por el ICA, que garanticen la trazabilidad e inocuidad del producto desde el inicio de su desarrollo.

El método de la propagación de la semilla se debe realizar con personal calificado y de cultivos que cumplan con la calidad y las características técnicas requeridas en la norma NTC 5400, donde se estable los requisitos y las recomendaciones de Buenas Prácticas Agrícolas para orientar a los productores de en este caso de frutas.

6.2.1 Reproducción de la semilla

Figura 12

Sistema de reproducción de la semilla de Physalis Peruviana l.



Nota. En la figura se explica el proceso de reproducción de la semilla de physalis Peruviana L. Fuente: Datos tomados de Manual de producción del cultivo de Physalis peruviana de PortalFruticola, 2016

6.2.2 Establecimiento del cultivo

Los procesos relacionados con la adecuación y preparación del suelo se deben sujetar a los lineamientos de las BPA, Norma colombiana NTC 5400.A continuación, se presentan los pasos básicos para establecer el cultivo de uchuva según el Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas (Secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014)

- Selección del terreno: se deben tener terrenos que no superen el 25% de pendiente, buscando facilitar su manejo y conservación**.** (Figura13)

Figura 13

Selección de Terreno

Nota. Predio seleccionado para el cultivo de uchuva, ubicado en el municipio de Pupiales, Nariño.

- Análisis de suelo: La norma BPA exige que se tenga un plan de fertilización basado en un análisis de suelo; este se debe realizar en laboratorio acreditado por el ICA y los resultados deben ser analizados por un ingeniero agrónomo. (Figura14)

Figura 14

Análisis de Suelo

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia,2014.

- Preparación del suelo: Las labores de preparación del suelo dependen del sistema de labranza bien sea mínima o convencional y del cultivo inmediatamente anterior.

  Luego de definir los sitios de siembra, se procede hacer un planteo de por lo menos un metro de diámetro en el sitio de siembra. (Figura 15)

Figura 15

Cultivo de Uchuva Bajo Labranza mínima

Nota. Fuente: Elaboración propia

- Trazado: Unos 45 dias antes de la siembra se debe hacer el trazado del cultivo, el cual depende de la topografia del terreno y el sistema de tutorado. Es muy importante que el trazado quede perfectamente alineado, con el fin de facilitar el tutorado y demas labores culturales.(Figura 16)

Figura 16

Trazado

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia,2015.

- Distancias de Siembra: Se recomienda una distancia entre los 2,8 metros y los 3 metros entre surcos y de 2,5 metros y 3 metros entre plantas, en medida que se aumente la pendiente se amplía distancia. Se pueden establecer densidades entre 1.111 y 1.428 plantas por hectárea. (Figura 17)

Figura 17

Distancia de Siembra

Nota. Fuente: Elaboración Propia

- Ahoyado: Se debe hacer mínimo 30 días antes de la siembra. Pueden contener las siguientes medidas 40 x 40 x 40 centímetros. A la tierra extraída del hoyo se le adiciona fertilizantes orgánicos, químicos y correctivos. Teniendo en cuenta el análisis de suelo, se recomida aplicar unos 2 kilos de gallinaza por hueco para la propagación de hongos antagónicos. (Figura 18)

Figura 18

Ahoyado para la Siembra de Plántulas de Uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia,2014.

- Siembra: La siembra se hace cuando la planta alcanza una altura de 12 a 15 centímetros (ocurre entre los 58 y 80 días después de la siembra en el semillero). La siembra se debe realizar en días frescos o lluviosos para evitar la deshidratación. La planta se coloca con cuidado en el hoyo, haciendo un pequeño montículo a su alrededor para evitar encharcamientos. (Figura 19)

Figura 19

Siembra de Plántula de Uchuva

Nota. Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Labores de mantenimiento del cultivo

Las labores de mantenimiento del cultivo de uchuva son determinaste para evitar problemas fitosanitarios, para definir de la calidad y producción del producto. A continuación, se describen los procesos de laboreo más comunes en el cultivo de uchuva.

Figura 20

Poda en el Cultivo de Uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014.

Figura 21

Sistema de Tutorado y Manejo de Arvenses

- Las plantas de uchuva se deben sostener mediante **tutores** y amarres al ser una planta que generalmente crece por el suelo con el fin de evitar que el fruto deteriore su calidad y se generen problemas fitosanitarios. Además, es muy importante el factor de luz y de aire para aumentar la productividad. Se recomienda el sistema de colgado en doble línea de alambres que permite la formación de la planta en “V” que facilita la disponibilidad de la luz y fa

- **La "maleza noble"** o **arvenses** es una cobertura vegetal de crecimiento rastrero, amortiguan el impacto de la lluvia sobre el suelo y disminuyen la velocidad de el agua de escorrientía, quitandole la energia y su poder erosivo. Se recomienda para el cultivo de uchuva cobertura de Vicia, el Mani Forrajero, y los Treboles o Carretores.

*Imagen tomada de fincaycampo.com. Control de malezas

Nota. * Imagen tomada de control de malezas de Fincaycampo.com. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014.

6.2.4 Fertilización

La implementación de un plan de fertilización se debe basar en los análisis de suelo y la calidad de agua. Mediante esta técnica se busca suministrar nutrientes a la planta, de acuerdo a la necesidad de esta, aplicando diferentes fuentes o dosis para lograr el desarrollo óptimo de la planta. (Fischer, Miranda, Piedrahíta, & Romero, 2005).

Figura 22

Programa de fertilización según el estado fenológico

Estado Fenológico	**Días después de la siembra en el campo**	**Aplicaciones Recomendadas (g/planta)**
Ahoyado y siembra	0	2000-3000 Gallinaza o Bokashi; 80 de 10-30-10; micorrizas; enmiendas y correctivos.
Establecimientos	30	150 de 10-30-10
Inicios de floración	60 - 90	100-120 de 10-30-10; 50 de elementos menores, posible complemento con Fósforo. 2000-3000 gallinaza
Inicios de Fructificación	90 - 180	Nitrato de Potasio 2% foliar, cada 6 meses a partir de aquí. 2000 gallinaza cada 3 meses a partir de aquí.
Maduración y cosecha	180- 540	200-250 de 10-30-10 cada 2-3 meses a partir de aquí.

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico de siembra de uchuva, de PROCOMER costa rica exporta. Manual técnico de siembra de uchuva. *Citando a Angulo, 2011; Fischer, 2005; Zapata et al., 2002

6.2.5 Plagas y enfermedades

Los cultivos de la uchuva son afectados por diferentes agentes patogénicos como hongos, bacterias, virus, nemátodos, fitoplasmas, entre otros. A continuación, se nombran las plagas y enfermedades más comunes en el país de Colombia.

Figura 23

Plagas y Enfermedades Comunes en los Cultivos de uchuva

Las enfermedades ocasionadas por hongos más importantes son la **mancha gris** causada por el hongo Cercospora sp. Los síntomas de la enfermedad se expresan tanto en el follaje como en el cáliz o capacho.se observan pequeños puntos necróticos en las hojas, que posteriormente forman manchas irregulares, que luego se tornan redondeadas

La muerte descendente o **mal de tierra** causada por **Phoma sp**. Sacc. es otro patógeno que puede afectar tallos, hojas, capachos y frutos . Puede atacar la planta en cualquier estado de desarrollo. Los síntomas son manchas oscuras muy pequeñas.

La enfermedad de origen bacterial más importante en Colombia es la llamada **mancha grasienta** causada por **Xanthomonas sp.** Los síntomas de la enfermedad se detectan en los capachos pocos días antes de la cosecha y consiste en manchas pequeñas que en pocos días se tornan grandes y decoloran el tejido dando la apariencia de papel parafinado o engrasado.

El cultivo también es atacado por **la bacteria Ralstonia** solanacearum (Smith) Yabunchi et al., produciendo la enfermedad conocida como marchitez bacterial o “dormidera”. Los síntomas consisten en una marchitez de la planta que se hace más evidente en las horas más calurosas del día.

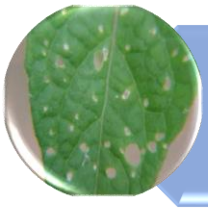
El **virus del mosaico** de la uchuva, cuyo organismo causal corresponde a una partícula viral rígida de forma alargada, que se transmite fácilmente por inoculación mecánica. Una vez que el virus penetra la planta, ésta detiene su crecimiento y aparece una decoloración de las venas secundarias y terciarias, seguidas de clorosis de las hojas.

La uchuva también es afectada por **fitoplasmas** ocasionando la enfermedad conocida como **machorreo de la uchuva o escoba de bruja**. Cuando las plantas son afectadas detienen su crecimiento y aparece una proliferación de brotes axilares, las hojas nuevas son pequeñas de forma alargada y presentan clorosis y mosaicos fuertes.

La principal plaga del cultivo reportada en el país es **el perforador del fruto**, cuyo nombre científico es **Heliothis subflexa** y corresponde a una mariposa que pone sus huevos en los tallos, en las hojas cerca de los frutos recién cuajados o en malezas aledañas. Cuando la larva eclosiona, perfora el capacho en estado verde y se alimenta del fruto también en estado verde.

la mosca blanca (Trialeurodes vaporariorum), se localiza en el envés de la hoja, donde se encuentran huevos, estados inmaduros y adultos alimentándose. El daño principal consiste en que la mosca chupa la savia para su alimentación y en esa actividad puede trasmitir virus. Aunque la mosca blanca se multiplica fácilmente y tiene un amplio rango de hospederos

Los áfidos o pulgones (Aphis sp.) también son una plaga común en el cultivo de la Uchuva. Se encuentran atacando el interior del capacho, el cual se deteriora para el mercado debido a la presencia de excrementos y partes del insecto dentro de éste. Los principales daños ocasionados por los áfidos en los cultivos, se relacionan con deformaciones foliares y por ser vectores de ciertos virus importantes.



La pulguilla (Epitrix sp.) es un abejoncito de la familia Chrysomelidae, de apenas 2 mm de longitud, que ocasiona daños en la lamina de las hojas, las cuales consisten en pequeños orificios ó perforaciones.

Nota. Fuente: Adaptado de Manual de producción del cultivo de Physalis peruviana de Portalfruticola.com

En la investigación por José Luis Zapata denominada “Manejo sostenible del cultivo de la uchuva (Physalis peruviana L.) en el municipio de Apía, Risaralda”, afirma que las plantas

infectadas no se pueden recuperar y no hay ningún método químico para combatir estas enfermedades. Por este motivo, se considera de suma importancia el control a lotes destinados al cultivo y propone las siguientes reglas : no sembrar en campos provenientes de cultivos de papa u otras Solanáceas; cuando se presenten plantas con síntomas iniciales de marchitez, retirarlas cuidadosamente, tratando de no disturbar demasiado el suelo y cercar el sitio infestado por más de seis meses; desinfestar las herramientas utilizadas para las podas y cosecha antes de pasar a la planta siguiente; disponer un recipiente agua y yodo agrícola en la entrada del lote, con el fin de sumergir el calzado o los pies (persona descalza) y las herramientas antes de entrar.

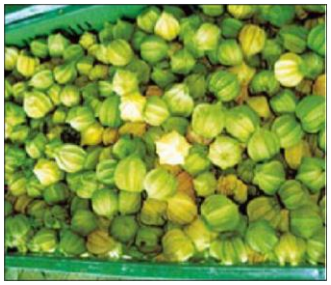
6.2.6 Cosecha

Según el manual técnico del cultivo de uchuva bajo buenas prácticas agrícolas, publicado por el ministerio de agricultura de Antioquia, refiere que existen varios métodos para definir el momento oportuno para la cosecha, pero el color del cáliz o capacho es el que más se utiliza por parte de los productores y comercializadores.

Desde la siembra en el campo hasta la primera cosecha transcurren aproximadamente 155 días, en zonas con mayor altitud el tiempo es más largo. Después de la primera cosecha es posible realizar recolecciones semanales.

Figura 24

Estados de maduración del fruto

Madurez fisiológica	Madurez de cosecha	Madurez de consumo u organoléptica
		
Una fruta se encuentra fisiológicamente madura, cuando logra un estado de desarrollo,que a pesar de que ya fue cosechada, aún puede seguir madurando. Para el caso de la uchuva, la madurez ocurre entre los 60 a 80 días después de la floración	Es el estado en el cual el fruto es requerido para el mercado. En la uchuva por ser un fruto climatérico la madurez de cosecha es muy cercana a la madurez fisiológica	Es el estado de desarrollo en el que la fruta recoge las caracteristicas deseables para el consumido como color, sabor, textura, composición interna etc.

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de uchuva bajo buenas prácticas agrícolas, De secretaria de agricultura de Antioquia, 2014.

6.2.7 Recolección de los frutos

Las prácticas de recolección de la uchuva se deben llevar a cabo bajos lineamientos establecidos en la norma de la Buenas Prácticas Agrícolas – BPA, además de las Buenas prácticas de Manufactura-BPM, como mantener uñas cortas, uso de guantes para evitar daños físicos al fruto, no golpear el fruto, el fruto no debe tener contacto con el suelo, desinfectar las manos constantemente, lavado de manos después de ir al baño o comer. (Secretaria de Agricultura de Antioquia, 2015). A continuación, se presenta unas recomendaciones importantes para tener en cuenta al momento de recolectar el fruto.

Figura 25

Recomendaciones para la recolección del fruto

El método de recolección debe ser manual , los frutos no se deben arrancar de la planta.

Realizar la recolección en horas frescas donde el nivel de calor sea bajo.

Si la temperatura esta mayor a los 25°C, se debe trasladar los frutos de manera inmediata al centro de acondicionamiento .

Evitar realizar la recolección bajo la lluvia dado que se podrían ver afectados los calices y son mas propensos a enfermedades fungosas y rajado.

Cuando los frutos cumplen el índice de madurez requerido, el operario debe desprenderlos con una tijera previamente desinfectada, cortando el pedúnculo cerca de la inserción en el tallo. Minimizar el contacto y manipulación del fruto realizando un movimiento en el pedúnculo hacia arriba para desprender el fruto con facilidad (Figura 26)

Según la norma NTC 5266 (2003) , después de que los frutos sean recolectados en madurez uniforme, se deben depositar en un recipiente de material plástico (polietileno o polipropileno) recomendado contener alimentos. Estos recipientes deben tener una altura máxima de 250 mm y una capacidad máxima de 8 kilogramos (Figura 27)

Los recipientes deben estar totalmente limpios y desinfectados, no presentar grietas o roturas que afecten la calidad del fruto, deben contener contornos redondeados, y paredes internas lisas. Al momento de colocar el fruto en el recipiente se debe evitar lanzarlos y maltratarlos.

Se recomienda realizar una preselección previa de los frutos en el campo y enterrar los que estén afectados por plagas o enfermedades .

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de uchuva bajo buenas prácticas agrícolas, de secretaria de agricultura de Antioquia, 2014.

Figura 26

Imagen de Técnica Adecuada para la Cosecha de Uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014.

Figura 27

Imagen de recipientes apropiados para la cosecha de uchuva

Nota. Fuente: Adaptado de Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas, de secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014.

6.2.8 Manejo de la poscosecha

Después de finalizada la labor de recolección, se debe dirigir el fruto a un centro de acopio transitorio que cuente con los aseguramientos de calidad establecido en las Buenas Prácticas Agrícolas BPA: debe estar techado, puede ser construido en material de (adoquín, adobe u otro) o rodeado por malla o angeo que permita contar con un espacio con aire, pero a la vez evite el ingreso de insectos y animales domésticos. Debe estar protegido de la entrada de luz directa del sol. Se recomienda que el centro de acopio (Figura 28) se ubique equidistante al cultivo y la salida esté al punto de entrada del medio de transporte. Este lugar únicamente debe estar destinado para las operaciones de recepción del fruto, debe estar alejado de todo tipo de sustancias químicas ya sean fertilizantes. Debe contar con una unidad sanitaria, a la entrada debe ubicar un pediluvio o lava botas y este lugar debe permanecer en óptimas condiciones de limpieza. Dentro del centro de acopio se debe contar con estibas para para almacenar las canastillas o el recipiente de recolección del fruto, mesas de superficie de acero inoxidable para la selección del fruto, debe disponer de agua para las diferentes operaciones de saneamientos de los utensilios y botiquín de primeros auxilios (Secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014). Las anteriores normas también se tienen en cuenta a la hora de realizar el debido registro ante el Instituto colombiano a agropecuario – ICA para obtener el certificado como predio productor, exportador de uchuva.

Figura 28

Imagen centro de acopio transitorio de uchuva

Nota. Fuente: Elaboración propia.

6.2.9 Selección

Después de realizar la recolección de los frutos, el siguiente paso es seleccionarlos. Esta se realiza, teniendo en cuenta que cada mercado tiene criterios de calidad propios, por tanto, las categorías de comercialización serán diferentes. Los frutos que no cuenten con las exigencias establecidas deben pasar al debido programa de manejo de residuos sólidos y darles el respectivo manejo. (Secretaria de Agricultura de Antioquia, 2014)

Según la Norma Técnica Colombiana-NTC 4580 los requisitos que debe cumplir la uchuva (Physalis Peruviana L.) destinada para el consumo fresco como materia prima para el procesamiento son las siguientes:

Requisitos generales

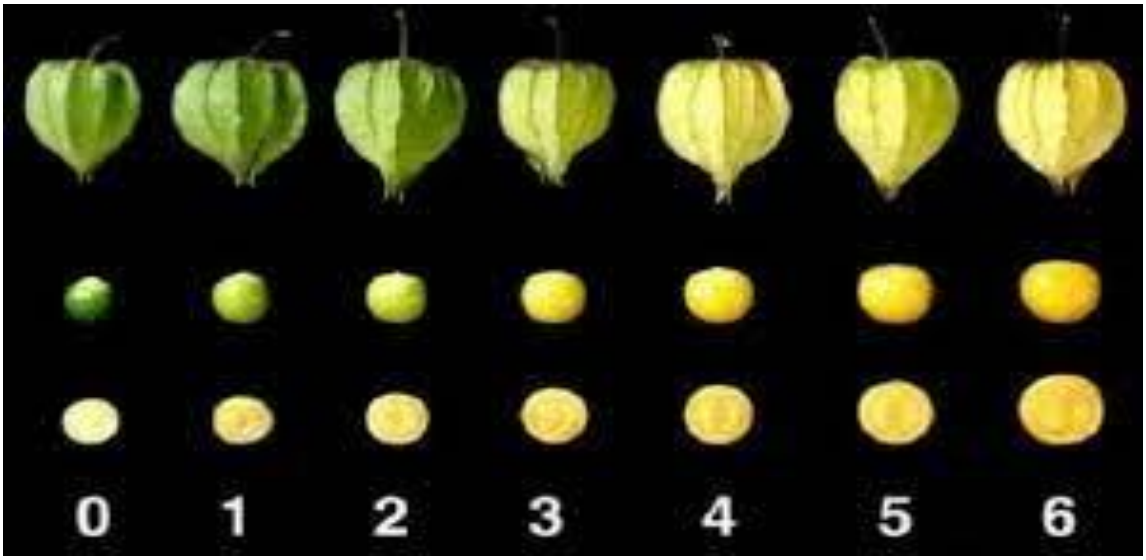
- ✓ Los frutos deben estar enteros.
- ✓ Deben tener la forma esférica característica de la uchuva.
- ✓ La coloración de los frutos debe ser homogénea dependiendo del estado de madurez definido en la tabla de color.
- ✓ Deben presentar aspecto fresco y consistencia firme, su corteza debe ser lisa y brillante.
- ✓ Deben estar sanos (libres de ataques de insectos y/o enfermedades, que desmeriten la calidad del fruto).
- ✓ Deben estar libres de humedad externa anormal producida por mal manejo en las etapas de poscosecha (recolección, acopio, selección, clasificación, adecuación empaque, almacenamiento y transporte).
- ✓ Deben estar exentos de cualquier olor y/o sabor extraño (provenientes de otros productos, empaques o recipientes y/o agroquímicos con los cuales hayan estado en contacto).
- ✓ Deben estar exentos de materiales extraños (tierra, polvo, agroquímicos y cuerpos extraños) visibles en el producto o en su empaque.
- ✓ La longitud del pedúnculo no debe exceder de 25mm.

Requisitos de madurez

La madurez de la uchuva se aprecia visualmente por el cambio de color externo a continuación en la Figura 29 se presentan los cambios de color del fruto según su estado de madurez.

Figura 29

Imagen Color de la Uchuva Según su Estado de Madurez



Nota. La figura muestra el estado de madurez de la uchuva según su color, establecido en la norma NTC 4580. Fuente: Figura tomada de Norma técnica colombiana -NTC 4580, de Instituto colombiano de Normas técnicas y certificación ICONTEC.

6.2.10 Clasificación

Calibre

Se determina por el diámetro ecuatorial de cada fruto, de acuerdo a la escala presentada en la siguiente tabla:

Tabla 11

Calibres de la Uchuva

Diámetro	Calibre
≤ 15,0	A
15,1 – 18,0	B
18,1 – 20,0	C
20,1 – 22,0	D
≥22,1	E

Nota. La tabla muestra los calibres de uchuva establecida en la norma NTC 4580. Fuente: Datos tomados de Norma técnica colombiana -NTC 4580, de Instituto colombiano de Normas técnicas y certificación ICONTEC.

Se pueden tener frutos de categoría extra y de las demás categorías, en cualquieras de los anteriores calibres establecidos.

Categoría

Independientemente del calibre y del color se clasifica en tres categorías como lo muestra la Figura 30.

Figura 30

Clasificación por categoría de la Uchuva

Categoría Extra

- La uchuva debe cumplir los requisitos generales definidos anteriormente y estar exenta de todo defecto que demerite la calidad del fruto.
- El capacho puede presentar manchas superficiales ocasionadas por humedad y/o por hongos (sin la presencia de estos). Estos defectos en conjunto no deben exceder el 5% del área total.

Categoría I

- La uchuva debe cumplir los requisitos generales definidos anteriormente y estar exenta de todo defecto que demerite la calidad del fruto.
- El capacho puede presentar manchas superficiales ocasionadas por humedad y/o por hongos (sin la presencia de estos). Estos defectos en conjunto no deben exceder el 10% del área total.

Categoría II

- Comprende la uchuva que no puede clasificarse en las categorías anteriores, pero si cumple con los requisitos generales expuestos anteriormente. Se admiten frutos rajados que no excedan el 5% del área total.
- El capacho puede presentar manchas superficiales ocasionadas por humedad y/o por hongos (sin la presencia de estos). Estos defectos en conjunto no deben exceder el 20% del área total .

Nota. La figura muestra la clasificación por categoría establecida en la norma NTC 4580. Fuente: Figura tomada de Norma técnica colombiana -NTC 4580, de Instituto colombiano de Normas técnicas y certificación ICONTEC.

Teniendo en cuenta las diferentes actividades necesarias para el cultivo de uchuva, nos encontramos frente a un panorama alentador, principalmente por las condiciones agroecológicas que cuentan los municipios de Ipiales y Pupiales. Estos municipios se encuentran a una altura entre los 2.900 m.s.n.m y 2.970 m.s.n.m. respectivamente, además, las temperaturas de estos municipios pueden variar entre los 10°C y 16 °C, rango de tiempo climático considerado importante para mantener un cultivo sano y una producción satisfactoria. Estos factores naturales son de ayuda y pueden agregar un valor diferencial al producto, siempre y cuando las labores de cultivo, cosecha y producción se haga con los diferentes cuidados contemplados en los diferentes manuales y normas creadas bajo conocimiento técnico y científico. Cabe resaltar que los factores productivos dependen también del tiempo de plantación, donde las primeras cosechas ofrecen mejor rendimiento y frutos más grandes; ya cuando la planta está por terminar su ciclo productivo, los frutos por planta tienden a disminuir y tener un tamaño más pequeño.

6.3 Entorno productivo de la cadena

6.3.1 Internacional

Colombia es el mayor productor y exportador de uchuva a nivel de producción le siguen en participación Sudáfrica, pero en menor escala. Otros países productores de uchuva son: Kenia, Inglaterra, Nueva Zelanda, India, Zimbabue, Australia, Ecuador y Perú. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

Sudáfrica

En el país sudafricano, la uchuva se denomina "appelliefie". Este nombre se deriva de la capa en forma de concha que cubre al fruto, aunque muchos estudios relacionan el origen de esta denominación, al histórico vínculo con la ciudad del Cabo, en Sudáfrica. Se dice que en 1770 este fruto fue llevado por los primeros inmigrantes a Sudáfrica. Las zonas más importantes de Sudáfrica donde se produce este fruto es Western Cape y North West Cape. En cuanto a la comercialización del producto se vende en el mercado local y limitado porque el fruto tiene un alto costo (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

Kenia

En Kenia la uchuva se la conoce como "cape gooseberry" "yellow berry" y "Goldenberry". En 2010, el Instituto de Investigación Agrícola de Kenia (ahora Organización de Investigación Agrícola y Ganadera de Kenia (KALRO)) clasificó a la uchuva como una fruta infrautilizada en Kenia. Se cree que es posible que esta fruta se introdujo en Kenia a través de corredores migratorios de aves desde Europa y el hemisferio sur. Este fruto crece en zonas boscosas del monte Kenia, el monte Elgon, el bosque de Timboroa, el bosque de Kakamega, el bosque de Koibatek, las tierras bajas costeras y se distribuye de forma salvaje en las tierras altas

de Kenia. Entre 2004 y 2006 se cultivó uchuva a gran escala en Kibwezi y Delmonte procesó la fruta para hacer mermelada. Las primeras importaciones de fruta fresca de este cultivo se registran en 2015, cuando Kenia comenzó a importar uchuva de Colombia para vender en los supermercados. Se comercializa al borde de la carretera, mercados de productos, tiendas de abarrotes, supermercados y supermercados de lujo. (Odhiambo, Wasilwa, Maangi, & ong'awa, Evaluation of Fruit Yield in Two Gooseberry Cultivars Grown under Water Stress Conditions with Supplemental Irrigation, 2021)

Inglaterra

La “cape gooseberry” como se conoce a la uchuva en Inglaterra, ingreso por primera vez a este país en el año de 1774. Desde entonces se cultiva este fruto en pequeñas proporciones, principalmente en jardines domésticos; después de la segunda guerra mundial, se empieza a comercializar el producto de manera enlatad, de forma limitada. A principios de 1952, el vivero de Stanford ubicado en Sussex, un condado al sur de Inglaterra anunció "Cape Gooseberry, la nueva y maravillosa fruta desarrollada especialmente en Gran Bretaña por Richard I. Cahn". Al mismo tiempo, aparecieron envases de mermelada de uchuva de Inglaterra en los mercados del sur de Florida y se descubrió que el producto era atractivo y delicioso (Morton, 1987)

Según la empresa estadounidense “Speciality Produce”, proveedora de productos frescos, en Inglaterra, la uchuva se consume popularmente en el país sumergida en chocolate, fondant, glaseado o se pinchan y se enrollan en azúcar como un postre del tamaño de un bocado. Además, por el alto contenido de pectina de la fruta también permite se cocine en conservas, compotas y jarabes para usar en pasteles, migajas, y tartas. También se usan de manera similar a los tomates y pueden cocinarse en gazpacho, mezclarse con arroz y relleno, hornearse en pan y muffins, o dividirse por la mitad y servirse con queso burrata, albahaca y un chorrito de vinagre balsámico.

Nueva Zelanda

Aunque no se encuentra una fecha exacta de cuando entro el fruto a este país, según (Klinac, 1986), en un principio, el cultivo de uchuva se dio en Europa durante la década de los 1700 especialmente en el reino unido y luego se extendió a Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda con los primeros inmigrantes. En el país se conoce la uchuva comúnmente como "cape gooseberry" y" Goldenberry".

En Nueva Zelanda la uchuva se cultiva comercialmente en algunas ciudades, aunque se considera que debería producir en la mayoría de estas, donde exitosamente se cultivan tomates al aire libre. Las principales zonas comerciales de uchuva se encuentran en la ciudad de Motueka, en la ciudad de Nelson, y en Auckland. La uchuva se consume en fresco, en postres, mermeladas y conservas para guisos y pasteles. (Watt, 1948)

India

La uchuva es conocida en la India como "rasbhari o cape gooseberry". Se dice que su llegada a la India fue a través de Río de Janeiro, pero no se conoce exactamente este dato. Se produce en cultivos comerciales y huertos, principalmente en UttarPradesh, Bengala Occidental, Madhya Pradesh y Punjab. Al norte También se cultiva en Jammu y Cachemira. La India cuenta con buen potencial para producir uchuva y tiene gran acogida en el mercado, pero no se ha logrado impulsar dicho potencial, considerándolo así, uno de los cultivos frutales menos subexplotados en este país. (Bakshi & Bhushan, 2018)

Australia

En Australia se conoce a la uchuva como "Cape Gooseberry" o también como "Cape Gooseberry Golden Nuggets". Este fruto exótico originario de América del Sur, se introdujo a

Australia (entonces Nueva Zelanda) a través de la Ciudad del Cabo en Sudáfrica. Desde entonces, los australianos denominaron a este fruto como Cape gooseberry. (Odhiambo, Wasilwa, Maangi, ong'awa, & Ochieng, Evaluation of Fruit Yield in Two Gooseberry Cultivars Grown under Water Stress Conditions with Supplemental Irrigation, 2021). Se comercializa en el mercado local en fresco, fruto deshidratado, mermeladas, etc.

Horti-pride pty ltd es una empresa ubicada al occidente australiano, que desde el año 2019 cultiva bajo invernadero, que incluye ventilación de techo, pantalla de sombra, ventiladores de circulación y un sistema único de dosificación hidropónica basado en tanques, lo que ha permitido aumentar rendimiento y disminuir riesgos. (horti daily, 2019)

Ecuador

La uchuva o uvilla como se conoce en el país de Ecuador, se dice que es una fruta originaria de los Andes sudamericanos. En el Ecuador las zonas de cultivo de este fruto están se localizan en la región interandina, en provincia del Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua y Azuay. (MAGAP, 2017).

Por otro lado, se calcula que existe una producción de 4.725,0 toneladas de uchuva por año, donde el 70,2% es aprovechado por las agroindustrias y empresas exportadoras, mientras que el 29,8% es comercializado en estado fresco a nivel local y regional. Esta fruta exótica se comercializa congelada, en puré, pulpa, mermeladas, conservas, y deshidratadas. (Moreno, Moreno, Araceli , Molina, & Cerda, 2019)

Perú

El aguaymanto como se conoce en Perú es una fruta nativa de este país, se produce en las regiones de Amazonas, Apurímac, Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco,

Huancavelica, Junín, Lambayeque, Lima, Pasco y Moquegua. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

En los últimos años, tanto la producción, cosecha y niveles de rendimiento aumentaron significativamente, obteniéndose crecimientos promedios anuales del 17%, 15% y 2% respectivamente. Para el año 2019 se registró un aproximado de 311 hectáreas de aguaymanto con una producción de 1607 toneladas, según reportes de las Direcciones Regionales. Se comercializa, fresco, congelado, como fruto orgánico deshidratado, en pulpa, puré, y "crunchy", un nuevo emprendimiento que nació en el año 2020. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

En países como Sudáfrica, Kenia, Inglaterra, Nueva Zelanda, India, la uchuva no se ha convertido en un cultivo comercial importante. Esta se cultiva por estaciones. Es decir, se debe hacer en otoño y en verano, por las características que requiere el fruto para su producción. En países latinoamericanos como Colombia, Ecuador y Perú la producción y comercialización se puede realizar durante todo el año. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

6.3.2 Nacional

El cultivo de uchuva se ha convertido en una fuente de ingresos importante para la región. Esta fruta se cultiva especialmente en la zona rural del país, generando un impacto socioeconómico positivo, brindando oportunidades a las comunidades campesinas, dado que la recolección y selección de este fruto se lo realiza de forma manual. En Colombia la uchuva se comercializa fresca, deshidratada, almíbar, mermelada, postres, etc., a través de mercados locales, en supermercados y grandes almacenes.

6.3.3 Área, producción y rendimiento nacional

Tabla 12

Área, Producción y Rendimiento Nacional

Variables	2017	2018	2019	2020	2021
Área cosechada (Ha)	1.258,60	1.311,80	1.116,10	1.372,38	1.442,24
Producción (Ton)	18.888,76	16.109,27	13.832,75	19.775,69	19.375,76
Rendimiento (Ton/Ha)	15,01	12,28	12,39	14,41	13,43

Nota. Fuente: Datos tomados de Área, Producción y Rendimiento Nacional años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021, de AGRONET (2022).

El área cultivada de uchuva ha crecido un 12,7% en los últimos años pasando de 1.258,60 hectáreas en 2017 a 1.442,24 hectáreas en 2021. En el año 2019 presento una desaceleración en el crecimiento con un área cultivada de 1.116,10 hectáreas, presentando una disminución del 17,5% con respecto al año anterior; esto se da partir de la crisis de rentabilidad por el aumento de los costos de producción que se venían presentando desde finales de 2018, por lo que los productores dejaron de cultivar uchuva o se cambiaron a otros cultivos.

En los niveles de producción de uchuva se venía presentando una gran disminución, para el año 2018 ya había disminuido 17,3 % de toneladas producidas y para el año 2019 el 36,6% con respecto al año 2017. Además de los motivos que se mencionaron anteriormente, otra de las causas de estos declives en la producción y cultivo fueron los problemas fitosanitarios a los que

se enfrentaron los productores de uchuva como hongos en el suelo y las difíciles condiciones climáticas para estos periodos. En el año 2020 con 19.775,69 toneladas la producción se recuperó en un 43% aproximadamente, esto refleja la implementación de mejoras en las prácticas agrícolas para la producción de uchuva por lo que se obtuvo rendimiento de 14,41 (ton/ha). Para el año 2021 se presentó una disminución en la producción de 400 toneladas aproximadamente con respecto al año anterior y la disminución de un punto porcentual en cuanto a los niveles de rendimiento.

Área, producción y rendimiento departamental

Tabla 13

Área, Producción y Rendimiento departamental

Departamento	Área cosechada(ha)					Producción (Ton)					Rendimiento (Ton/ha)				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Boyacá	492,20	495,70	404,00	422,00	404,00	7.977,40	7.171,60	4.917,95	5.767,67	5.443,81	16,21	14,47	12,17	13,67	13,47
Cundinamarca	379,90	461,60	324,60	377,38	419,06	6.817,86	5.149,00	4.095,80	8.258,72	5.116,06	17,95	11,15	12,62	21,88	12,21
Antioquia	147,00	55,00	84,00	97,50	146,98	2.196,50	1.326,67	1.520,00	1.712,70	3.184,33	14,94	24,12	18,10	17,57	21,67
Nariño	103,50	136,50	103,50	240,50	204,50	624,00	933,00	1.084,00	1.411,40	2.552,04	6,03	6,84	10,47	5,87	12,48
Nr de Santander	60,00	76,00	84,00	87,00	99,00	593,00	753,00	989,00	1.059,20	1.309,89	9,88	9,91	11,77	12,17	13,23
Cauca	43,00	52,00	4,00	7,00	6,20	344,00	416,00	30,00	22,00	12,63	8,00	8,00	7,50	3,14	2,04
Santander	33,00	35,00	103,00	111,00	120,00	336,00	360,00	1.076,00	1.156,00	1.237,00	10,18	10,29	10,45	10,41	10,31
Tolima	~	~	9,00	5,00	5,00	~	~	120,00	60,00	55,00	~	~	13,33	12,00	11,00
Huila	~	~	~	25,00	37,50	~	~	~	328,00	465,00	~	~	~	13,12	12,40
TOTAL	**1.258,60**	**1.311,80**	**1.116,10**	**1.372,38**	**1.442,24**	**18.888,76**	**16.109,27**	**13.832,75**	**19.775,69**	**19.375,76**	**15,01**	**12,28**	**12,39**	**14,41**	**13,43**

Nota. Fuente: Datos tomados de *Área*, Producción y Rendimiento Nacional, de AGRONET 2022

Para el año 2017 los departamentos de Boyacá y Cundinamarca fueron los que reportaron mayor área cosechada de uchuva con el 38,11% y 30,18% respectivamente, seguido de Antioquia y Nariño con el 11,68% y el 8,22%. Estos cuatro departamentos ya sumaban el 89,19% del total de área de cultivo de uchuva a nivel nacional. Norte de Santander, Cauca y Santander fueron participes del 10,81% para este periodo. En cuanto a la producción se destaca Boyacá con un 42,23% con 7.944,40 toneladas de uchuva producidas, Cundinamarca con el 36,09% y Antioquia con el 11,63% obteniendo un rendimiento en su orden de 16,21 (Ton/ha) 17,95 (Ton/ha) y 14,94 toneladas por hectáreas.

Durante el 2018 el cultivo de uchuva venía creciendo constantemente en los diferentes departamentos, excepto en Antioquia donde el área que se cosecho fue de 55 hectáreas es decir disminuyo en un 37,41% con respecto al año anterior. A pesar de que incremento el cultivo de uchuva la producción disminuyo especialmente en los departamentos de Cundinamarca y Antioquia. En cuanto al rendimiento Cundinamarca 6,80 disminuyo toneladas por hectárea y Boyacá 1,74 toneladas por hectárea. Cabe recordar que para finales de este año ya se venían presentando las diferentes crisis y problemáticas fitosanitarias climáticas y económicas.

En el año 2019, se incorpora el departamento del Tolima con 9 hectáreas cultivadas. Boyacá continúa bajando el área de cultivo también Cundinamarca, Nariño y Cauca. Es aquí donde se empezaron a ver reflejadas las diferentes problemáticas que afectaron a los productores de uchuva. Santander aumento en 68 hectáreas, Antioquia 29 hectáreas y Norte de Santander 8 hectáreas de área cosechada. Boyacá había dejado de producir 2.253,65 toneladas con respecto al año anterior, Cundinamarca 1.053,20 toneladas y 386 toneladas el Cauca, este último departamento había disminuido en un 73% aproximadamente su producción. Para este año Antioquia tuvo el mejor rendimiento con 18,10 toneladas por hectárea. Cabe resaltar que el

departamento antioqueño cuenta con un gran desarrollo técnico, tecnológico y ha venido evolucionando de gran manera en cuanto al manejo de los cultivos y producción de uchuva, aunque para este año había disminuido el rendimiento en un 25%.

El cultivo de uchuva empieza a recuperarse en todos los departamentos, a excepción de Tolima que no había participado de manera significativa, pero presento una disminución de 9 a 5 hectáreas para el año 2020. Entre los departamentos que más se destacaron esta Nariño con 240,50 hectáreas cosechadas presentado un crecimiento del 57% aproximadamente y el valor reportado más alto en los últimos años y Cundinamarca recuperándose en un 14 %. Huila entra a participar en este año con 25 hectáreas cultivadas. La parte productiva se vio liderada por Cundinamarca con el 41,76% del total de la producción, siendo el valor más alto en los últimos años. Boyacá con el 29,17 % y Antioquia con el 8,66% y Nariño con el 7,14% pero presentando un crecimiento del 23% de toneladas producidas. Para este año el rendimiento lo lidero Cundinamarca y Antioquia con las 21,81 y 17,57 toneladas por hectárea respectivamente. Nariño tuvo un nivel de rendimiento muy bajo con solo 5,87 toneladas por hectárea.

En el año 2021, Cundinamarca lidero el total de área sembrada, pero esto no fue suficiente para recuperar el nivel productivo del año 2020, que, a pesar de haber tenido menor área sembrada, alcanzo niveles muy altos de producción y rendimiento. Boyacá presencio pequeñas disminuciones en su área de siembra y producción, si tenemos en cuenta los años anteriores no ha logrado recuperar la capacidad productiva de los años 2017 y 2018. Antioquia es el departamento que mejor comportamiento ha tenido dado a que registra crecimientos constantes en producción y rendimiento en los últimos años. Nariño muestra resultados favorables para este año teniendo en cuenta que su rendimiento paso de 5,87 puntos en 2020 a 12,48 puntos en 2021, la cifra más alta de los últimos años. Norte de Santander y Santander

también mejoraron sus niveles productivos aumentando en 250 y 81 toneladas respectivamente en el año 2021. Se espera que otros departamentos como Huila Tolima y Cauca sigan aumentando su participación productiva en los próximos años.

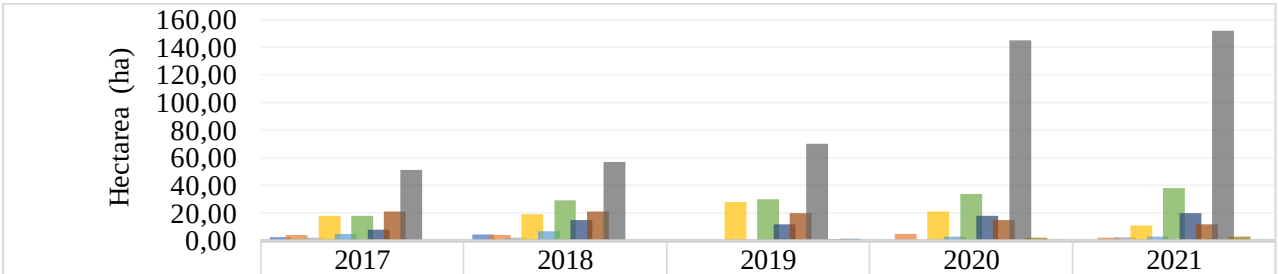
6.3.4 Regional

La agricultura es la principal fuente económica del departamento de Nariño. La uchuva se cultiva principalmente en zonas rurales y la mayoría de su producción se destina a mercados locales y nacionales. A continuación, se realiza un análisis del área sembrada, área cultivada, producción y rendimiento del cultivo de uchuva, en los municipios del departamento de Nariño.

Área sembrada municipal

Figura 31

Área sembrada por hectáreas, municipios de Nariño



	2017	2018	2019	2020	2021
ALDANA	2,50	4,50	0,00	0,00	0,00
CORDOBA	4,00	4,00	0,00	5,00	2,00
FUNES	2,00	2,00	0,00	0,00	2,50
GUALMATAN	18,00	19,00	28,00	21,00	11,00
ILES	5,00	7,00	0,00	3,00	3,00
IPIALES	18,00	29,00	30,00	34,00	38,00
PUERRES	8,00	15,00	12,00	18,00	20,00
PUPIALES	21,00	21,00	20,00	15,00	12,00
SAN PLABLO	51,00	57,00	70,00	145,00	152,00
CONTADERO	0,00	0,00	1,00	2,00	3,00
GUAITARILLA	0,00	0,00	1,50	0,50	0,50

Nota. Fuente: Datos tomados de Área, Producción y Rendimiento Municipal. AGRONET (2022).

En Nariño, los municipios que más se destacan en la siembra por hectárea de uchuva son San Pablo, Ipiales, Puerres, Gualmatan y Pupiales. Estos municipios vienen presentando un comportamiento positivo, creciente, desde el año 2017 al año 2020. Para el año 2021 municipios como como Ipiales, San Pablo, Puerres y Contadero continuaron con el crecimiento. Funes vuelve a tener registro de datos de siembra después del 2018.

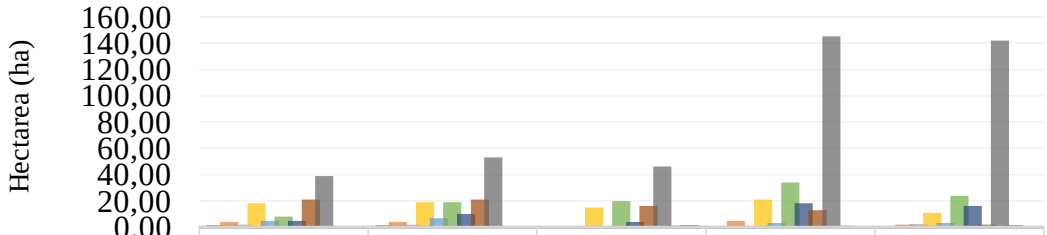
El municipio de Aldana pertenecientes a la ex provincia Obando, para los años 2019, 2020 y 2021 no reportan ningún área sembrada de uchuva. Según (Gobernación de Nariño, 2019) en Aldana se presenta uno de los casos más significativos de sobreutilización dentro del departamento de Nariño, puesto que de las 4.757 hectáreas con las que cuenta el municipio 4.139 hectáreas están en conflicto por sobreutilización ligera.

En el caso de Contadero y Guaitarilla, en el año 2019 reportan el primer cultivo de siembra hace más de 10 años y continúan el proceso de siembra durante el año 2021. Se espera que para el año 2022 los productores se puedan ver incentivados y atraídos por el mercado de la uchuva y continúen con los procesos de siembra.

Área cosechada municipal

Figura 32

Área Cosechada por Hectáreas Municipios de Nariño



	2017	2018	2019	2020	2021
ALDANA	1,50	1,50	0,00	0,00	0,00
CORDOBA	4,00	4,00	0,00	5,00	2,00
FUNES	2,00	2,00	0,00	0,00	2,50
GUALMATAN	18,00	19,00	15,00	21,00	11,00
ILES	5,00	7,00	0,00	3,00	3,00
IPIALES	8,00	19,00	20,00	34,00	24,00
PUERRES	5,00	10,00	4,00	18,00	16,00
PUPIALES	21,00	21,00	16,00	13,00	2,00
SAN PLABLO	39,00	53,00	46,00	145,00	142,00
CONTADERO	0,00	0,00	1,00	1,00	1,50
GUAITARILLA	0,00	0,00	1,50	0,50	0,50

Nota. Área, Producción y Rendimiento Municipal. Datos tomados de AGRONET (2022).

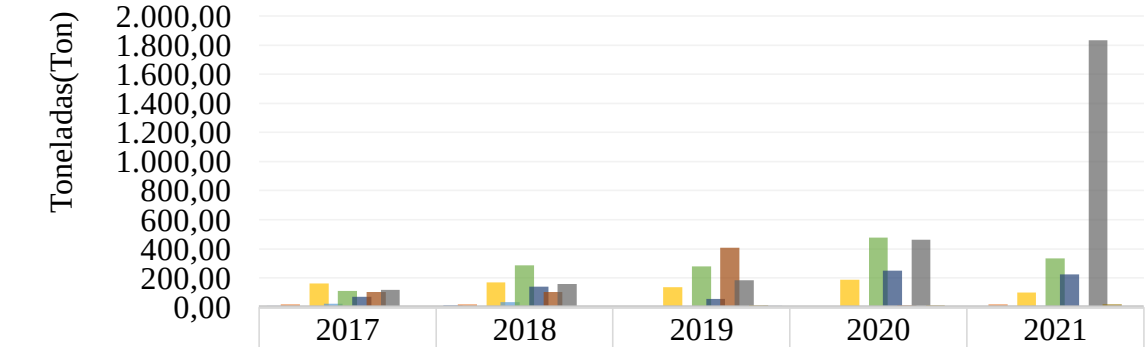
El área cosechada por hectárea de uchuva se vio afectada en el año 2019 especialmente en el municipio de San Pablo que después de sembrar 70 hectáreas se logra cosechar tan solo 46 hectáreas. Estas recesiones en el caso de la uchuva se presentan principalmente por problemas de índole fitosanitaria o por cuestiones climáticas. Para el año 2020 todos los municipios logran estabilizarse y cosechar la igual o cercana área cultivada. En el año 2021, por el aumento de los costos de producción, muchos productores se vieron obligados a dedicarse a otros cultivos

alternos, por lo que abandonaron el cultivo de la uchuva, reflejando así, una disminución departamental del área cosechada de uchuva en Nariño.

6.3.5 Producción municipal

Figura 33

Producción por toneladas municipios de Nariño



	2017	2018	2019	2020	2021
ALDANA	9,00	10,99	0,00	0,00	0,00
CORDOBA	20,00	20,00	0,00	5,00	20,00
FUNES	4,00	4,00	0,00	0,00	8,00
GUALMATAN	162,00	171,00	135,00	189,00	99,00
ILES	25,00	35,00	0,00	0,00	9,00
IPIALES	112,00	288,00	280,00	476,00	336,00
PUERRES	70,00	140,00	56,00	252,00	224,00
PUPIALES	105,00	105,00	408,00	10,40	3,34
SAN PLABLO	117,00	159,00	184,00	464,00	1.831,80
CONTADERO	0,00	0,00	12,00	14,00	19,50
GUAITARILLA	0,00	0,00	9,00	1,00	1,40

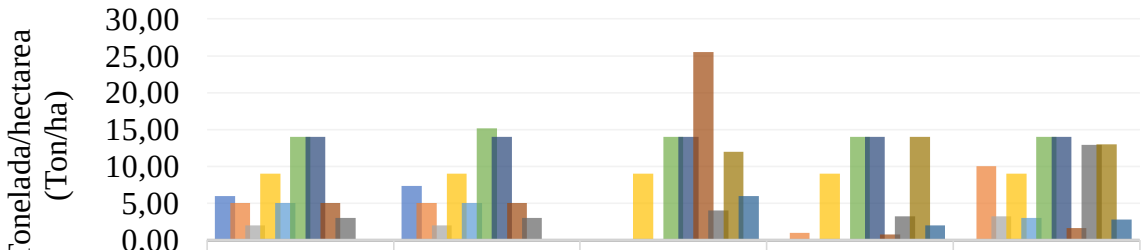
Nota. Fuente: Datos tomados de Área, Producción y Rendimiento Municipal, de AGRONET (2022).

La producción de uchuva por tonelada desde el año 2017 al 2020 ha aumentado en más del 56%. En el año 2019 el municipio de Pupiales tuvo una gran evolución y obtuvo una producción de 408 toneladas, pero para el año 2020 sufre una caída alarmante a solo 10,40 toneladas producidas, entre otras cosas una de las principales causas fue la pandemia mundial por el virus covid-19. Para el año 2020, el municipio de Ipiales presenta la mayor producción de uchuva con 476 toneladas, seguido del municipio de San pablo con 464 toneladas, Puerres con 252 toneladas y Gualmatan con 189 toneladas. Para el año 2021, el municipio de San Pablo registro una cantidad producida satisfactoria, aumentando 1.367 toneladas más con respecto al año anterior y alcanzando la mejor suma registrada de los últimos años.

Rendimiento municipal

Figura 34

Rendimiento toneladas por hectáreas municipios de Nariño



	2017	2018	2019	2020	2021
ALDANA	6,00	7,33	0,00	0,00	0,00
CORDOBA	5,00	5,00	0,00	1,00	10,00
FUNES	2,00	2,00	0,00	0,00	3,20
GUALMATAN	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
ILES	5,00	5,00	0,00	0,00	3,00
IPIALES	14,00	15,16	14,00	14,00	14,00
PUERRES	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
PUPIALES	5,00	5,00	25,50	0,80	1,67
SAN PLABLO	3,00	3,00	4,00	3,20	12,90
CONTADERO	0,00	0,00	12,00	14,00	13,00
GUAITARILLA	0,00	0,00	6,00	2,00	2,80

Nota. Fuente: Datos tomados de Área, Producción y Rendimiento Municipal, de AGRONET (2022).

El mayor rendimiento en los últimos años lo presenta el municipio Ipiales en el año 2018, con 15,16 (ton /ha) y Pupiales en el año 2019 con 25,50 (ton /ha). Para el año 2019 y 2020 el municipio de Ipiales y Puerres logran mantener un alto nivel productivo y de rendimiento. El municipio de San Pablo que a pesar de que registra grandes niveles de producción no había logrado tener un buenos rendimiento de tonelada por hectárea, no es sino hasta el año 2021 que

aumento 9,7 puntos pasando a tener un rendimiento de 12,9 (ton /ha). Pupiales no ha logrado recuperar sus niveles de rendimiento y para el año 2021 tuvo un rendimiento de 1,67 (ton /ha).

Nariño se encuentra dentro de los cuatro principales productores de uchuva en Colombia, solo después de Cundinamarca, Boyacá y Antioquia, esto quiere decir que se encuentra frente a grandes oportunidades especialmente cuando tiene gran capacidad en área de cultivo. Se necesita mayor inversión y acceso a mecanismos técnicos y tecnológicos que puedan mejorar y generar nuevas alternativas de cultivo y producción en el departamento. Ipiales y Pupiales han presentado un panorama alentador teniendo en cuenta que son municipios que no han tenido receso en su producción de uchuva en los últimos años, además de que en los periodos de tiempo presentados en el estudio muestran cifras y volúmenes importantes en producción y rendimiento.

6.4 Entorno de comercio internacional de la cadena

Para este apartado se tendrá en cuenta el comportamiento de las exportaciones de uchuva mediante la partida 0810905000-Uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas, a nivel internacional y nacional. Cabe resaltar que no se puede contemplar un análisis de exportación departamental, dado que Nariño aun no realiza exportaciones de este fruto de forma directa.

6.4.1 Internacional

A nivel mundial, Colombia es considerado el principal productor y exportador de uchuva. El contenido de azúcares del fruto y su coloración, es lo que permite diferenciarse y posicionarse dentro del mercado, por encima de Kenia y Sudáfrica. (Treid, 2020).

Algunos estudios relacionan a países como Kenia, Sudáfrica y Zimbabue como exportadores de uchuva (physalis peruviana L.), pero no se encuentran datos o información exacta que permitan analizar esta actividad en dichos países. En Latinoamérica, Colombia, Ecuador y Perú son los únicos países que reportan actividades de exportación de uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas.

Tabla 14

Exportación de Uchuva desde Colombia, Perú y Ecuador Año 2021

	Kilogramos Netos	**Valor FOB (USD)**
Colombia	7.871.597,02	37.820.445,01
Perú	49.374,25	449.412,16
Ecuador	14.575,56	80.446,91

Nota. Fuente: Datos tomades de LEGISCOMEX (2022)

Colombia participo con cerca del 99% de uchuva exportada desde Latinoamérica, con 7.871.597,02 Kilogramos. Perú se ubica en segundo lugar con 49.374,25 kilogramos de uchuva exportados y Ecuador en tercer lugar con 14.575,56 Kilogramos. Estos países latinoamericanos suman un valor FOB (USD) total de 38.350.304,08. Evidentemente, Colombia cuenta con un gran potencial productor y exportador de uchuva, lo que le ha permitido posicionarse y liderar la oferta de este fruto exótico en varios mercados.

Tabla 15

Exportación de Uchuva desde Colombia, Perú y Ecuador, enero a mayo del año 2021 y 2022

	ENERO A MAYO 2021		**ENERO A MAYO 2022**	
	Kilogramos Netos	Valor FOB (USD)	Kilogramos Netos	Valor FOB (USD)
Colombia	3.424.317,12	16.882.154,25	4.029.313,56	18.847.845,82
Perú	1.381,00	15.341,08	26.696,68	238.139,74
Ecuador	3.421,70	17.512,82	4.130,10	23.949,50

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Estos países Latinoamericanos han mostrado una evolución positiva frente a la comercialización de la uchuva, especialmente Perú, que, de enero a mayo del año 2021 exporto 1.381 kilogramos netos y para el mismo periodo del año 2022 ya lleva exportados 26.696,68 kilogramos netos, es decir, que ya alcanzo más del 54% del total de las exportaciones que realizo en el año 2021. Por su parte, Ecuador presento un aumento del 17,2% en kilogramos netos y 26,9% valor FOB (USD) exportados y hasta el mes de mayo del 2022 ya ha alcanzado cerca del 28,3% del total de las exportaciones que registro en el año 2021. Colombia aumento en un 15,01% sus exportaciones en kilogramos netos y en 10,43% en valor FOB (USD), logrando hasta el mes de mayo del 2022 un 51,2% del total de exportación de uchuva en el año 2021.

6.4.2 Nacional

La uchuva que se produce en el territorio colombiano ha generado un gran impacto económico y social para el país. En los últimos años Colombia ha logrado posicionarse como el mayor exportador de uchuva a nivel mundial. La uchuva colombiana aparte de su delicioso

sabor, tiene una composición nutricional con propiedades altamente antioxidantes, lo que la hacen una fruta deseada para el consumo en diferentes partes del mundo. (MinAgricultura, 2022)

Registro de exportaciones

Desde el nombre Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, clasificada con el código de arancel 0810905000 se reporta en los últimos años los siguientes registros de exportaciones en cuanto a valor FOB (USD) y el peso en kilos netos desde Colombia.

Tabla 16

Registro de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia

	2018	**2019**	**2020**	**2021**
Valor FOB (USD)	32.423.465,43	35.678.351,13	32.678.630,45	37.820.445,01
Kilos Netos	7.271.324,36	8.287.278,94	7.363.204,88	7.871.597,02

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

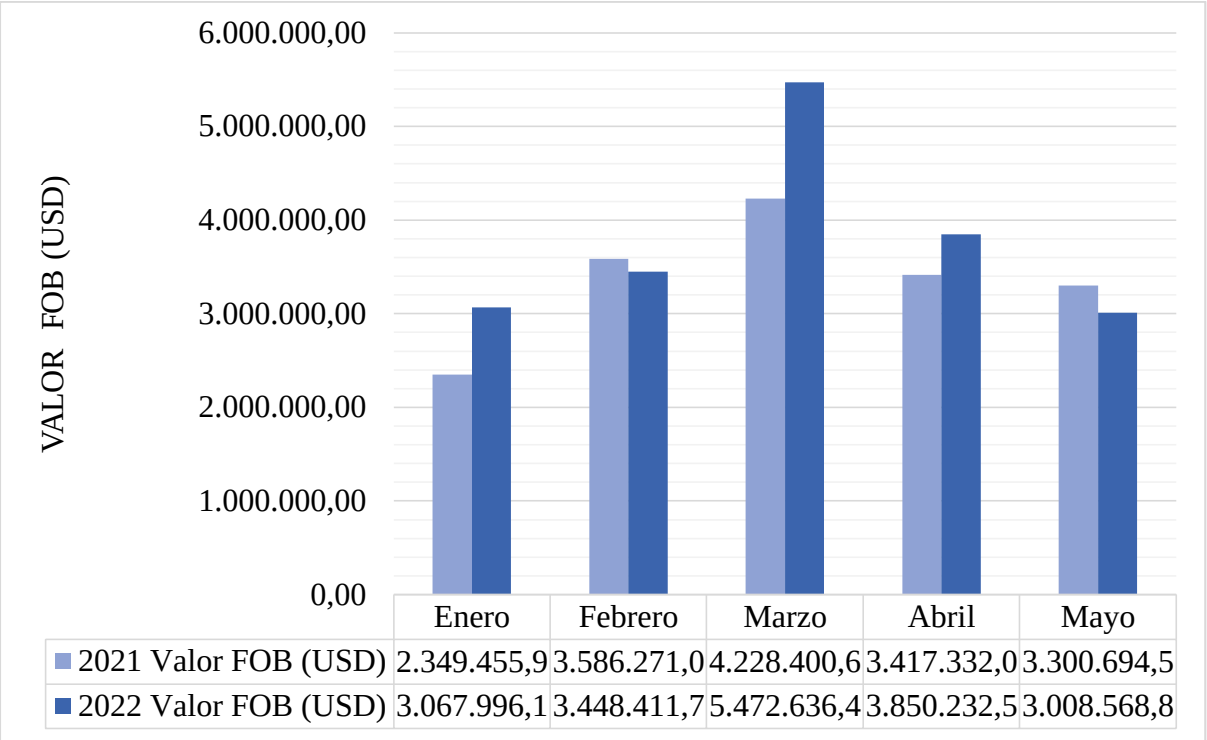
En cuanto a las exportaciones de uchuva desde Colombia en los últimos años han venido en un constante crecimiento, para el año 2018 se tiene un valor FOB (USD) de 32.423.465,43 y en el año 2019 se registró un valor FOB(USD) 35.678.351,13 es decir que las exportaciones de uchuva aumentaron un 9,1% en este periodo de tiempo. Después observamos que el año 2020 reporta un valor FOB (USD) de 32.678.630,45 que refleja un decrecimiento en la exportación del 8,1 % esto principalmente por temas como la emergencia sanitaria por el coronavirus (COVID-2019) declarado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como la emergencia en salud pública de preocupación internacional, lo que produjo en general un debilitamiento en el

comercio mundial. En el año 2021, se empieza a impulsar la reactivación económica y de este modo se logra mitigar los efectos negativos en la economía que trajo la pandemia, para este año se presentó un valor FOB (USD) en exportaciones de 37.820.445,01 que representaría un aumento del 13,6 % con respecto al año 2020. De lo anterior podemos inferir que las condiciones de mercado para la exportación de uchuvas colombianas son favorables, las tendencias de consumo de frutos exóticos y saludables por sus propiedades están creciendo.

En cuanto a kilos netos exportados desde Colombia, para el año 2018 fueron de 7.271.324,36 y para 2019 fue de 8.287.278,94 se da un crecimiento del 12,25% en periodo. Para 2020 con una cantidad de 7.363.204,88 se presenta un decrecimiento del 11,15% en comparación al año anterior, como habíamos aclarado anteriormente la pandemia fue una de las principales causas de este suceso. Para el año 2021 con la reapertura económica mundial se recupera el comercio y reporta 7.871.597,02 kilos netos exportados que representan una recuperación del 6,46% en comparación al año 2020.

Figura 35

Registro mensual de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia Valor FOB(USD) enero a mayo 2021-2022



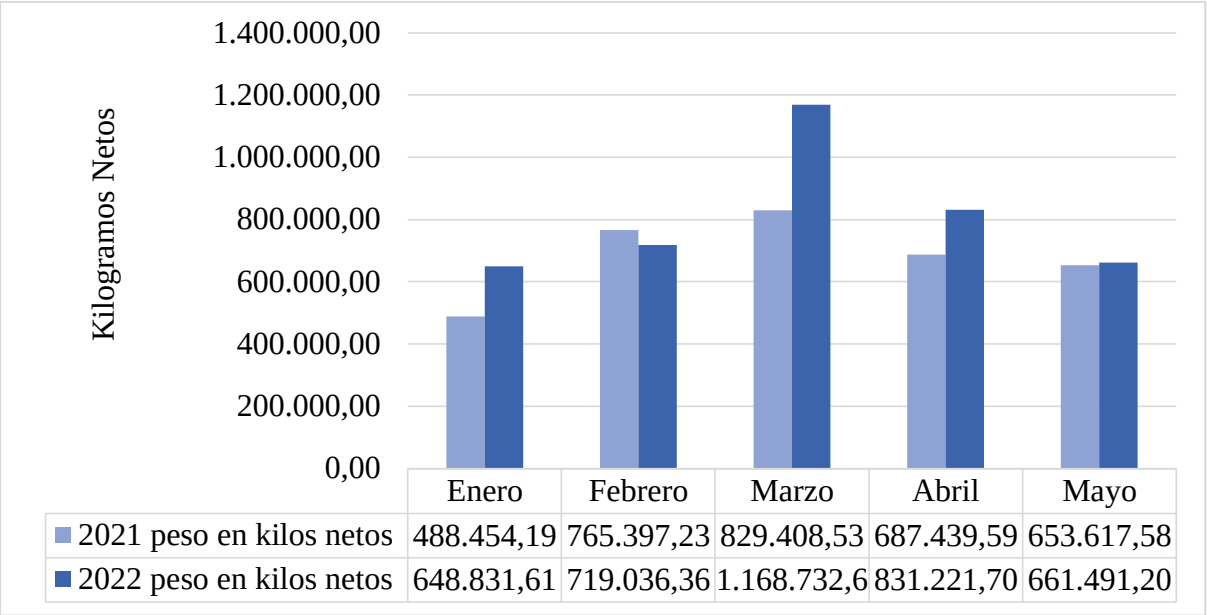
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2021 Valor FOB (USD)	2.349.455,9	3.586.271,0	4.228.400,6	3.417.332,0	3.300.694,5
2022 Valor FOB (USD)	3.067.996,1	3.448.411,7	5.472.636,4	3.850.232,5	3.008.568,8

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

La comercialización de uchuva en territorios internacionales entre los meses de enero a mayo del año 2022, logro ventas con un valor FOB de 18.847.845,82 millones (USD), un aumento del 10,43%, es decir 1.965.691,57 millones (USD) más, frente al mismo periodo en el año 2021.

Figura 36

Registro mensual de exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas, desde Colombia, kilogramos netos enero a mayo 2021-2022



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
2021 peso en kilos netos	488.454,19	765.397,23	829.408,53	687.439,59	653.617,58
2022 peso en kilos netos	648.831,61	719.036,36	1.168.732,6	831.221,70	661.491,20

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

La cantidad de uchuva que se comercializo desde el territorio colombiano a territorios extranjeros entre los meses de enero a mayo del año 2022 fue de 4.029.313,56 kilogramos netos, un aumento del 15,01%, es decir, 604.996,44 kilogramos netos más, frente al mismo periodo en el año 2021.

Destinos de Exportación

Según datos de LEGIX COMEX, para el año de 2021 Colombia dirigió sus exportaciones de uchuva a 31 países.

Tabla 17

Países de Destino, Exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas desde Colombia, año 2021

País de destino	Valor FOB (USD)	País de destino	Valor FOB (USD)
Países Bajos (UE)	24.944.038,86	Suiza	24.183,09
Estados Unidos	4.911.347,79	Qatar	22.913,35
Alemania (UE)	3.027.126,66	Singapur	18.785,31
Canadá	2.037.257,49	Irlanda (UE)	14.205,20
Bélgica (UE)	1.051.210,54	Aruba	8.944,80
Francia (UE)	359.016,57	Arabia saudita	8.274,35
Emiratos Árabes Unidos	309.197,47	Panamá	8.264,00
Brasil	294.842,84	Ucrania	6.980,25
Italia (UE)	224.411,42	Portugal (UE)	5.581,09
España (UE)	156.296,70	Guatemala	2.711,20
Reino Unido (UE)	137.259,79	Bahréin	1.555,00
Rusia	90.286,09	Camboya	405,1
Kuwait	51.817,32	Curazao	339
Argentina	42.976,80	Turquía	118
Hong Kong	35.478,18	Nueva Zelanda	114
Malasia	24.506,75		

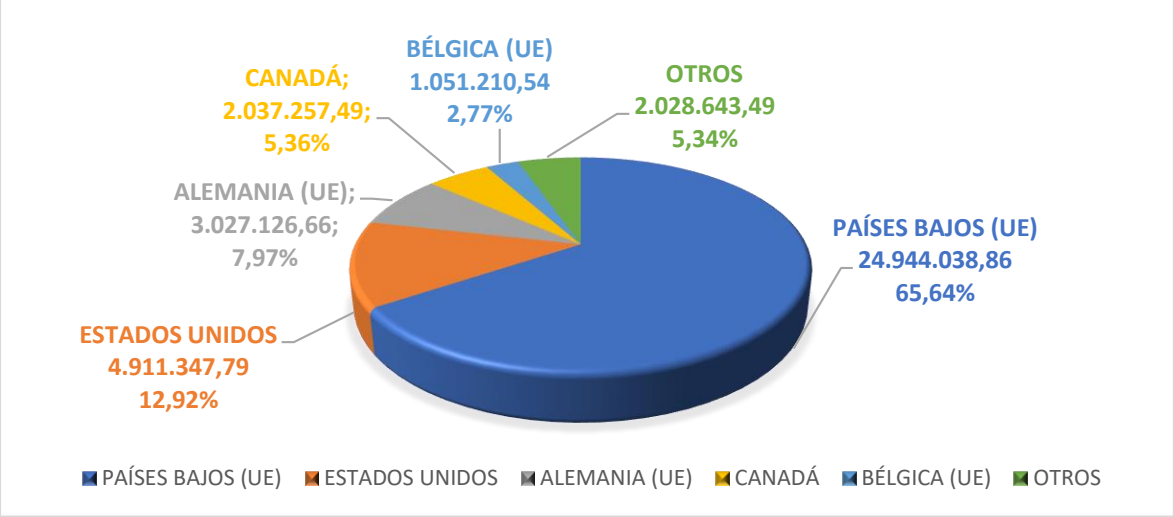
Nota. Datos expresados en valor FOB (USD). Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Los principales destinos exportación fueron: Países Bajos, Estados Unidos, Alemania, Canadá, Bélgica, Francia, Brasil, Emiratos Árabes Unidos, Italia, España. Como se deja evidenciar entre los principales destinos de exportación la mayoría de países son europeos. A

continuación, analizaremos el comportamiento de las exportaciones de los cinco países más importantes a los cuales Colombia dirigió sus exportaciones de uchuva.

Figura 37

Principales destinos de Exportación de uchuva desde Colombia, Valor FOB (USD) año 2021



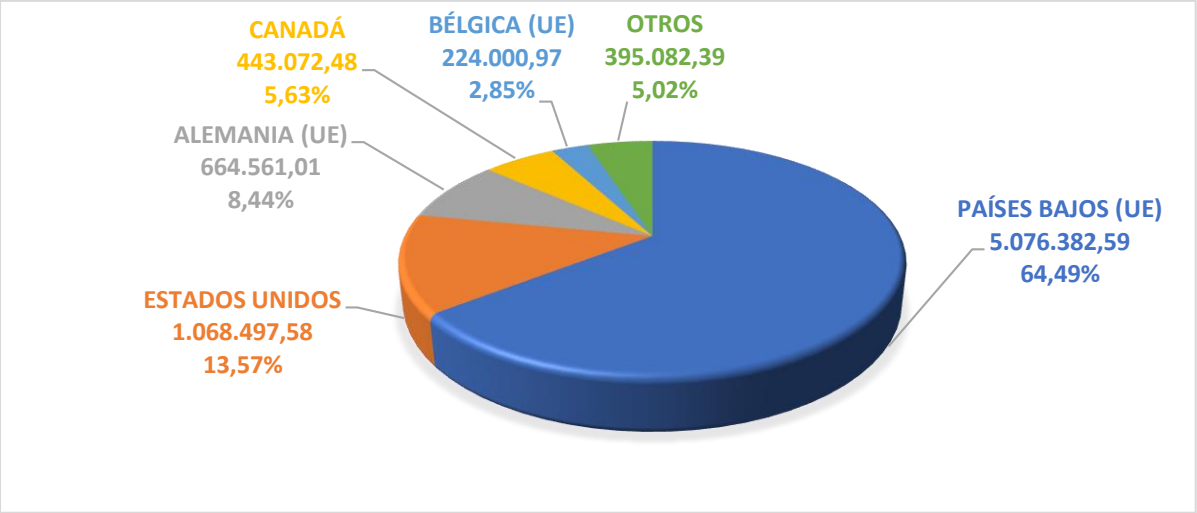
Nota. Datos expresados en valor FOB (USD). Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX 2022.

Países Bajos es el destino al que Colombia realizo en mayor cantidad la exportación de uchuva con un valor FOB (USD) de 24.944.038,86 (93.159.335.241,93 COP) con una participación del 65,64 % del valor total exportado. **Estados Unidos** le sigue con un valor FOB (USD) de 4.911.347,79 (18.414.128.205,47COP) equivalente al 12,92 % del total del valor exportado. **Alemania** ocupa el tercer lugar con un valor FOB (USD) de 3.027.126,66 (11.337.946.131,87 COP) participación del 7,97 % del valor total. **Canadá** con un valor FOB(USD) 2.037.257,49 (7.480.941.456,68 COP) que representan el 5,36% del valor total de las exportaciones. El país de **Bélgica** se encuentra dentro de los cinco países más importantes a los

cuales Colombia destino sus exportaciones de uchuva con una participación del 2,77 %, que representan una cantidad de 250.484 kilos netos y un valor FOB (USD) 1.051.210,54 (3.956.235.958,09 COP). Los demás países representaron el 5,13% del total de las exportaciones.

Figura 38

Principales destinos de Exportación de uchuva desde Colombia (Kilos netos), año 2021



Nota. Datos expresados en Kilos netos. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Países bajos registra una cantidad de 5.076.382,59 kilos netos aproximadamente, con una participación del 64,49 % del total de las cantidades exportadas. Estados Unidos con una cantidad de 1.068.497,58 kilos netos que representan el 13,57 % de las exportaciones. Alemania ocupa el tercer lugar con una cantidad de 664.561,01 kilos netos, participación del 8,44 %. A Canadá se le dirigió 443.072,48 kilos netos, que representan el 5,63% del total de las exportaciones. Bélgica se destinó el 2,85 % de las exportaciones, que representan una cantidad de 224.000,97 kilos netos. Los demás países representaron el 5,02% del total de las exportaciones con una cantidad de 395.082,39 kilos netos.

Tabla 18

Países de Destino, Exportaciones de Uchuva (uvillas) (physalis peruviana) frescas desde Colombia, enero a mayo, año 2022

País de destino	Peso en kilos netos	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
Países Bajos (UE)	2.627.966,49	12.460.298,17	48.485.437.440,10
Estados Unidos	675.243,92	2.939.519,29	11.517.112.369,04
Alemania (UE)	235.705,59	1.149.848,31	4.458.827.166,54
Canadá	156.209,40	705.866,51	2.749.550.032,33
Bélgica (UE)	128.824,78	567.284,92	2.225.409.421,38
Brasil	63.948,54	283.021,06	1.094.301.084,35
Emiratos Árabes Unidos	33.107,02	211.782,07	828.659.070,29
Francia (UE)	43.354,91	199.075,57	780.503.447,87
Italia (UE)	22.996,16	103.810,09	402.815.325,61
España (UE)	11.493,74	60.911,60	239.242.005,75
Otros	30.463,01	166.428,23	647.003.906,23

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Entre enero y mayo del 2022 los diez principales destinos de exportación han conservado su orden. Países Bajos evidencia un crecimiento del 4,19%, es decir, un valor FOB de 521.520,92 (USD) más, en comparación con el mismo periodo del año 2021. Estados Unidos como segundo destino de mayor exportación, aumento su valor FOB en 1.088.548,11(USD) más, y evidencia un crecimiento del 37,03%. Alemania obtuvo un crecimiento del 6,06 %, 69.674,89 (USD) más que el mismo periodo del año anterior con respecto al valor FOB. Por su parte Bélgica y Brasil son los países que mayor crecimiento han reportado, 50,19% y 55,60% respectivamente, incrementando el valor FOB en su orden de 284.714,31 (USD) y 157.348,66 (USD) según la comparación de estos periodos del año 2021 y 2022. Países como Emiratos

Árabes Unidos e Italia también reportaron un gran crecimiento, con el 37,10% y 39,97% más, respecto al año anterior.

Canadá, Francia y España como destinos importantes de exportación reportaron una tendencia a la baja. Canadá decreció en un 29,91%, disminuyendo un valor FOB de 211.109,89 (USD) en relación al año anterior. Francia bajo un 6,69% restando su valor FOB en 13.319,54 (USD). España con valor FOB 12.566,30 (USD) menos, con respecto al mismo periodo del año anterior decreció en 20,63%.

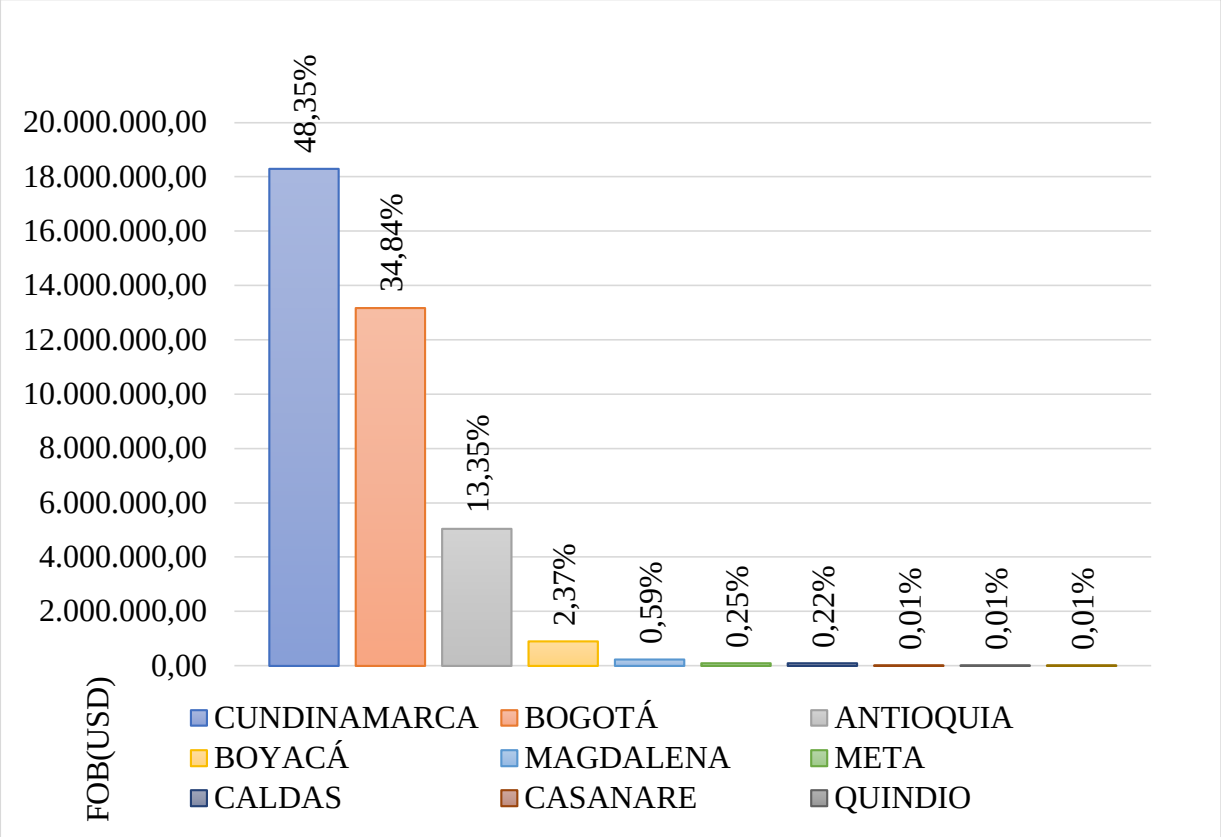
Para el año 2022 entre enero y mayo, aun no se registran exportaciones a Países como Argentina, Irlanda, Portugal que participaron durante el año 2021 y aparecen nuevo destino como Republica checa, Líbano y Kazajstán.

Departamentos de Origen

Dentro de estas exportaciones se reporta como departamentos de origen Cundinamarca, Bogotá, Antioquia, Boyacá, Magdalena, Caldas, Meta, Casanare, Quindío, Tolima.

Figura 39

Departamentos de Origen de Exportación de Uchuva, Valor FOB (USD), Año 2021



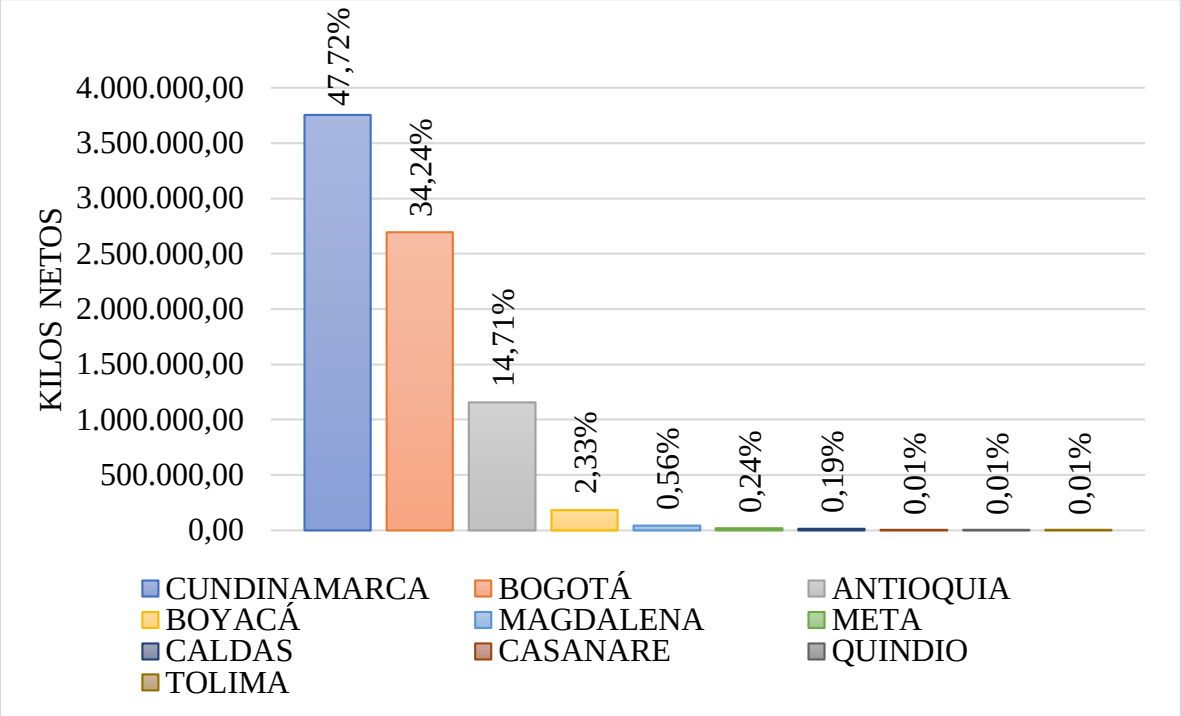
Nota. Datos expresados en FOB (USD). Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Cundinamarca con el 48,35 % de la participación como departamento de origen de las exportaciones colombianas para el año 2021 reporta 18.286.373,63 FOB (USD) (68.373.182.113,92 COP). **Bogotá** como segundo departamento más importante dentro de este

esquema intervinieron con una cantidad en valor FOB (USD) 13.176.134,24 (49.125.781.425,46 COP) equivalente al 34,84%. **Antioquia** con 5.049.572,93 FOB (USD) (18.911.280.966,96 COP) equivalente al 13,35%. **Boyacá** con 897.586,26 FOB (USD) (3.484.935.918,59 COP) ocupa el cuarto lugar con una participación del 2,37%. El departamento de **Magdalena** aporto para este periodo de exportaciones 221.685,00 FOB (USD) (784.657.914,64COP) que equivalen al 0,59%. **Meta** con 94.212,63 FOB (USD) (344.488.299,68 COP) equivalentes al 0,25% del valor exportado. **Caldas** con una participación de 82.568,39 FOB (USD) (296.239.319,41 COP) equivalente al 0,22%. **Casanare** reporto exportaciones con valor FOB (USD) 5.670,00 (19.656.756,00 COP) de participación equivalente al 0,01%. El departamento de **Quindío** un valor de 4.330,15 FOB (USD) (15.795.457,07 COP) que representa el 0,01% del total exportado por Colombia. Y por último el departamento de **Tolima** con una participación del 0,01% exporto un valor de 2.311,78 FOB (USD) (8.859.873,43 COP).

Figura 40

Departamentos de Origen de Exportación de uchuva (Kilos netos), Año 2021



Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022)

Cundinamarca con el 47,72 % aporto a las exportaciones de uchuva para el año 2021 con 3.756.257,52 kilos netos. Bogotá con una cantidad de 2.694.993,53 kilos netos equivalente al 34,24%. Antioquia con 1.157.801,55 kilos netos, que representa el 14,71% de las cantidades exportadas. Le sigue el departamento de Boyacá con 183.123,48 kilos netos y una participación del 2,33% del total de las cantidades exportadas. Magdalena aporto para este año de exportaciones 43.806,00 kilos netos que equivalen al 0,56%. Meta con 18.587,50 kilos netos equivalentes al 0,24% de la cantidad exportada. El departamento de Caldas con una participación de 14.890,24 kilos netos, equivalente al 0,19%. Casanare reporto una cantidad exportada de 1.100,00 kilos netos, participación equivalente al 0,01%. Quindío con 521,2 kilos netos

exportados que representa el 0,01% de la cantidad total. El Tolima con una participación del 0,01% reporto 516 kilos netos como departamento de origen.

Tabla 19

Departamentos de Origen de Exportación de uchuva, enero a mayo, año 2022

Departamento	Peso en kilos netos	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
Cundinamarca	1.603.917,87	7.739.006,84	30.308.238.288,70
Bogotá	1.655.086,02	7.612.762,64	29.469.749.426,42
Antioquia	643.297,91	2.860.159,97	11.188.472.744,07
Boyacá	118.329,60	580.354,27	2.241.292.477,30
Meta	4.237,00	33.059,00	132.527.635,23
Bolívar	4.208,76	20.544,00	80.742.938,65
Atlántico	108	1.146,20	4.676.862,78
Tolima	104,4	596,9	2.296.043,14
Quindío	24	216	864.853,20

Nota. Fuente: Datos tomados de LEGISCOMEX (2022).

Para el periodo de enero a mayo del 2022, Cundinamarca, Bogotá y Antioquia, continúan posicionándose como los departamentos de origen más importantes de exportación de la uchuva. No obstante, Cundinamarca presento un decrecimiento del 2,25% con respecto al valor FOB en el mismo periodo del año anterior, es decir, 174.178,52 (USD) menos. Al contrario, Bogotá y Antioquia obtuvieron un crecimiento del 15,21% y 25%, con un valor FOB más de 1.157.833,18(USD) y 714.973,39 (USD) relativamente. Meta también reporto un decrecimiento del 135,34% y Quindío del 483,33%.

Por su parte Boyacá no había reportado exportaciones para este mismo periodo de tiempo en el año 2021, pero durante enero a mayo de 2022 ya suma 64,66% del total de exportaciones registradas en el año 2021.

Bolívar y Atlántico son dos nuevos departamentos que no habían participado en las exportaciones del año 2021, suman un valor FOB de 21.690,20 (USD) y una participación del 0,12% de las exportaciones desde enero hasta mayo del 2022. Magdalena, Caldas y Casanare registraron exportaciones como departamento de origen en el año 2021 pero hasta el mes de mayo del 2022 no reportan exportación.

Observamos que Nariño no registra como departamento de origen exportador de uchuva, esto es porque el cultivo y producción de la región se destina a otros municipios que posteriormente destinan el producto a otros lugares del mundo. Cabe resaltar que, Nariño cuenta con experiencia de cultivo tipo exportación y que la uchuva nariñense es una de la más apetecida a nivel nacional e internacional. La poca experiencia comercial internacional que hay en el departamento, no ha permitido generar oportunidades importantes en el mercado exterior.

6.5 Dinámica de transporte del producto

La dinámica de transporte contiene la logística empleada desde que el productor transporta la uchuva hacia la cabecera municipal para venderla a los intermediarios, hasta la modalidad de transporte empleada para la exportación, por tanto, se analiza la dinámica de transporte a nivel regional, nacional e internacional.

6.5.1 Regional

Como primera medida, para el comercio local, los productores transportan la fruta dentro de la finca para almacenarla en los lugares de acopio y posteriormente la transportan por vía terrestre a la cabecera municipal, con el fin de venderla a los intermediarios. Este transporte no cuenta con mecanismos de cuidado de la fruta, como la cadena de frio y generalmente se prestan problemas como golpes en la fruta, cortes, entre otros, provocando la pérdida de la calidad del producto.

Figura 41

Transporte de Uchuva tipo Exportación

Nota. Imagen tomada de Surtropika Sas. Transporte de uchuva tipo exportación [fotografía] Jhon Moran

El empresario Jhon Moran de la empresa Surtropika SAS, en el municipio de Pupiales, explica que después de realizar la selección de la uchuva tipo exportación desde Pupiales, se

destina principalmente a Bogotá, Cundinamarca y Boyacá donde están ubicados los intermediarios, que se encargaran de llevar el producto al exterior. Por lo general el producto sale en horario de 6 a 7 de la noche. Desde el lugar de origen hasta llegar a donde están ubican los intermediarios, transcurren cerca de 30 a 40 horas. Por cuestiones de costos, se prefiere enviar los frutos en camiones. Normalmente estos no cuentan con mecanismos de control de cadena de frio y el producto se debe enfrentar a diferentes temperaturas, además de la fricción y los golpes que sufren los frutos según las condiciones de las vías. Por estas situaciones, cuando el producto llega a su destino, las empresas intermediarias vuelven hacer una selección de los frutos. El empresario Jhon Moran nos dice que "en ocasiones después de haber enviado un 100% de fruta tipo exportación, después de la selección de las empresas intermediarias, solo el 70% del total enviado cumple con los parámetros de exportación establecidos, el 20% se destina a mercados nacionales y el 10% es fruta "rechazo" que no tiene valor"

Según el plan de Desarrollo del Municipio de Pupiales (2016-2019). La estructura vial del municipio es muy importante para las diferentes actividades productivas, factor importante que determina en la calidad y precio final del producto.

6.5.2 Nacional

El sistema colombiano de transporte cumple con la función de integrar las principales zonas de producción y consumo del país. Así mismo, su infraestructura es determinante para la competitividad a nivel internacional de los productos colombianos, Ya que los costos de transporte ejercen una gran incidencia en el precio final de los mismos. El sistema de transporte en Colombia está conformado por los modos de carretera, férreo, fluvial, marítimo y aéreo, los cuáles deben estar adecuadamente integrados para ofrecer alternativas de transporte según el tipo

de movilización requerida. Para el caso específico de la exportación de uchuva se tendrá en cuenta los modos carretero, marítimo y aéreo con opciones que ofrecen la infraestructura necesaria básica para el mantenimiento de bajas temperaturas requeridas por la uchuva (Cedeño & Montenegro, 2004)

El transporte de la uchuva a nivel nacional depende del destino de la fruta. Para la fruta que se queda en el territorio nacional el transporte se basa en llevar la fruta hasta los principales mercados a nivel nacional y de ahí se realiza la reventa a los diferentes puntos. También se encuentra la uchuva que se comercializará en grandes superficies la cual es transportada a los centros de acopio de las empresas donde son empacadas y posteriormente llevadas a los mercados y supermercados en las diferentes ciudades del país, cabe resaltar que todo este transporte se hace por vía terrestre. El transporte de la uchuva es compartido y se somete al menor número de operaciones posible después de la recepción, es decir se almacena, se distribuye y se exhiben.

La fruta para exportación debe tener un manejo especial para mantener la calidad de la uchuva. Se transporta la uchuva a los sitios de adecuación y empaque y este proceso no debe superar las 24 horas. En el centro de acopio se recolecta la fruta para ser empacada de acuerdo a los requerimientos técnicos. Después la fruta es transportada a la bodega del exportador donde se inspecciona. La uchuva qué no cumple con las condiciones de exportación en algunos casos es devuelta al productor quién se encarga de su comercialización y en otros, es adquirida por el exportador para atender sus compromisos con las cadenas de supermercados en el mercado nacional, caso en el cual se acondiciona el producto de acuerdo con las exigencias de los clientes nacionales. (García M. & Ulloa S., 2003)

La uchuva que tiene como fin ser exportada se transporta por vía terrestre en camiones especiales para mantener la cadena de frio y la integridad de la fruta hacia el puerto de salida elegido y convenido para el proceso de exportación.

6.5.3 Internacional

El transporte es un tema fundamental dentro del proceso de exportación y es a menudo el factor de mayor costo, Por tanto, la elección apropiada del medio utilizado es determinante para mantener la competitividad de las exportaciones (Cedeño & Montenegro, 2004)

La elección del medio de transporte internacional dependerá del estudio previo pertinente que se haga según el mercado o país de destino sin embargo se identifican dos modos de transporte y sus características.

Modos de Transporte Internacional y sus Características

Transporte Marítimo:

- Es el principal medio de transporte utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas.
- Es considerado el medio más económico.
- Especializado para la exportación de grandes cantidades de productos frescos
- Según Legiscomex el 62,35% de la uchuva exportada desde Colombia en el año 2021 se hizo en transporte marítimo y en lo que va del año se aproxima al 64%

Transporte Aéreo:

- Es el medio de transporte más costoso.

- Algunas de sus ventajas son la rapidez en la entrega, mayor cobertura geográfica y mayores frecuencias de transporte.

- Los productos frescos se pueden enviar en un avión de carga o en la zona disponible para la carga de un avión de pasajeros. La cantidad que puede enviarse varía según el avión y espacio disponible.

- Según Legiscomex, el 37,6% de la uchuva exportada desde Colombia en el año 2021 fue enviada por transporte aéreo y desde el mes de enero hasta junio del 2022 se ha transportado el 36%, demostrando una reducción porcentual de 1,6.

Desde el año 1988 se ha exportado uchuva a la Unión Europea. En un principio se exportaba a través de vía aérea y tiempo después se empezó por transportarla vía marítima en contenedores combinados con gulupa según el Comité de Exportadores de Uchuva de Analdex. (Triana, 2020)

En enero del año 2022 el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), logró que la Autoridad Fitosanitaria (APHIS) de Estados Unidos, aceptara la uchuva como no hospedero natural de la mosca del Mediterráneo. Dicho esto, la aplicación de tratamientos cuarentenarios para la fruta no será necesaria, Esto permite una la reducción de costos en control y tratamiento frío entre los 1.100 $USD y 1.300 $USD, por contenedor y los 50 $USD y 60 $USD por pallet si se trata de transporte aéreo. (ICA, INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO , 2022)

Ipiales tiene disponible transporte aéreo y terrestre, además limita la frontera con Ecuador, posible oportunidad de transporte teniendo en cuenta que este país maneja tarifas bajas de transporte. El puerto más cercano geográficamente es el de Buenaventura, a una distancia terrestre de aproximadamente 14 horas. Pupiales cuenta con las mismas posibilidades al

encontrase a escasos 15 minutos de Ipiales. Teniendo en cuenta lo anterior nos podemos seleccionar varias alternativas de transporte, no sin antes realizar un estudio logístico y de costos para garantizar la calidad del producto y las exigencias del cliente.

6.6 Dinámica de precios del producto

Para la siguiente descripción se analizará la dinámica de precios en tres espacios: regional, nacional e internacional con el fin de puntualizarla dinámica de precios en cada una de las perspectivas.

6.6.1 Regional

La dinámica de precios tanto para Ipiales como para Pupiales es similar, y en general lo es para todo el Departamento de Nariño.

Existen dos tipos de productores: El productor pequeño, que se enfrenta a la temporada alta y baja del mercado, es decir, vende la fruta a intermediarios durante los meses de alta demanda y en los meses de baja demandase enfrenta a grandes dificultades para la comercialización de la fruta. El otro tipo de productor, es el empresario, que está más preparado y prefiere establecer contratos de compra, esto sucede especialmente con las exportadoras, lo que le permite garantizar la venta de uchuva durante todo el año y la posibilidad de negociar un precio previamente. (Torres Muñoz, 2012)

En el estudio de mercado para la comercialización de uchuva en Nariño realizado por (Coral T, Torres Martinez , & Yepez Chamorro , 2011), mediante información de los intermediarios, expone que, el precio de la uchuva sin capacho está influenciado por el destino final del producto; si está destinado para mercados locales, el precio promedio pagado por los consumidores a los intermediarios es de $3.000 kg. En los mercados de exportación, existe la

posibilidad para los intermediarios de obtener mayores márgenes de ganancia, sin embargo, las exigencias en calidad y cantidad son superiores.

En dicho estudio se determina que presenta una participación del 62.5% correspondiente al comerciante de la plaza de mercado a comparación de la participación del productor (PDP) que es del 37.5%. Así mismo, se registra una mayor participación de los intermediarios sobre el precio final del producto, donde el 85,75% (MBC) del valor pagado por el consumidor final se queda en los supermercados; en cambio la participación del productor (PDP) se reduce al 14,25%. Este comportamiento tiene una explicación, en el sentido que los supermercados incurren en ciertas prácticas de manejo postcosecha tendientes a suplir las exigencias del consumidor, como homogenización y presentación del producto, actividades que la mayoría de productores no realiza. En el departamento, la uchuva es vendida en plazas de mercado en Pasto e Ipiales y Según lo observado en los puestos de venta de las plazas de mercado, el producto se vende al consumidor final a $3. 000.kilogramo de este valor al productor le corresponde $1.125 kg. (Coral T, Torres Martinez , & Yepez Chamorro , 2011)

Actualmente, el precio por kilogramo de uchuva fresca con capacho en el departamento de Nariño fluctúa entre los $3.000 y $4.000 COP y la uchuva sin capacho fluctúa entre los $4.000 y $5.000 COP, manteniendo una variación estable. La anterior información fue proporcionada por fuentes primarias de vendedores locales en la ciudad de Pasto.

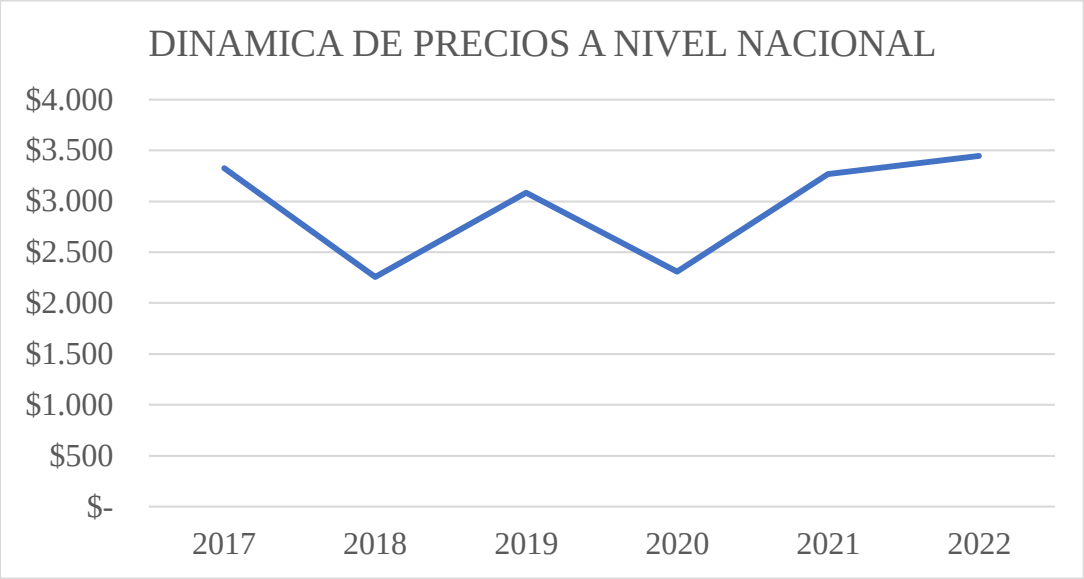
6.6.2 Nacional

La uchuva posee un alto potencial dado que el 70% de la producción posee calidad para ser exportada, mientras que el resto que no cumple las condiciones se destina a consumo nacional,

dónde los precios entre los meses de marzo a abril de 2015 lograron un precio de 2900 COP/Kg sin capacho gracias al proceso de selección y clasificación frente a los 2450 COP/Kg con capacho para el mismo periodo en la Central Mayorista de Antioquia. (Arias Vargas, Gomez Mejía, Suarez Holguín, & Rendón Sierra, 2015)

Figura 42

Evolución del precio COP/Kg de uchuva a nivel Nacional en los últimos años la Central Mayorista de Antioquia.



Nota. Datos tomados del Boletín Semanal de Precios del DANE (2023).

Durante los últimos seis años en promedio en el comportamiento de los precios mayoristas de uchuva se evidencia un incremento aproximado del 4%. Se destaca un alto nivel de intermediación entre los productores y las centrales mayoristas.

Desde enero hasta diciembre del año 2022 se emitieron cincuenta y tres (53) boletines semanales de precios mayoristas. Haciendo un análisis del comportamiento que ha tenido el

precio de la uchuva con cascara en el 2022, encontramos que hubo muchas variaciones en el transcurso del mismo, teniendo uno de sus valores más altos de $4.075 en la segunda semana de febrero y el más bajo en la última semana de noviembre equivalente a $2.500 con una variación negativa de -38,65%, sin embargo y a pesar de todas estas variaciones el promedio del precio en todo el año fue de $3.447, siendo el más alto en los últimos seis años.

Tabla 20

Comportamiento Precios de la Uchuva con "Cascara", año 2022

Mes	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
$/Kilogramo	$ 3.231	$ 3.865	$ 3.522	$ 3.411	$ 3.104

Nota. La "cascara" hace referencia a el cáliz o capacho de la uchuva. Fuente: Datos tomados DANE, Boletín Semanal Precios Mayoristas SIPSA, (2022).

El precio de las frutas en Colombia se ve afectado por diversos factores, como el ambiental, social, político y económico, dado que la situación climática, el precio del combustible, el precio del dólar y las situaciones sociales, como los paros pueden tener efectos en los precios ya sea positiva como negativos haciendo que el precio suba o baje dependiendo la situación.

De acuerdo con los datos del boletín de precios mayoristas de la primera semana de Julio de 2022, podemos ver que los precios a nivel nacional, teniendo en cuenta los mercados de Bogotá, Cúcuta, Ibagué y Medellín, oscilan entre los $3.104 y $3.875.

Tabla 21

Precios de la Uchuva con Cascara a Nivel Nacional para Julio, año 2022

Uchuva con cáscara	**Precios**		
	Mínimo	Máximo	Medio
Bogotá, D.C., Corabastos	$3.000	$3.300	$3.104
Cúcuta, Cenabastos	$3.000	$5.000	$3.875
Ibagué, Plaza La 21	$2.400	$2.800	$2.756
Medellín, Central Mayorista de Antioquia	$3.300	$3.500	$3.400

Nota. Datos tomados de DANE, Boletín Semanal Precios Mayoristas SIPSA, 1 de Julio de (2022).

De acuerdo el artículo de Triana para Portafolio 2022 con datos de precios mayoristas del DANE, el precio del kilogramo de uchuva se pondera entre un mínimo de $3.400 y un máximo de $3.500 para el consumidor local.

6.6.3 Internacional

En el 2021 Colombia exportó un total de 7.872 toneladas de uchuva lo que representó USD 37,8 millones, un incremento de 16% en valor comparado con el año anterior. (Ministerio Nacional de Agricultura, 2022)

El precio alcanzado en diferentes mercados para la uchuva colombiana rectifica el gran potencial del producto dado que en el año 2021 en los principales países importadores el precio de la uchuva tuvo un valor de 19.999,83 COP/Kg y 5,34 USD/Kg, siendo los Emiratos Árabes Unidos el país en el que se cotizó un valor más alto en comparación a los demás.

Tabla 22

Comportamiento de Precios Unitarios de la Uchuva Colombiana a nivel internacional, año 2021

PAIS	Precio Unitario FOB (COP) /peso kilos netos	Precio Unitario FOB (USD)/peso kilos netos
Países Bajos (UE)	$ 19.983,20	5,34
Estados Unidos	$ 20.016,60	5,34
Alemania (UE)	$ 19.966,67	5,33
Canadá	$ 19.987,56	5,34
Bélgica (UE)	$ 19.962,33	5,33
Brasil	$ 19.983,87	5,34
Emiratos Árabes Unidos	$ 20.048,34	5,35
Francia (UE)	$ 19.993,19	5,34
Italia (UE)	$ 20.055,34	5,35
España (UE)	$ 20.001,22	5,34
Total	**$ 19.999,83**	**5,34**

Nota. Los precios se obtuvieron a partir del promedio de total exportado (kilos netos) a los principales países de destino, durante el año 2021.Fuente: Datos tomados de Legiscomex (2022).

En lo que va de transcurrido del año 2022, se tiene informe de los precios unitarios en kilogramos de las exportaciones hasta el mes de junio, obteniendo un promedio de precios de 20.306,12 COP/Kg el cual en comparación al año anterior ha incrementado en 306,29 COP/Kg y 5,21 USD/Kg donde hasta el momento se evidencia una disminución de 0,13 USD/Kg, esto se debe a las diferentes fluctuaciones de la tasa de cambio, ya que al día de hoy 1 USD es equivalente a 4.388,67 COP y en el año 2021 en promedio 1 USD equivalía a 3.743,09 COP.

Tabla 23

Comportamiento de Precios Unitarios de la Uchuva Colombiana a Nivel Internacional, enero a junio del año 2022

PAIS	Precio Unitario FOB (COP)/kilos netos	Precio Unitario FOB (USD)/kilos netos
Países Bajos (UE)	$ 20.298,74	5,20
Estados Unidos	$ 20.336,21	5,21
Alemania (UE)	$ 20.279,81	5,20
Canadá	$ 20.277,86	5,19
Bélgica (UE)	$ 20.308,33	5,21
Brasil	$ 20.300,11	5,22
Emiratos Árabes Unidos	$ 20.289,90	5,21
Francia (UE)	$ 20.319,26	5,21
Italia (UE)	$ 20.319,82	5,20
España (UE)	$ 20.331,15	5,21
Total	**$ 20.306,12**	**5,21**

Nota. Los precios se obtuvieron a partir del promedio de total exportado (kilos netos) a los principales países de destino, durante enero a junio del 2022.Fuente: Datos tomados de Legiscomex (2022).

La diferencia de precios internacionales de la uchuva colombiana es relativamente corta. El país que mejor paga la uchuva es estados unidos con un valor FOB (COP) de 20.336,21 por kilogramo. Cabe resaltar que los precios han mejorado con respecto al año anterior, donde en promedio se pagaba la uchuva a un valor FOB(COP) de 19.999,83 por kilogramo y en el año 2022 el valor promedio pagado por la uchuva colombiana asciende a 20.306,12 FOB(COP) por kilogramo.

El mercado de la uchuva es atractivo especialmente para los que realizan la negociación a nivel internacional, dado que en otros países el kilo neto de uchuva lo pueden pagar hasta un 80% más que el precio nacional. Hay que tener en cuenta que los valores logísticos y de transporte también aumentan su costo, todo depende de cuál sea el destino final.

La uchuva, un fruto promisorio para la exportación desde el departamento de Nariño, enmarca una serie de actores y actividades para su producción. En este primer capítulo se realizó una recopilación y análisis de la información acerca de la dinámica de la cadena productiva de la uchuva. Su proceso empieza desde el cultivo, pasa por la producción y finalmente la comercialización. En cada una de estas actividades se involucran diferentes eslabones como productores, comercializadores, transformadores, transportadores, etc., De aquí la importancia de poder establecer un sistema con procesos eficientes, que, mediante la asociatividad, abra pasos para fortalecer esta línea productiva a través de la inversión en ciencia, innovación y tecnología. Finalmente se espera que, mediante procesos estratégicos y ordenados de este encadenamiento productivo, se mejore los niveles de competitividad, que posteriormente generen la oportunidad de internacionalizar este producto, no solo con el sello de Colombia y otros departamentos, si no también nariñense.

7. Capítulo 2

Definir el perfil de los productores de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales,

Nariño que apoye a la decisión de la futura puesta en marcha de una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.

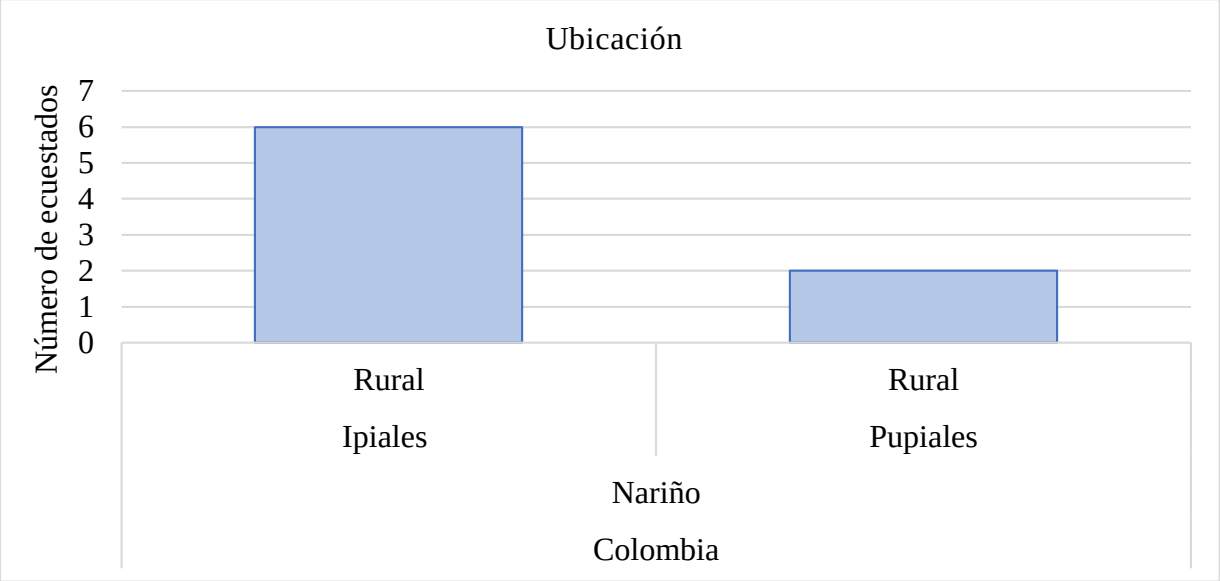
7.1 Caracterización de los productores de uchuva

El municipio de Ipiales y Pupiales se encuentran a escasos siete kilómetros de distancia y se dedican a la agricultura como una de sus actividades económicas principales. Estos municipios, cuentan con un clima óptimo para el cultivo de uchuva, lo que ha permitido producir un fruto de alta calidad con potencial exportador. El comportamiento de área de cultivo y producción de uchuva en los últimos años ha demostrado que tanto Ipiales como Pupiales pueden alcanzar un buen nivel de capacidad productiva, aun sabiendo que sus labores de cultivo son basadas en métodos convencionales. Es por esto, que se determinó aplicar la encuesta de tipo personal a ocho (8) productores de uchuva (principales actores dentro de la cadena productiva de uchuva) en los municipios de Ipiales y Pupiales en el departamento de Nariño. En el formato se priorizaron treinta y cinco ítems (35), con el fin de determinar las características productivas y particulares, además, de sus perspectivas de internacionalización y perspectivas de acciones de iniciativas clúster.

7.1.1 Características particulares

Figura 43

Ubicación Geográfica de los Productores de Uchuva



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica de los productores de uchuva, en esta pregunta también se especifica en que área se encuentran (urbana o rural) Fuente: Elaboración propia

La muestra se toma en Colombia en el departamento de Nariño año 2022. Seis de los productores de uchuva encuestados se ubican en la zona rural del municipio de Ipiales y dos se encuentran en zona rural del municipio de Pupiales. El municipio de Ipiales se ubica a una altura de 2.900 metros sobre el nivel del mar aproximadamente y cuenta con una superficie de 1.707 kilómetros cuadrados de los cuales 1.698,5 pertenecen a la zona rural (99,5% del total del territorio) (Alcaldia de Ipiales, 2020). El municipio de Pupiales se encuentra a una altura de 2.970 metros sobre el nivel del mar. Es considerado uno de los municipios más pequeños del departamento de Nariño con una superficie aproximada de 132,18 kilómetros cuadrados, de los cuales 130,4 perteneces a la zona rural (98,66% del total del territorio) (Alcaldia de Pupiales, 2020)

Figura 44

Pregunta: ¿Se encuentra legalmente constituido?

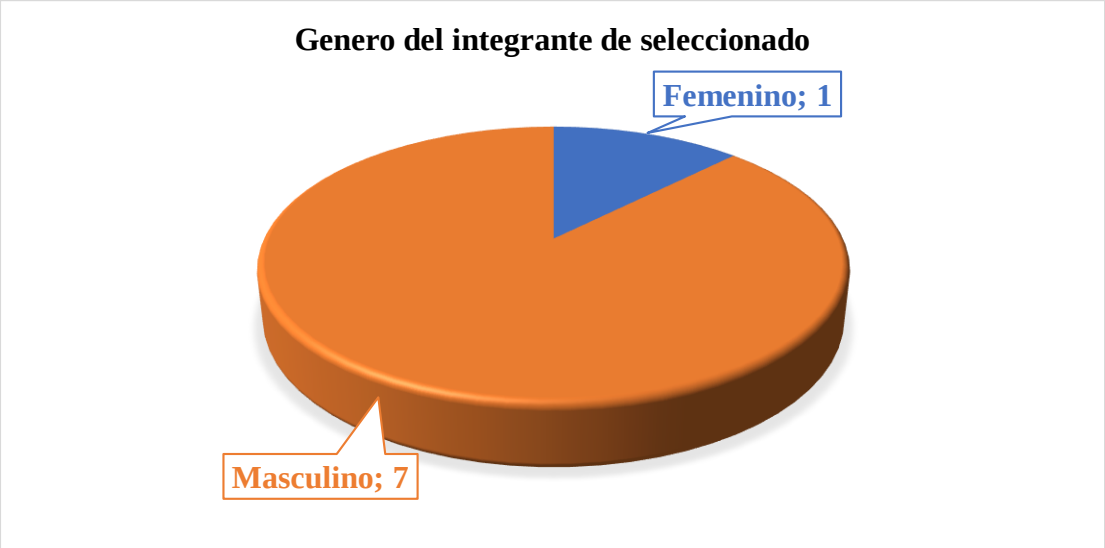
Nota. La figura muestra el valor en porcentaje de productores de uchuva formalizados; es decir, productores que hayan cumplido con los procedimientos para obtener el debido registro o certificación en este caso ante la entidad de Cámara de Comercio. Fuente: Elaboración propia

De los productores de uchuva que se encuestaron, tan solo dos se encuentran constituidos legalmente (uno en cada municipio). Es decir, que seis de los productores, equivalente al 75% de la muestra no figuran legalmente dentro de la cámara de comercio respectiva. Esto ocurre generalmente por que el cultivo y la producción por parte de los campesinos se hace principalmente bajo un enfoque de subsistencia, impidiendo alcanzar niveles altos de competitividad en los diferentes mercados en los que se puede ofertar la uchuva. Además, los bajos rendimientos conllevan a recibir bajos ingresos, por lo que, la mayoría de estos productores y campesinos no cuentan con la capacidad económica suficiente, rechazando la idea de invertir en procesos formales para la debida comercialización del producto. Para que ellos puedan

exportar y comercializar la uchuva, todos los procesos productivos se deben realizar bajo las BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) que contempla las normas y recomendaciones técnicas para la producción de los cultivos, estas prácticas son certificadas por el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) quienes garantizan que los alimentos producidos y comercializados estén en condiciones de inocuidad. Todos estos procesos de certificación requieren de inversión por parte de los productores como por ejemplo para obtener el certificado predio exportador, deben adaptar sus áreas e instalaciones, las cuales deben contar con utensilios y herramientas requeridas para producir la frutas con calidad e inocuidad, baños totalmente dotados para sus trabajadores, áreas alejadas de la vivienda para almacenar los insumos agrícolas, separación adecuada de los productos, plaguicidas, fertilizantes, bio insumos, áreas de acopio con techo, estibas, canastilla, lavamanos, canecas de basura, áreas para residuos donde se garantice la no contaminación. También debe realizar un proceso para el manejo de suelo, cultivo y plagas. (PROCOLOMBIA, 2018)

Figura 45

Pregunta: Genero del integrante seleccionado



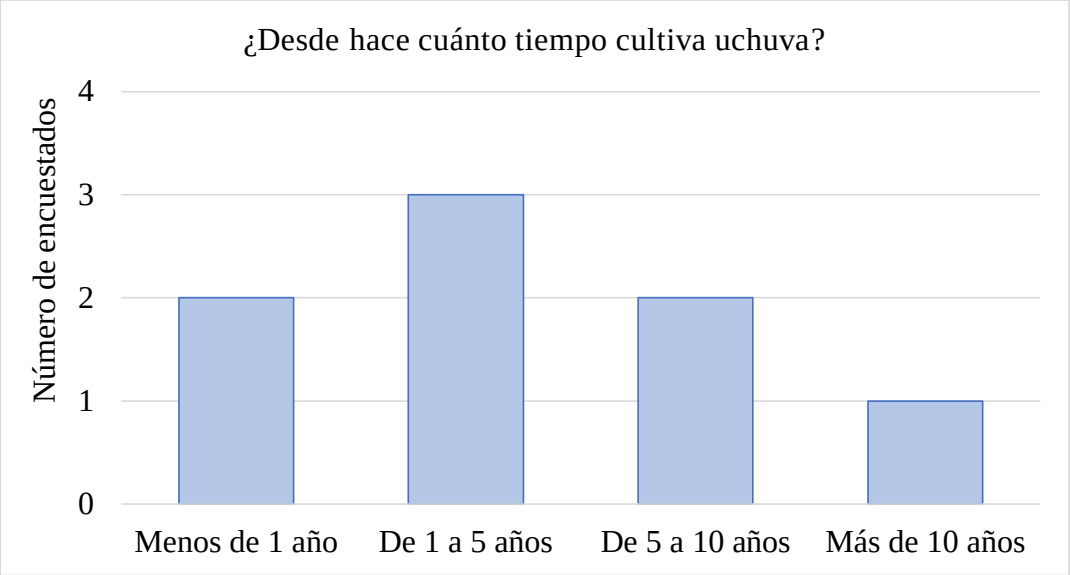
Nota. La figura muestra el género de los productores de uchuva encuestados. Fuente: Elaboración propia

Los resultados evidencian que los cultivos de uchuva en estos municipios son liderados por el género masculino. De los ocho encuestados, tan solo una mujer dirige las actividades para el cultivo. En la cultura de las zonas rurales, en general, de todo el territorio nacional, el hombre se debe dedicar a las actividades de cultivo y producción que generen ingresos para mantener sus hogares y las mujeres se encargan de las actividades relacionadas con el cuidado del hogar. Las mujeres son contratadas principalmente para actividades de cultivo, debido a que es un proceso que se debe realizar con estricto cuidado para no perjudicar la calidad del producto. Según el periódico EL PAÍS solo tres de cada diez mujeres son propietarias de tierras (Vanegas, 2022)

7.1.2 Características productivas

Figura 46

Ítem 1



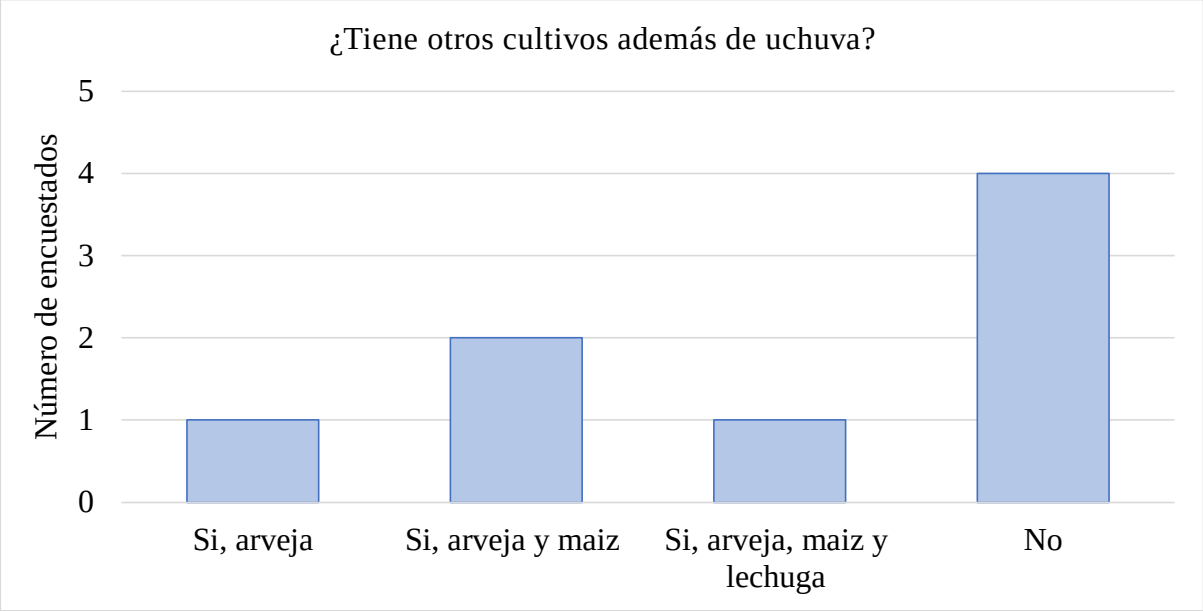
Nota. La figura muestra el tiempo en que los productores se han dedicado a la cultivada uchuva. Fuente: elaboración propia.

De los casos que se estudiaron, se encontró que dos productores (uno por cada municipio) no cuentan con experiencia de cultivo de uchuva, pues se dedican a esta actividad hace menos de un año. Tres productores del municipio de Ipiales se dedican a los cultivos entre uno a cinco años, con una experiencia media. Durante cinco a diez años se clasificaron a dos productores del municipio de Ipiales que se los considera con una experiencia media- alta. Con experiencia alta se clasifico a un productor, ubicado en el municipio de Pupiales. A pesar de que seis de los productores ya cuentan con experiencia de más de un año en la producción de uchuva solo dos de ellos se han decidido a formalizarse, aunque algunos de ellos refirieron que en algún momento lo hicieron, pero como se mencionó en la pregunta anterior sintieron descontento por la

retribución económica, por lo que se desvincularon. Con trabajos cooperativos este es un aspecto que se podría solucionar, al proyectar a los productores la importancia de formalizarse y finalmente brindándoles una oportunidad que incentive a ellos hacerlo.

Figura 47

Ítem 2



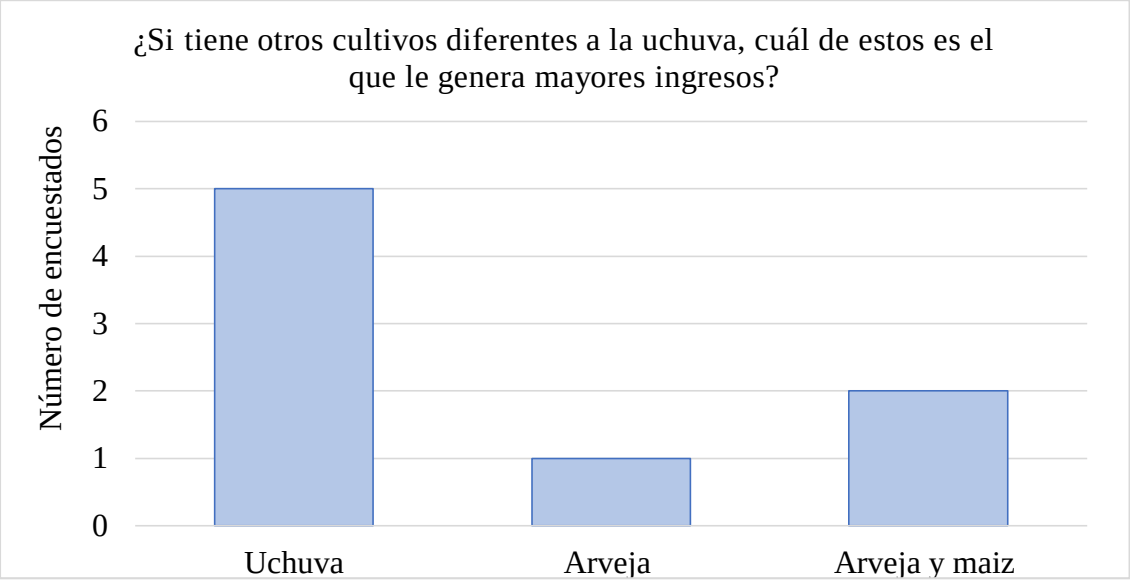
Nota. La figura muestra otro tipo de cultivos que poseen los productores además de la uchuva. Fuente: elaboración propia.

El 50% de la muestra encuestada no tienen otro cultivo diferente a la uchuva. El otro 50% refirió que se dedicaba a otros cultivos como la arveja, el maíz y la lechuga, denominados cultivos transitorios. La arveja está clasificada dentro del grupo de leguminosas y es el cultivo más destacado de este grupo con una producción durante el año 2021 de 9.894 toneladas en el municipio de Ipiales y en el municipio de Pupiales de 1.798 toneladas. El maíz clasificado como cereal, tuvo una producción total de 193 toneladas en Ipiales y de 29 toneladas en Pupiales. La lechuga clasificada como hortaliza registro una producción de 10.924 toneladas en Ipiales y 240

toneladas en Pupiales. La uchuva clasificada dentro del grupo frutales y con ciclo de cultivo permanente para el año 2021 registro una producción de 336 toneladas en Ipiales y 3 toneladas en Pupiales (EVA, 2021). Cabe resaltar que se presentó la caída en la producción por diferentes factores como altos costos de insumos, problemas fitosanitarios, condiciones climáticas. Se pude decir que, a pesar de que existen mejores oportunidades en el mercado para estos productores, aun le siguen apostando a la producción de uchuva.

Figura 48

Ítem 3



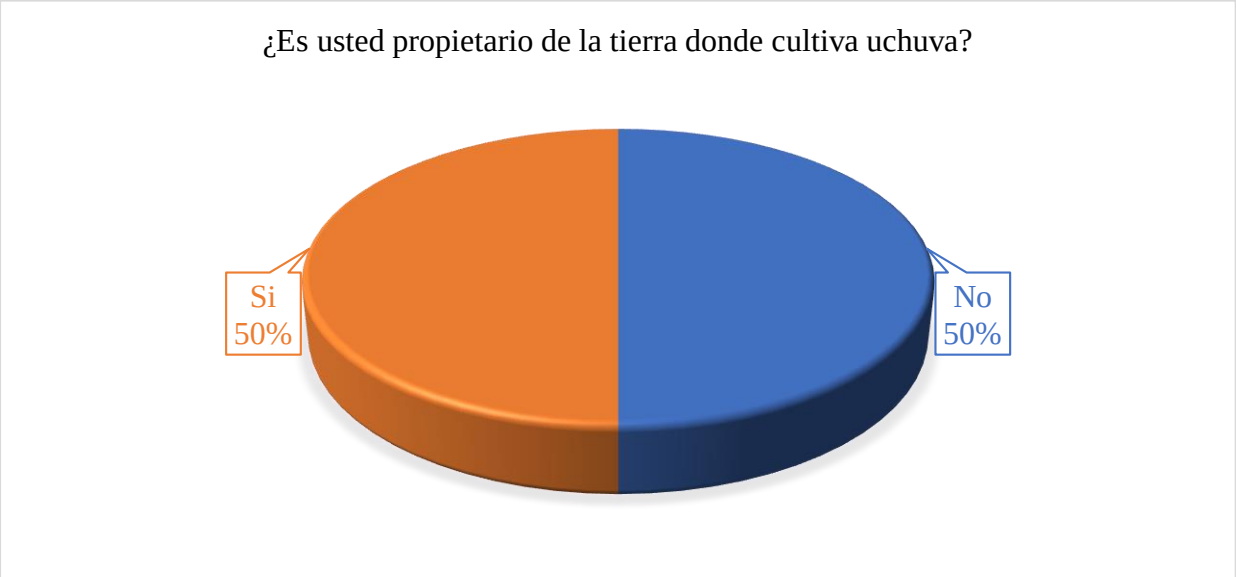
Nota. La figura muestra cuál de los cultivos les generó mayores ingresos a los productores. Por la estructura de la pregunta, las personas que no respondieron a esta, se infieren que consideran la uchuva fue el cultivo por el que mayor ingreso percibieron, de ahí que, para tener mejor claridad, se decide registrarla dentro de la gráfica como “uchuva”. Fuente: elaboración propia.

Según los productores encuestados el 62,5% perciben mayores ingresos por la producción de uchuva, el otro 35,5% determinan que sus ingresos más altos los perciben por otros cultivos

como la arveja y la arveja y el maíz. Cabe resaltar que en muchos casos este determinante de ingresos son la oferta y la demanda de los productos en los diferentes mercados. Estos resultados abren la posibilidad de despertar el interés a los productores por especializarse en la producción de uchuva y realizar actividades ordenadas y de cooperación para que finalmente los lleve a recibir mejores beneficios.

Figura 49

Ítem 4



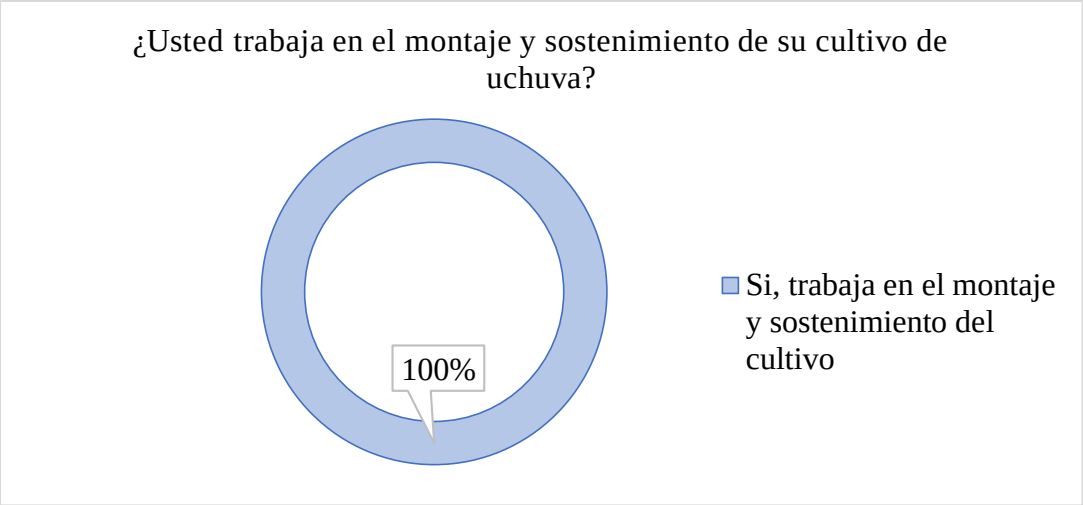
Nota. La figura muestra el porcentaje de productores que son dueños de las tierras donde cultivan uchuva. Fuente: elaboración propia.

Cuatro de los encuestados refirieron que la tierra donde cultivan la uchuva es propiedad de ellos y cuatro de ellos expusieron que los terrenos no eran de su propiedad. Estos productores no cuentan con tierras propias afirman que para el cultivo de uchuva arriendan tierras. Generalmente se hace por un año y el valor por una hectárea en promedio es de dos millones de pesos. Estos valores son determinados por las diferentes características que pueda poseer el

terreno como agua, inclinación, distancia, entre otras determinaciones. Esta situación puede ser importante al momento de establecer costos, dado que todos estos gastos se deberán reflejar el precio del producto en este caso de la uchuva y posiblemente esto puede generar bajos niveles de competitividad.

Figura 50

Ítem 5



Nota. La figura muestra el porcentaje de productores que trabajaron en el montaje y sostenimiento del cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

El 100% de la muestra, es decir los 8 productores, afirmaron que trabajaron en todo lo relacionado con el montaje y el sostenimiento del cultivo de uchuva. Entre estas actividades esta la preparación de la tierra, trazado, ahoyado, siembra, poda, tutorado, entre otras actividades. Es impórtate que cada uno de los propietarios tenga conocimiento de sus cultivos, por lo que trabajar en el montaje de ellos aumenta su conocimiento y experiencia, puede observar las diferentes necesidades para optimizar los cultivos, puede prevenir a tiempo diferentes problemas de estructura y/o fitosanitarios.

Figura 51

Ítem 6

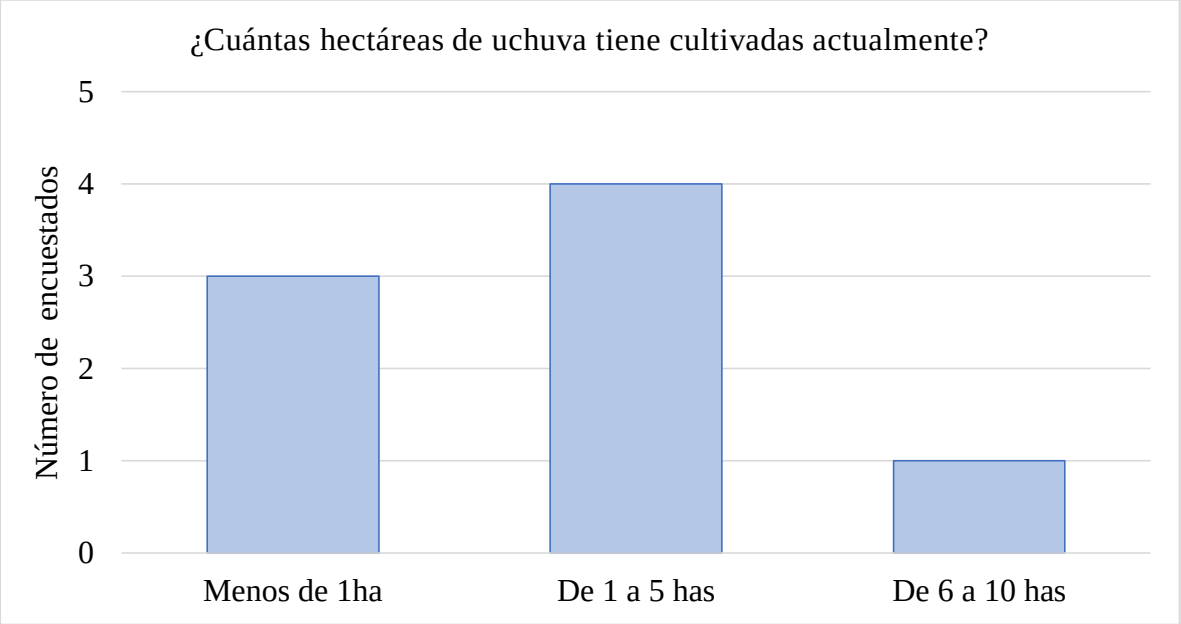
Nota. La figura muestra el porcentaje de productores que viven en el mismo lugar donde cultivan la uchuva. Fuente: elaboración propia.

El 87% de la muestra, es decir, siete de los ocho productores de uchuva encuestados no viven en la tierra donde cultivan uchuva. Solo uno de los productores en el municipio de Ipiales vive en el lugar del cultivo. A través de la observación directa se puede deducir que, tener el cultivo en el lugar donde se habita puede desatar algunos aspectos negativos, dado que el cultivo se rodea de otros pequeños cultivos, para producir alimentos para el consumo personal. También la cultura familiar en el sector rural tiende a tener perros, gallinas u otros animales en sus hogares, estos invaden los cultivos y generan problemas a las plantas y por ende la calidad del fruto disminuye. Como aspectos negativos de no tener el cultivo en el lugar de donde vive es que

las posibilidades de riego son imposibles en la mayoría de los cultivos, además de que no se puede tener un monitoreo permanente de estos.

Figura 52

Ítem 7



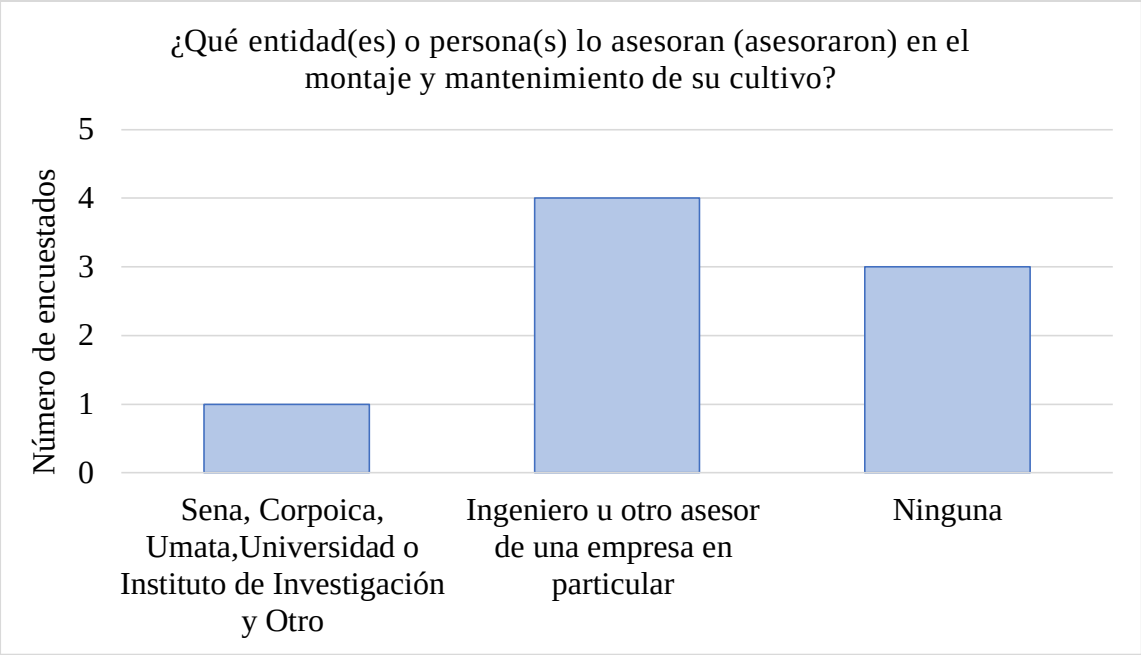
Nota. La figura muestra las hectáreas de uchuva cultivadas actualmente por los productores. Fuente: elaboración propia.

Para el 37,5% de la muestra, es decir, tres de los productores encuestados, cultivan menos de una hectárea, las áreas destinadas al cultivo de uchuva son relativamente pequeñas, algunos de estos cultivos son recientes. El 50% de la muestra, equivalente a cuatro productores, cultivan de una a cinco hectáreas, también considerándose como pequeños productores, aunque, según su rendimiento, pueden encontrar mejores oportunidades en los diferentes mercados. El 22,5 % de la muestra resultado de un productor, ubicado en el municipio de Pupiales, cultiva entre seis a diez hectáreas, estos resultados coinciden con el tiempo de experiencia, dado que es el único

productor que se ha dedicado únicamente a los cultivos de uchuva por más de diez años y es de los más destacados del total de los productores de estos municipios. A partir de los resultados anteriores podemos decir a pesar de que la muestra es pequeña, se pueden lograr grandes áreas de cultivo y niveles de producción.

Figura 53

Ítem 8



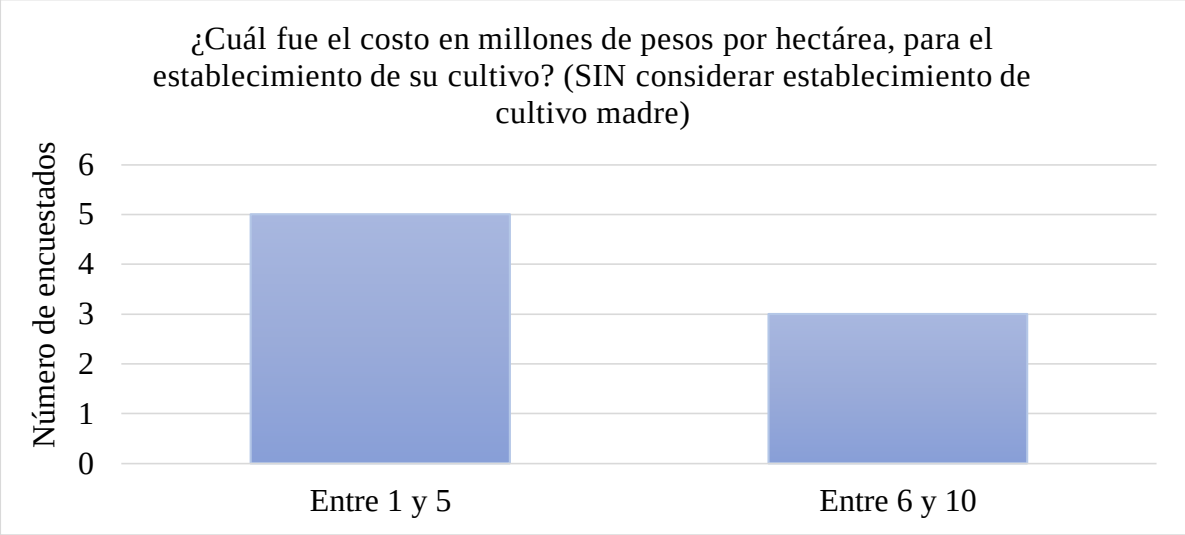
Nota. La figura muestra las entidades o personas que asesoraron a los productores con el montaje y el mantenimiento del cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

Uno de los encuestados determino que fue asesorado por alguna institución como Sena, Corpoica, Umata, Universidad o Instituto de investigación, además, de un asesor particular que generalmente son enviados por las empresas con las cuales tienen contrato de comercialización. Cuatro de los productores, afirmaron que fueron asesorados por un ingeniero u otro asesor de una empresa comercializadora. Las principales asesorías fueron por parte de empresas como Andes

Export, Frutas Comerciales SA y Sur Tropica S.A.S. ubicadas en Ipiales y Pupiales. Tres de los productores respondieron que el montaje lo establecieron con conocimientos propios, adquiridos básicamente con la experiencia, por lo que no recibieron asesoría. A pesar de que la mayoría de productores recibieron asesoría, aun hubo una parte de la muestra que no lo hizo. Esto implica que muchas de las prácticas de laboreo sean artesanales, impidiendo así, alcanzar los niveles de eficiencia necesarios para llegar a un mercado internacional. Las asesorías permiten dar soluciones a múltiples dudas técnicas, y tecnológicas por lo que dentro de la agricultura son indispensables.

Figura 54

Ítem 9



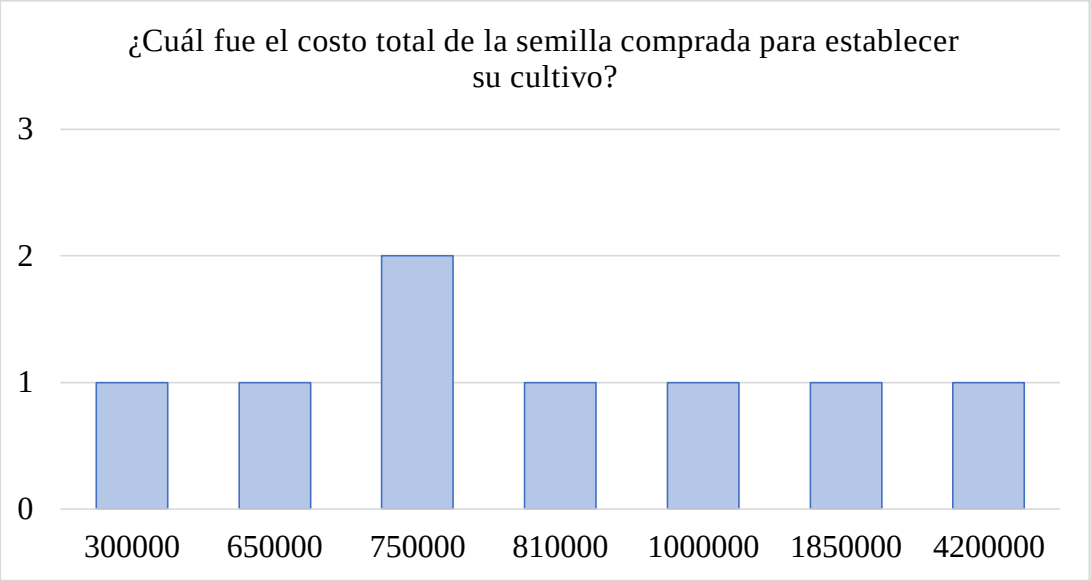
Nota. La figura muestra el costo en millones de pesos colombianos que los productores invirtieron por hectárea para el establecer su cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

El 62,5% correspondiente a cinco productores encuestados, afirman que el costo para establecer el cultivo de uchuva esta entre un millón y cinco millones por hectárea. Tres productores equivalentes al 37,5% de la muestra refieren que el costo por hectárea para el

establecimiento del cultivo esta entre 6 millones a 10 millones. Al condicionar que este valor sea sin considerar el cultivo madre quiere decir que solo se tendrán en cuenta factores como plántulas, maquinaria, mano de obra, elementos para tutorados, fertilizantes y otros insumos. Estos valores varían en cada productor, porque esto depende de cómo se lleven a cabo el establecimiento de cultivo y las labores culturales.

Figura 55

Ítem 10



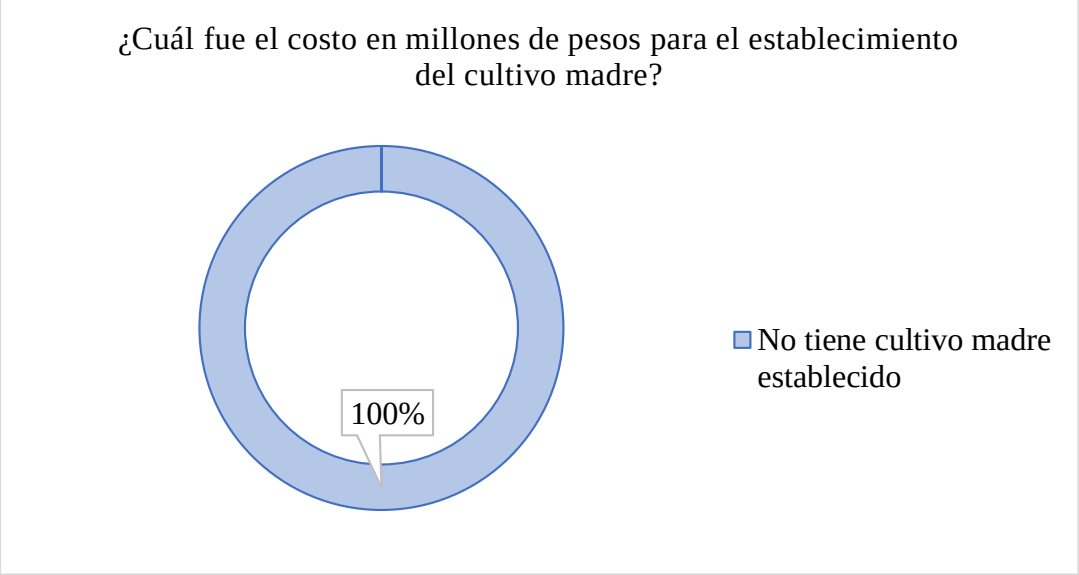
Nota. La figura muestra el costo total en pesos colombianos que los productores pagaron por de semillas para establecer el cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

La información que se obtuvo de manera directa por parte de los productores, es que, los precios de una semilla (Plántula), varía según la presentación, es decir, que la plántula en presentación de cono puede tener un precio de $450 pesos a $500 pesos y la presentación en bolsa tiene un valor de $700 pesos. Los valores por cada productor difieren teniendo en cuenta la cantidad de uchuva que cada uno ha sembrado. El valor más bajo fue de trecientos mil pesos

(300.000), este productor compro seiscientas plántulas a un valor de $500 pesos cada una. Otro de los productores compro mil trecientas plántulas por un valor de $500 pesos cada una para un total de seiscientos cincuenta mil pesos (650.000). Dos de los productores pagaron setecientos cincuenta mil (750.000) por mil quinientas plántulas a un valor de $500 cada una. Por ochocientos diez mil pesos (810.000), un productor recibió mil ochocientas plántulas a un valor de $450 cada una. Un millón de pesos (1.000.000) y un millón ochocientos cincuenta mil (1.850.000) correspondiente a la compra de dos mil plántulas y tres mil setecientas plantas relativamente, por un valor de $500 pesos cada una. El valor más alto registrado en la compra de plántulas es de cuatro millones doscientos mil (4.200.000) el cual compro cuatro mil plántulas a un valor $700 pesos cada una.

Figura 56

Ítem 11

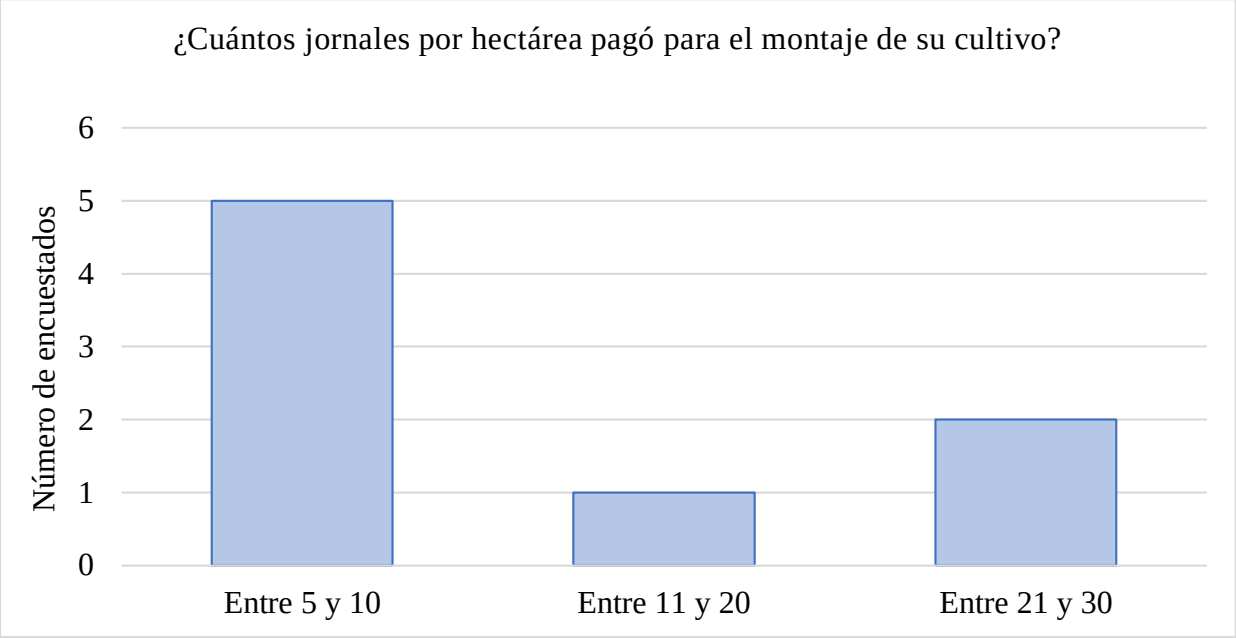


Nota. La figura muestra el establecimiento del cultivo madre por parte de los productores, el cultivo madre para este se refiere a la propagación de las semillas o plántulas de uchuva. Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que el cultivo madre para este caso se refiere a la propagación de las semillas o plántulas de uchuva, ninguno de los productores encuestados ha establecido un cultivo madre, por tal razón, hasta el momento no tienen la posibilidad de producir sus propias plántulas y se ven obligados a adquirirlas en el mercado correspondiente. Este es un factor que ha traído diferentes problemas, dado que, al comprar en algunos otros mercados, la calidad no es la deseada, las plántulas pueden venir con algún tipo de enfermedad, y a medida que transcurre el tiempo se pueden afectar otros cultivos. De aquí la importancia de invertir en ciencia e innovación para buscar diferentes alternativas de producción en este caso de las plántulas.

Figura 57

ítem 12



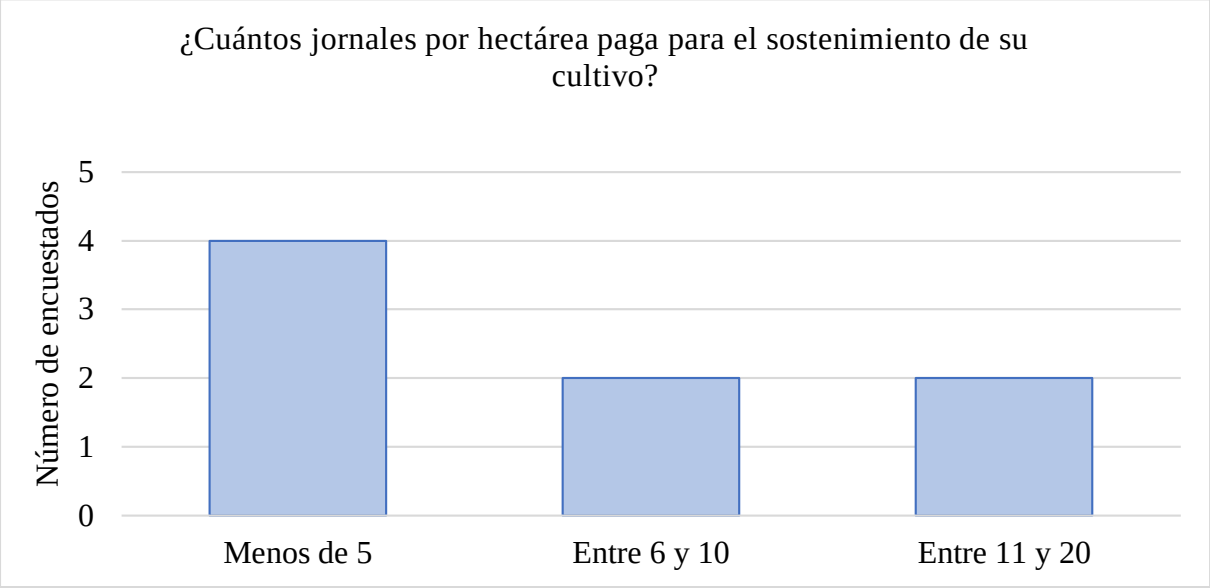
Nota. La figura muestra los jornales pagados por hectáreas para el montaje del cultivo de uchuva.

Fuente: elaboración propia.

Cinco de los productores encuestados, afirman haber pagado entre cinco a diez jornales para las actividades relacionadas con el montaje de su cultivo. Otro de los productores pago entre once a veinte jornales. La opción de veintiuno a treinta jornales fue seleccionada por dos productores. Estas condiciones, dependen de la cantidad de plántulas por hectáreas que se planten por cada productor, de los requerimientos de tiempos entre otras. El producir uchuva no solo influye en factores económicos de la región sino también sociales, es una actividad generadora de trabajo en un sector con pocas oportunidades como lo es en el área rural, del departamento de Nariño.

Figura 58

Ítem 13

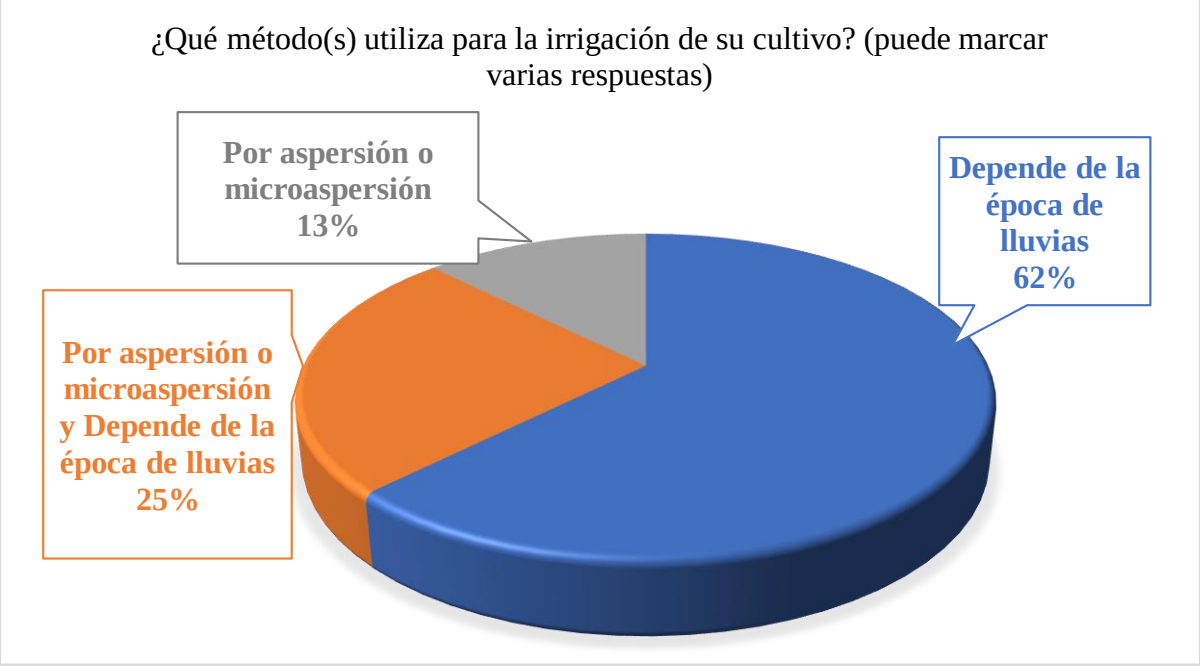


Nota. La figura muestra los jornales pagados por hectáreas para el sostenimiento del cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

Del total de la muestra cuatro productore afirman que pagan menos de cinco jornales para el sostenimiento de su cultivo por hectáreas. Dos productores pagan entre seis y diez jornales por hectáreas. Y dos productores pagan entre once y veinte jornales por hectáreas. Como se mencionó en el ítem anterior, el número de jornales puede variar según las diferentes características de los cultivos del productor. Dentro de las actividades de estos jornales esta especialmente la poda, la fertilización y el control de las enfermedades. Normalmente se paga por día de trabajo y es una actividad que no se debe realizar todos los días sino cuando el cultivo así lo requiera. La uchuva es un cultivo de permanente cuidado, es importante saber los productores se responsabilizan en este sentido y deciden invertir en mano de obra para el cuidado de este.

Figura 59

Ítem 14

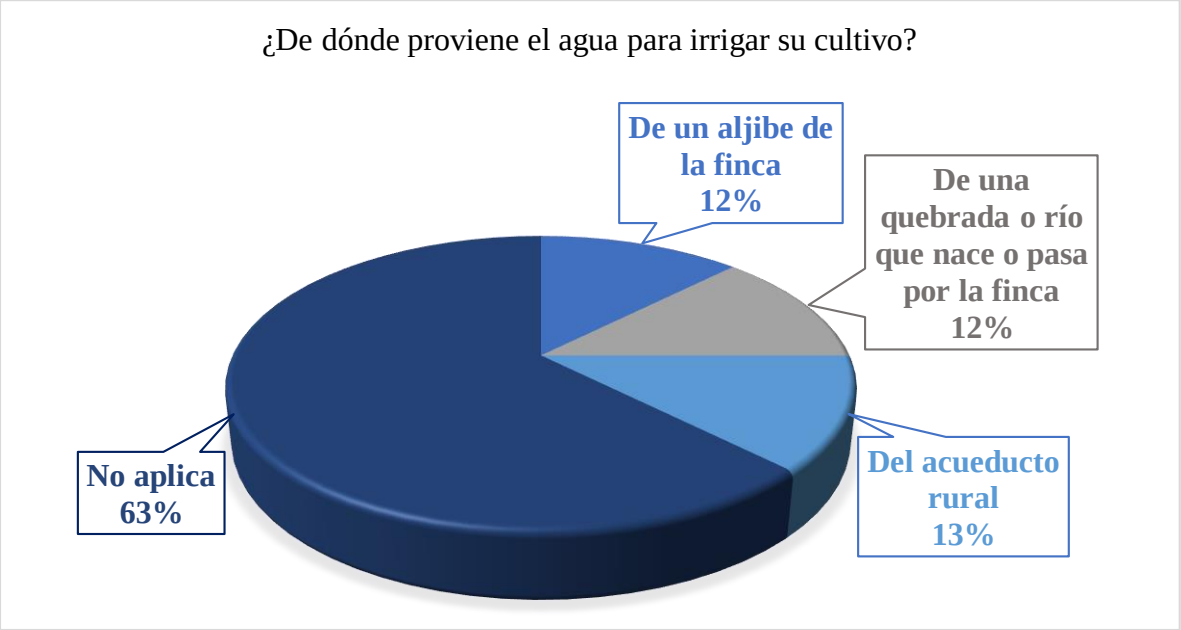


Nota. La figura muestra los métodos de irrigación empleado en los cultivos de uchuva. Fuente: elaboración propia.

El 62% de la muestra, equivalente a cinco encuestados afirmaron que el agua que llega a sus cultivos únicamente depende de la lluvia. A través de la observación directa, se puede determinar que, en los dos municipios especialmente en las zonas veredales, se presentan problemas de baja calidad y cobertura del agua. Como se observó en el *ítem 6* de este cuestionario, la mayoría de los productores no viven en el lugar donde tienen establecidos sus cultivos, por lo que el agua no se puede obtener de sus fincas, además no cuentan con otro tipo de fuente hídrica cercana como ríos, quebradas aljibes y deben depender de las condiciones climáticas. Otro tipo de productores, correspondiente al 25% de la muestra, refieren el agua que llega a sus cultivos depende de la lluvia, pero también tienen alguna fuente hídrica cercana para tomar el líquido y provisionar los terrenos bajo microaspersión y la utilizan especialmente en los tiempos de sequias y pocas lluvias. El 13% de la muestra corresponde a un productor, trabaja su cultivo bajo un sistema de riego por aspersión y microaspersión. Es importante resaltar que la humedad en los cultivos es muy importante para que las plantas puedan absorber los diferentes nutrientes de la tierra. Al observar estos resultados, es de suma importancia identificar alternativas de riego, las condiciones climáticas en los últimos tiempos son muy cambiantes, las plantas de uchuva son muy susceptibles a los cambios climáticos y si no reciben el cuidado necesario, los productores se pueden enfrentar a la perdida de cultivos.

Figura 60

Ítem 15

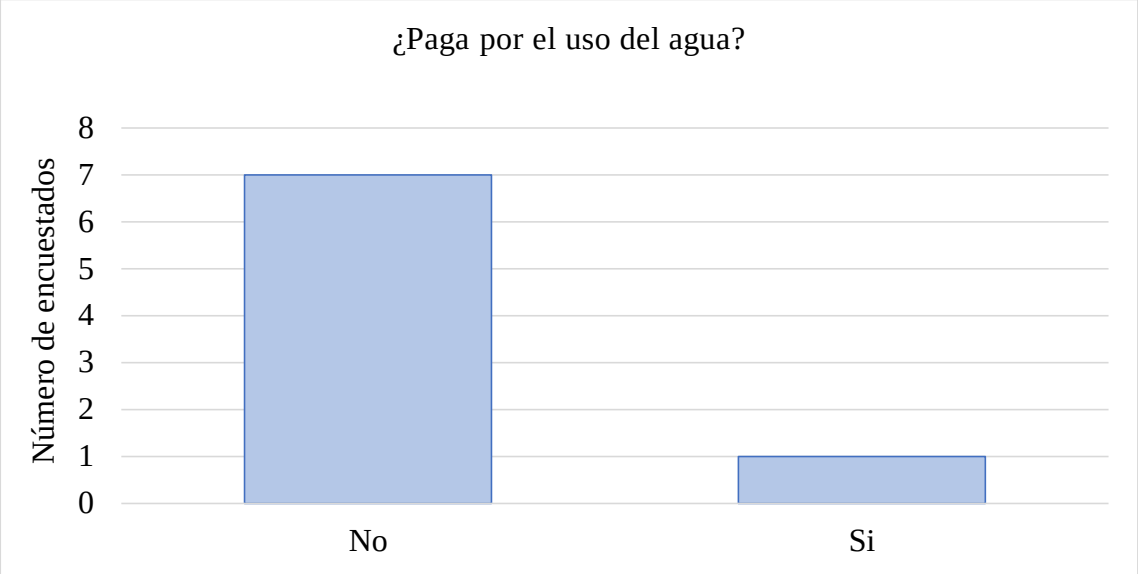


Nota. La figura muestra las fuentes de donde provino el agua para irrigar los cultivos de uchuva. Por la estructura de la pregunta se clasifico en "No aplica" a las personas que no la contestaron dado a la naturaleza de la pregunta anterior contemplada en la Figura 59 (Ítem 14). Fuente: elaboración propia.

Este ítem solo se debía responder por los productores que utilizaron algún método de irrigación. Es por eso, que en los datos se arroja un porcentaje de 63% no aplica, es decir que la hidratación de sus cultivos fue por el agua de la lluvia. Hubo tres tipos de productores, estos reportaron realizaron el riego a sus cultivos tomando el agua de fuentes como un aljibe de la finca, de una quebrada o rio que nace o pasa por la finca y de un acueducto rural, sumando un 37% de la muestra.

Figura 61

Ítem 16

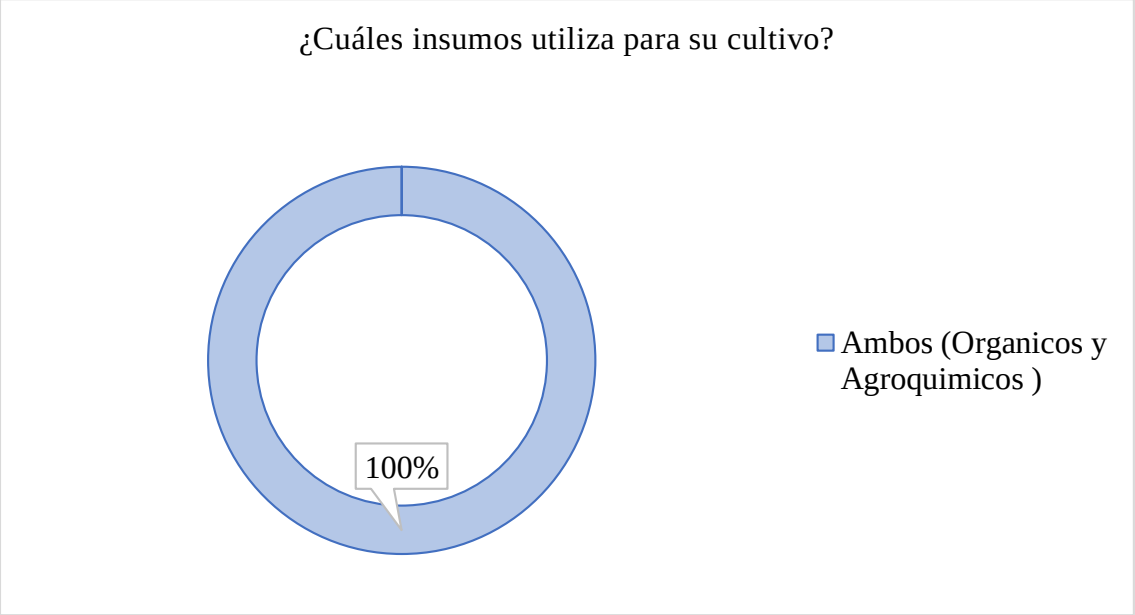


Nota. La figura muestra si el productor pagó o no, por el uso del agua utilizada para irrigar los cultivos. Las respuestas se relacionan con la naturaleza de las preguntas contempladas en los ítems 14 y 15 correspondiente a la Figura 59 y Figura 60 Fuente: elaboración propia.

Siete de los encuestados no pagaron ningún valor por el agua, esto se da claramente por que los recursos para hidratar sus cultivos de uchuva, se obtuvieron a través de fuentes naturales que no tienen algún tipo de control monetario. Solo la persona que afirmo tomar agua del acueducto rural para el riego de su cultivo, pago por el agua destinada a su respectivo predio. Por los diferentes esfuerzos que puede generar el transportar el agua desde los lugares que residen, al lugar donde se establecen los cultivos, además los altos costos que puede conllevar esto, las personas en ocasiones prefieren arriesgar sus cultivos y esperar que las condiciones climáticas determinen la hidratación de estos.

Figura 62

Ítem 17



Nota. La figura muestra los tipos de insumos utilizados para el cultivo de uchuva. En la pregunta se presenta la opción del uso de insumos únicamente orgánicos o únicamente químicos, al cual ninguno de los productores concedió la selección. Fuente: elaboración propia.

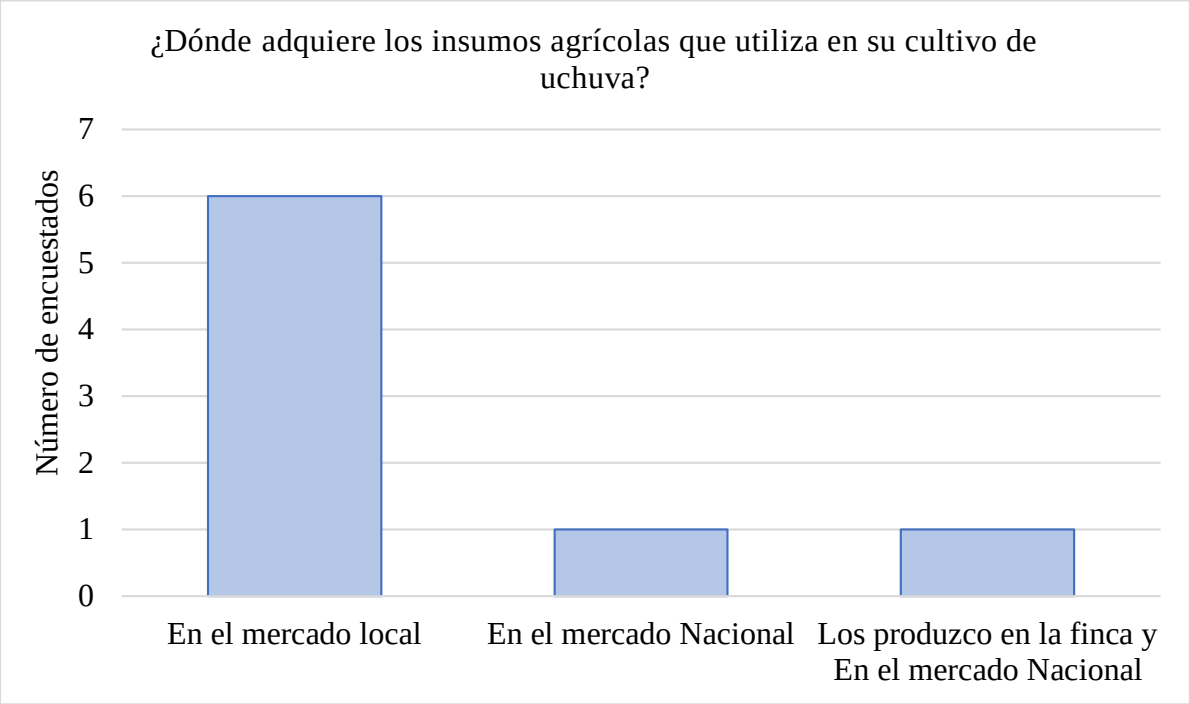
El 100% de la muestra, es decir, los ocho encuestados refieren utilizar insumos orgánicos y agroquímicos. En el cultivo de la uchuva, en primer lugar, estos insumos se aplican al sitio de la siembra con anticipación al trasplante. Pueden ser químicos para mejorar las condiciones físico-químicas del suelo y la aplicación de abonos orgánicos. En segundo lugar, después del trasplante se maneja un plan de fertilización basado en la fisiología de la planta. Cuando la planta se esté se recomiendo utilizar fertilizantes químicos, estos deberán estar compuestos por un alto contenido de nitrógeno, fósforo y potasio con elementos menores como el boro y calcio. En el momento en el que la planta empieza a producir los frutos generalmente se utiliza abonos

químicos con fuentes de elementos mayores, con alto contenido de potasio y elementos menores como calcio y boro. (Páez, Villota, & García, 2012)

Por las condiciones de suelos en ocasiones se hace necesario la utilización de abonos químicos, la utilización de ellos debe ser asesorado por que de no aplicarse adecuadamente pueden llegar a ser nocivos. Algunos países, especialmente los europeos se inclinan por productos 100% orgánicos.

Figura 63

Ítem 18



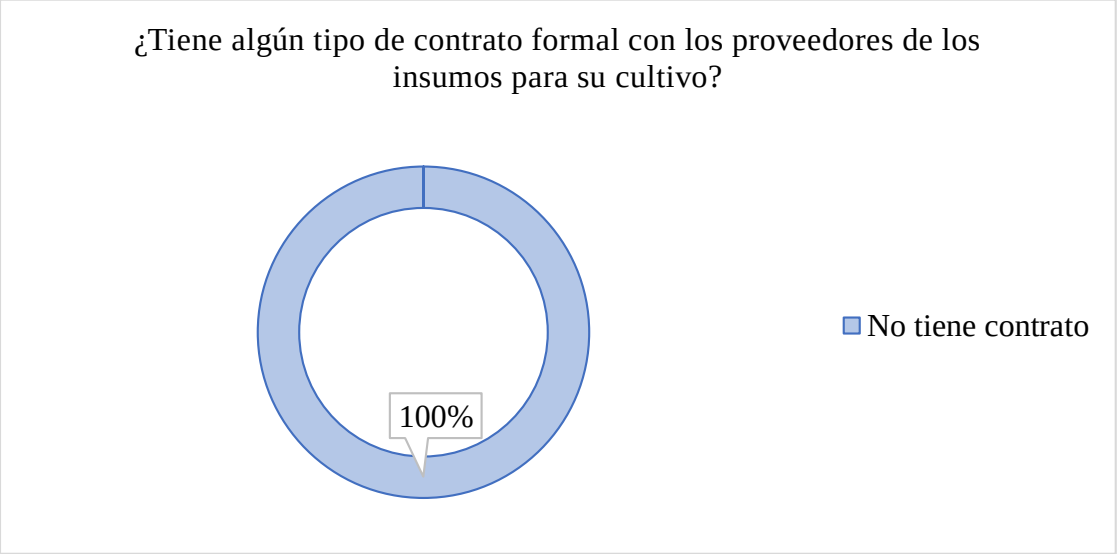
Nota. La figura muestra el lugar de compra de los insumos utilizados para el cultivo de uchuva. Fuente: elaboración propia.

Seis de los encuestados afirmaron que los insumos los adquieren en el mercado local, es decir, en los diferentes municipios correspondientes al departamento de Nariño. Un productor se

provee de sus insumos a través de los mercados nacionales y un productor produce insumos orgánicos en su finca, además adquiere sus insumos en el mercado nacional. Estas decisiones pueden variar por diferentes factores, como preferencia, disponibilidad del producto, precio del producto, entre otras. Estos resultados son favorables al pensar a futuro en un trabajo de investigación y ciencia, con la experiencia del productor que genera sus propios insumos orgánicos en su finca y de un trabajo colaborativo bajo el encadenamiento productivo con los proveedores.

Figura 64

Ítem 19



Nota. La figura muestra tipo de contrato con proveedores de insumos. Fuente: elaboración propia.

El 100% de la muestra, correspondiente a los ocho encuestados, afirmaron que no manejan ningún tipo de contrato con sus proveedores. La inclinación de compra al momento de

proveer sus insumos se puede ver determinado por la calidad, los precios, la accesibilidad, la disponibilidad, entre otros factores. La importancia del contrato con proveedores minimiza riesgos de sobrecostos y ofrece garantías entre ambas partes.

Tabla 24

Ítem 20

¿Cuáles son las principales plagas o enfermedades que han atacado su cultivo?								
Plagas/ Enfermedades	**Hongo**				**Insecto**			
Encuestado	Phoma	Fusarium	Alter -naria	Botrytis	Mosca blanca	Ácaros	Babosa	Pulgón
1	X	X	X		X	X		
2	X							
3	X			X				
4	X							
5	X							
6	X		X	X		X	X	X
7						X		
8	X					X		

Nota. La tabla muestra las principales plagas y enfermedades que afectan los cultivos de uchuvas. En el Ítem 20 de la encuesta se presentó las plagas o enfermedades más comunes en los cultivos de uchuva y la opción de otra plaga o enfermedad diferente a las expuestas que los productores pudiesen conocer por que en algún momento afecto su cultivo, a esta última opción ningún productor concedió selección. Fuente: elaboración propia.

La siembra y cultivo de uchuva se ha visto limitada en los municipios estudiados por diferentes problemas fitosanitarios. Las enfermedades que más atacan según la información de los encuestados son a causa de los hongos e insectos.

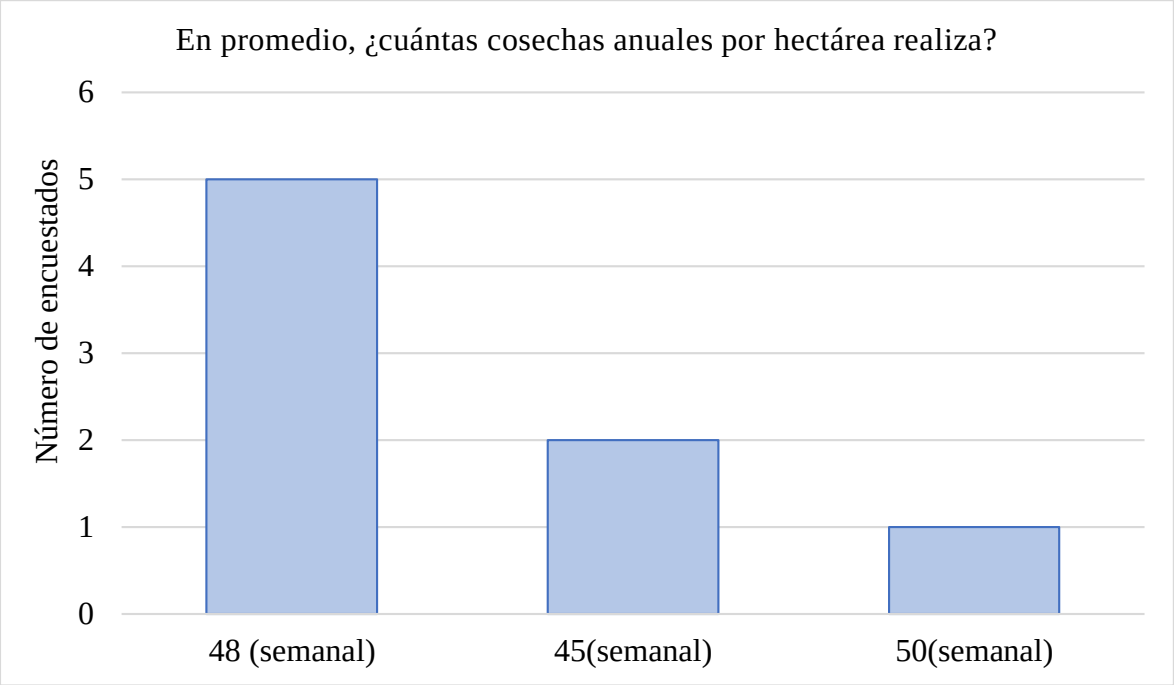
Entre los hongos más nombrados por los productores esta la Phoma sp, (muerte descendente). Este se genera principalmente por niveles de humedad alta, siete de los ocho productores afirmaron que en algún momento sus cultivos se vieron afectados por este hongo. El Fusarium Oxysporum el cual causa un marchitamiento vascular en las plantas. La alternaria, causa manchas en las hojas y esto se debe a altos niveles de humedad y viento, además de la falta de componentes nutricionales. Enfermedades por el hogo denominado Botrytis, que genera un tipo de moho gris y se desarrolla también por altos niveles de humedad.

Los insectos que refirieron los productores que han atacado sus cultivos son: la Mosca Blanca, este insecto extrae contenido vegetal a las plantas. Los ácaros atacan principalmente el cáliz de la uchuva, haciendo que este se deteriore y pierda la calidad. Fue el insecto más recurrente, nombraron por los encuestado, cuatro de ellos expresaron que este insecto ataco su cultivo en algún momento. Las babosas no son muy comunes, estas pueden aparecer cuando hay otro tipo de cultivos cercanos y de igual manera pueden afectar la planta. La pulguilla es un pequeño insecto que se alimentan de las hojas y deja unos pequeños orificios en estas.

Como se observa en los datos obtenidos, todos los productores afirmaron que en algún momento se vieron afectados por distintas enfermedades en sus cultivos. Esta es una gran problemática que no se ha podido erradicar, pero si se puede manejar y mejorar mediante factores técnicos y de tecnología.

Figura 65

Ítem 21



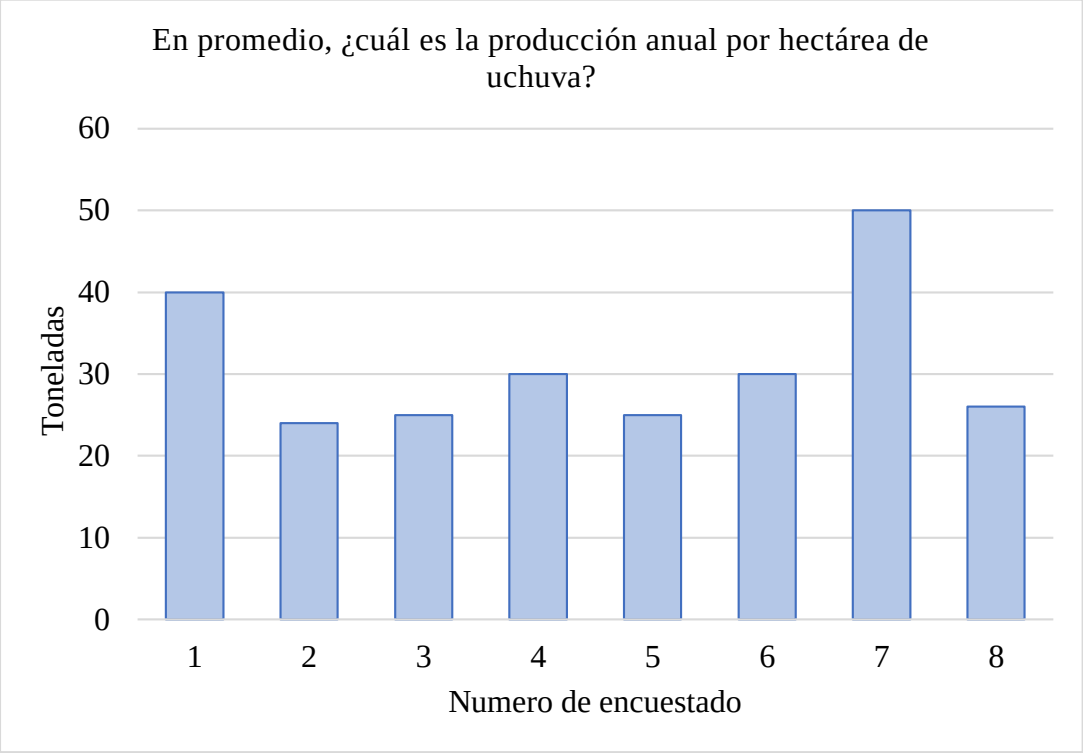
Nota. La figura muestra el promedio de cosechas anuales por hectáreas. La respuesta de los productores fue en base a cosechas semanales dado a que la recolección del fruto se debe hacer semanal. Fuente: elaboración propia.

Cinco de los productores manifestaron que realizan aproximadamente cuarenta y ocho (48) cosechas anuales. Dos productores afirmaron que en promedio realizan cuarenta y cinco (45) cosechas anuales por hectáreas y un productor realiza alrededor de cincuenta (50) cosechas anuales. Los ochos productores encuestados realizan la cosecha una vez en semana especialmente los días viernes. Solo uno productor refirió hacerla los días miércoles, esto deprende de forma de comercialización del fruto. Este resultado positivo, nos muestra el compromiso y responsabilidad por parte de los productores al determinar un día en semana para

cosechar la uchuva. Además de que refieren ir a visitar regularmente sus predios para realizar los respectivos controles.

Figura 66

Ítem 22



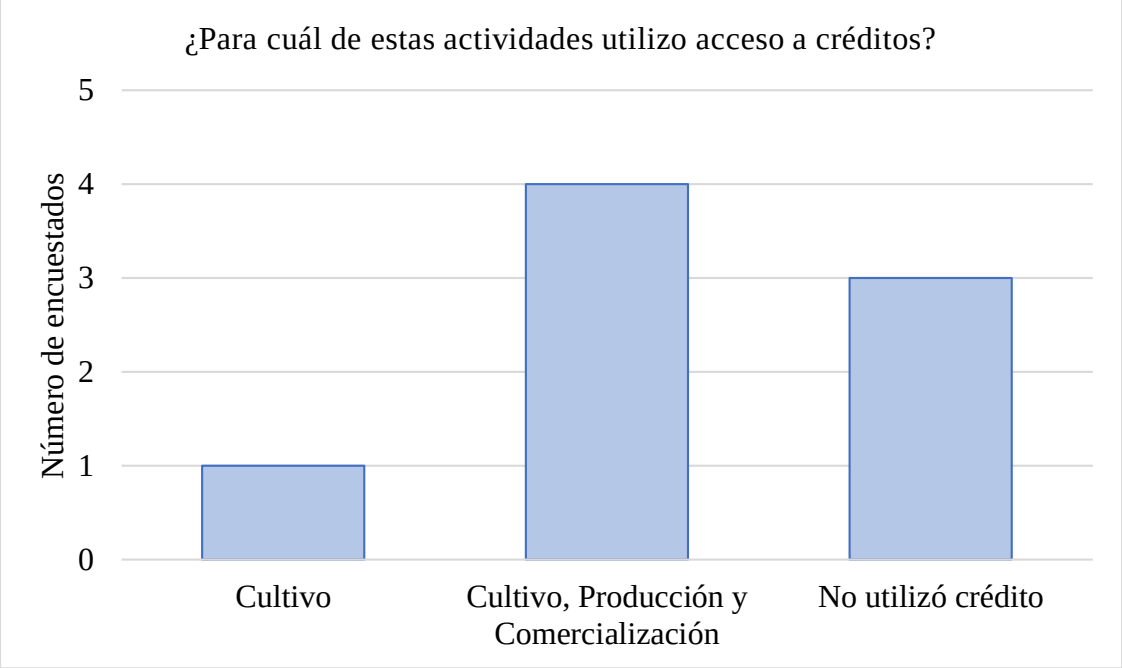
Nota. La figura muestra el promedio anual de producción por cada encuestado, valor expresado en toneladas por hectáreas. Fuente: elaboración propia.

En total los ocho productores encuestados alcanzarían una producción anual promedio de doscientas cincuenta (250) toneladas este valor se obtendría si conservan los rendimientos actuales que están obteniendo. En promedio ellos producen entre trecientos kilogramos (300) a setecientos kilogramos (700) por hectárea. Estos factores pueden variar según el manejo del cultivo, además del tiempo de plantación. Según la información suministrada por los productores

cuando la planta es “nueva” es decir está empezando a dar los primeros frutos la producción es baja, cuando la panta alcanza un tiempo de promedio de un año es donde alcanza sus mayores rendimientos si está en óptimas condiciones, de igual cuando la planta ya es “vieja” y está terminando su clico de fructificación la producción es menor. La producción menor fue 24 toneladas por hectárea y la mayor producción se registró en el municipio de Pupiales con 50 toneladas por hectárea. A nivel de producción se puede decir que estos productores de los municipios de Ipiales y Pupiales se encuentran frente a un panorama alentador, que puede abrir muchas posibilidades y generar mejores oportunidades, a partir de propuestas y estrategias que permitan para mitigar las diferentes problemáticas percibidas en el cultivo y producción de uchuva.

Figura 67

Ítem 23



Nota. La figura muestra uso de créditos por parte de cada uno de productores encuestados, para actividades relacionadas con la uchuva. Fuente: elaboración propia.

De la recolección de información resulto que, un productor utilizo crédito para actividades del cultivo de uchuva. Cuatro accedieron a créditos para el cultivo, producción y comercialización de la uchuva y tres productores no utilizaron créditos. Algunos de los motivos que refieren los productores que llevaron a solicitar financiamiento, es que en ocasiones tienen invertido su capital en otros cultivos o negocios y en algunas ocasiones las empresas que les compran sus productos no pagan al momento de recibirlos, por lo que ellos tienen que responsabilizarse del pago diario de los jornales y otros insumos. Cuando los créditos tienen beneficios por procesos agrícolas y se generan con un interés bajo, es rentable para los productores tomarlo. Pero por el contrario si los créditos se obtienen con tasas de interés alto, esto desencadenaría un aumento en los costos por ende los nivele menor niveles de competitividad.

Figura 68

Ítem 24

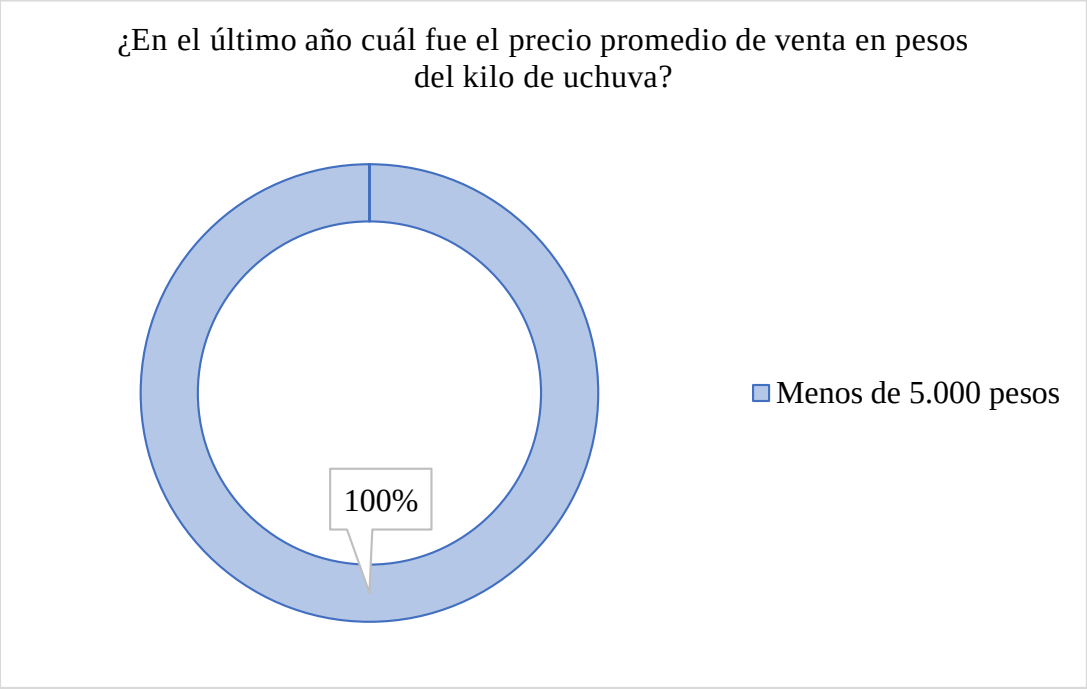
Nota. La figura muestra el porcentaje de la forma de comercialización de la uchuva por parte de los productores encuestados. Fuente: elaboración propia.

El 62% de la muestra corresponde a cinco productores, ellos comercializan la uchuva al por mayor con cáliz, el valor se determina por los kilogramos contenidos en una canastilla. El 25% de la muestra, equivalente a dos productores encuestados, venden su producto al por mayor con cáliz por canastilla, además venden el producto al por menor sin cáliz en empaque plástico u otro tipo de empaque. Un productor equivalente al 13% de la muestra vende la uchuva al por mayor sin cáliz y con cáliz, por canastillas. Normalmente la uchuva con cáliz o capacho como mejor la conocen, en su mayoría se destinan a plazas de mercado y a comercializadoras internacionales. La uchuva sin cáliz se destina principalmente a comercializadoras las cuales empacan el fruto y lo distribuyen en grandes tiendas y supermercados.

La mayoría de productores a los cuales se les realizo la visita ofertan su producto al por mayor especialmente con cáliz o capacho. Es importante tener en cuenta que la mayoría de exportaciones de uchuva se hace en esta presentación, pero sería importante aprovechar el producto y buscar alternativas de transformación como chocolates, en almíbar, mermelada entre otras opciones.

Figura 69

Ítem 25



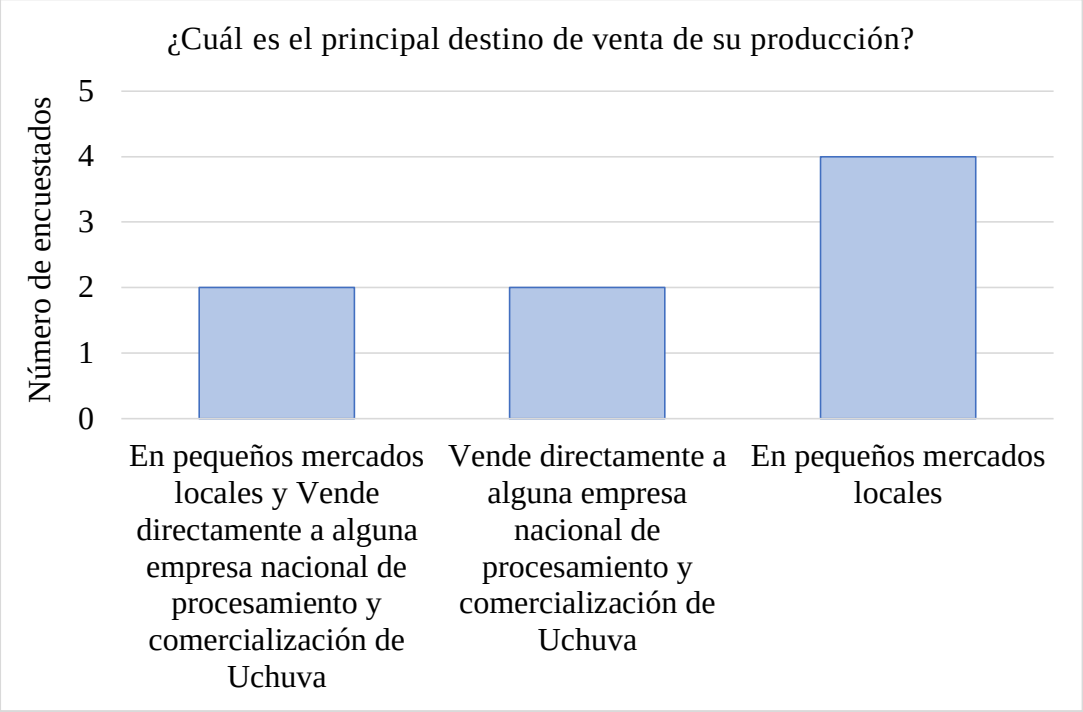
Nota. La figura muestra porcentaje de selección de precio promedio de venta del kilogramo de uchuva. Se presentaron opciones como: entre 5.000 y 10.000; entre 11.000 y 15.000; más de 15.000, pero ningunos de los encuestados se identificó con estas opciones. Fuente: elaboración propia.

El 100% de la muestra, correspondiente a los ocho encuestados, respondieron que el valor por kilogramo de uchuva no supero los $5.000 pesos. Ellos refieren que los frutos cultivados se pueden clasificar como producto para mercado local, para mercado nacional y para mercado internacional. Entre los valores aproximados que recibieron por kilogramo de uchuva para mercado local es de $1.800 pesos, el fruto para mercado nacional fue pagado alrededor de $2.500 y el fruto con calidad exportadora varía entre los $4.000 y 4.500 pesos. La capacidad productiva y la calidad de los frutos son aspectos que pueden establecer los precios.

La uchuva a nivel nacional no tiene demanda significativa, es por eso importante también apuntar a mercados internacionales, donde es apetecida por su sabor y propiedades nutricionales. Como se mencionó en el capítulo uno, los precios pueden aumentar hasta en un 80% más, que el precio de venta nacional, teniendo en cuenta que las exigencias en otros mercados por lo general son mayores.

Figura 70

Ítem 26



Nota. La figura muestra el destino a los cuales los productores encuestados destinaron las ventas de uchuva. Fuente: elaboración propia.

Dos de los productores manifestaron que su producto lo venden en pequeños mercados locales y también en ocasiones venden el fruto a empresas nacionales de procesamiento y comercialización de uchuva. Dos productores más, afirmaron que solo comercializan la uchuva directamente con alguna empresa nacional comercializadora y de procesamiento. Según la información que brindaron algunos productores, las comercializadoras están ubicadas en los municipios de Ipiales y Pupiales y son: Andes Export, Frutas Comerciales SA y Sur Tropica S.A.S. Cuatro productores únicamente destinan sus ventas a mercados locales. Si bien hay empresas comercializadoras nacionales e internacionales que se han establecido en estos

municipios, es porque ven una oportunidad y potencial en el fruto cultivado en estos lugares. De aquí la importancia de contemplar la posibilidad de internacionalizar la uchuva directamente desde Nariño y que los productores puedan mejorar y recibir mayores ingresos por su trabajo.

Tabla 25

Ítem 27

¿Cuáles son las exigencias de calidad mínimas exigidas por sus compradores?				
Exigencias calidad Encuestado	**Color del cáliz o del fruto**	**Calibre (diámetros) del fruto**	**Fruto fresco sin defectos**	**Otra, ¿Cuál?**
1	X	X	X	Cáliz sano
2	X	X	X	
3	X	X	X	
4	X	X	X	
5	X	X	X	
6	X	X	X	Buenas prácticas Agrícolas
7	X	X	X	
8	X	X	X	

Nota. La tabla muestra las exigencias de calidad mínimas exigidas por los compradores. Para el Ítem 27 se presentó una lista de exigencias de calidad, cada productor encuestado debía determinar y seleccionar a que exigencias se ha enfrentado en el momento de ofertar la uchuva. Fuente: elaboración propia.

Los ocho productores que respondieron el formato de encuesta, expresan que sus compradores establecen exigencias de calidad como el color del cáliz y del fruto, el calibre (diámetro del fruto), que el fruto sea fresco y sin defectos. Además de estos requisitos también resulta importante que el cáliz del fruto este sano y que, a la hora de realizar la cosecha del fruto,

se haya hecho bajo buenas prácticas agrícolas. Esto refleja un resultado positivo dado que los productores escogidos, si tienen conocimiento acerca de diferentes estándares de calidad y exigencias al momento de negociar el producto.

Figura 71

Ítem 28

Nota. La figura muestra el porcentaje de productores que tienen o no un contrato formal con sus compradores. Fuente: elaboración propia.

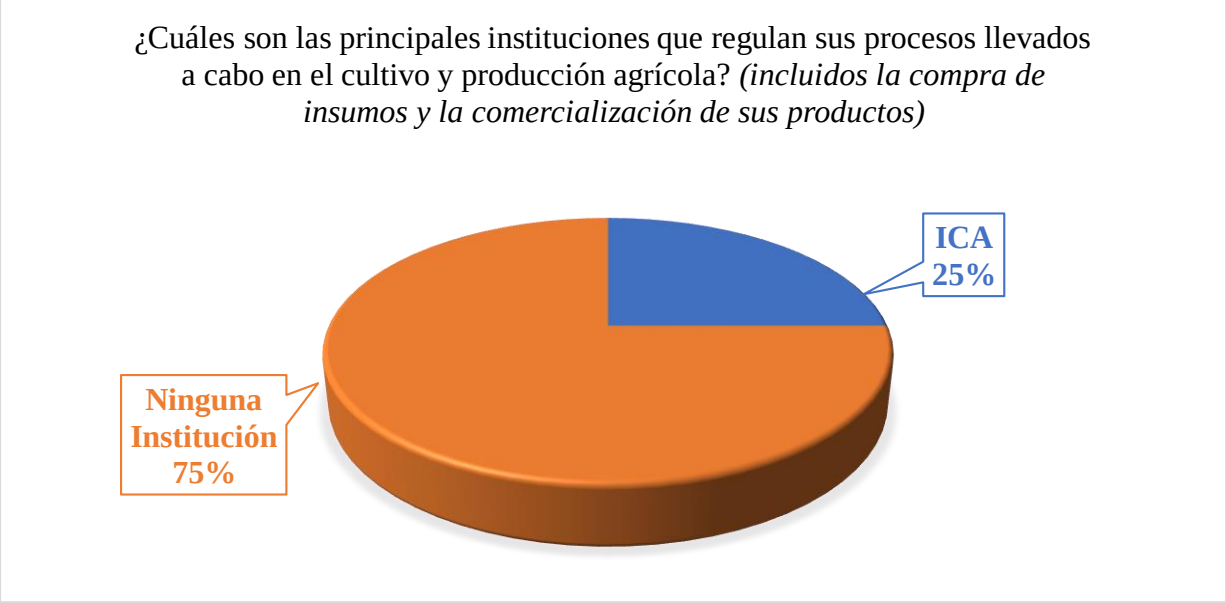
El 50% de los productores tienen establecido un contrato de compraventa, este se hace especialmente con empresas nacionales dedicadas a la comercialización y transformación del producto. Mediante estos contratos, se establece una garantía en la venta de la uchuva durante todo un año, además de un previo establecimiento del precio por kilogramo de fruta. Estas disposiciones solo son algunas de las que se encuentran estipuladas en el documento de un poco más de catorce hojas. Según expresó uno de los productores encuestados, en ocasiones, este modo de comercialización no es tan beneficiosa para ellos. Cuando en el mercado hay una alta

oferta de uchuva, las empresas suelen recibir menor cantidad de producto, pero cuando hay baja oferta del fruto, les reciben el total de la capacidad productiva y son estas empresas quienes determinan el precio dentro de un rango establecido.

El otro 50% de la muestra no establece ningún contrato, es decir, comercializan su fruta en un mercado de oportunidad. Mediante esta forma de comercializar el producto, también puede enfrentarse a altos riesgos, dado que en general los precios y la comercialización de la uchuva, depende en gran medida de la oferta y la demanda.

Figura 72

Ítem 29



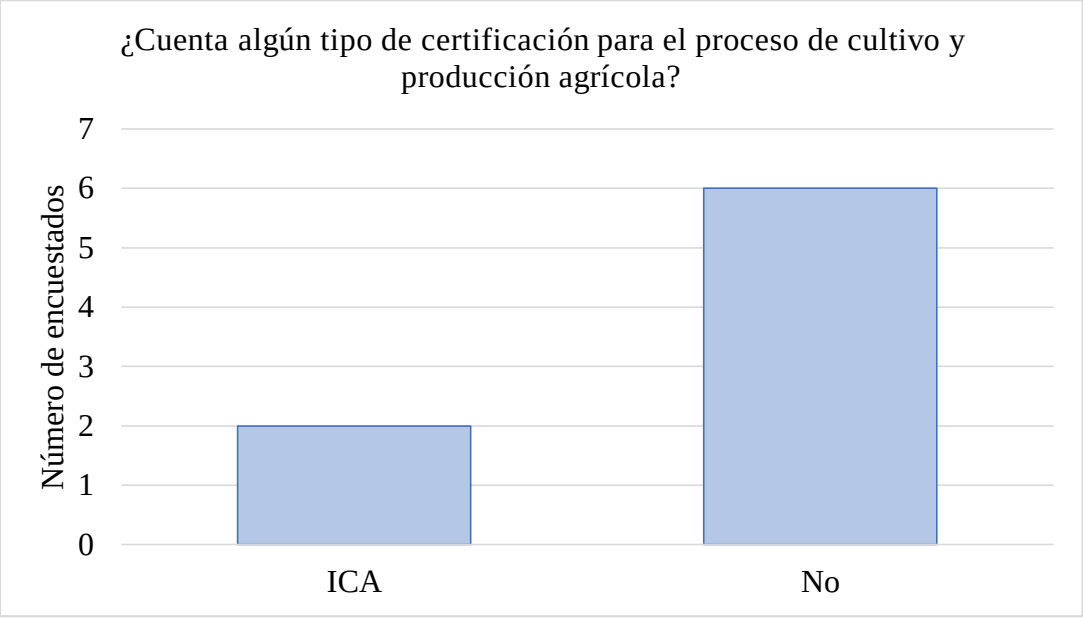
Nota. La figura muestra el porcentaje de la selección de los productores encuestados acerca de las principales instituciones que regulan los procesos llevados a cabo en el cultivo y producción agrícola. En este ítem se presentaron opciones de entidades reguladoras de procesos de producción agrícola como ICA, INVIMA ICONTEC, PROEXPORT. Fuente: elaboración propia.

Solo dos de las personas encuestadas afirman que, su proceso de cultivo y producción de uchuva son regulados por entidades como el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Esta institución se encarga de la prevención, vigilancia y control de los riesgos sanitarios, biológicos y químicos para las especies animales y vegetales. (Instituto Colombiano Agropecuario- ICA, 2022).

La muestra correspondiente al 75% no son regulados por ninguna institución, estos aspectos vienes de la mano con la informalización de estos productores.

Figura 73

Ítem 30



Nota. La figura muestra si los productores encuestados cuentan con algún el tipo de certificación para el proceso de cultivo y producción agrícola. Fuente: elaboración propia.

Este resultado se relaciona con los datos del ítem anterior. Los dos productores de uchuva regulados por entidades por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), también obtuvieron el respectivo certificado fitosanitario expedido por esta institución.

Los otros productores no poseen ningún tipo de certificación lo que no les ha permitido disminuir riesgos en los cultivos. Continúan trabajando bajo prácticas de cultivo artesanales, de baja calidad, perjudicando la calidad final del producto, disminuyendo su rentabilidad e impidiendo generar mejores oportunidades en los mercados.

Tabla 26

Ítem 31

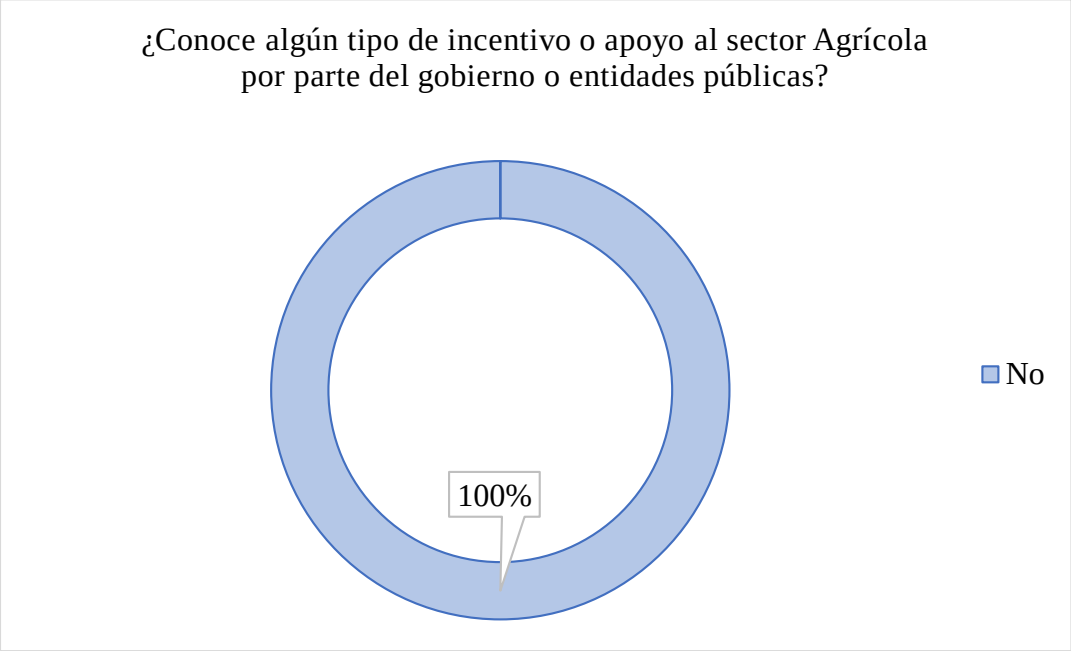
¿Conoce las normas técnicas y estándares de calidad que deben cumplir el producto para exportarlo?								
Normas técnicas y estándares de calidad	**Encuestado**							
	1	2	**3**	4	5	6	7	8
Disposiciones relativas a la calidad.	X					X	X	X
Disposiciones relativas a la clasificación por calibres.	X					X	X	X
Disposiciones relativas a las tolerancias.	X					X	X	X
Disposiciones relativas a la presentación.	X					X	X	X
Marcado o etiquetado	X					X	X	X
Contaminantes	X					X	X	X
Higiene	X					X	X	X
Criterios de aceptación o rechazo	X					X	X	X
No conoce Ninguno		X	X	X	X			

Nota. La tabla muestra el conocimiento por parte de cada productor sobre las normas técnicas y estándares para la exportación de uchuva. Para este ítem se presentó una lista de normas técnicas y estándares para la exportación del producto y cada encuestado debía seleccionar la norma o técnica que conociera. Fuente: elaboración propia.

Cuatro de los ocho productores afirman tener conocimientos de los requerimientos técnicos y estándares que debe tener el producto para poder ser exportado y cuatro productores no tienen ningún conocimiento de los requerimientos técnicos y estándares para que la fruta sea exportada. Algunos productores afirman que, adquirieron estos conocimientos mediante las empresas de comercialización. Estas envían un asesor para la visita de sus cultivos y exponen los fundamentos importantes para la producción de uchuva, con el fin de que el productor pueda obtener y les pueda vender un producto de mejor calidad y poder enviarlo a mercados internacionales.

Figura 74

Ítem 32

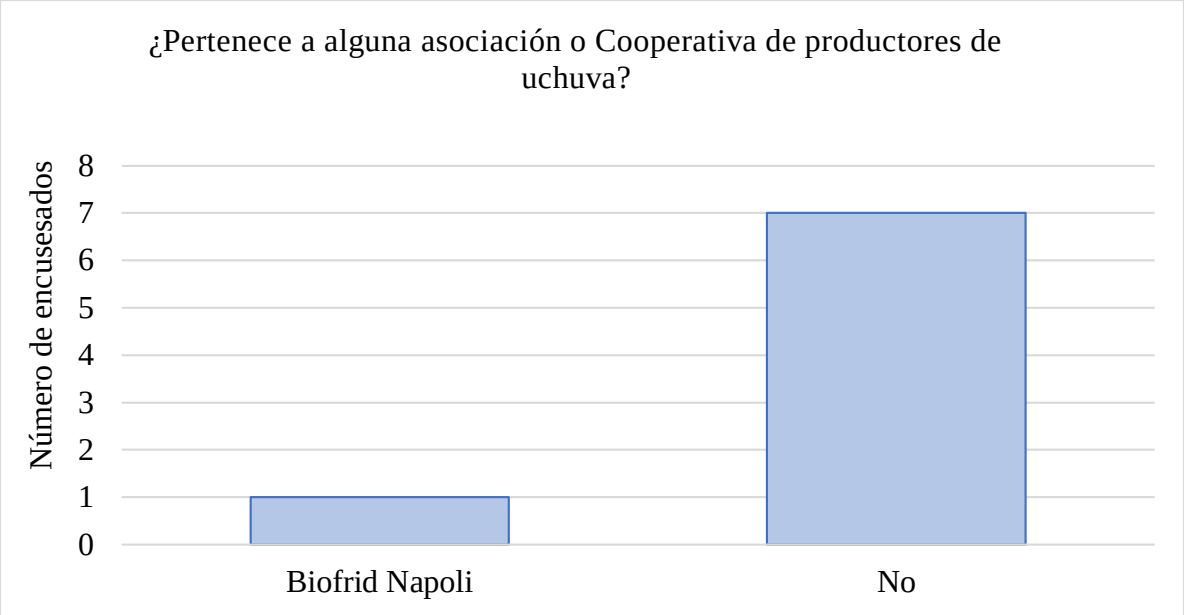


Nota. La figura muestra el porcentaje de encuestados que conocen o recibieron algún tipo de incentivo por parte del gobierno. Fuente: elaboración propia.

El 100% de la muestra afirma que nunca han recibido ningún tipo de ayuda por parte del gobierno. A pesar de que la uchuva ha tomado un gran auge, especialmente en mercados internacionales y que, Nariño está dentro de los principales productores del país, no se han visto intenciones por parte de las entidades públicas locales o regionales por en incentivar a estos pequeños productores que cuentan con posibilidades de evolucionar y dar grandes pasos en cuanto a la producción de este fruto.

Figura 75

Ítem 33



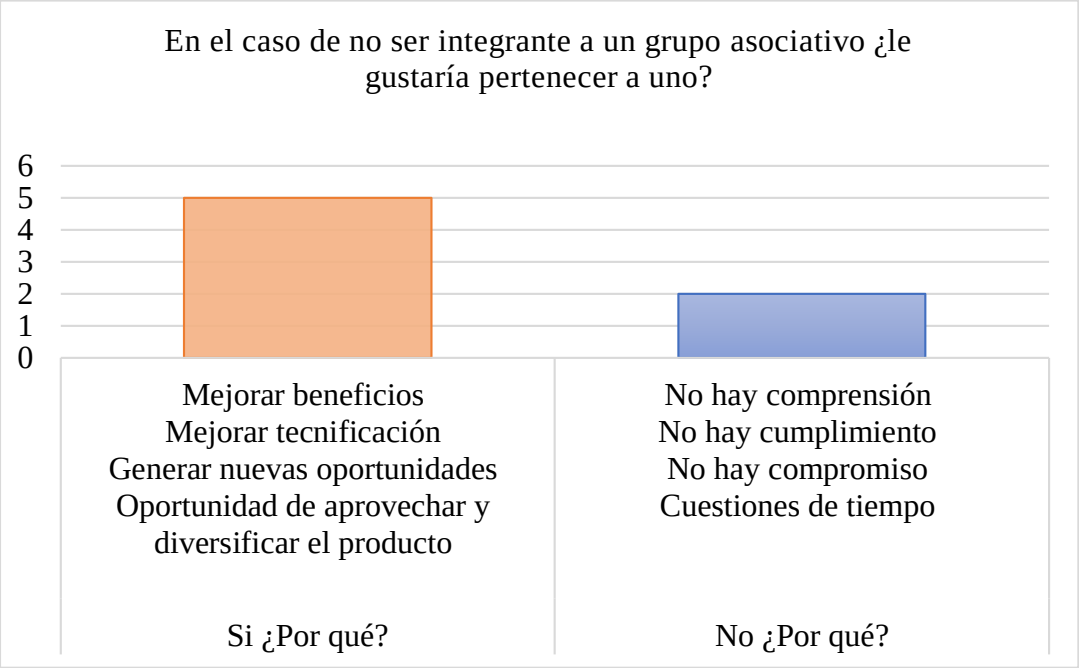
Nota. La figura muestra si los productores encuestados pertenecen a alguna asociación o cooperativa. Fuente: elaboración propia.

Uno de los encuestados solo hace parte de una asociación denominada Biofrid Napoli, los otros siete encuestados expresaron no pertenecer a ninguna asociación o cooperativa. Siete de los

productores afirmaron no pertenecer a ninguna asociación. El individualismo presente en estos sectores, es uno de los grandes problemas que ha estancado el orden y la evolución de la cadena productiva de la uchuva. Cada productor trabaja bajo sus criterios y necesidades impidiendo organizar o establecer estrategias que permitan un crecimiento común significativo que les permita posicionarse y obtener mejores oportunidades en los mercados.

Figura 76

Ítem 34



Nota. La figura muestra las intenciones de los productores encuestados en participar en un grupo asociativo y cuál es el motivo de sus respuestas; los motivos más comunes se deciden plasmar en esta figura. Teniendo en cuenta la naturaleza de la pregunta y las respuestas en el ítem 33 (Figura75), solo responden a esta pregunta los encuestados que no pertenecen algún grupo asociativo. Fuente: elaboración propia.

Cinco de los encuestado que no pertenecías a ningún grupo asociativo, se mostraron positivos en la intención de hacer parte de uno. Entre las respuestas del porque les interesaría participar en estos grupos están: el mejorar beneficios, mejorar su tecnificación, generar nuevas oportunidades y la oportunidad de aprovechar y diversificar la uchuva. Dos de los productores afirmaron que los motivos por los que no les interesaría pertenecer a un grupo asociativo son que no hay comprensión, no hay cumplimiento, no hay un verdadero compromiso y por falta de tiempo para asistir algún tipo de reunión o capacitación.

7.1.3 Perspectivas de internacionalización e iniciativa clúster

Tabla 27

Ítem 35

Dentro de los principales objetivos y acciones que persigue esta iniciativa; califique el nivel de importancia según le gustaría participar. D*onde 1 es la menor importancia y 5 mayor importancia.*									
Objetivo	**Encuestados**								
	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
Acciones de cooperación y trabajo mancomunado entre empresas que permitan mejorar la competitividad a través de procesos productivos, de innovación y desarrollo tecnológico.	5	4	3	4	4	5	5	5	35
Estimulación de comunicación entre empresas, que permita el desarrollo de acciones estratégica en compras conjuntas de bienes o del uso compartido de servicios para la reducción de costos.	4	3	4	4	5	5	5	5	35

Desarrollo del talento humano, a través de la participación en agendas y capacitaciones de ciencia, tecnología e innovación a fin de asegurar una fuerza laboral especializada para el clúster.	5	3	2	5	5	5	5	5	35
Desarrollo de actividades conjuntas entre industrias privadas, instituciones financieras, políticas regionales de apoyo a clúster ciencia y tecnología, academia, organizaciones no gubernamentales como cámara de comercio, etc.	1	2	1	4	5	5	5	5	28
Desarrollo de proyectos de ventajas competitivas y valor agregado que generen oportunidades en mercados internacionales.	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Intercambio de conocimiento como acciones de reducción de obstáculos derivados a procesos legales y logísticos para procesos de exportación.	3	4	5	5	5	5	5	5	37

Nota. En la tabla se muestra una serie de acciones clúster en la cual cada productor dio una puntuación de 1 a 5 (donde uno es el menor puntaje y 5 el mayor) según la importancia que ellos percibían por participar en cada una de ellas. Fuente: elaboración propia.

El primer objetivo sumo una puntuación de treinta y cinco puntos (35), de este se puede inferir que los productores encuestados si muestra interés por realiza actividades de acciones de cooperación y trabajo mancomunado entre empresas.

Como segundo objetivo, las acciones estratégicas en compras conjuntas de bienes o del uso compartido de servicios para la reducción de costos, mostraron un alto interés con un resultado de treinta y cinco (35) puntos en total.

Otro de las acciones dentro de una iniciativa clúster son la participación en agendas y capacitaciones de ciencia, tecnología e innovación. Este objetivo tuvo con una puntuación de 35 puntos refleja un nivel de importancia alto y el interés de estos productores en desarrollar este tipo de actividades.

El objetivo de desarrollo de actividades conjuntas entre industrias privadas, instituciones financieras, políticas regionales de apoyo a clúster ciencia y tecnología, academia, organizaciones no gubernamentales como cámara de comercio, etc. No genero gran nivel de importancia por parte de los productores. Ellos relacionaron este tipo de acciones con la formalización ante la cámara de comercio y el tener que tributar de alguna manera, lo que fue un gran determinante en la puntuación de veintiocho (28) puntos en total.

Desarrollo de proyectos de ventajas competitivas y valor agregado que generen oportunidades en mercados internacionales. Este fue el objetivo que los productores puntuaron con más importancia treinta y nueve puntos (39). Ellos afirman tener la necesidad de aprovechar todo el producto y que mejor manera de hacerlo si hay posibilidades de diversificarlo.

Intercambio de conocimiento como acciones de reducción de obstáculos derivados a procesos legales y logísticos para procesos de exportación. Para estos objetivos los productores también le dieron un alto nivel de importancia, treinta y siete (37) puntos. Esto quiere decir que ellos se encuentran abiertos e interesados en la oportunidad de afianzar sus conocimientos y esforzarse en los diferentes requerimientos que pueda necesitar el producto para exportarse.

La uchuva como actividad agrícola se realiza principalmente en el sector rural, que por distintas costumbres o cultura generalmente son guiadas por el género masculino. Para la producción de uchuva es necesario contar con zonas agroecológicas amplias, que permita cumplir con todas las actividades culturales para el cultivo, por esta razón algunos campesinos se ven en la obligación de invertir ya sea en la adquisición de un terreno o en el alquiler de uno. La cadena productiva de uchuva genera un gran impacto económico y social, debido a las diversas oportunidades de trabajo que puede ofrecer.

Las situaciones organizacionales se han convertido en un obstáculo para fortalecer el sector. Las oportunidades que no se han generado desde la formalidad, han hecho que los productores de estas regiones se inclinen por trabajar desligados a las entidades públicas e incluso privadas, como lo muestras los resultados de esta encuesta. El trabajo cooperativo entre diferentes actores sociales y económicos de los municipios es ausente, lo que ha impedido atraer inversión, crear nuevos emprendimientos e incentivar a los productores que ya vienen trabajando con la uchuva.

En cuanto a la producción se puede decir que, el cultivo de uchuva no tiene costos elevados, como lo tienen la producción de otros productos. Además, el tiempo de producción puede empezar aproximadamente a los seis meses de plantación y posteriormente las cosechas son semanales por lo que se puede recuperar la inversión a corto plazo. A pesar de que el cultivo de uchuva para muchos productores es relativamente nuevo, se han logrado mantener en el tiempo y han logrado percibir mejores ingresos que si se dedicaran a otras plantaciones. Los problemas fitosanitarios que se presentan son unas de las grandes barreras a las cuales se deben apuntar dado que este es un factor determinante para la calidad final producto.

Es por esto que organizar este sector económico y productivo en clúster enfocado en el encadenamiento productivo permitiría crear ventajas competitivas y mitigar muchas de las problemáticas expuesta a través de la innovación, transferencia de conocimiento y tecnología en busca de nuevas oportunidades, especialmente la de lograr internacionalizar el producto directamente desde el departamento de Nariño.

8. Capítulo 3

Identificar las alternativas de mercado internacional para la uchuva desde los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño, que determinen la posibilidad de incorporar una futura iniciativa clúster como herramienta de internacionalización.

8.1 Análisis de países competidores

Colombia está posicionado como el principal exportador de uchuva a nivel mundial y como se mencionó anteriormente en el estudio, abarca cerca del 99% de las exportaciones latinoamericanas de uchuva. Sin embargo, es importante realizar un análisis de los países que también se dedican a exportar la uchuva, para mejorar aún más los niveles de competitividad y conocer las dinámicas productivas y comerciales que pueden tener estos países competidores en el mercado de la uchuva.

Figura 77

Mapa geográfico de Colombia, Ecuador y Perú

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de Microsoft, OpenStreermap (2022).

Colombia, Ecuador y Perú, están ubicados en el continente americano. Se encuentran geográficamente cerca y limitan uno con otro. Estos países son miembros de la Comunidad Andina (CAN), organismo que vela por la cooperación e integración económica y social de los países sudamericanos y latinoamericanos. Ecuador es Estado asociado a la Alianza del Pacífico (Colombia, Perú, Chile, México).

Tabla 28

Datos generales Ecuador, Perú y Colombia

	Ecuador	**Perú**	**Colombia**
Nombre Oficial	Republica del Ecuador	Republica del Perú	República de Colombia
Idioma	Español	Español	Español
Capital	Quito	Lima	Bogotá
Población (2021)	17.888.474	33.359.416	51.265.841
Crecimiento del PIB per cápita (2021)	2,8%	12%	9,7%
Superficie (kilómetros cuadrados) (2020)	256.370	1.285.220	1.140.619
Tierras Agrícolas (2020)	21,8%	19,1%	43,5%
Principales departamentos o Provincias	Guayas Pichincha Manabí Azuay Orellana	Lima Arequipa La Libertad Cusco Piura	Bogotá D.C. Antioquia Valle del Cauca Santander Cundinamarca

Nota. Fuente: Datos tomados de la página oficial Comunidad Andina (CAN) y el BANCO MUNDIAL (2022)

Colombia es el país más poblado en comparación a Ecuador y Perú. El crecimiento económico de estos países medido en este caso por el PIB per cápita, ha evolucionado de forma positiva, especialmente en Perú y Colombia que crecieron en un 12% y 9,7% relativamente. Perú posee la mayor superficie de tierras, pero el porcentaje de concentración de tierras destinadas a actividades agrícolas es las más baja. Colombia evidentemente abarca una gran extinción de tierras agrícolas, es por esto que su principal actividad económica es la agrícola.

8.1.1 Ecuador

Características generales

Ecuador está situado en América del Sur, al noroeste, latitud 0º 00'. Es ribereño del Océano Pacífico. Limita con Colombia, al norte; con Perú al sur y este; y con el Océano Pacífico al oeste. (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea Y Cooperación, 2021). Cuenta con variedad de climas y pisos térmicos, rodeado de grandes extensiones de flora y fauna. Ecuador es un país con gran diversidad cultural. Estos aspectos culturales van de la mano con municipios pertenecientes al sur país colombiano, seguramente por su proximidad geográfica. La moneda oficial del Ecuador es el dólar estadounidense (USD).

Economía

Según el banco de la Republica Central del Ecuador, a julio del año 2022, la inflación medida a través de la variación del IPC acumulada es de 3,1 %. El Producto Interno Bruto (PIB)

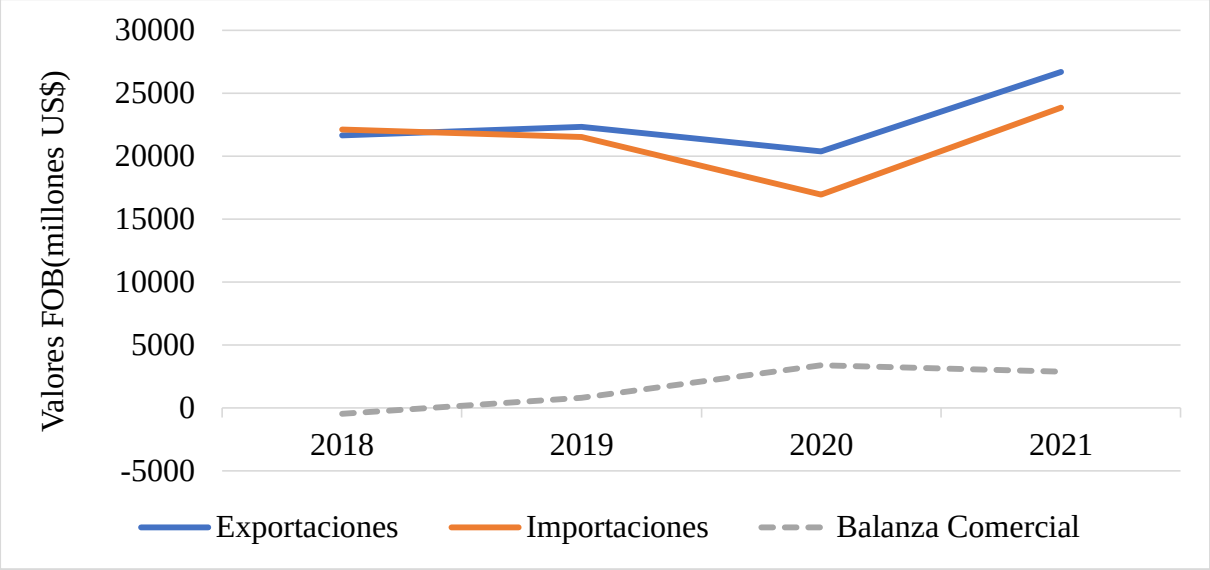
real creció 4,2% en el 2021. Este aumento respondió a la variación de 10,2% del Gasto de Consumo Final de los Hogares, cuyo nivel superó el período de prepandemia. Este resultado refleja una recuperación de las actividades económicas y productivas en el país.

El país se enfrenta a grandes desequilibrios macroeconómicos a raíz de la desaceleración económica por los precios del petróleo. Además de la emergencia sanitaria causada por la COVID-19, que aumento los índices de la pobreza. El país ha implementado diferentes planes de gobierno, que han permitido la recuperación de la economía, pero aún se requiere de esfuerzos para sostener dichos avances en el mediano y largo plazo. Ecuador debe buscar alternativas económicas, para que el país se vuelva menos dependiente del petróleo, alternativas que puedan atraer más inversión privada y extranjera, que implique estimular factores productivos del país. (Banco Mundial, 2022)

Comercio exterior

Figura 78

Exportaciones, Importaciones, Balanza comercial - Ecuador



Nota. La anterior figura muestra la balanza comercial total, las exportaciones totales e importaciones totales del país de Ecuador, años 2018,2019,2020, 2021.Fuente: Datos tomados de Banco Central del Ecuador (2022).

La economía de Ecuador depende en gran medida de la exportación de productos petroleros como petróleo, crudo y derivados. Dentro de los productos exportados no petroleros se destacan el banano, plátano y camarón entre los tradicionales y en los no tradicionales los enlatados de pescado y las flores naturales. Para el año 2018, la balanza comercial total, presento un déficit de -477,6 millones (USD). Para este año se habían exportado en total 21.628 millones (USD) e importado 22105,6 millones (USD). Aunque se incrementó en un 11,7% aproximadamente las exportaciones con respecto al año anterior, las importaciones aumentaron en un porcentaje mayor (13,9%), hasta llegar a 22.105,6 millones (USD). Según el Banco central

del Ecuador estas importaciones fueron principalmente en bienes de consumo y bienes de capital. Para este periodo los camarones habían pasado a ocupar el primer lugar de las exportaciones tradicionales. En el año 2019, se registró exportaciones por 22.329,4 millones (USD), 3,1 % más que el año anterior e importaciones por 21.509,3 millones (USD), 2,7% menos que el año anterior. Resultando un superávit de 820.1 millones (USD), lo que significó una recuperación comercial de 271.7%. Según el Banco Central del Ecuador esto se debió a una menor importación de bienes petroleros. Para el año 2020, la balanza comercial registró un superávit de 3407,5 millones (USD), derivado de, exportaciones por 20.355,4 millones (USD) e importaciones por 16.947,9 millones (USD). Este año se vio afectado por la crisis económica a nivel mundial, a raíz de la emergencia mundial de salud pública por el COVID-19. Las exportaciones cayeron en un 9,7% y las importaciones decrecieron en un 26,9%. Durante el año 2021, se registraron exportaciones por 26.699,2 millones, aumentando en 31.2% con respecto al año anterior. En los últimos años es la cifra más alta de exportaciones que alcanzo el país de Ecuador. Las exportaciones petroleras fueron de 8.607,3 millones (USD), representaron el 32,2% del total de las exportaciones y aumentaron en 63.9% con respecto al año anterior. Las exportaciones no petroleras participaron con 18.091,9 en las exportaciones, es decir, participaron con el 67,8% del total exportado. Dentro de las no petroleras, la exportación de productos tradicionales (Camarón, Banano y plátano, cacao y elaborados, atún y pescado, café y elaborados) participo con 10.194,5 millones (USD), equivalente al 56,3%. y los productos no tradicionales (productos mineros, enlatados de pescado, flores naturales, entre otros), exportaron 7.897 millones (USD) 43,7% del total de exportaciones no petroleras. En cuanto a las importaciones del año 2021, registraron un valor de 23,828.5 millones (USD), 40.6% más que el año anterior. En materias primas se importó 9,019.2 millones (USD), el 37.9% del total

importado. En bienes de consumo 5,132.9 millones de (USD), equivalente al 21.5%. En bienes de capital 4.925, participación del 20.7%. Combustibles y lubricantes con un valor de 4.640,6 millones (USD), el 19.5% de las importaciones. Productos importados diversos participo con el 0.5%, es decir, 110,9 millones (USD). La balanza comercial total del año 2021 registró un superávit de 2.870,7 millones (USD).

La uchuva en Ecuador

El aporte de uchuva al Producto Interno Bruto (PIB) agrícola es del 0,02%. La uchuva que se destina principalmente al comercio se encuentra, en las provincias del Carchi con una producción del 40% del total del cultivo de uchuva, le sigue la provincia de Imbabura con el 28,5% del total de la producción y la provincia de pichincha con el 6% de la producción. Estas tres provincias concentran aproximadamente el 74% de la superficie de cultivos de uchuva. Las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo, también son productoras de uchuva, pero lo hacen en menor escala. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca, 2020)

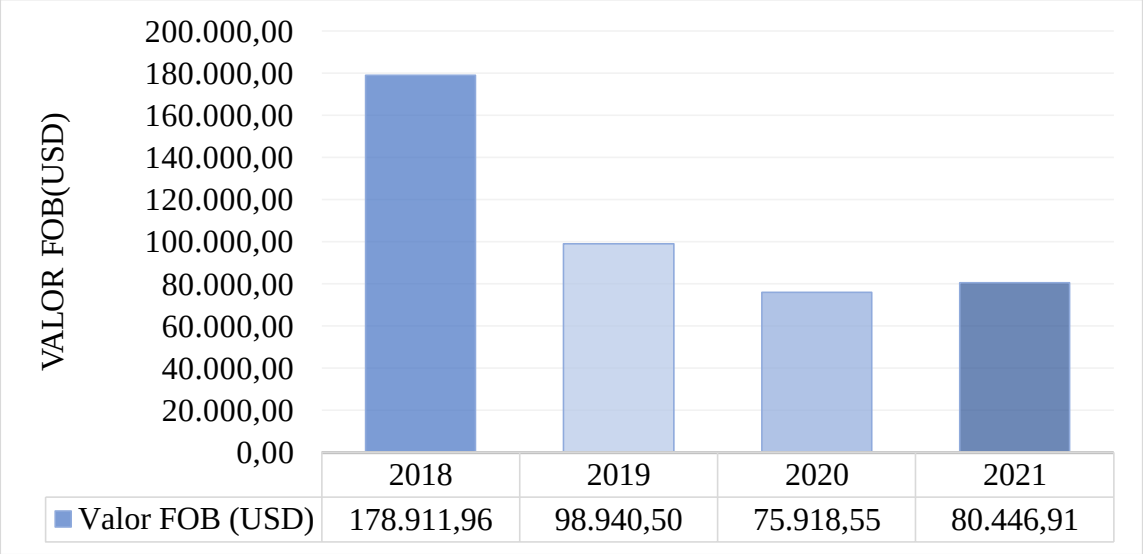
En el estudio denominado “Oferta de Uvilla Ecuatoriana en Mercados Potenciales” por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca de Ecuador (2020), se establece que los costos de producción de uvilla para el cultivo de una hectárea, son de 10.601(USD). Entre costos se encuentran: El análisis del suelo, análisis foliar, preparación del suelo, variedad, plantación, fertilización, fertilización de fondo, fertilización de mantenimiento, labores culturales, controles cosecha y postcosecha. Cada una de las anteriores actividades, despliega una serie de subactividades como en el caso de la fertilización, la cual se debe realizar en base a un análisis del suelo previo y es la actividad que genera mayor costo para el cultivo de uchuva. La actividad de labores culturales, cosecha y postcosecha se realizan de forma manual por lo que

se emplea gran cantidad de mano de obra. Para el año de estudio, solo productor un productor se destacó como productor y exportador a gran escala, usando una superficie aproxima de 36 hectáreas para el cultivo de esta fruta.

Exportaciones

Figura 79

Exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas años 2018, 2019, 2020 y 2021



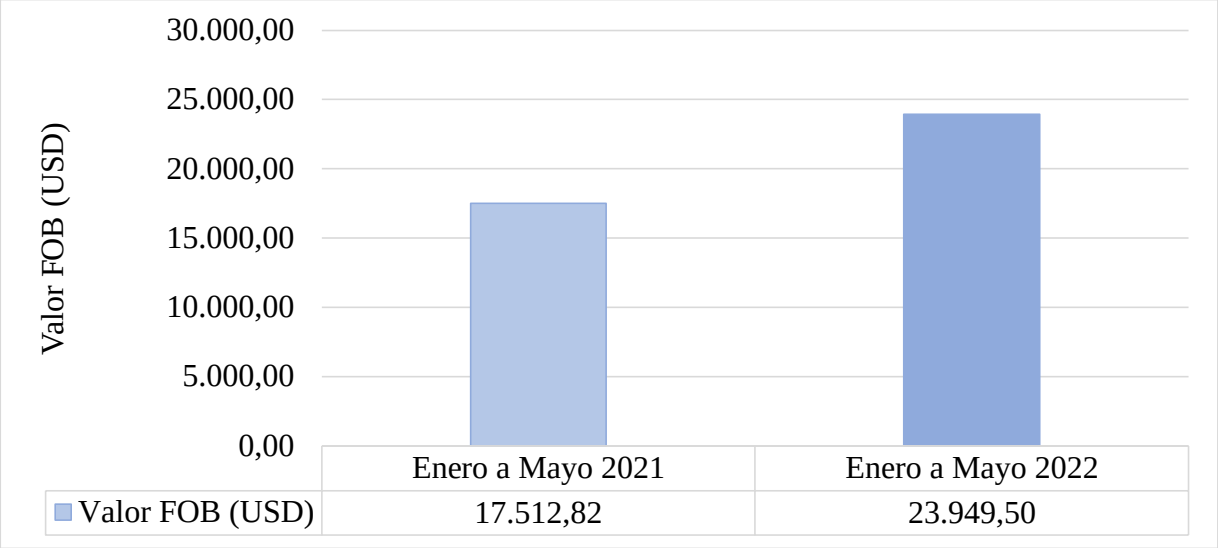
Nota. La anterior figura muestra las exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physis peruviana) frescas en valor FOB (USD) de Ecuador, en los años 2018, 2019, 2022 y 2021.Fuente: Datos tomados de LegisComex (2022).

El país de Ecuador registro en el año 2018 un valor de 178.911,96 FOB (USD) en las exportaciones de uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas, una cifra elevada en comparación a los años posteriores. Para el año 2019 exporto 98.940,50 FOB(USD), es decir, 44,7% menos que el año anterior. En el año 2018, las exportaciones de uchuva siguen decreciendo y se reporta un valor FOB (USD) por 75.918,55 equivalente a la una reducción del

23,3% con respecto al año anterior. Durante el año 2021 el panorama exportador del fruto mejoro, pero no de manera significativa, aumento aproximadamente un 5,6% con respecto al año anterior, con un valor de 80.446,91 FOB (USD).

Figura 80

Exportaciones de uchuva (uvilla) (physalis peruviana) frescas, enero a mayo, años 2021 y 2022

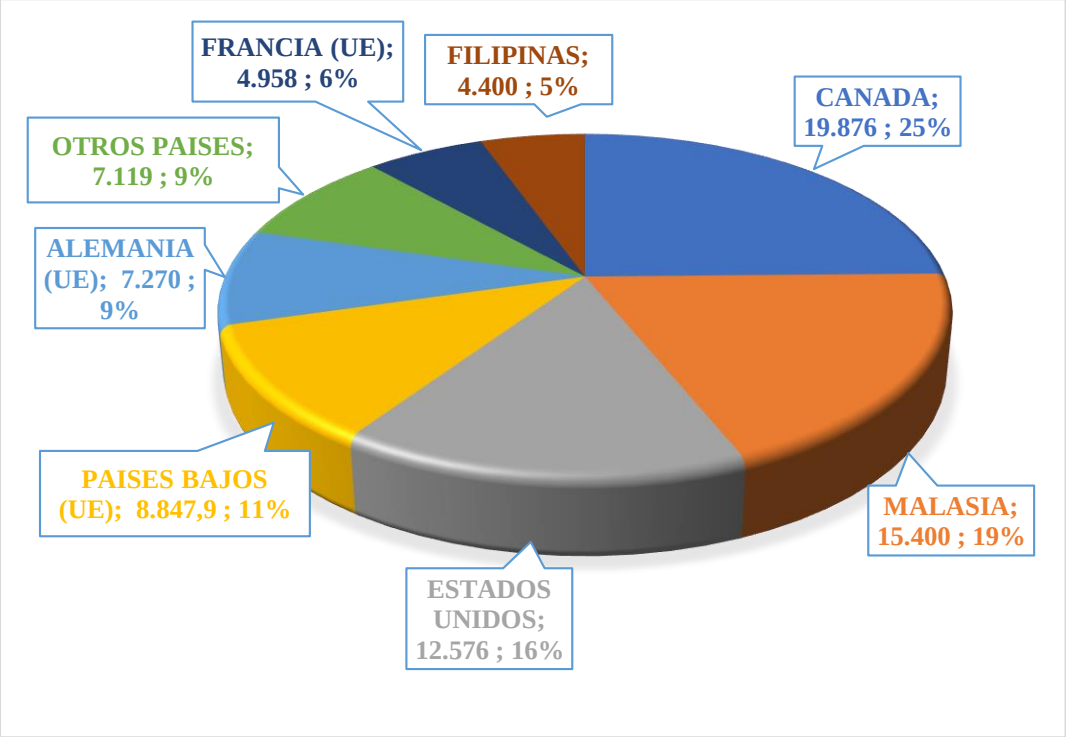


Nota. La anterior figura muestra las exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physis peruviana) frescas en valor FOB (USD) de Ecuador, de enero a mayo, de los años 2021 y 2022. Fuente: Datos tomados de Legis Comex (2022)

Durante el periodo de enero a mayo del 2021, Ecuador había alcanzado un valor de 17.512,82 FOB (USD) y para el mismo periodo del año 2022, ya acumula un valor de 23.949,50 FOB (USD), es decir, que obtuvo un aumento del 26,9%.

Figura 81

Destino de Exportaciones desde Ecuador de Uchuva (physalis peruviana) fresca, año 2021



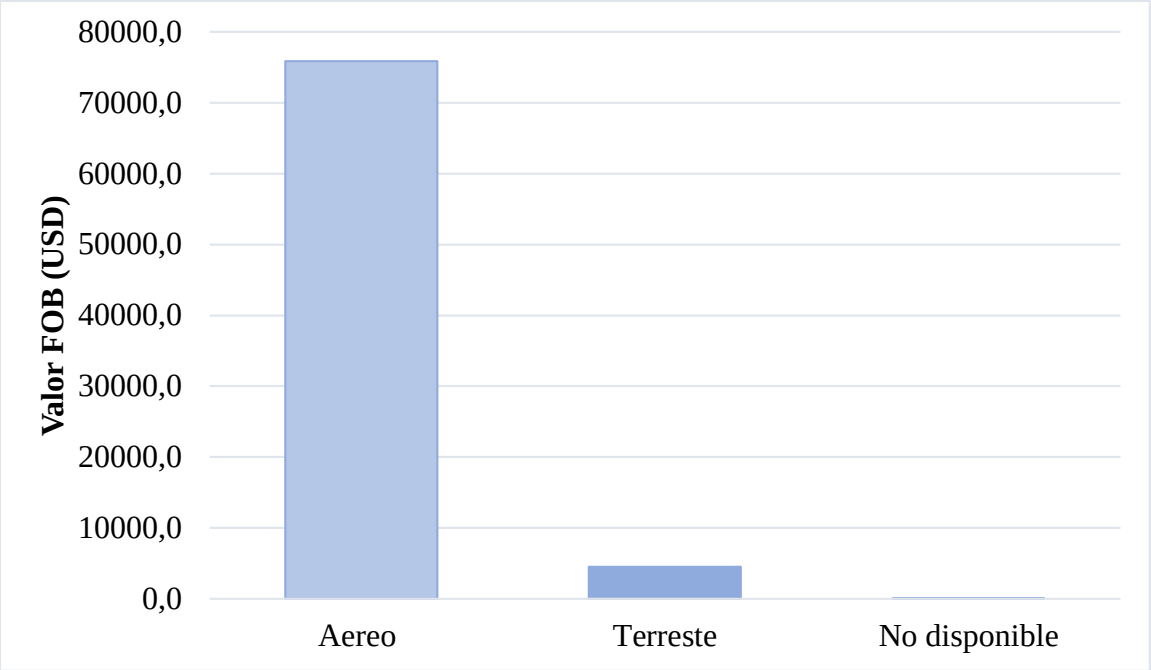
Nota. La anterior figura muestra los destinos exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physis peruviana) frescas en valor FOB (USD) de Ecuador, año 2021. Fuente: Datos tomados de Legis Comex (2022)

Los principales destinos de exportación de la uchuva ecuatoriana fueron: Canadá con un valor de 19.876 FOB (USD) con el 25% de la participación. Sigue Malasia con un valor de 15.400 FOB (USD) con el 19% de participación. Estados Unidos con una participación del 16% y 12.576 FOB (USD), se ubicó en el tercer destino más importante de exportación. A países bajos se exporto un valor de 8.847,9 FOB(USD), con una participación de 11%. para Alemania se destinó el 9% de las exportaciones con un valor FOB (USD) de 7.270.La uchuva que se destinó a otro países como Emiratos Árabes Unidos ,Suiza, Curazao, entre otros , fue de 7.119

FOB (USD), con una participación del 9%.Francia es el tercer país Europeo al cual se destinó el producto con una participación del 6%, equivalente a un valor FOB (USD) de 4.958.Finalmente a Filipinas se exporto un valor de 4.400 FOB(USD), Con una participación del 5% del total de la uchuva fresca exportada por Ecuador.

Figura 82

Tipo de transporte para la exportación de Uchuva año 2021



Nota. La anterior figura muestra el medio de transporte usado en las exportaciones de Uchuvas (uvillas) (physis peruviana) frescas en valor FOB (USD) de Ecuador, año 2021. Fuente: Datos tomados de Legis Comex (2022)

El 94,3% de las exportaciones de uchuva fresca desde Ecuador se hicieron mediante transporte Aéreo. A través de vía terrestre se exporto el 5,6%, pero no registra destino. Y un 0,1% no tiene clasificación de medio de transporte de exportación.

Tabla 29

Precio Unitario FOB (USD)/kilos netos de uchuva ecuatoriana, año 2021

País	Precio Unitario Valor FOB(USD)/kilos netos (Menor)	Precio Unitario Valor FOB(USD)/kilos netos (Mayor)
Canadá	1,50	7,54
Malasia	6,88	6,88
Estados Unidos	4,44	7,78
Países Bajos (UE)	1,67	10,79
Alemania (UE)	7,67	7,92
Otros Países	1,67	16,16
Francia (UE)	1,67	4,33
Filipinas	6,88	6,88

Nota. En la tabla se presenta el precio menor y precio mayor en valor FOB(USD) que se pagó por un kilo neto de uchuva exportada por Ecuador, en cada país de destino, año 2021. Datos tomados de Legiscomex (2022).

Los precios unitarios en Canadá por cada kilo neto fueron desde 1,50 FOB(USD) hasta 7,54 FOB (USD). Para Malasia solo se estableció un único precio al total exportado y fue de 6,88 FOB(USD) por kilogramo neto. Estados Unidos pago desde 4,44 a 7,78 FOB (USD) el kilo neto de uchuva ecuatoriana. En países bajos el precio vario entre 1,67 FOB (USD) hasta 10,79 FOB(USD) por kilo neto. Alemania no tuvo gran variación en los precios y pago desde 7,67 a 7,92 FOB (USD) por kilo neto de uchuva ecuatoriana. Francia pago de 1,67 a 4,33 FOB (USD) por kilo neto. Filipinas mantuvo un precio estable de 6,88 FOB(USD) por kilo neto de uchuva y

otros países registraron un valor de 1,67 a 16,16 FOB(USD) por kilo neto de uchuva ecuatoriana en el año 2021.

8.1.2 Perú

Perú es un país con grandes extensiones de flora fauna y variedad de pisos térmicos, sus actividades principales se concentran en la agricultura, pesca y recolección. Perú se compone de regiones costeras, de sierra y selva. La costa es una faja de 40 kilómetros a 880 Kilómetros de ancho, arenosa y árida, con excepción de algunos valles fértiles. La Sierra está constituida por los Andes que atraviesan el país de Norte a Sur. En esta región se encuentran los principales yacimientos minerales. La región selvática o amazónica se compone de laderas y planicies orientales que forman parte de la cuenca del Amazonas, representa un 62% del territorio peruano. Perú limita al Norte con Ecuador y Colombia (al Noroeste con Ecuador, NE con Colombia), al Este con Brasil, al Sureste con Bolivia, al Sur con Chile y el Océano Pacifico y al Oeste con el Océano Pacifico (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021)

Economía

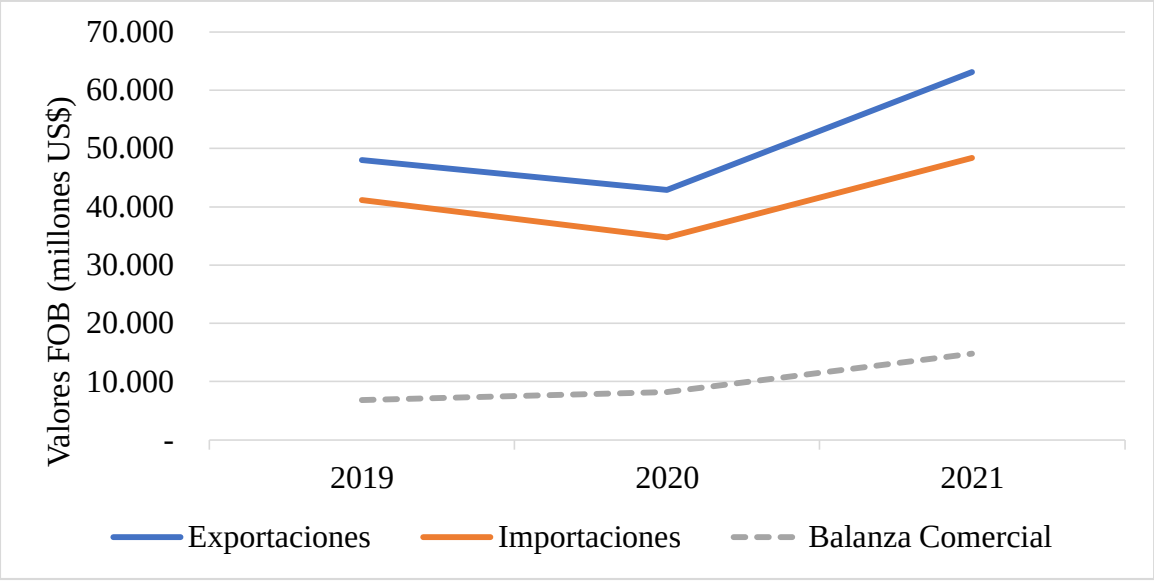
A julio del año 2022, la inflación medida a través de la variación del IPC acumulada de 8,74%. Los aumentos de precios con mayor contribución a la inflación del mes correspondieron a transporte local, comidas fuera del hogar, papa, pescado y carne de pollo (Banco Central de Reserva del Perú, 2022). En cuanto al PIB real, durante el año 2020 se presentó una recesión del -11% y ya para el año 2021 el PIB real creció 13.3%. La recuperación se debió principalmente a la demanda interna, impulsada por la expansión del gasto tanto público como privado. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

En la economía peruana se enfrenta a grandes índices de pobreza. Las proyecciones indican que la pobreza permanecerá muy por encima de sus niveles de 2019, que fue el año donde la cifra se elevó a causa de la emergencia sanitaria, por el COVID-19. Se espera que la economía crezca en aproximadamente 3,4% en 2022, debido principalmente a los mayores volúmenes de exportación, mientras que la demanda interna se desacelerará gradualmente. Las exportaciones se verán apuntaladas por la entrada en operación de importantes minas de cobre. El Perú tiene fundamentos macroeconómicos sólidos, entre ellos una deuda pública relativamente baja en relación con el PBI, reservas internacionales considerables y un sólido banco central. (BANCO MUNDIAL, 2022)

Comercio Exterior

Figura 83

Exportaciones, Importaciones, Balanza comercial-Perú



Nota. La anterior figura muestra la balanza comercial total, las exportaciones totales e importaciones totales del país de Perú, años 2019,2020,2021. Fuente: Datos tomados de Banco Central de Reserva del Perú (2022)

La economía de Perú se destaca por la producción y exportación minera (cobre, oro Zinc hierro entre otros) estas se clasifican dentro de las exportaciones tradicionales junto a exportaciones del sector pesquero, petróleo y gas natural, agropecuario. Dentro de los no tradicionales se encuentra sector agropecuario (arándano, uva, palta, entre otras),sector químico (plásticos y sus manufacturas, neumáticos – cauchos, alcohol etílico , entre otros), sector pesquero (pota, pescado, langostino entre otros) sector textil (productos de algodón, otros productos textiles, productos de lana y pelo fino), sector metalúrgico (alambre de cobre refinado , zinc en bruto sin alear), sector de minería no metálica (fosfato de calcio natural) entre los sectores destacados. Para el año 2019, la balanza comercial total, presento un superávit de 6.874 millones (USD). Para este año se exporto en total 47.980 millones (USD) e importado 41.106 millones (USD). Según el Banco Central de Reserva del Perú, los productos tradicionales representaron el 70,9% del total de las exportaciones y los no tradicionales el 28,8% y otros el 0,3%. El mayor registro de importaciones lo obtuvo el sector de insumos con el 45,5%, seguido de bienes de capital con el 29,9% y bienes de consumo con el 23,3%. Durante el año 2020 se exporto 42.905 millones (USD), de los cuales el 70% corresponde a productos tradicionales, el 29,8% a productos no tradicionales y el 0,3% a otros. La importación de este año tuvo un valor de 34.713 millones (USD), de los cuales, el sector de insumos con el 44,5%, seguido de bienes de capital con el 30,1% y bienes de consumo con el 25,2%. Resultado de esto se conservó la balanza superavitaria y se aumentó el saldo de capital comercial del país a 8.192 millones (USD). El año 2021 ha sido satisfactorio para el país de Perú. Las exportaciones crecieron en aproximadamente 32,1% con respecto al año anterior pasando a un valor de 63.106 millones de (USD), la exportación de productos internacionales creció y pasaron representar el 73,8% del total de las exportaciones, la exportación de productos no tradicionales fue de 25,9% y otros del

0,3%. Las importaciones también crecieron en un 28,2% respecto al año anterior. La importación de insumos fue de 49,6%, de bienes de capital el 29% y bienes de consumo con el 21,1%. La balanza comercial superavitaria aumento en un 44,5% con respecto al año anterior pasando a un valor de 14.752 millones de (USD). Esto se debió principalmente al aumento de los precios internacionales además de la recuperación de la producción en el país.

La uchuva en Perú

En el análisis de mercado de aguaymanto presentado por MIDAGRI (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020) para el mes de octubre del año 2020, la producción de uchuva o aguaymanto como generalmente se conoce a este fruto en Perú fue de 1573 toneladas, siendo la región de Huánuco la más destacada participando con el 80% total de la producción total nacional.

En Perú al año 2020, las regiones de Cajamarca, Ancash, La Libertad, Arequipa, Ayacucho, Huánuco, Junín, Piura priorizan el cultivo y producción de uchuva y cuentan con potencial exportador. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020). Los productores de uchuva del país peruano, han logrado grandes avances a través de la diversificación del producto, lo que le ha permitido satisfacer diferentes necesidades y gustos alcanzando nuevos mercados.

Exportación

Los registros de las exportaciones de uchuva en el país de Perú, se registran principalmente en el código de partida 0813400000 (las demás frutas seca u otros frutos secos excepto los de las partidas 08.01 a) y 0810905000uchuva (uvilla) (physalis peruviana) fresca. Esto se debe a que, la mayoría de uchuva se exporta en forma de fruto orgánico deshidratado. Por esta razón el análisis de las exportaciones de uchuva peruana se hará en base a los datos

contenidos en el análisis de mercado de aguaymanto presentado por MIDAGRI (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020) y algunos datos de la plataforma comercial de Legiscomex.

Tabla 30

Exportaciones de uchuva peruana, año 2017,2018,2019 y 2020

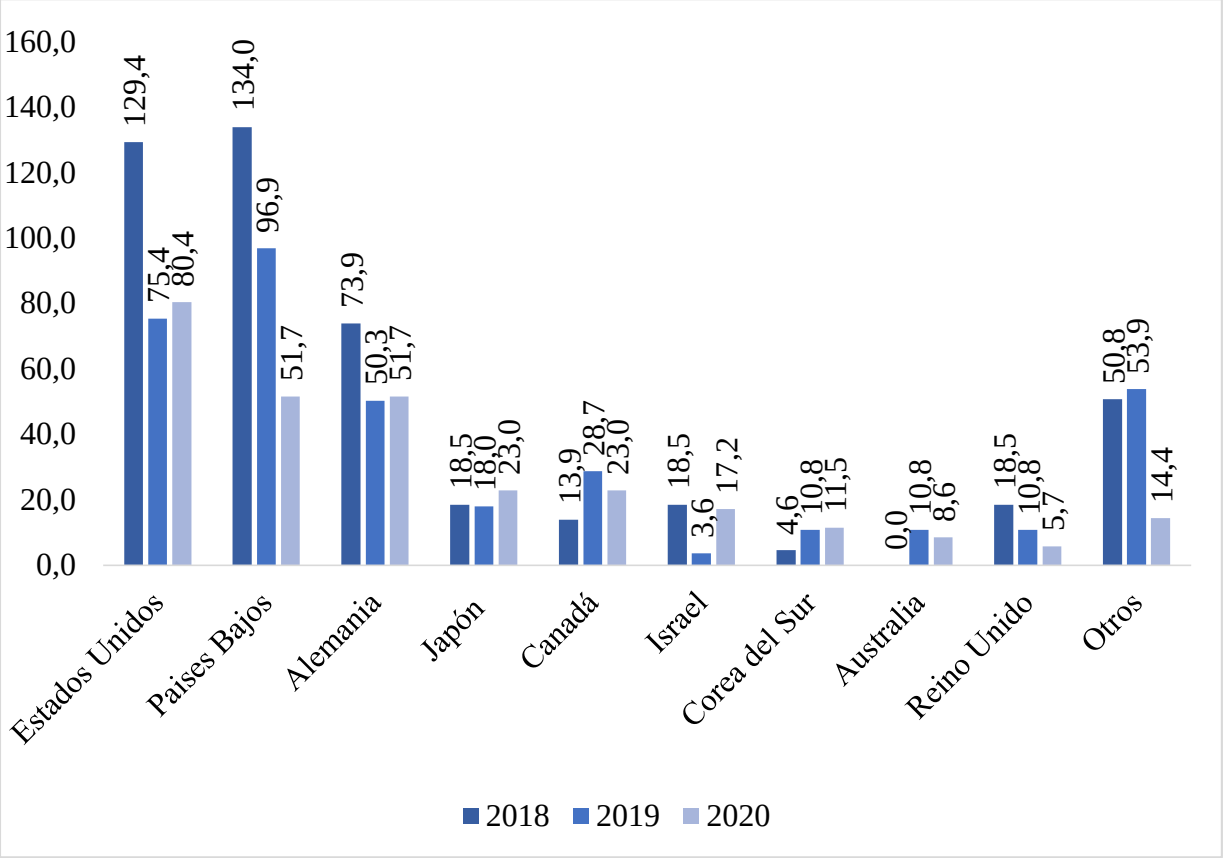
	Volumen por toneladas				Valor miles de (USD)			
Año	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
Cantidad	354	462	359	287	3.445	4.616	3.435	2.655

Nota. La anterior tabla muestra las exportaciones totales de uchuva peruana el volumen expresado en toneladas y el valor expresado en miles de dólares, años 2017, 2018, 2019 y 2020. Fuente: Datos tomados de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Perú, 2020.

En el año 2017, la exportación total de uchuva desde Perú fue de 354 toneladas, equivalente a un valor de 3.445.000 (USD). Para el año 2018 las exportaciones aumentaron en un 23,4% pasando a exportar 462 toneladas, representadas en 4.616.000 (USD). En el año 2019 se presentó un decrecimiento del 22,3% en las exportaciones de uchuva, es decir 103 toneladas menos que el año anterior. El valor exportado para este periodo fue de 3.435.000 (USD). Cabe resaltar, que en este año los países debieron enfrentar a diferente problemas económicos y sociales a causa la crisis sanitaria por el virus COVID-19. En el año 2020, aun no se logra una reapertura económica total. Las exportaciones de uchuva caen en un 20,1%, equivalente a 2.655.000 (USD).

Figura 84

Destinos de exportación uchuva peruana, volumen por toneladas, años 2018,2019 y 2020



Nota. La anterior figura muestra los destinos de exportaciones en volumen por toneladas de uchuva peruana, años 2018, 2019 y 2020. Fuente: Datos tomados de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Perú, 2020.

Cerca del 57% de la uchuva se destinó a Países Bajos y Estados Unidos en el año 2018, como tercer destino de exportación esta Alemania, país al cual se destinó 73,9 toneladas, 16% de la exportación total de uchuva. La participación en toneladas exportadas a los países de Japón, Israel y Reino Unido fue de 4% (18,5 toneladas) para cada uno. A Canadá se exporto 13,9 toneladas, participando con el 3%. A Corea del Sur 4,6 toneladas (1%) y a otros países se destinó 50,8 toneladas, 11% del total de las toneladas de uchuva exportadas. En el año 2019, bajaron las

exportaciones y del mismo modo, la participación porcentual por volumen de toneladas disminuyo en algunos países. A Países Bajos se destinó las 96,9 toneladas, 27% del total exportado. Para Estados Unidos el fruto tuvo un volumen de 75,4 toneladas (21%). A el país de Alemania se destinaron 50,3 toneladas, participando en el 14% del total exportado. Canadá aumento su participación enviando 14,9 toneladas más que el año anterior y aumentando 5 puntos porcentuales en participación. Japón se mantenido con cambios relativamente bajos en los volúmenes exportados. A Corea del sur se le exporto 6,2 toneladas más que el año anterior. Para Australia, durante el año 2018 no se exporto uchuva peruana, ya para el año 2019 registra 10,8 toneladas exportadas. Reino Unido disminuyo su volumen en 7,7 toneladas con respecto al año anterior. Corea del Sur, Australia y Reino Unido participaron con el 3% cada uno de las exportaciones del año 2019. A Israel se exportaron 3,6 toneladas, es decir, 14,9 toneladas menos que el año anterior y con una participación del 1%. A otros destinos se exporto el 15 % del total de volumen del fruto. Durante el año 2020, la caída de las exportaciones de uchuva fue una de las más altas desde el año 2015. Estados Unidos presento un incremento de 5 toneladas más que el año anterior, abarcando el 28% de las exportaciones. Por su parte, Países bajos y Alemania participaron cada uno con el 18% del total en volumen exportado. Japón y Canadá exportaron cada uno 23 toneladas. La dinámica de comercio con Israel logro recuperarse exportando para este año 13,6 toneladas más, con respecto al año anterior, con una participación del 6%. Corea del Sur es un mercado creciente al año 2020 ya exporta cerca de 11,5 toneladas. Australia y reino unido Participaron con el 3% y 2% relativamente, pero disminuyeron el volumen de sus exportaciones con respecto al año anterior. Para este año solo el 5% de la uchuva se destinó a otros países, disminuyendo el volumen exportado en 39,5 toneladas.

Según los datos suministrados por Legis Comex más del 90% de las exportaciones de la uchuva peruana se realizan a través de vía marítima, con la aduana MARITIMA DEL CALLAO y cerca del 10% que se transportó vía aérea, se hizo mediante la aduna AEREA DEL CALLAO.

Tabla 31

Exportación de uchuva peruana, por presentación comercial, año 2020

Presentación Comercial	Volumen por toneladas	Valor miles de (USD)
	2020	2020
Deshidratado	244	2515
Congelado	35	99
Fresco	0,03	0,09
Uchuva cubierta de Chocolate	1	13
Pulpa-Pure	7	26
Crunchy	0,18	1,26
Otros	0,4	3
TOTAL	287	2,655

Nota. La anterior figura muestra e las presentaciones comerciales en las que se comercializo la uchuva, desde Perú a otros países durante el año 2020. Fuente; Datos tomados de Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Perú, 2020.

El mercado de la uchuva en Perú se ha destacado por la comercialización del fruto deshidratado, es así, que esta presentación comercial abarco cerca del 94,7% de las exportaciones realizadas en el año 2020, referente al valor en USD exportado. Esta dinámica exportadora del fruto se viene presentando años atrás, sobrepasando siempre el 90% de las exportaciones. Dentro de las empresas exportadoras destacadas en Perú para esta presentación esta: Agro Andino S.R.L, con el 23.6 % de participación del total de exportación de uchuva deshidratada, Villa Andina SAC tiene el 20.2 %, Peruvian Natura SAC con el 12 %, las demás empresas

participaron con el 44, 2 % del valor exportado. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

La segunda presentación comercial de exportación de uchuva es congelada, con el 3,1% del total exportado. Las empresas destacadas en comercializar este producto son: Frutos Tongorrape S.A. y la empresa Naturandina del Perú. Las demás presentaciones registraron una participación del 1,6% del valor en USD exportado para este año. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

Para este año se ingresó a nuevos mercados con un nuevo emprendimiento como se mencionó anteriormente en el estudio. El producto denominado “Crunchy” es una versión crocante de la uchuva deshidratada, que se puede acompañar de otras berries, granolas o frutos secos. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru, 2020)

Los principales destinos de exportación de la uchuva deshidratada fueron Países Bajos, Estados Unidos, Alemania destinando más del 64% del valor en USD exportado. De la fruta congelada se exporto, un 43% a países bajos, el 35% a Japón, el 18% a Corea del Sur y el 4% a Estados Unidos. La uchuva fresca, aunque no comercializo en gran cantidad, se exporto en un 30% a Alemania un 30% a Francia y el 40% a otros países.

A continuación, se analizará los precios por kilogramo neto que pagaron algunos países, según los datos suministrados por plataforma comercial Legiscomex.

Tabla 32

Precio Unitario FOB (USD)/kilogramo neto de uchuva peruana, año 2020

País	Precio Unitario FOB (USD)/ kilogramo neto (Menor)	Precio Unitario FOB (USD)/ kilogramo neto (Mayor)
Estados Unidos	9,45	11,6
Países Bajos	10	11,2
Alemania	8,86	14,4
Japón	10,7	14,58
Canadá	10,6	14,6
Israel	9,25	10,91
Corea del Sur	10,11	10,35
Australia	6,91	12,37
Reino Unido	10	11,58

Nota. En la tabla se presenta el precio menor y precio mayor en valor FOB(USD), que se pagó por peso neto de uchuva exportada por Perú, en algunos países de destino, año 2021.Fuente: Datos tomados de Legis Comex (2022).

Para Australia y Alemania, el valor por kilogramo de uchuva neto fue de 6,91 FOB (USD) y 8,86 FOB(USD) relativamente. Estos fueron los países donde se registraron los precios más bajos de la uchuva. Por otra parte, los países donde el valor por kilogramo neto de uchuva fue más alto son Canadá, Japón y Alemania, 14,6 FOB (USD), 14,586 (USD) Y 14,4 FOB (USD), en su orden. Cabe resaltar que estos precios se tomaron a partir de todas las exportaciones en kilogramos netos de uchuva. Los precios pueden variar según condiciones geográficas, cantidades, presentación del producto, entre otras.

Países Bajos es el destino al que Colombia realizo en mayor cantidad la exportación de uchuva con un valor FOB (USD) de 24.944.038,86 (93.159.335.241,93 COP) con una

participación del 65,64 % del valor total exportado. Estados Unidos le sigue con un valor FOB (USD) de 4.911.347,79 (18.414.128.205,47COP) equivalente al 12,92 % del total del valor exportado. Alemania ocupa el tercer lugar con un valor FOB (USD) de 3.027.126,66 (11.337.946.131,87 COP) participación del 7,97 % del valor total. Canadá con un valor FOB(USD) 2.037.257,49 (7.480.941.456,68 COP) que representan el 5,36% del valor total de las exportaciones. El país de Bélgica se encuentra dentro de los cinco países más importantes a los cuales Colombia destino sus exportaciones de uchuva con una participación del 2,77 %, que representan una cantidad de 250.484 kilos netos y un valor FOB (USD) 1.051.210,54 (3.956.235.958,09 COP).

Podemos observar que Colombia tiene gran ventaja sobre Ecuador y Perú en diferentes aspectos, en especial en el agrícola. Las altas cantidades de producción en comparación a otros países y la organización en las exportaciones de la uchuva han hecho que Colombia abarque aproximadamente el 99% de la actividad internacional latinoamericana, siendo esto de gran beneficio y presentando una alta atractividad para que Colombia se especialice en la comercialización del producto haciendo que la uchuva sea una excelente fuente de ingresos para los campesinos del país.

Desde la perspectiva de la productividad, Colombia presenta un alto potencial como comercializador de uchuva, siendo el principal productor en Latinoamérica, permitiéndole desarrollar ventajas competitivas frente a otros países productores como lo son Ecuador y Perú. La internacionalización desde la perspectiva económica nos explica que un país tiende a especializarse en la actividad de producción de un bien o servicio tomando de esta manera la ventaja absoluta sobre otros países estableciendo un sistema de distribución de acuerdo a los recursos de cada país, esto ha permitido que Colombia se posicione en el mercado y los

compradores nacionales e internacionales se sigan fijando en el país como un proveedor de uchuva confiable.

Basados en la economía orientada al mercado podemos decir que la uchuva presenta una alta atractividad en el mercado dado que se ha posicionado como un producto altamente exportable centrándose en los factores productivos como lo son tierra y capital de trabajo, globalizando su mercado frente a otros competidores y beneficiando la economía nacional.

8.2 Alternativas de mercado internacional

8.2.1 Selección de mercado

La selección de mercado nos permite analizar e identificar oportunidades para ofertar un bien o servicio. Para una mejor dinámica de este proceso se utiliza como herramienta la matriz de selección de mercado que permite evaluar diferentes criterios con el fin de identificar y elegir de forma objetiva el país potencial al cual destinar el producto, en este caso la uchuva.

Los criterios que se evaluaron en la matriz de selección de mercados fueron: criterio político, criterio económico, criterio socio cultural, adaptación del producto, trámites aduaneros, cercanía geográfica. A partir de cada uno de ellos se desprende una serie de variables como se observa en la siguiente figura. Se analiza y califican estas variables de manera individual, para Países Bajos, Estados Unidos y Alemania, principales destinos de exportación de uchuva desde Colombia

Matriz selección de mercados (Anexo)

8.2.2 Calificación de la matriz de selección de mercados

Tabla 33

Calificación Criterios de la Matriz de Selección de Mercados

Criterios	Países Bajos			Estados Unidos			Alemania		
	P	**C**	**R**	**P**	**C**	**R**	**P**	**C**	**R**
Criterios Políticos									
Riesgo Político (2021)	4%	3	0,12	4%	2	0,08	6%	3	0,18
Forma de gobierno (democracia, monarquía)	2%	2	0,04	3%	2	0,06	2%	2	0,04
Acuerdos comerciales y Arancel	5%	5	0,25	6%	5	0,3	5%	5	0,25
Legislación Ambiental	5%	5	0,25	2%	4	0,08	3%	3	0,09
Legislación laboral	0%	1	0	0%	1	0	0%	1	0
Facilidad de hacer negocios (2019)	4%	4	0,16	5%	3	0,15	4%	3	0,12
Criterios Económicos									
Crecimiento del PIB (% anual) año 2020 y 2021	2%	2	0,04	3%	2	0,06	1%	2	0,02
Tasa de inflación, precios al consumidor (% anual) 2021	4%	2	0,08	4%	2	0,08	4%	3	0,12
Crecimiento de las importaciones de la partida arancelaria	6%	4	0,24	5%	4	0,2	3%	4	0,12
PIB per cápita (USD a precios actuales) (2021)	1%	3	0,03	1%	2	0,02	1%	2	0,02
Desempleo, total (% de participación total en la fuerza laboral) (2021)	0%	1	0	0%	1	0	0%	1	0
Población (2021)	1%	1	0,01	3%	1	0,03	1%	1	0,01
IDH (2019)	3%	2	0,06	3%	2	0,06	3%	2	0,06
Criterios Socioculturales									
Índice de estilo de vida	5%	3	0,15	5%	3	0,15	6%	3	0,18
Dimensiones Culturales	6%	3	0,18	5%	2	0,1	7%	3	0,21
Tradiciones respecto	2%	3	0,06	2%	3	0,06	3%	3	0,09
Datos demográficos	1%	2	0,02	2%	2	0,04	1%	2	0,02
Idioma Común	1%	3	0,03	3%	3	0,09	2%	3	0,06
Religión	0%	1	0	0%	1	0	0%	1	0

Consumo por categoría de productos	5%	4	0,2	3%	4	0,12	5%	4	0,2
Índice de Desempeño Logístico (2018)	8%	5	0,4	4%	5	0,2	7%	5	0,35
Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB) (2020)	2%	3	0,06	3%	3	0,09	3%	2	0,06
Uso y costo de energía	1%	2	0,02	1%	1	0,01	1%	2	0,02
Adaptación del Producto									
Personas que usaron Internet (% de la población) (2020)	1%	1	0,01	2%	1	0,02	1%	1	0,01
Reglamento y normas técnicas	5%	4	0,2	3%	4	0,12	5%	4	0,2
Estándares o certificaciones	5%	4	0,2	6%	5	0,3	5%	4	0,2
Gustos y preferencias	4%	3	0,12	3%	3	0,09	4%	3	0,12
Empaque y embalaje	7%	4	0,28	6%	4	0,24	7%	3	0,21
Trámites									
Documentación	4%	3	0,12	4%	3	0,12	4%	3	0,12
Licencia/certificados	3%	4	0,12	3%	4	0,12	3%	4	0,12
Cercanía Geográfica	3%	3	0,09	6%	4	0,24	3%	3	0,09
Total	**100%**		**3,54**	**100%**		**3,23**	**100%**		**3,29**

Nota. En la tabla se presenta la calificación de la matriz de selección de mercados donde P es el puntaje de importancia de cada criterio, C es la calificación de criterio y puede variar entre 1 y 5 donde 1 y 2 son de menor importancia, 3 importancia media y 4 y 5 importancia superior, R es el resultado del producto entre P y C. Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los criterios políticos, uno de los elementos evaluados fue el riesgo político, importante en el momento determinar los intereses económicos. Es decir, entre más bajo sea el riesgo político, habrá mayor seguridad para las empresas e inversionistas, dado que se ha logrado una estabilidad política a raíz de una serie de acciones políticas y monetarias estatales. Países Bajos cuenta con el nivel de riesgo político bajo, Alemania y Estados en un nivel de riesgo político medio según el Mapa de Riesgo Político de Marsh Specialty. La forma de gobierno, determina que los tres países manejan una democracia basada en una constitución,

tienen vigentes acuerdos comerciales con Colombia, a raíz de esto el comercio del producto se ha visto cubierto por los beneficios de estos acuerdos. A nivel ambiental, tanto Países Bajos como Alemania cuentan con una ley directa de protección al medio ambiente, de fácil acceso para las personas que quieren informarse. A nivel laboral, Países bajos, Estados Unidos y Alemania se rigen bajo legislación laboral, las prolongaciones de tiempo de trabajo en Estados unidos, no obliga a cumplir con un tiempo de trabajo diaria, al contrario que en los países europeos donde en Alemania se podrá tener turnos de máximo ocho horas y en países bajos de doce horas. Según el índice de facilidad para hacer negocios elaborado por Banco Mundial, mediante el proyecto Dong Business, clasifica las economías del 1 al 190. Estados Unidos se clasifica dentro de las economías con el sexto lugar, Alemania se ubica de numero veinte dos y por último Países Bajos se clasifica en el puesto número cuarenta y dos.

A nivel económico, podemos percibir que los tres países han logrado mitigar la crisis presentada por la pandemia mundial por el COVID 19, pasando de tener Producto Interno Bruto PIB negativo a un PIB positivo. En el caso de Países Bajos presento un crecimiento PIB para el año 2021 de 8,8 puntos con respecto al año anterior, por su parte, Estados Unidos tuvo un aumento del PIB en 9,1 puntos y Alemania creció su PIB en 7,5 puntos. Este indicador nos permite evaluar factores competitivos y de crecimiento de cada país. En cuanto a la inflación, Estados Unidos fue el país que registro mayor porcentaje inflacionario con 4,7%, seguido de Alemania con 3,1% y Países Bajos con el 2,7%. Si nos basamos en este indicador, podemos decir que Países Bajos presenta ventajas de consumo y poder adquisitivo. El crecimiento de la partida arancelaria tuvo un comportamiento favorable en Países Bajos, presento un crecimiento del 17,62%, en Estados Unidos el crecimiento fue de 11,95% y Alemania un panorama desalentador con un crecimiento negativo de -1,10%. La tasa de desempleo más alta está en Estados Unidos,

seguido de Países bajos y Alemania, este es un indicador clave para medir la salud de la economía de cada país porque una tasa de desempleo alta suele indicar una economía débil mientras tanto una tasa de desempleo baja demuestra una economía fuerte. Uno de los indicadores más importantes a nivel económico es el IDH (Índice de Desarrollo Humano) puesto que se basa en dimensiones como la esperanza de vida, el nivel de educación y el PIB per cápita teniendo en cuenta no sólo el crecimiento económico sino también el bienestar social y los derechos humanos, se clasifica en cuatro categorías: muy alto, alto, medio y bajo. Estados Unidos, Países Bajos y Alemania se encuentran entre los veinte países más ricos del mundo, esto en consecuencia de que están ubicados en la categoría muy alto del IDH lo cual representa que tienen una buena economía, desarrollada y además estable.

En el ámbito socio cultural podemos analizar el estilo de vida el cual es un indicador utilizado para medir el bienestar social y la calidad de vida en una comunidad o en un país, donde calificación máxima que puede obtener cada uno es de cien puntos, de esta manera se observa que, por dos puntos de diferencia, Alemania tiene un mejor estilo de vida que Estados Unidos y Países Bajos los cuales obtuvieron sesenta y siete puntos respectivamente. Otro indicador importante son las dimensiones culturales que son aspectos de una cultura utilizados para comparar y contrastar las diferencias culturales entre las sociedades mismas en este caso se utiliza el modelo de las seis dimensiones que fue propuesto por Geert Hofstede donde se evalúa la distancia al poder que se refiere a la forma en que se distribuye y se utiliza el poder en una sociedad, entre más alto sea el puntaje menos equitativo es la jerarquía y viceversa, el individualismo donde se define la importancia que se da a la individualidad o a la pertenencia a un grupo, la masculinidad que representa las expectativas culturales y roles de género en una sociedad, aceptación a la incertidumbre la cual es la tolerancia a la incertidumbre y el cambio y

por último la orientación a largo plazo que referencia a importancia dada a cumplir tareas y objetivos frente a las relaciones humanas, dicho esto podemos analizar que en los tres países tienen un poder más equitativo dado que sus calificaciones son menores o iguales a 40 puntos, podemos decir que Estados Unidos y Países Bajos son países donde sus habitantes se preocupan mucho más por sí mismos que por los demás puesto que tienen valores iguales o superiores a 80 puntos a diferencia de Alemania que tiene una calificación de 67 puntos, En cuestión de la masculinidad se puede decir que Estados Unidos y Alemania con puntajes superiores a 60 puntos son países tradicionales y competitivos dado que esto representa la masculinidad, por su parte Países Bajos con un puntaje de catorce representa ser un país más centrado, empático y modesto, centrado en la construcción de buenas relaciones y alta calidad de vida para todos, siguiendo con la orientación a largo plazo se deduce que los tres países son sociedades tradicionalistas, preocupadas por las obligaciones sociales y caracterizadas por ser diplomáticas, respetando las traiciones todo esto en consecuencia de sus calificaciones inferiores a los 50 puntos y por último de la evasión a la incertidumbre se concluye que son países que no aceptan la ambigüedad y que sus habitantes se preocupan por su estabilidad personal. Los datos demográficos son un indicador que nos brinda información sobre la población, como el tamaño, el crecimiento y la distribución geográfica, estos datos son importantes para la planificación del desarrollo y la toma de decisiones en áreas como la educación, la salud, el empleo y la vivienda siendo útiles para el diseño de políticas públicas de cada país. En este sentido analizando la religión se puede observar que son países que cuentan con libertad de culto lo cual permite el libre ejercicio de la religión. El indicador consumo por categoría de productos es usado para medir el estilo de vida y el nivel de vida de la población, también es utilizado para entender las tendencias del mercado y el impacto de las políticas económicas en la economía del país, en este indicador se evalúan

factores como el transporte, las comunicaciones, el entretenimiento, la educación, la salud y uno muy importante los alimentos y bebidas no alcohólicas, que se refiere a la cantidad de dinero que las personas en un país gastan en la compra de alimentos y bebidas para su consumo diario o semanal, incluyendo verduras, carnes, lácteos, productos elaborados y frutas, en ese sentido los holandeses y alemanes dirigen el 11,4% y 10,7% respectivamente de sus gastos a este factor, cabe recalcar que Alemania y Países Bajos tienen tendencias de consumo saludable, lo cual beneficia la comercialización de la uchuva en estos países, a diferencia de Estados Unidos, donde gran parte de su población se inclina por el consumo de alimentos procesados y de fácil preparación y donde su gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas es del 6,4%. Para terminar el análisis del ámbito sociocultural se analizará el índice de desempeño logístico (IDL) de cada país el cual mide el rendimiento y la eficiencia de la cadena de suministro y la logística de un país y de esta manera medir la competitividad logística de cada uno, se califica en una escala de uno a cinco, donde la puntuación más alta representa un mejor rendimiento. En este orden de ideas podemos decir que Alemania con un puntaje de 4,2 cuenta con mejor infraestructura, eficiencia en la gestión de la cadena de suministro, calidad en la logística y competitividad, seguido por Países bajos con 4,02 y por último Estados Unidos el cual tiene 3,45 puntos.

Con respecto a la adaptación del producto en cada uno de los países nos referimos a los cambios o modificaciones que se realizan en un producto para adaptarlo a las preferencias, normas y regulaciones del mercado al que se quiere llegar, estos cambios pueden incluir transformaciones en el embalaje, el diseño, el tamaño, entre otros aspectos del producto. Hay varias razones por las cuales un producto se adapta a otro país, por ejemplo las normas y regulaciones, preferencias del consumidor, estándares o certificaciones y empaque y embalaje por consiguiente, encontramos que Países Bajos y Alemania solicitan y manejan los mismos

estándares, reglamentos y normas porque pertenecen a la Unión Europea, entre ellas están las regulaciones fitosanitarias que las frutas deben cumplir para garantizar que no transportan plagas o enfermedades que puedan afectar a las plantaciones europeas, esto puede incluir una inspección de origen y la presentación de un certificado fitosanitario antes de la importación, las frutas también deben cumplir con las regulaciones de etiquetado de la Unión Europea, donde deben incluir información sobre el contenido, el origen y las instrucciones de almacenamiento, deben incluir las regulaciones de importación, incluyendo aranceles y cuotas y por último deben cumplir con las regulaciones de seguridad alimentaria que incluyen los requisitos de calidad y pureza. Por su parte Estados Unidos cuenta con sus propias normas, estándares y regulaciones tanto fitosanitarias como de etiquetado, importación y seguridad alimentarias y existen entidades encargadas de cada una de ellas, por ejemplo, la FDA (Food and Drug Administration), todos los productos alimenticios, medicamentos y suplementos dietéticos deben cumplir con sus regulaciones antes de ser comercializados en el país, el DOT (Departamento de Transporte de Estados Unidos) el cual se encarga de comprobar y regular la seguridad de todos los productos que se transportan en aviones, barcos o trenes y por último, todos los importadores deben clasificar sus productos según la HTS antes de importarlos a Estados Unidos y deben pagar los aranceles correspondientes en función a la clasificación de sus productos.

Para importar productos a la Unión Europea, se requiere presentar diferentes documentos que pueden variar dependiendo del producto y país de origen, pero por lo general son solicitados los siguientes documentos: dos facturas comerciales respectivamente firmadas por el transportista, el número de licencia de importación y también los países tanto de la venta y la producción, este es un documento que detalla el precio, la descripción y las características del producto importado, un certificado de origen que certifica que el producto se ha fabricado o

producido en un país específico, también deben anexar la declaración de importación dado que en este formulario se proporciona información detallada sobre el producto, el vendedor, el comprador, el transportista y otros detalles relacionados con la importación, un certificado de conformidad que garantiza que el producto importado cumple con los requisitos técnicos y de seguridad de la UE y un certificado de importación el cual acredita que el producto importado ha sido inspeccionado y aprobado por las autoridades de la UE, por último si el embalaje es de madera (incluida la estiba) los exportadores deben conseguir la autorización NIMF15 la garantiza que los productos transportados cumplen con las especificaciones de tamaño y calidad establecidas. Del mismo modo para importar a Estados Unidos el importador debe solicitar al APHIS un permiso de importación agrícola, documento de transporte, sea este el conocimiento de embarque (B/L), la guía aérea (AWB) o certificado del portador, la factura comercial donde debe incluir información detallada del producto, como descripción, cantidad, precio, peso, etc. El manifiesto de carga o ingreso, la lista de embalaje y cabe resalta que para el transporte marítimo y aéreo se debe hacer el envío anticipado del manifiesto de carga al servicio de aduanas de Estados Unidos, también se debe presentar un certificado de origen el cual tiene que estar certificado por una cámara de comercio o una asociación de comercio y debe indicar que el producto se ha fabricado en Colombia, un certificado fitosanitario emitido por una entidad autorizada del país exportador, donde se acredite que el producto cumple con los requisitos fitosanitarios establecidos por la entidad reguladora de Estados Unidos.

Por último, la cercanía geográfica se refiere a la distancia física entre dos o más lugares. Puede tener un impacto en varios aspectos del comercio y la economía, como los costos de transporte, el tiempo de tránsito, las barreras culturales y las oportunidades de comercio, Países

Bajos cuenta con diferentes conexiones portuarias y el tiempo oscila entre los 12 y 36 días de tránsito desde puertos como Cartagena y Buenaventura. Estados Unidos, cuenta con una mejor cercanía geográfica dado que se encuentra en el mismo continente y por la misma razón tiene mayores opciones de puertos de llegada lo cual hace que los precios en transporte puedan variar de manera beneficiosa para el vendedor, el tiempo de tránsito está entre 3 y 29 días, esto depende de aspectos como, el puerto de origen, el puerto de destino y si el recorrido es directo o con escala. Alemania cuenta con uno de los viajes más largos, ya que el tiempo de tránsito es de 62 días con escala en Río de Janeiro, pero también cuenta con recorrido directo el cual se demora 11 días y el puerto de origen es desde Cartagena hasta el puerto de Hamburgo.

Con la respectiva evaluación de la matriz se llegó a la conclusión de que el principal país de destino para la uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales es Países Bajos, el cual ha venido siendo el principal destino de la uchuva del país ya que es un destino potencial por su cultura, sus costumbres y su forma de alimentación, además tiene una relación comercial activa con Colombia y un acuerdo que favorece al producto y a pesar de que Estados Unidos presenta una mejor cercanía geográfica, Países Bajos tiene un buen promedio de días de navegación, lo cual no afecta a la maduración de la fruta.

Países bajos cuenta con un mejor estilo de vida en comparación a Estados Unidos y Alemania, lo cual genera mayores ingresos y una mejor estabilidad económica, beneficiando de manera directa a sus proveedores, además podemos agregar que la población de este país se destaca por su alimentación saludable, siendo un aspecto positivo para las empresas que deseen ingresar en este mercado.

Siendo Colombia el principal exportador latinoamericano y teniendo al departamento de Nariño con un gran potencial productor con una uchuva, de excelente calidad, se puede abordar

la investigación de mercados y los diferentes autores anteriormente citados, de esta manera se hizo la respectiva obtención de información es los competidores, para descubrir las ventajas y las deficiencias que se tienen frente a los principales productores de la zona, y también se aplicó una matriz de selección de mercados para saber cuál sería el destino idóneo para llegar con la uchuva del municipio de Ipiales y Pupiales, basándonos en los diferentes ámbitos, social, económico y administrativo.

9. Capítulo 4

Evaluar las posibilidades de incorporar una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización, para la cadena productiva frutícola- uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño.

Finalmente, después de haber estudiado los diferentes entornos de la cadena productiva de la uchuva, se evaluará las posibilidades de incorporar una iniciativa clúster como herramienta de internacionalización en los municipios de Ipiales y Pupiales.

9.1 Iniciativa clúster

La iniciativa clúster es una herramienta que se crea con el propósito promover el desarrollo económico y la competitividad de las empresas de un clúster o una región a través de acciones cooperativas, la participación activa de los actores del clúster, la definición de una hoja de ruta sostenible en el largo plazo, la priorización de una estrategia competitiva y la gestión de un plan de acción estratégico (Red Cluster Colombia, 2022)**.**

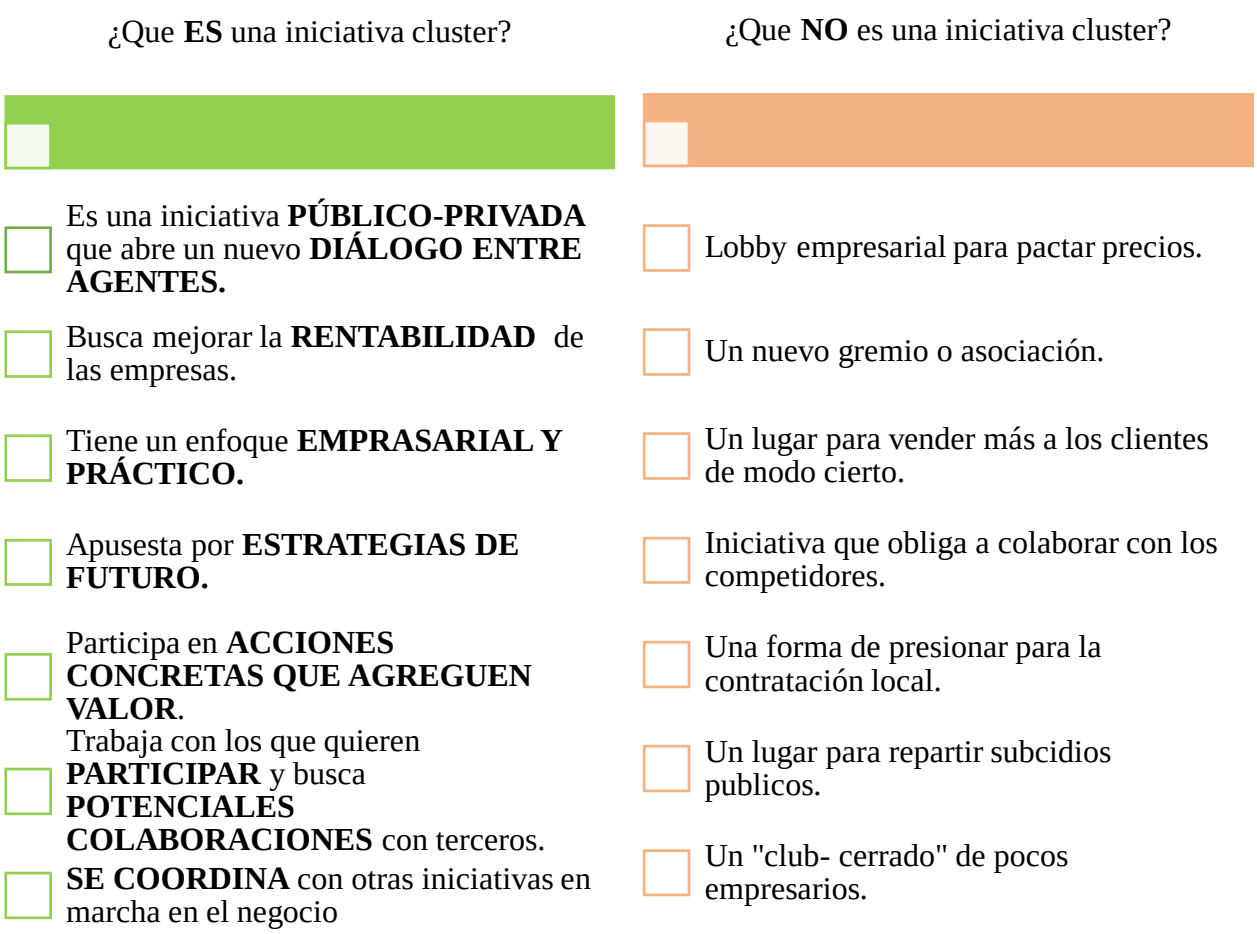
Algunos de los objetivos que persiguen estas iniciativas según (Garavito , y otros, 2018) son:

- Acciones de cooperación y trabajo mancomunado entre empresas que permitan mejorar la competitividad a través de procesos productivos, de innovación y desarrollo tecnológico
- Estimulación de comunicación entre empresas, que permita el desarrollo de acciones estratégica en compras conjuntas de bienes o del uso compartido de servicios para la reducción de costos

- Desarrollo del talento humano, a través de la participación en agendas y capacitaciones de ciencia, tecnología e innovación fin de asegurar una fuerza laboral especializada para el clúster
- Desarrollo de actividades conjuntas entre industrias privadas, instituciones financieras, políticas regionales de apoyo a clúster ciencia y tecnología, academia, organizaciones no gubernamentales como cámara de comercio, etc.
- Desarrollo de proyectos de ventajas competitivas y valor agregado que generen oportunidades en mercados internacionales
- Intercambio de conocimiento como acciones de reducción de obstáculos derivados a procesos legales y logísticos para procesos de exportación

Figura 85

¿Qué es? y ¿que no es una iniciativa clúster?



Nota. Fuente: Figura adaptada de Iniciativas clúster Colombia, de RED CLUSTER COLOMBIA.

9.2 Puesta en marcha de una iniciativa clúster

Existen dos pilares para la construcción de una iniciativa clúster sostenible y de impacto a largo plazo: La definición y gestión de una agenda estratégica de futuro y la puesta en marcha de una dinámica clúster. (Garavito , y otros, 2018)

Mediante proyectos precisos, la definición y gestión de una agenda estratégica de futuro, busca mejorar el nivel de competitividad a nivel nacional e internacional de los actores que

forman la iniciativa clúster. Para esto es importante definir correctamente el segmento estratégico de negocio en el que compiten estos actores de la cadena. Además de unos objetivos estratégicos de futuro, construido con los actores de la cadena que conformen un posicionamiento en el mercado más rentable, sostenible y de crecimiento. (Garavito , y otros, 2018)

A través de la puesta en marcha de una dinámica clúster, se busca promover la participación entre los actores de la cadena, que genere un cambio estratégico en el modelo de negocio. (Garavito , y otros, 2018)

Sin la participación de los actores de la cadena productiva, en este caso, la construcción de la iniciativa clúster no sería posible. La intervención de cada uno de estos actores es importante para poder constituir una agenda estratégica sostenible a corto, mediano y largo plazo, que permita mejorar las estrategias en el entorno del mercado, así como la calidad y especialización del entorno regional, hasta el momento de implementar una gobernanza consolidada. Dichas estrategias se pueden implementar en espacios de toma de decisiones mancomunadas, liderados por actores de la cadena, en busca mejorar la competitividad a través de proyectos consolidados. (Garavito , y otros, 2018)

Según (Garavito , y otros, 2018) en el libro de Iniciativas Clúster Colombia, se pueden trabajar tres niveles para impulsar la participación empresarial y definir los roles y responsabilidades que se esperan de los empresarios y entidades:

Clúster natural, en el cual se determina la realidad económica de una región, “compuesta por todas las empresas y entidades que están en la cadena productiva del negocio en el que

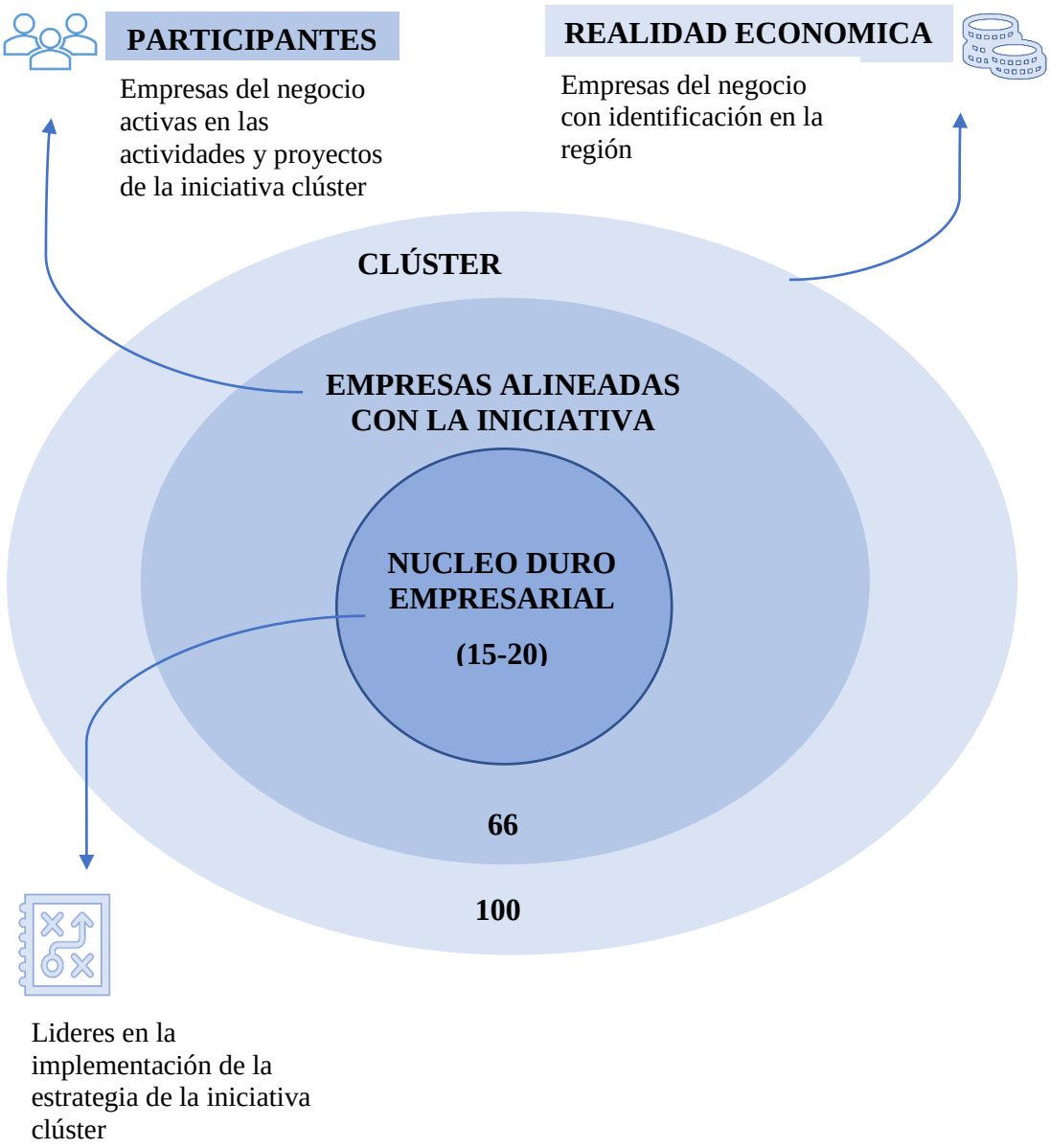
quiere impactar la iniciativa clúster, hayan participado o no en el proceso de puesta en marcha de la iniciativa clúster en particular" (Garavito , y otros, 2018)

Participantes en la iniciativa clúster, son empresas y entidades que participan, en la toma de decisiones, o bien en los proyectos y acciones que lleva a cabo la iniciativa clúster. Los gestores de la iniciativa clúster deben velar por incrementar el número de actores que participan en los proyectos. "En cada iniciativa clúster se debe definir reglas de participación que identifique, por ejemplo, los participantes reales a través de formatos de adhesión." (Garavito , y otros, 2018)

Núcleo impulsor/gestor de la iniciativa, se trata de un grupo pequeño de empresarios y entidades que participan en la mayor parte de las actividades. Deberán ayudar a priorizar y organizar la iniciativa, además, deben encontrarse motivados a poner en marcha los proyectos creados en la agenda estratégica. (Garavito , y otros, 2018)

Figura 86

Niveles de impacto y responsabilidad en la participación empresarial en una iniciativa clúster



Nota. La figura muestra los niveles de impacto y responsabilidad en la participación empresarial en una iniciativa clúster. Fuente: Figura adaptada de Iniciativas clúster Colombia, de RED CLUSTER COLOMBIA

La puesta en marcha de una iniciativa clúster suele durar meses. En esta se busca implementar metodologías de definición de una agenda estratégica y el fortalecimiento de liderazgos empresariales, tiene dos etapas que determinarán la participación de los actores de la cadena o participación empresarial, y su viabilidad, sostenibilidad e impacto a largo plazo. (Garavito , y otros, 2018)

9.2.1 Etapa de sensibilización y motivación

La iniciativa clúster permite mejorar la capacidad organizativa de un sector, mejorando factores productivos, aumentando la rentabilidad y mejorando las condiciones de vida a través del desarrollo humano. Para sensibilizar a los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales sobre la importancia del trabajo cooperativo que persigue la iniciativa clúster, se pueden seguir los siguientes pasos:

Identificar los beneficios: Es importante que los agricultores entiendan sobre los beneficios de la formalización, tales como, poder participar en convocatorias productivas nacionales, programas gubernamentales y poder alcanzar mejores oportunidades en los mercados nacionales e internacionales. La incorporación de una iniciativa clúster y el desarrollo del trabajo en conjunto que persigue esta, permitiría reducir costos, acceder a tecnologías y recursos compartidos, aumentar el poder de negociación y mejorar la calidad de los productos.

Crear una red de contacto: Se puede crear una red de contactos con otros agricultores que hayan experimentado actividades asociativas y han tenido éxito. Se pueden organizar visitas a grupos cooperativos y de asociación para que los productores puedan conocer de cerca cómo funcionan estas organizaciones.

Fomentar la confianza: La confianza es fundamental para el trabajo asociativo y cooperativo. Es importante que todos los productores se conozcan entre sí y se sientan cómodos trabajando juntos. Se pueden organizar mesas estratégicas y actividades que permitan a los productores interactuar y conocerse mejor.

Promover la capacitación: Es importante concientizar a los productores sobre la importancia de la participación constante en capacitaciones sobre áreas productivas, financieras y de negociación. La capacitación les permitirá tomar decisiones informadas y trabajar de manera efectiva como grupo.

Buscar la participación: El acercamiento con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales y los productores es importante en la promoción de la iniciativa clúster. Se deben buscar recursos y apoyo para fortalecer y mejorar la productividad de los agricultores.

Sensibilizar a los productores sobre la importancia de la asociatividad requiere tiempo y esfuerzo. Es importante establecer una buena comunicación y trabajar en conjunto para alcanzar objetivos comunes. Si se hace correctamente, la iniciativa clúster puede ser una herramienta esencial para mejorar la calidad de vida de los productores de uchuva de Ipiales y Pupiales que fortaleciendo el sector agrícola de la región.

La etapa de motivación a la participación, se desarrolla con la intervención de los actores de la cadena, empresarios y las entidades de entorno de la región. Se deben responder dos preguntas clave: ¿qué es la iniciativa clúster? Y, ¿para qué nos sirve como empresarios? en la tapa de consolidación del liderazgo empresarial donde se da la construcción y puesta en marcha de una agenda estratégica de futuro (Garavito , y otros, 2018). En este primer momento de motivación a los productores Ipialeños y Pupialeños se percibió cierto escepticismo,

desconfianza y agotamiento, dado que en la región ya se han llevado algunos procesos en los cuales se ha requerido la participación de los empresarios y en muchas ocasiones no se han logrado llegar a consensos, por ende, no se han tenido resultados.

Para continuar con el debido proceso del análisis de la posibilidad de puesta en marcha de una iniciativa clúster en los municipios de Ipiales y Pupiales, se diseñó una entrevista con veinticinco preguntas sobre características particulares, perspectivas de asociatividad e internacionalización de un actor o eslabones de la cadena productiva de Uchuva. La entrevista se dirige a Jhon Moran, empresario y emprendedor Pupialeño. Su empresa Sur Tropika S.AS está constituida hace más de 5 años y cuenta con tres empleados directos.

¿Dentro de que eslabón de la cadena productiva de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales se encuentra?

Comercializador.

¿Qué producto o servicio ofrece?

Uchuva.

¿De qué forma su empresa adquiere la materia prima?

Se compra uchuva en fresco con capacho.

¿En qué tipo de mercado la empresa adquiere su materia prima?

La uchuva la adquiero únicamente en mercado regional.

Anualmente ¿qué cantidad de materia prima es adquirida por la empresa?

Aproximadamente 60 toneladas.

¿A qué tipo de mercado su empresa vende los productos?

La uchuva se ofrece en mercados nacionales.

¿Quiénes son sus principales compradores?

La uchuva se la vende principalmente a Exportadoras del país.

¿Cuáles son los productos que manejan mejores volúmenes de ventas?

La Uchuva en capacho.

¿Con que frecuencia busca nuevos compradores?

La empresa trata de buscar nuevos clientes anualmente.

¿Maneja contratos formales con sus compradores actuales?

No, por el momento los compradores no han establecido algún tipo de contrato, los volúmenes y calidad se los establece de manera verbal acorde a la necesidad de cada uno de ellos.

¿Cuáles son las instituciones que regulan los procesos desarrollados por su empresa?

La dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN y el Instituto colombiano Agropecuario ICA.

¿Con que tipos de certificaciones cuenta su empresa?

Actualmente la empresa no cuenta con ningún certificado.

¿Considera que su empresa cumpliría un papel importante dentro de cadena productiva de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿Por qué?

Si, la empresa Sur Tropika podría facilitar los procesos comerciales entre productores de los municipios y las exportadoras nacionales.

¿Qué tipo de ventaja considera que presenta su empresa frente a la competencia?

Sur Tropika se esfuerza por ofrecer un producto de alta calidad, debido a que sus clientes destinan gran parte de la fruta a mercados internacionales muy exigentes.

Preguntas de perspectivas de asociación:

¿Pertenece su empresa algún tipo de asociación? ¿cuál?

La empresa no pertenece a ningún tipo de asociación por el momento.

¿Estaría dispuesto hacer parte de un trabajo estratégico colaborativo dentro de la cadena frutícola de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿por qué?

Si, sería importante poder contribuir con el fortalecimiento de la línea productiva de frutas exóticas que se producen en los municipios de Ipiales y Pupiales.

Teniendo en cuenta que la Iniciativa clúster, mediante acciones cooperativas y estratégicas abre la posibilidad de potenciar sus capacidades en cuanto a factores de innovación, desarrollo técnico, tecnológico e internacionalización. ¿participaría en una?

Si, sería importante poder aprovechar las capacidades productivas con las que cuenta los municipios de Ipiales y Pupiales y que en algún momento se pueda exportar la uchuva desde esta parte de la región Nariñense.

¿Considera que la cooperación comercial dentro de la cadena productiva de uchuva, favorecería y fortalecería su empresa? ¿por qué?

Si, las cadenas productivas necesitan del trabajo mancomunado de todos sus actores para que pueda ser exitosas y lograr beneficios mutuos.

¿Cree que dentro del eslabón o actividad que desarrolla su empresa habría la posibilidad de incorporar una iniciativa clúster? ¿Por qué?

Si, en este caso sería la cadena de la uchuva. Hay múltiples oportunidades es una fruta promisoria, apetecida en los mercados extranjeros y que viene en crecimiento. En los municipios de Ipiales y Pupiales se necesita buscar oportunidades que permitan mejorar líneas de producción, para poder aprovechar todo el potencial que se tiene en cuanto a la producción de uchuva.

Preguntas de perspectivas de internacionalización:

¿Cuál sería uno de los motivos para hacer parte de un proceso enmarcado en un producto con visión de internacionalización?

Participar en un proceso con visión de internacionalización me permitiría fomentar el cultivo de uchuva para que más productores tengan una alternativa productiva, y poder contribuir con el desarrollo económico de la región, incluso social porque esto beneficiaria a muchas familias.

¿Cree usted que cuenta con la capacidad necesaria que le permita cumplir requerimientos de mercado internacional? ¿por qué?

Al momento no. Hace falta más volumen de fruta y certificaciones Internacionales.

¿Considera que la cooperación comercial es factor importante para fortalecer procesos de internacionalización? ¿por qué?

Si, se lograría mitigar muchas problemáticas desde factores técnicos y tecnológicos que permitan a futuro cumplir con todos los requerimientos para poder exportar la fruta desde la región.

¿Cree usted que cuenta con la capacidad flexiva que le permita adaptarse a cambios tecnológicos, sociales, jurídicos, etc. que requiere la internacionalización? ¿Por qué?

No. Al momento no, la internacionalización creo requiere de organizarse de manera estricta en cuanto a diferentes factores como los nombrados y la empresa aun no los tiene.

A la hora de internacionalizar un producto ¿Qué factores considera importantes conocer? ¿Ha participado en algún proceso de exportación?

Considero que es muy importante conocer definiciones de calidad, volumen y certificaciones internacionales

¿Ha participado en algún proceso de exportación?

No, hasta el momento la empresa no ha participado en procesos de exportación

De lo aportado por el empresario podemos destacar que existe gran interés por parte de este eslabón (comercializador) participar en procesos de iniciativas clúster y de internacionalización. Hay una gran necesidad de aprovechar que estos municipios cuentan con un gran potencial para el cultivo de uchuva, pero hay factores técnicos y tecnológicos que hasta

ahora han impedido que los productores fortalezcan su competitividad y la cadena no logre prosperar en estos municipios.

9.2.2 Etapa de consolidación del liderazgo empresarial

En esta etapa se deberá incentivar la participación a largo plazo en las iniciativas clúster, que esta se estructure bajo enfoques de sostenibilidad, mediante una agenda estratégica acordada con los actores de la cadena productiva de uchuva. Esta agenta estratégica, deberá estar cimentada en los en los desafíos presentes en el entorno económico del producto, con el fin de mejorar la competitividad y posicionamiento en el mercado. La agenda estratégica debe ser el punto central de la narrativa de la iniciativa clúster, y los empresarios deben entenderla y confiar en los beneficios de implementarla. Si los empresarios están convencidos de las estrategias, puedan entenderla y compartirla se logrará obtener mayor participación, motivación y liderazgo (Garavito , y otros, 2018)

En cuanto a esta etapa podemos decir que, debido a que el sector incumple unos de los lineamientos más importantes como lo es la formalización de los productores y el desinterés por parte algunos asistentes en la etapa de motivación, no se logró culminar el proceso.

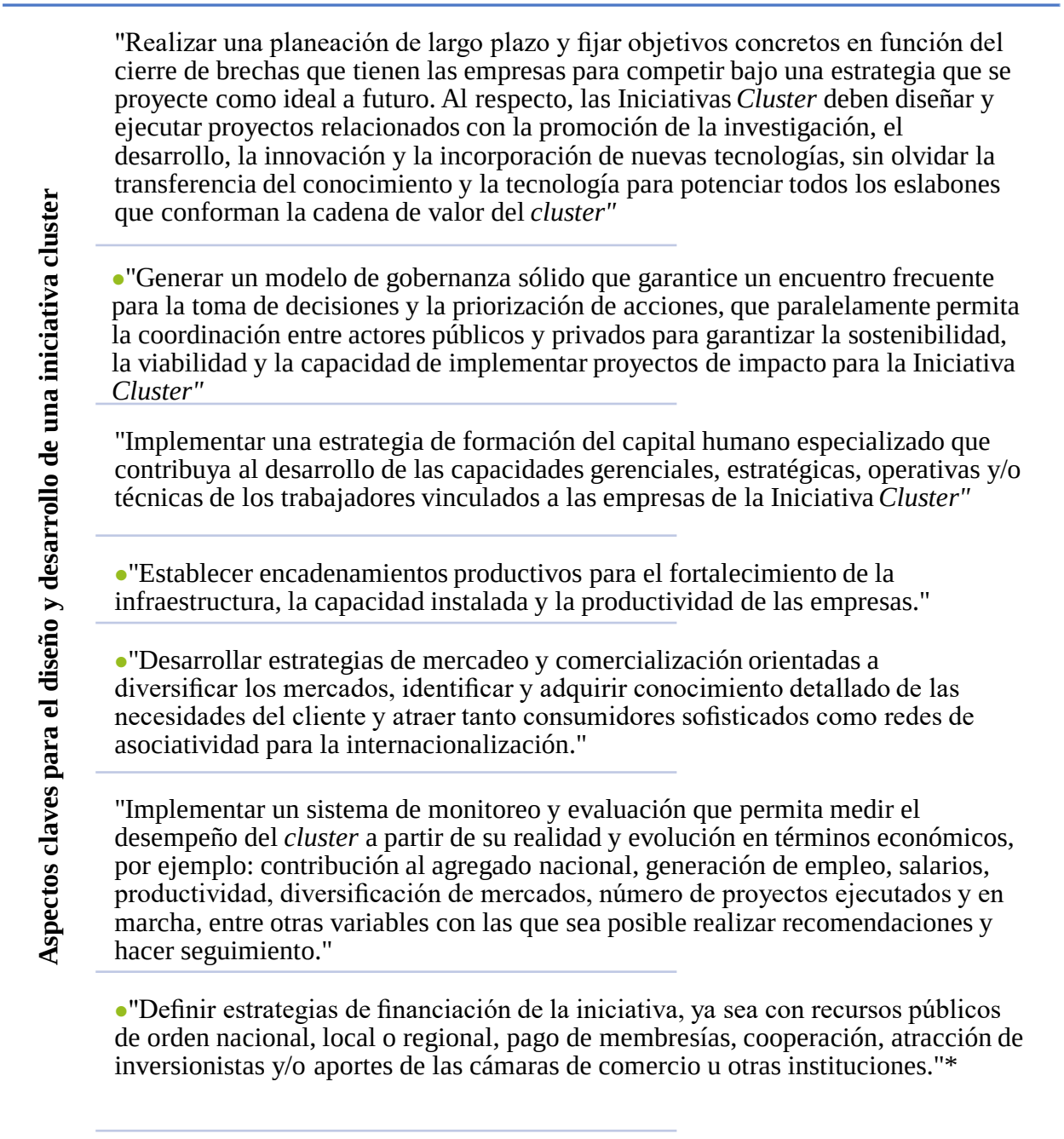
9.3 Aspectos claves para el diseño y desarrollo de una iniciativa clúster

Según la página de RED CLUSTER COLOMBIA “para que una iniciativa Clúster y/u apuesta productiva sea publicada en el Mapa de Clúster en Colombia y en el listado de Clústeres en Colombia sobre la plataforma web, debe cumplir por lo menos parcialmente con cada uno de los criterios que se establecen en el documento ABC de las iniciativas clúster”. Según la cartilla

para lograr consolidar un clúster se deben contemplar los aspectos que se muestran en la Figura 87.

Figura 87

Aspectos Claves para el Diseño y Desarrollo de una Iniciativa Clúster

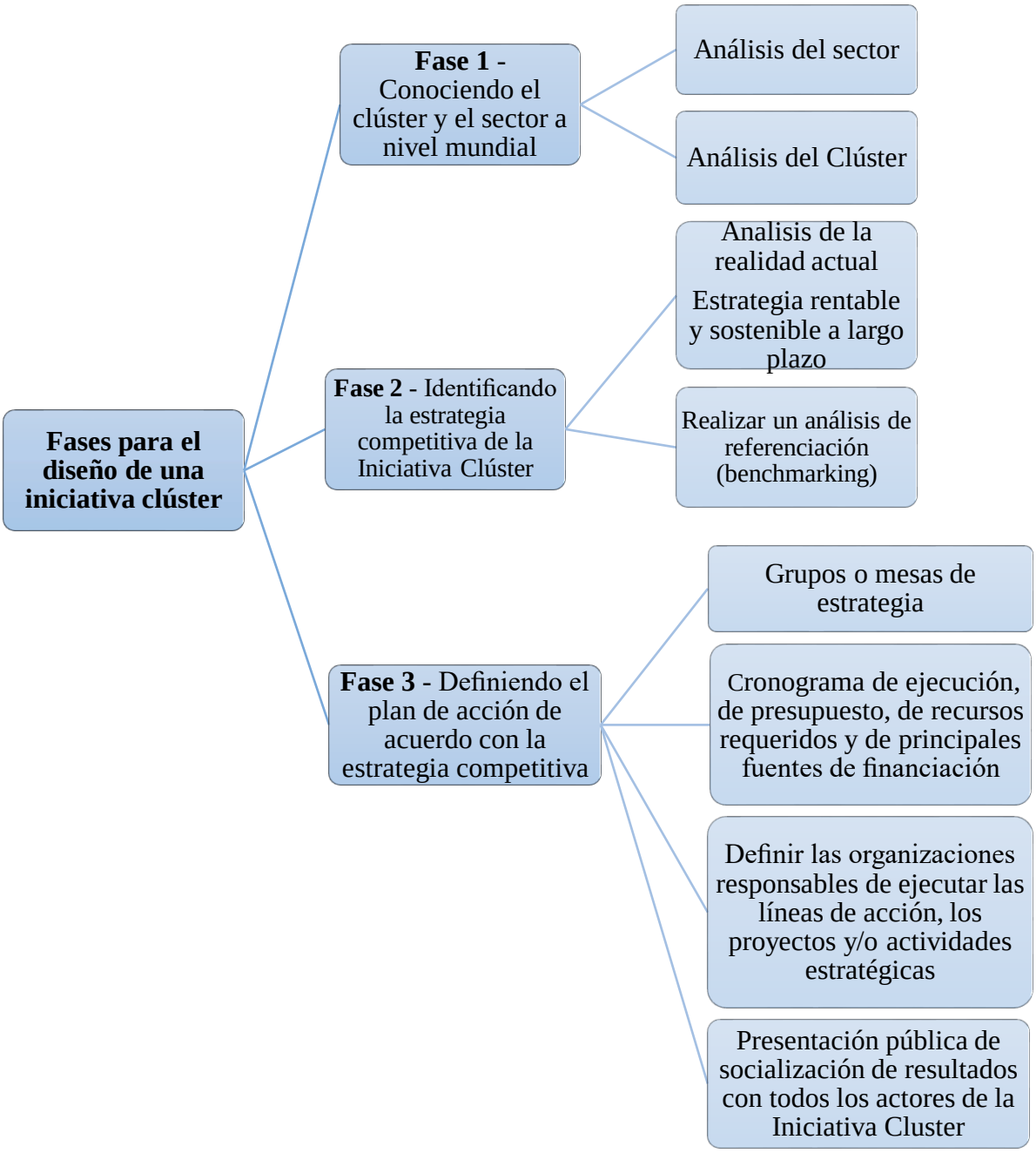


Nota. En la figura se presenta los aspectos claves para el diseño y desarrollo de una iniciativa clúster. * Referencia (Sölvell, 2009). Fuente: Adaptado de RED CLUSTER COLOMBIA- “cartilla ABC de las iniciativas clúster en Colombia” (2022)

9.4 Fases para el diseño de una iniciativa clúster

Figura 88

Fases para el diseño de una iniciativa clúster



Nota. En la figura se presenta las fases para el diseño de una iniciativa clúster. Fuente: Adaptado de RED CLUSTER COLOMBIA- "cartilla ABC de las iniciativas clúster en Colombia" (2022)

Primera fase. En ella se busca crear un espacio, donde los actores de la cadena que actúen en el clúster, participen en la estructuración e implementación de una hoja de ruta adecuada a las necesidades y potencialidades de las Iniciativas Clúster. Teniendo en cuenta lo anterior se realizó un primer encuentro con los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales con el fin de dar cumplimiento a esa actividad, en la que se incluyó también la etapa o encuentro de motivación.

Figura 89

Encuentro con productores y actores de la cadena frutícola- uchuva municipios de Ipiales y Pupiales

Nota. Fuente: Elaboración propia

Además, para desarrollar esta fase, es importante conocer y contemplar la dinámica del sector productivo de la uchuva en el territorio y en el mundo. En el presente proyecto se contemplan los diferentes comportamientos del sector frutícola de la uchuva en el capítulo uno, donde se abarca el análisis productivo del sector frutícola de la uchuva a nivel internacional, nacional, regional y local. En el capítulo tres se concentra un análisis de competidores además de

una matriz de mercados que nos permitió conocer y entender las diferentes tendencias globales y comportamientos de mercados.

También es importante conocer las condiciones del clúster, en el capítulo dos de la presente investigación se estudian las características propias del clúster a través de una encuesta aplicada a una muestra especifica de productores del municipio de Ipiales y Pupiales Nariño, que permitió acceder a información de tipo primaria sobre el comportamiento de la cadena en estos dos municipios.

Fase dos. En ella se busca que los actores del Clúster encuentren la manera de mejorar su visión del negocio, que desencadene una serie de estrategias de mercado, que permita potenciar y beneficiar la cadena productiva, en el caso de la investigación de la uchuva. “Es necesario analizar nuevas estrategias para competir, adecuar acciones en la cadena de valor del clúster y tomar decisiones que impliquen diferenciación, lo que al a terminará poniendo a las empresas del clúster en una posición de mayor rentabilidad y competitividad” (Red Cluster Colombia, 2022). Para continuar con este apartado de la fase, es necesario contar con la participación de los actores de la cadena y que estos empresarios puedan cumplir con los requisitos mínimos especialmente el de formalización, motivación y estén dispuestos a cumplir con la etapa de consolidación y liderazgo, pero con la cadena productiva de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales no se encuentra en estado de madurez necesaria para lograr continuar con esta fase.

Como segundo apartado de la fase dos, se debe realizar un análisis de referenciación (benchmarking) para lograr identificar los diferentes procesos, tendencias, tecnologías y comportamientos, que permitan fortalecer la competitividad de las empresas que hacen parte de la cadena de valor del clúster.

Tercera fase. Para poder cumplir con esta fase, naturalmente se debe haber cumplido con los anteriores procesos, dado que en esta fase se debe involucrar de manera activa a los representantes de las empresas de la Iniciativa Clúster con la orientación del equipo que se encuentre guiando el desarrollo de la estrategia. Con base en las áreas de mejora identificadas, se deben crear grupos de trabajo para formular acciones que pongan en práctica tanto el análisis estratégico como los conceptos desarrollados hasta entonces. Esas líneas de acción les permitirán crear una hoja de ruta a futuro. Para el proceso de construcción del plan de acción estratégico es importante definir los diferentes mecanismos de articulación interinstitucional y el despliegue de responsabilidades en el liderazgo de las acciones, a partir de un modelo de gobernanza que garantice su implementación y permita los actores de la Iniciativa Clúster enfatizar en la estrategia de mayor interés y conveniencia (Red Cluster Colombia, 2022)

Para la fase tres, es indispensable identificas las áreas claves que se deben mejorar y con ello las líneas de acción a través del fortalecimiento de los "grupos o mesas de estrategia", que se deben conformar en la fase anterior, quienes deberán definir los factores clave para mejorar la competitividad del clúster. En estas mesas de estrategias, también deberán definirse los objetivos específicos, los proyectos o acciones estratégicas para cada una de las líneas, los indicadores de cumplimiento, las metas y los resultados esperados. Durante esta fase también se deberá proponer un cronograma de ejecución, de presupuesto, de recursos requeridos y de principales fuentes de financiación para implementar cada una de las líneas de acción definidas. Se deberá precisar las organizaciones responsables de ejecutar estas líneas de acción. Las mesas de estrategias deber abarcar todo lo relacionado con la estructuración de los planes de acción, para facilitar la participación de los actores clúster en la co-creación de proyectos estratégicos puedan finalmente ejecutarse. Finalmente se deberá realizar socialización de resultados con todos los

actores de la Iniciativa Clúster para relacionarlos con las diferentes actividades y que ellos puedan intervenir con ideas claras para plasmarlas dentro del plan de acción estratégico. (Red Cluster Colombia, 2022)

9.5 Gobernanza

Es un grupo integrado por líderes empresariales, empresas e instituciones conocedores del producto y la importancia que conlleva una iniciativa clúster, que además tengan la capacidad de ser transparentes en la hora de tomar decisiones y que puedan orientar la iniciativa para llevar a cabo al buen funcionamiento y la implementación de la misma.

La gobernanza cuenta con 3 áreas de trabajo que se han convertido en pilares para la sostenibilidad de la iniciativa:

- La primera se encuentra conformada por líderes empresariales que motivan y generan la inclusión entre las diferentes entidades y empresarios creando espacios para la participación en la formulación de proyectos y en el desarrollo de los mismos, también de un modelo de gestión operativa que sea dinámico y se encargue de la validación y seguimiento de cada una de las agendas propuestas.

- La segunda área debe ser una organización regional, donde se establezcan los roles de cada integrante haciendo que el enfoque sea especializado en el apoyo a las agendas estratégicas y de esta manera hacia las apuestas productivas de cada departamento, todo esto con una visión de proyectos a corto, mediano y largo plazo.

- Construcción de una agenda de financiación con la articulación de entidades del entorno, que genere un valor extra, teniendo claro el impacto que genera durante y después del

desarrollo de los proyectos y la implementación de los mismos, asegurando la sostenibilidad de la iniciativa y la implementación de la agenda estratégica a futuro.

Para conocer de primera mano información sobre procesos productivos agrícolas, de iniciativas clúster y de internacionalización, se dirige la entrevista a la CAMARA DE COMERCIO DE PASTO con el fin de orientar y tomar decisiones a partir de otras apuestas productivas y características propias de una iniciativa clúster. El formato de entrevista consta de nueve preguntas que permitan tomar la decisión de la puesta en marcha de la iniciativa clúster en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño.

La entrevista es respondida por el director de Competitividad Damián Ibarra.

¿Cuál es la misión y visión de la entidad a la que pertenece?

La Cámara de Comercio es la entidad que se encarga del Registro mercantil. Como misión, la entidad es la promotora de los procesos de renovación y de creación de nuevos registros para los empresarios. La visión es orientar esfuerzos para que nuestros empresarios se fortalezcan, cierren brechas, sean competitivos y puede tener mejores oportunidades.

¿Qué papel desempeña en la entidad a la que pertenece?

Como el director de competitividad, tengo responsabilidades como caracterizar y diagnosticar a nuestros empresarios y con esos resultados empezar a buscar diferentes formaciones y capacitaciones. Investigar cómo ellos pueden superar esas dificultades que resulten del diagnóstico y con esto lograr que nuestros empresarios sean más productivos, competitivos con el fin de generarles mejores oportunidades.

¿Qué programas y propuestas ofrece la entidad a la que pertenece?

Desde Cámara de Comercio tenemos varias iniciativas y programas como por ejemplo el apoyo al informal. Nariño tiene un 60% en promedio de la informalidad. Lo que buscamos es que ellos también tengan la oportunidad de ver todos los beneficios y puedan entender el entorno empresarial a partir del debido proceso de formalización. De aquí también que se presentan diferentes programas adecuados a cada una de las de los sectores empresariales, estamos hablando de emprendimiento, aceleración, innovación. Programas donde se busca aumentar la productividad, la competitividad, para que los empresarios puedan mejorar sus oportunidades a nivel territorial, regional nacional e internacional. Hay diferentes programas que se apoyan con nuestros aliados como lo es el gobierno nacional, por medio de sus diferentes ministerios y diferentes entidades, estamos hablando ProColombia, Colombia Productiva Innpulsa, entre otras entidades. Todo esto nos permite tener diferentes programas en el transcurso del año o también programas a la medida de la necesidad de cada uno de nuestros empresarios.

¿Qué experiencia tiene acompañando sectores productivos en la región?

La Cámara de Comercio tiene 104 años de experiencia apoyando a nuestros empresarios y ese recorrido nos ha permitido que nosotros seamos el gremio de gremios. A nivel personal yo comienzo trabajando en la región Nariñense, en el sector de transporte AVANTE específicamente y paso a laborar en Cámara de Comercio Pasto desde el año 2020, dado a la dificultad que se tenía de pandemia, del cierre total y de aspiraciones de una reapertura y reactivación económica. Se manejaron todos los sectores que se vieron perjudicados por pandemia y se les brindo el debido acompañamiento

¿Considera que la cooperación dentro de una un sector productivo es importante? ¿Por qué?

Si es muy importante, porque de los sectores productivos forman parte unos eslabones, donde todos tienen que participar y empezar a trabajar ese motor, para que al final el sector pueda salir adelante. Entonces aquí, lo que se busca es empezar a estimular cada uno de esos eslabones productivos para que se puedan fortalecer, logrando ser más competitivos y potencializar el sector a partir de la cooperación.

¿Conoce algún modelo de clúster o iniciativas clúster que se desarrolle en la región?

La Cámara de Comercio identifica los sectores productivos de la región que sean pilares económicos, especialmente por las diferentes crisis que se presentan en la región por ejemplo la pandemia, las manifestaciones sociales, cierre de vías principales por circunstancia naturales. De este modo se empieza a trabajar con los clústeres o conglomerados, a partir de las necesidades y de aquí surgen las iniciativas. Actualmente se encuentran en la región iniciativas clúster de turismo, iniciativa del clúster de cafés especiales, de limón Tahití, podemos hablar de papa, de caña panelera, coco, cacao, camarón. Entonces son iniciativas que están, pero se tiene que revisar su situación actual, qué tan fortalecidas está cada una de estas, debido a que algunas de estas iniciativas ya están formalizadas y tienen una gobernanza, por lo que han tenido éxitos en algunas convocatorias a nivel nacional.

¿Considera que las iniciativas clúster son importantes como modelo de desarrollo económico? ¿Por qué?

Sí son importantes, porque cuando usted empieza a fortalecer uno de los eslabones de la cadena productiva, en cierta forma se está fortaleciendo todo un sector, pero de forma indirecta, impidiendo aprovechar todas las oportunidades, pero cuando ellos se conocen y empiezan su trabajo en conjunto, ellos ya se van a fortalecer y beneficiar de forma directa. Un ejemplo, los operadores turísticos saben que, fortaleciendo la parte de transporte, la parte de restaurantes, la parte de hoteles, van a tener una posibilidad de ofrecer un mejor servicio, una mejor ruta hacia el extranjero o hacia a nivel nacional. Si ellos no trabajan de alguna forma agrupada o una forma de encadenamiento, siempre vamos a tener el mismo resultado y se estancaría el sector.

¿Considera que un modelo de gobernanza podría mejorar la competitividad de la cadena frutícola de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿Por qué?

Lo más importante dentro de un clúster o una iniciativa clúster es que tenga una buena gobernanza, es fundamental saber que la gobernanza parte desde los empresarios, la gobernanza no la puede tener ni una alcaldía, ni la gobernación, por qué la iniciativa clúster está fundamentada y basada en la toma de decisiones los empresarios en las mesas, donde exponen las dificultades que tiene y como ellos pueden salir de estas. Eso sí, con una colaboración de entidades públicas o privadas. Entonces en la gobernanza es fundamental tener claro quiénes son los actores que participan y cuáles son las responsabilidades cada uno. En esa parte, Cámara de Comercio participa como una Secretaría técnica, es el enlace entre los empresarios y las entidades aliadas que los ayudan a ellos a hacerse mucho más fuertes.

¿A través de qué actividades o propuesta puede apoyar la entidad a la que pertenece a una iniciativa clúster de la cadena productiva de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales?

Como lo había mencionado anteriormente teniendo en cuenta la misión y la visión de Cámara de Comercio, podemos empezar desde lo más esencial y básico, que es mostrarles a los productores cómo pueden entrar a la formalidad, cómo ellos se pueden asociar y como estando en asociación, pueden llegar a estar dentro de la formalidad, para poder tener unos beneficios no solo para ellos, sino también para sus familias y para la comunidad en general. Esto es como lo esencial, el primer pilar que tenemos que revisar. Además, se deberá analizar como ellos se encuentran establecidos, su nivel de producción y empezarnos a enfocar en todas las iniciativas y programas que nosotros podemos atraer por medio de nuestros aliados; entonces aquí estamos hablando de programas como Fábricas de Productividad, Nariño Creativo, Nariño Exporta Más. También contamos con un centro de innovación empresarial, donde buscamos que ellos puedan emprender y que puedan tener aceleración en sus procesos productivos. Con programas como Clúster en Nariño Primero lo Nuestro lo que nosotros buscamos ellos que primero logren conocerse entre empresarios, que ellos puedan llegar a establecer una mesa de diálogo y que puedan consolidar un modelo de gobernanza a partir de eso ya se buscan alternativas y oportunidades para que estos empresarios se fortalezcan. Les presento dos casos de éxito que tenemos El CLUSTER DE TURISMO, donde a raíz de trabajar en las mesas de diálogos y en los modelos de gobernanza nos ganamos una convocatoria de INNPULSA, donde queríamos a colocar a Pasto como un epicentro de negocios y que todos los eslabones puedan trabajar para sacarlo adelante. Otro caso de éxito es el CLUSTER DE SALUD, donde se logra ganar una convocatoria de internacionalización, se trata de buscar

oportunidades por fuera del país y aquí sucede igual, por medio de una gobernanza muy bien dirigida, con unas mesas muy bien estructuradas, con los objetivos muy claros, podemos hacer que en este momento pues estamos trabajando en este proceso de internacionalización.

La entrevista otorgada por el director de competitividad de la cámara de comercio Damián Ibarra, nos indica que la entidad brinda múltiples herramientas y programas para fortalecer los procesos productivos de los empresarios. Además de que tiene aliados que promueven y brindan servicios en pro de mejorar factores competitivos de la región. El director enfatizo en la importancia de la formalidad, como elemento esencial para poder continuar con cada uno de los procesos que se puedan establecer en esta entidad.

9.6 Diagnostico real

A continuación, a través de una matriz DOFA, se presenta un diagnóstico real de la cadena productiva de la uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, con el fin de determinar el nivel de madurez en el que se encuentra esta cadena productiva para lograr incorporar una iniciativa clúster (figura 90).

Figura 90

Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
• Niveles altos de informalidad • Procesos productivos con bajos niveles de sofisticación • Bajos niveles de innovación y tecnología • Bajos niveles de mano de obra calificada • Deficiencia en la infraestructura • Bajo interés por parte de los productores a relaciones con instituciones o entes estatales	• Políticas públicas para el sector • Alto crecimiento de la demanda del producto a nivel mundial • Alto interés por internacionalizar el producto desde el departamento • Producto con amplio potencial de transformación y diversificación • Múltiples opciones de transporte • Acuerdos comerciales con importantes países demandantes del producto

- Desconfianza frente a los procesos de gobernanza

Fortalezas	Amenazas
• Ubicación geográfica con condiciones climáticas propicias para la producción • Posición número cuatro a nivel productivo en el territorio nacional • Alto nivel y potencial productivo • Producción con calidad de tipo exportación	• Reemplazo o abandono de cultivos por bajos niveles de rentabilidad • Poco interés de inversión en factores técnicos y tecnológicos • Problemas fitosanitarios • Baja experiencia de procesos de comerciales y logísticos internacionales • Rivalidad entre competidores • Sustitutos

Nota. Fuente: Elaboración propia

Si bien, las iniciativas clúster son una herramienta importante de desarrollo social y económico, para su debida puesta en marcha se requiere de una serie de pilares y compromisos por parte de los actores de la cadena productiva y de las entidades que estén dispuestas hacer parte de este trabajo colaborativo.

Actualmente, el panorama que presentan los municipios de Ipiales y Pupiales en cuanto a su formalización no es alentador. Para la constitución de una iniciativa clúster, como paso importante, se requiere que todos los integrantes que deseen participar en una iniciativa se encuentren legalmente constituidos. Una de las principales causas, que desprende esta problemática es que los productores no están de acuerdo con el pago de las diferentes responsabilidades tributarias a las que se tienen enfrentar en tal caso de registrarse ante estas entidades, ellos manifiestan que no obtienen algún tipo de beneficio y en ocasiones sus ingresos no les permite responder ante este requerimiento. De aquí la importancia, de que las entidades públicas, sensibilicen a los diferentes actores de las áreas productivas, sobre las oportunidades que puede generar si se organizan de manera reglamentaria. Además, que estas entidades

busquen captar la atención de aquellos que en algún momento ya realizaron su legal inscripción, pero por diferentes motivos decidieron abandonar estos procesos.

Por otro lado, como se mencionó en otros apartados de la investigación, los factores técnicos y tecnológicos no han permitido aprovechar el potencial productivo del sector. Las actividades de agricultura con técnicas convencionales, han hecho que la estructura de los suelos se vea afectados, degenerando las propiedades de la misma y desatando una serie de problemas fitosanitarios. Cabe resaltar que hoy en día existen muchas investigaciones teóricas y prácticas que apuestan por la agricultura regenerativa, es decir, que se pueda producir alimentos sin afectar la naturaleza, sin herbicidas y fertilizantes químicos, apostando por una producción orgánica que además es un gran atractivo especialmente para los mercados europeos.

La uchuva es una fruta que para que sea de óptima calidad requiere de una serie de cuidados y mecanismos de obtención, dado que al momento de su comercialización será revisado fruto por fruto y deberá cumplir por los estándares requeridos. Mediante la observación directa se logra determinar que algunos productores no cumplen con los lineamientos mínimos, como el de tener una zona de almacenamiento y de desinfección cerca al predio. En los cultivos se emplea mano de obra no calificada, en la mayoría de los casos se hace bajo técnicas artesanales, familiares. La recolección de la fruta se realiza en contenedores no apropiados como en sacas o costales, acumulando grandes cantidades del fruto, perdiendo así la calidad de este. Es importante aclarar que este tipo de prácticas se observaron generalmente en los predios de los productores con poca experiencia en los cultivos de la uchuva.

En cuanto a la infraestructura podemos decir que las vías no se encuentran en las mejores condiciones y en algunos lugares donde los productores ubican sus cultivos, los vehículos tienen

difícil acceso. Claramente esto es resultado de que la mayoría de cultivos están localizados en las zonas rurales de los municipios de Ipiales y Pupiales.

A pesar de las diferentes problemáticas expuestas anteriormente, el departamento de Nariño y los municipios de Ipiales y Pupiales se enfrentan a grandes oportunidades. En primer lugar, por estar en el territorio nacional del país más exportador de uchuva a nivel mundial, con una demanda creciente como lo muestran los resultados, pasando a exportar en el año 2021 6,46% más con respecto al año anterior y comparando los periodos de enero a mayo del año 2021 y 2022 ya se ha exportado una cantidad en kilos netos del 15,01% más.

Como otro aspecto importante podemos destacar el interés que ha enmarcado el producto los últimos años. El gobierno de Jhon Rojas se ha visto interesado en el desarrollo de oportunidades que se pueden generar desde el campo Nariñense. Esta vez lo hizo a través de un proyecto denominado “Incremento de la productividad y los niveles socio empresariales de los productores de frutas promisorias tipo exportación de los municipios de Belén, Colon Génova, La Cruz y San Pablo como estrategia de reactivación económica del departamento de Nariño”. Se destinó una inversión por más de 4.000 millones a fin de fortalecer los procesos productivos de uchuva, gulupa, granadilla y aguacate. La idea de este proyecto es mejorar las capacidades socio empresariales y técnicas productivas en estos municipios, especialmente de estos productos promisorios, no tradicionales, con visión de exportación, propuestas que se vienen incentivando desde el nuevo gobierno nacional. (GOBERNACIÓN DE NARIÑO, 2022)

La uchuva es un fruto con gran capacidad de diversificarse y transformarse. Actualmente el país se destaca por la exportación de fruta fresca, pero es importante cubrir otro tipo de mercados con diferentes necesidades. La uchuva se consume en mermelada, deshidratada, cubierta de chocolate, salsa, barras energéticas, nombrando alguno de ellos. También se la utiliza

como propiedad importante de algunos cosméticos faciales. Dicho lo anterior, fortaleciendo factores de emprendimiento, innovación, tecnología, sería posible aprovechar la totalidad del fruto.

La uchuva en territorio nacional se transporta generalmente en camiones contenida canastillas. A pesar de ser una fruta delicada, es posible su transporte vía terrestre, sin muchas condiciones estrictas, teniendo en cuenta que debe viajar por tiempos cortos por sus propiedades de maduración. Para su transporte internacional es posible enviar el fruto vía marítima o vía aérea el respectivo tratamiento de frio, donde la elección determinara costos y tiempo de llegada del producto.

Los acuerdos y tratados comerciales suscritos por Colombia son muy importantes para fortalecer los vínculos económicos, comerciales, sociales, etc., con otros países. Actualmente los acuerdos y TLC vigentes son diecisiete de los cuales, trece son TLC y cuatro son acuerdos comerciales. Dentro de los más importantes para el sector, está el tratado con Estados unidos, con vigencia desde el 15 de mayo de 2012 y el tratado con la Unión Europea que entró en vigencia desde el 5 de noviembre de 2014. A partir de estas fechas la uchuva entra a estos destinos con preferencia arancelaria del (0%).

Ahora bien, como lo hemos venido estudiando en el presente proyecto, los municipios de Ipiales y Pupiales poseen condiciones climáticas óptimas para el cultivo de uchuva. Su ubicación geográfica comprende una oportuna altitud para que la uchuva que se cultiva sea de característica con oportunidad de ofertarse en mercados nacionales e internacionales. Estas ventajas agroecológicas, favorecen la capacidad productiva de la región llevándola así, a posicionarse dentro de los cuatro productores de uchuva más destacados del país, solo después de Boyacá, Cundinamarca y Antioquia. Cabe mencionar que Nariño tiene mayor área cosechada que

Antioquia, pero las distintas problemáticas presentes en los factores productivos, no han hecho que se aproveche están ventajas por lo que Nariño resulta con un rendimiento (área cosecha sobre toneladas producida) menor.

El municipio de Ipiales, para el año 2021 ocupo la segunda posición en los municipios productores de uchuva del departamento de Nariño. Aunque Pupiales no participo de manera significativa para estos años, en su histórico, se logra evidenciar su gran capacidad productiva, para el año 2018 fue el municipio que mejor se destacó en la producción de uchuva. Estos municipios ya vienen trabajando con comercializadoras internacionales que destinan el producto a otros países, por lo que podemos decir que cuenta con experiencia en el manejo de la fruta tipo exportación, un gran avance si se piensa en enviar el producto directamente desde el territorio Nariñense.

Las amenazas del sector productivo de uchuva, se pueden desencadenar si los productores de estos municipios empiezan a percibir menores márgenes de rentabilidad, por lo que van a decidir reemplazar sus cultivos o en un panorama más desalentador pueden inclinarse por terminar con ellos. Esta situación ya se presentó, especialmente en el municipio de Pupiales, donde los pobladores decidieron reemplazar los cultivos de uchuva, por cultivos de arveja, maíz etc., o abandonaron sus cultivos para dedicarse a otras actividades productivas, después de las diferentes crisis de los últimos años, como elevados costos de insumos y por la pandemia mundial por el Covid-19. Es por eso que se contempla de suma importancia tener un manejo productivo, ordenado y lo más importante sostenible en el tiempo, a partir de la inversión ciencia, tecnología, innovación, para lograr especializarse, minimizar los riesgos fitosanitarios y así generar ventajas competitivas en los diferentes mercados. En oportunidades los productores no están dispuestos a realizar inversión y se encuentran a la espera de los apoyos

gubernamentales, que en ocasiones nunca llegan. De aquí la importancia del trabajo mancomunado y cooperativo a fin de reducir costos, maximizar beneficios y obtener un producto con valor agregado.

En general el departamento de Nariño no cuenta con empresas dedicadas a la exportación de uchuva, por lo que los productores se han visto obligados a trasladar esta fruta a otros destinos nacionales, aumentando sus riesgos, disminuyendo sus rentabilidades y en ocasiones perdiendo parte del producto negociado por exigencias de las entidades privadas que adquieren su producto. Estas situaciones pueden llegar a desmotivar a los productores y comercializadores a menor escala, perdiendo el interés y finalmente dejando de lado la actividad productora y comercializadora de la uchuva perjudicando la dinámica económica de la cadena.

Después de haber analizado las anteriores situaciones podemos concluir que, actualmente no se podría llevar a cabo una iniciativa clúster, se podría decir que está aún se encuentra en un nivel prematuro de desarrollo, dado al escaso nivel organizativo de la cadena, el bajo interés de cooperación comercial, las bajas intenciones de inversión en factores técnicos y tecnológicos, la baja calidad en infraestructura. Las iniciativas de clúster se han convertido en una valiosa herramienta para fortalecer un grupo de empresas que estén dispuestas a realizar un trabajo mancomunado, buscando beneficios como, acceso a la información, oportunidades de trabajo en conjunto con academias, instituciones del sector público, sector privado, entidades financieras etc., todo esto con el fin de generar nuevas oportunidades, maximizar beneficios y alcanzar nuevos mercados nacionales e internacionales.

A partir de lo anterior, se propone unas estrategias que permitan a futuro mitigar las problemáticas y aprovechar las ventajas y oportunidades para poder avanzar con las etapas de la

puesta en marcha de la iniciativa, del mismo modo avanzar a la fase dos y continuar con la fase tres del diseño, indispensables para poder establecer y formalizar la iniciativa clúster.

Recapitulando la temática abordada en este estudio sobresale la posible realización de una iniciativa clúster de la uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, para esto es de gran importancia conformar la cadena productiva de la misma logrando una buena secuencia de procesos y actividades hasta lograr que el producto llegue a un consumidor final, todo esto incluyendo a los productores de los municipios, empresas, proveedores y clientes que se encuentren interconectados en cada una de las etapas, consiguiendo la optimización del encadenamiento productivo, esto repercute en la iniciativa clúster dado que cumple un papel importante en el momento de determinar la participación dentro de la misma tanto en la parte productiva como en la gobernanza. Con implementación de una iniciativa clúster se ve necesaria una inteligencia de mercados para conocer y comprender el contexto en el que se mueven las organizaciones mediante la recolección y análisis de datos, donde resaltan los competidores como variable, en este caso los países productores y exportadores de uchuva. Con lo anterior dicho, una iniciativa clúster y la ejecución de una investigación de mercados en relación con la uchuva permitirá identificar las oportunidades de Colombia y de Nariño como productores de uchuva frente a los competidores, unificadas mejorarían la competitividad, la innovación y directamente se verán beneficiados los integrantes del clúster y cada uno de los actores de la cadena productiva.

10. Conclusiones

Colombia posee variedad de características topográficas y de climas tropicales, por lo que es posible producir variedad de frutas tropicales y exóticas. La uchuva es una de estas frutas con potencial exportador que aporta de manera significativa al desarrollo económico del país. Esta fruta cuenta con múltiples beneficios para la salud además de un sabor particular, lo que la hace apetecida en mercados internacionales. Actualmente las tendencias de consumo mundial se han inclinado hacia productos de componentes saludables, por lo cual la demanda de este fruto está en constante crecimiento. La uchuva es una fruta con capacidad de transformarse y diversificarse por lo que hoy en día la podemos encontrar desde alimentos hasta cosméticos faciales y corporales, abriendo más oportunidades en los diferentes mercados. El departamento de Nariño ubicado al sur del país, tienen gran capacidad de siembra y si de este factor hablamos ocupa el tercer lugar en áreas sembradas. En cuanto a la producción, ocupa el cuarto lugar a nivel nacional, aunque sus niveles de rendimiento son bajos, debido a las diferentes problemáticas a la que se enfrentan los productores por la ausencia de factores técnicos, tecnológicos, los problemas fitosanitarios, y las ultimas crisis que han atravesado por costo de insumos, climas y la pandemia mundial por el Covid-19. Esta serie de suceso han estancado al sector y sus márgenes productivos no se han podido maximizar. En los últimos años, municipios como Ipiales y Pupiales se han destacado en la producción desde el departamento, pero la ausencia de apoyo del estado y los déficits organizacionales que poseen en la cadena productiva ha ocasionado la perdida de interés por parte los productores campesinos.

Colombia es el mayor exportador de uchuva a nivel mundial. Se puede decir que sus principales competidores son Perú y Venezuela en el marco en que solo se data de estos países la

comercialización internacional de este producto. Actualmente se destina el producto a más de 31 países, en su mayoría europeos. El departamento de Nariño y los municipios de Ipiales y Pupiales actualmente no han participado en procesos de comercio internacional del fruto a pesar de producir uchuva tipo exportación, no han logrado percibir lo beneficios justos por la calidad alta de sus productos. Estos municipios cuentan con grandes capacidades para ser exploradas y explotadas a fin de producir un producto que se pueda exportar desde el departamento Nariñense. Se necesita fortalecer el sector internacional del Departamento para no depender de intermediarios para dar a conocer nuestros productos, con sello Nariñense como ya ocurre con otros productos como el café.

El panorama productivo y de comercio de la uchuva es llamativo y promisorio, se ha tratado de buscar alternativas que permitan materializar dichos propósitos para los municipios de Ipiales y Pupiales, en este caso, se propuso hacerlo mediante una iniciativa clúster, como herramienta de internacionalización. Para la puesta en marcha de esta iniciativa, se requiere de una serie de actividades, la formalización y las intenciones de trabajo colaborativo están dentro de las más importantes. Con el trabajo mancomunado entre los diferentes actores de la cadena productiva, academia, sectores públicos, privados etc., se puede unir fuerzas, para adquirir conocimientos, técnicas y tecnología que permitan darle un valor agregado a la cadena productiva, aumentando los niveles de competitividad y generando nuevas oportunidades futuras como la internacionalización y de esta manera contribuir al sector económico de la región. Actualmente los municipios de Ipiales y Pupiales no se encuentran preparados para incorporar la iniciativa clúster, principalmente por los problemas de informalización que se presentan, que no solo aquejan a estos sectores de la región, si no, a todo al departamento de Nariño. Pero estos municipios tienen grandes capacidades productivas, por lo que se debe apostar y plantear

estrategias que puedan mitigar estas diferentes problemáticas como campañas de sensibilización por las entidades públicas correspondientes.

11. Recomendaciones

Basados en las conclusiones y en los resultados obtenidos en el presente estudio, se realizan las siguientes recomendaciones para futuros estudios que quisiesen continuar con la temática aquí establecida y contribuir al sector y a sus productores.

Como se mencionó anteriormente, se encontraron debilidades en la productividad y rendimiento de la uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales, para esto se recomienda la automatización y optimización de los procesos productivos, implementando tecnologías de producción sostenible y eficiente que reduzcan los costos de los procesos mejorando la gestión y el control de los recursos.

La uchuva es una fruta versátil, debido a que contiene un alto nivel nutricional y puede ser utilizada para diferentes propósitos, desde el consumo en fresco hasta el uso cosmético y farmacéutico. Es importante que a partir de este proyecto se puedan realizar futuras investigaciones que consigan darle un valor agregado a la uchuva que se produce desde los municipios de Ipiales y Pupiales a partir de la transformación de la misma.

Por otra parte, se sugiere la capacitación y constante acompañamiento de las entidades gubernamentales para que permitan el desarrollo de las habilidades de los productores a nivel productivo y empresarial, permitiendo que se mantengan actualizados sobre temas como las buenas prácticas agrícolas, fertilización y control de plagas, lo cual hará que mejoren la calidad de su cultivo y directamente el rendimiento del mismo, logrando la innovación y diversificación, accediendo a oportunidades comerciales en los diferentes tipos de mercados.

La cadena productiva es de gran importancia para el sector, por esto se aconseja la conformación de la misma, definiendo el papel de cada uno de los actores en los diferentes

eslabones, posibilitando el establecimiento de alianzas estratégicas entre cada uno de ellos, sin dejar de lado la responsabilidad social que esto implica, por lo cual es de gran relevancia el monitoreo y seguimiento de la cadena, para que de esta manera mejore continuamente y se vuelva sostenible, obteniendo visibilidad frente a otras cadenas productivas de otros sectores de la economía.

Por último, se sugiere establecer relaciones directas entre la academia y las diferentes entidades públicas para que apoyen y brinden información en base a los estudios realizados desde los organismos gubernamentales frente a los procesos agrícolas que se realizan en la región, seguido de acompañamiento constante por parte de las mismas.

Todo lo anterior nos lleva a recomendar la implementación de una iniciativa clúster en el sector, en la cual se verán involucrados la academia, el sector público, el sector privado y por supuesto los agentes de la cadena productiva, fomentando la continua participación y comunicación entre los productores haciendo que puedan establecer una estructura organizativa y de gestión eficiente accediendo a la participación en el desarrollo de políticas públicas y programas de apoyo al clúster.

Referencias Bibliográficas

Alcaldia de Ipiales . (2020). *PLAN DE DESARROLLO 2020-2021 "HABLAMOS CON HECHOS".* Obtenido de https://www.obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-ipiales-2020-2023/

ACOPI. (2021). *Encuesta de desempeño empresarial cuarto trimestre de 2021.* Recuperado el 2022, de https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2022/02/Encuesta-De-Desempeno-Empresarial-4to-2021.pdf?vgo_ee=ElmuM%2BJL68EurGoHDTKOdmQOP8ZXmRzMvz3Yw%2BcA7gI%3D

AGRONET. (2019). *Se establece programa de mejoramiento genético de uchuva en el departamento de Nariño.* Recuperado el 17 de Marzo de 2022, de https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Se-establece-programa-de-mejoramiento-gen%C3%A9tico-de-uchuva-en-el-departamento-de-Nari%C3%B1o.aspx

AGROPINOS. (30 de marzo de 2017). *¿Conoce el cultivo de secano? Agropinos le cuenta de que se trata*. Obtenido de https://www.agropinos.com/blog/que-es-el-cultivo-de-secano#:~:text=Se%20denomina%20cultivo%20a%20la,acorde%20a%20su%20estructura%20vegetal.

Alcaldia de Ipiales. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023 Hablamos con Hechos.* Obtenido de https://www.obsgestioneducativa.com/download/plan-de-desarrollo-municipal-ipiales-2020-2023/

Alcaldia de Pupiales . (2015). *Plan de Desarrollo :Es Tiempo de Avanzar 2012-2015.* Pupiales : Alcaldia de Pupiales .

Alcaldía de Pupiales. (2016). *Plan de Desarrollo Municipio de Pupiales:Todos por un Pupiales Mejor.* Pupiales: Alcaldía de Pupiales.

Alcaldía de Pupiales. (2020). *Plan de desarrollo territorial Pupiales: El Compromiso es Contigo 2020 - 2023.* Pupiales: Alcaldía de Pupiales.

Alcaldia de Pupiales. (2020). *Plan de Desarrollo Territorial Pupiales: El compromiso es contigo 2020-2023.* Obtenido de https://pupialesnarino.micolombiadigital.gov.co/sites/pupialesnarino/content/files/000429/21405_plan-de-desarrollo-20202023.pdf

Alfonso Sánchez , I. R., Alvero Pérez, Y., & Tillán Gómez, S. (1999). *SCIELO*. Obtenido de Liderazgo: un concepto que perdura: http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v7n2/aci08299.pdf

Amate Fortes, I., & Guarnido Rueda, A. (2011). *Factores determinantes del desarrollo.* Andalucía: Analistas Económicos de Andalucía 2011.

ANIF. (09 de Diciembre de 2021). *ANIF*. Obtenido de RETOS Y OPORTUNIDADES DE LAS PYMES: https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/

Anlló, G., Bisang, R., & Salvatierra, G. (2010). *Cambios estructurales en las actividades agropecuarias.* Santiago de Chile: CEPAL Naciones Unidas.

Arias Vargas, F. J., Gomez Mejía, L. M., Suarez Holguín, E., & Rendón Sierra, S. (2015). Inteligencia de Mercados para la cadena de Uchuva Colombiana (Physalis Peruviana). *Inteligencia de Mercados para la cadena de Uchuva Colombiana (Physalis Peruviana)*. Antioquia , Colombia .

Arias, F., Gomez, L., Suarez, E., & Rendón, S. (2015). *Inteligencia de mercados para la cadena de uchuva colombiana (Physalis peruviana L).* Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/280601630_Inteligencia_de_mercados_para_la_cadena_de_uchuva_colombiana_Physalis_peruviana_L

Bakshi, P., & Bhushan, B. (Noviembre de 2018). Cape Gooseberry is a remunerative fruit. Recuperado el 2022, de https://www.researchgate.net/publication/337324480_Cape_Gooseberry_is_a_remunerative_fruit/citation/download

Banco Central de Reserva del Perú. (2022). *INFLACIÓN: JULIO 2022.* Recuperado el 2022, de https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2022/nota-de-estudios-54-2022.pdf

Banco Mundial. (2022). *Ecuador: panorama general.* Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview

BANCO MUNDIAL. (2022). *Perú Panorama general.* Recuperado el 2022, de https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview

BANCOLDEX. (2022). *BANCOLDEX*. Obtenido de https://www.bancoldex.com/es/que-es-una-pyme-1338

Bao Cruz, S., & Blanco Silva, F. (2014). Modelos de formacion de clusters industriales: revision de las ideas que los sustentan. *Revista Galega de Economía*, 179-198.

Barroeta, M. R. (29 de Septiembre de 2020). *Milagros Ruiz Barroeta*. Obtenido de https://milagrosruizbarroeta.com/ventaja-competitiva-que-es-claves-y-

ejemplos/#:~:text=Ventaja%20competitiva%2C%20definici%C3%B3n,-Siendo%20un%20concepto&text=Definitivamente%2C%20es%20el%20atributo%20m%C3%A1s,%2C%20ubicaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica%2C%20e

Begazo, J. D. (2004). LA COMPETITIVIDAD Y LOS CLUSTERS COMO ELEMENTO DE DESARROLLO DEL PAÍS. *Gestión en el Tercer Milenio*, 45-55.

Begnini, S., & Carvalho, C. (2021). Identificação de clusters industriais: um estudo quantitativo no estado de Santa Catarina. *INTERAÇÕES*, 489-512.

Bekerman, M. (2001). *Encadenamientos productivos, estilización e impactos sobre el desarrollo de los procesos perifericos.* Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Benassini, M. (2001). *Introducción a la Investigación de Mercados: Un enfoque para América Latina.* México D.F.: Perason Educación.

Benavides, S. (2009). Encadenamientos productivos y clusters: una estrategia para fortalecer las micro y pequeñas empresas del turismo rural. *Revista Geográfica de América Central*, 113-130.

Bernal, S. (2017). *Inteligencia de Mercados.* Bogotá D.C.: Fundación Universitaria del Área Andina.

Blanco, D. (14 de Diciembre de 2019). *Grandes Pymes*. Obtenido de Grandes Pymes: https://www.grandespymes.com.ar/2019/12/14/el-benchmarking/

Blesa Pérez, A., & Ripolles, M. (2005). Relación entre la orientación al mercado y la orientación emprrendedora: su influencia en el rendimiento de la empresa. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 165-180.

Campero, E. (2015). Las cadenas productivas como fuente de oportunidades para emprendedores en el medio rural. *Innovación y emprendimiento*, 75-85.

Canarias, G. d. (Octubre de 2012). *Materias Primas* . Obtenido de https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/juperarm/files/2012/10/Materias_primas.pdf

Cañas Restrepo, J. D. (2020). *APROXIMACION A UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE UCHUVA COLOMBIANA A CANADA.* Obtenido de https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8077/1/108449-2020-III-NIIE.pdf

Cardoso Castro, P., & Chavarro, Á. (2013). Teorias de internacionalizacion. *Panorama*, 4-23. Obtenido de https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/3523/1/Teorias%20de%20Internacionalizacion.pdf

Cayeros Altamirano , S. E., Robles Zepeda, F. J., & Soto Ceja , E. (2016). Cadenas Prouctivas y Cadenas de Valor . *EDUCATECONCIENCIA* , 6-12.

Cedeño, M. M., & Montenegro, D. M. (3 de Mayo de 2004). PLAN EXPORTADOR, LOGISTICO Y DE COMERCIALIZACIÓN DE UCHUVA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS PARA FRUTEXPO S.C.I LTDA. *PLAN EXPORTADOR, LOGISTICO Y DE COMERCIALIZACIÓN DE UCHUVA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS PARA FRUTEXPO S.C.I LTDA*. Bogotá, Cundinamarca, Colombia .

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2021). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe -Perú.* Recuperado el 2022, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47669/18/BP2021_Peru_es.pdf

Comisión Regional de Competitividad e innovación. (2020). *Comisión Regional de competitividad e innovación Nariño 2020.* Obtenido de http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/Agendas/Agenda-Departamental-Narino.pdf

Coral T, L. G., Torres Martinez , F., & Yepez Chamorro , B. (22 de Mayo de 2011). Estudio de Mercado para la Comercialización de Uchuva a Physalis Pperuviana L. en Nariño. *Estudio de Mercado para la Comercialización de Uchuva a Physalis Pperuviana L. en Nariño*. Nariño, Colombia .

Córdoba, A. M., & González, A. L. (2013). La inteigencia de mercado, una estrategia hacia la competitividad. *Revista Ensayos*, 157-167.

DANE. (2020). *Proyecciones de población.* Pupiales. Obtenido de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion

Dirven, M. (2001). *Apertura económica y (des) encadenamientos productivos.* Santiago de Chile: CEPAL.

DNP. (2015). *Agenda Interna para la Productividad y Competitividad, Regional Nariño.* Bogotá D.C.: Departamento Nacional de Planeación.

DNP. (2020). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de Desarrollo Empresarial : https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-empresarial/Paginas/Formalizaci%C3%B3n-empresarial.aspx

EVA, E. A. (2021). *Evaluaciones Agropecuarias Municipales-Base Agricola 2019-2021*. Obtenido de https://www.upra.gov.co/web/guest/eva-2021

FAO. (2020). *Bueno para ti. Beneficios para la salud y Nutrición.*

FAO, O. d. (2020). *Colombia en una mirada*. Obtenido de Colombia en una mirada: https://www.fao.org/colombia/fao-en-colombia/colombia-en-una-mirada/es/

Ferrovial. (2022). *Ferrovial*. Obtenido de https://www.ferrovial.com/es/recursos/infraestructura/#:~:text=Econ%C3%B3mica%3A%20es%20el%20conjunto%20de,mar%C3%ADtimo%20y%20a%C3%A9reo)%2C%20etc.

Fischer, G., Miranda, D., Piedrahíta, W., & Romero, J. (2005). *Poscosecha y exportación de la uchuva (Physalis Peruviana L.).* Santa Fe de Bogota. Recuperado el 2022, de https://www.researchgate.net/profile/Gerhard-Fischer-2/publication/258052317_Avances_en_cultivo_poscosecha_y_exportacion_de_la_uchuva_Physalis_peruviana_L_en_Colombia/links/0deec526dc02585545000000/Avances-en-cultivo-poscosecha-y-exportacion-de-la-uchuva-

FMI. (Abril de 2000). *Fondo Monetario Internacional* . Obtenido de La globalización: ¿Amenaza u Oportunidad? : imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#:~:text=Se%20refiere%20a%20la%20creciente,través%20de%20las%20fronteras%20internacionales.

Fundación CODESPA. (2011). *Metodología de análisis de cadenas productivas bajo el enfoque de cadenas de valor.* Bogotá D.C.: edición CODESPA.

Gaón, A., Gaón, M., & Ortiz, L. (2020). *Producción y comercialización de uchuva deshidratada en el municipio de Pupiales, departamento de Nariño.* Visión Empresarial. Obtenido de https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/1022

Garavito , J., Pérez, N., Munive, B., Papell, M., Ramirez, M., Molina, F., . . . Garcia, J. (2018). *Iniciativas Cluster en Colombia.* Colombia: Alma Digital S.A.S. Recuperado el 2022, de https://clustersantander.com/media/e6e7471814fd1c89602c51b8babd554683bc7778.pdf

García M., M. C., & Ulloa S., J. (Diciembre de 2003). Desarrollo Tecnológico para el Mejoramiento del Manejo Postcosecha de Uchuva y Pitaya. *Desarrollo Tecnológico para el Mejoramiento del Manejo Postcosecha de Uchuva y Pitaya*. Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia .

Garzón, H. (2018). Gestión tecnológica en encadenamientos productivos de frutícolas del Valle (Colombia): estudio de caso. *Ingeniería Industrial*, 1-15.

Gobernación de Nariño. (2019). *PLAN DEPARTAMENTAL DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO PDEA - NARIÑO.* Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/PDEA%27s%20Aprobados/PDEA%20Nari%C3%B1o.pdf

Gobernación de Nariño. (2020). *Plan de Desarrollo Mi Nariño en Defensa de los Nuestro 2020 - 2023.* San Juan de Pasto: Gobernación de Nariño.

Gobernación de Nariño. (2022). *En 2022 Gobernación de Nariño continuará fortalecimiento de cadenas productivas.* Obtenido de https://sitio.narino.gov.co/0963-2/

GOBERNACIÓN DE NARIÑO. (29 de Agosto de 2022). En la subregión del RÍo Mayo, se fortalecerá la producción de frutas promisorias para emprender procesos de exportación. Recuperado el 2022, de https://sitio.narino.gov.co/1312-2/

Gonzáles, F. G. (Octubre de 2012). *ACODI.* Obtenido de ACODI: https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

González Blanco, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica*, 103-117.

Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo.* Madrid: Ediciones Akal S.A.

horti daily. (Marzo de 2019). Australian grower uses hydroponics for a unique crop. *horti daily*. Recuperado el 2022, de https://www.hortidaily.com/article/9076078/australian-grower-uses-hydroponics-for-a-unique-crop/

Huayta, R. (2019). La ventaja competitiva de las Naciones de Michael Porter. *Revista Facetas*, 5-12.

ICA. (3 de Enero de 2022). *INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO* . Obtenido de INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO : https://www.ica.gov.co/noticias/aphis-reconoce-que-la-uchuva-colombiana-no-es-hosp

ICA. (2023). *Instituto Colombiano Agropecuario*. Obtenido de BPA-BPG: https://www.ica.gov.co/areas/agricola-pecuaria/bpa-bpg.aspx

INDEED. (27 de Octubre de 2022). *INDEED*. Obtenido de Qué significa mano de obra: panificació y tipos: https://www.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/significa-mano-obra

INESAD. (Marzo de 2018). *INSTITUTO DE ESTUDIOS AVANZADOS DE DESARROLLO* . Obtenido de ECONOMÍA REGIONAL : https://www.inesad.edu.bo/economia-regional/

Instituto Colombiano Agropecuario- ICA. (2022). *Funciones del ICA.* Obtenido de https://www.ica.gov.co/el-ica/funciones

Isaza, J. (2008). Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales. *Investigación*, 8-25.

Klinac, D. (1986). *Cape gooseberry (Physalis peruviana) production Systems.* Nueva Zelanda. doi: https://doi.org/10.1080/03015521.1986.10423060

Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 158-184.

López, Velandia, & Gonzáles. (2018). Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta exportable. *AIBI revista de investigación*, 39-49.

MAGAP. (2017). *Zonificación Agroecológica Económica del Cultivo de Uvilla En el Ecuador Continenta.* Recuperado el 2022, de https://www.fliphtml5.com/ijia/qnhl/basic

Malhotra, Naresh K. (s.f.). En N. K. Malhotra, *Investigación de mercado* (quinta ed., págs. 183-184). Recuperado el abril de 2022, de http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf

Martins Ferreira, N. (03 de 01 de 2023). *Oberlo*. Obtenido de ¿Qué es el emprendimieto?: https://www.oberlo.com.co/blog/definicion-y-significado-emprendimiento

Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la Investigación de Mercados.* Madrid: ESIC EDITORIAL.

MinAgricultura. (2022). *Colombia es el mayor productor y exportador de uchuva a nivel mundia.* Bogota. Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Colombia-es-el-mayor-productor-y-exportador-de-uchuva-a-nivel-mundial.aspx

MINCIT. (Agosto de 2016). *MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO*. Obtenido de https://www.mincit.gov.co/minindustria/temas-de-interes/politica-de-desarrollo-productivo

MINCIT. (2022). *Perfiles economicos departamentales.* Obtenido de https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=77fb746e-a686-4ec8-9214-96935b191e8a

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2021). *Ficha país- Perú.* Recuperado el 2022, de https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PERU_FICHA%20PAIS.pdf

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea Y Cooperación. (2021). *Ficha país- ECUADOR.* Recuperado el 2022, de https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/Ecuador_FICHA%20PAIS.pdf

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, Peru. (2020). *Analisis de mercado Aguaymanto.* Recuperado el 2022, de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1720425/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20del%20Aguaymanto.pdf

Ministerio de Hacienda . (Julio de 2020). *Ministerio de Hacienda* . Obtenido de https://old.hacienda.cl/glosario/valor-agregado.html

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca. (2020). *Oferta de Uvilla Ecuatoriana en mercados potenciales 2020.* PROECUADOR. Recuperado el 2022, de https://www.proecuador.gob.ec/oferta-de-uvilla-ecuatoriana-en-mercados-potenciales-2020/

Mones, M. (10 de Junio de 2021). *COMERCIO Y ADUANAS* . Obtenido de ¿QUE ES IMPORTAR?: https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/

Monje, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica.* Neiva: Universidad Surcolombiana.

Moreno Miranda, C., Pilamala, A., Moreno Miranda, R.,Molina, Isaac; Mejía , Rama, Daniele. (2020). *Análisis de las dimensiones sociales, productivas y de gobernanza de la cadena Physalis peruviana: un estudio de caso de la zona internadina en Ecuador.* doi:https://doi.org/10.21930/rcta.vol21_num2_art:1304

Moreno, C., Moreno, R., Araceli , P., Molina, J., & Cerda, L. (2019). El sector hortofrutícola de Ecuador: Principales características socio-productivas de la red agroalimentaria de la

uvilla (Physalis peruviana). *Ciencia y Agricultura, 16*(1), 31-51. Recuperado el 2022, de https://www.redalyc.org/journal/5600/560059292003/html/#ref36

Morton, J. (1987). *Fruits of Warm Climates.* Recuperado el 2022, de https://www.hort.purdue.edu/newcrop/morton/cape_gooseberry.html

NACIONES UNIDAS . (2022). *NACIONES UNIDAS DERECHOS HUMANOS* . Obtenido de ACERCA DE LA BUENA GOBERNANZA Y LOS DERECHOS HUMANOS : https://www.ohchr.org/es/good-governance/about-good-governance

Oca, J. M. (14 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Exportación : https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html

Odhiambo, H., Wasilwa, L., Maangi, J., & ong'awa, M. (2021). Evaluation of Fruit Yield in Two Gooseberry Cultivars Grown under Water Stress Conditions with Supplemental Irrigation. *Horticulture*, 264-265. Recuperado el 2022, de https://www.researchgate.net/publication/352553267_Evaluation_of_Fruit_Yield_in_Two_Gooseberry_Cultivars_Grown_under_Water_Stress_Conditions_with_Supplemental_Irrigation

Odhiambo, H., Wasilwa, L., Maangi, J., ong'awa, M., & Ochieng, V. (febrero de 2021). Evaluation of Fruit Yield in Two Gooseberry Cultivars Grown under Water Stress Conditions with Supplemental Irrigation. *Journal of Horticulture, 8*, 264. Recuperado el 2022, de https://www.researchgate.net/figure/Yield-potential-of-Colombia-and-Netherland-gooseberry-varieties-in-Busia-County-Kenya_tbl2_352553267

Ortner, S. (2015). Sobre el neoliberalismo. *Antrophology of this Century*, 126-135.

Otero Simón, M. A. (2008). *Internacionalización.* La Coruña: Netbiblo.

Páez, A., Villota, C., & García, G. (2012). *BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS PARA LA PRODUCCIÓN DE UCHUVA (Physalis peruviana L.)METODOLOGÍA DE ESCUELAS DE CAMPO DE AGRICULTORES.* Corpoica. Recuperado el 2022, de https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/1950/76682_66301.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parra Guerrero, F., & Martín, E. (2003). *Orientación al mercado y proceso de internacionalización de empresas.* Málaga: Universidad de Málaga.

PDEA. (2019). *Plan departamental de extensión agropecuaria-Nariño.* Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/direcciones/Documents/PDEA%27s%20Aprobados/PDEA%20Nari%C3%B1o.pdf

Pedrosa, S. J. (09 de Octubre de 2015). *Oferta* . Obtenido de Economipedia : https://economipedia.com/definiciones/oferta.html

Pino, O. (2004). ANÁLISIS DE ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS PARA LA ECONOMÍA REGIONAL, BASE 1996. *Theoria*, 71-82.

PortalFruticola. (2016). *Manual de producción del cultivo de Physalis peruviana (goldenberry, aguaymanto, uchuva).* Obtenido de https://www.portalfruticola.com/noticias/2016/03/21/manual-de-produccion-del-cultivo-de-physalis-peruviana-goldenberry-aguaymanto-uchuva/

Porter, M. (1999). *La ventaja competitiva de las naciones.* México D.F.: Vergara.

Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de Mercados.* Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.

PROCOLOMBIA. (2018). *Guia practica para conocer las certificaciones que se requien para exportar agroalimentos.* Obtenido de https://formacionexportadora.colombiatrade.com.co/sites/default/files/2021-04/certificaciones-para-exportar-agroalimentos.pdf

Procolombia. (2021). *Cadena de agroalimentos.* Obtenido de https://www.camara.gov.co/sites/default/files/2021-08/ANEXO%201%20MINCOMERCIO%20-%20%20Productos_potencial_exportador_agroindustrial_Colombia.pdf

PROCOLOMBIA. (2021). *Uchuva: una de las frutas exóticas con grandes propiedades nutricionales.* Recuperado el 17 de marzo de 2022, de https://www.colombiatrade.com.co/noticias/uchuva-una-de-las-frutas-exoticas-con-grandes-propiedades-nutricionales#:~:text=De%20acuerdo%20con%20las%20cifras%20del%20DANE%20y%20ProColombia%2C%20en,con%20un%204%2C4%25.

Puertas, D. R., Luna Mancilla, L. T., Campo Quesada, J. M., Guerrero Diaz, G. F., Meneses Buitrago, D. H., Ramos Zambrano, H. S., & Rincón Manrique, L. E. (2021). Tipología De Productores De Uchuva En El Departamento De Nariño, Colombia. (M.-1. México, Ed.) *Revista Mexicana de Ciencias Agricolas*. doi:https://doi.org/10.29312/remexca.v12i7.2766

Pupiales cultura. (2021). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Recuperado el 16 de marzo de 2022, de https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pupiales&oldid=136756292

Quesada, H., Lafuente, R., Meneses, M., & Gamboa, O. (2008). Encadenamientos Productivos y su relación con la inversión directa extranjera. *TEC Empresarial*, 37-45.

Quiroz, D. (2022). *Monografía recopilación de los efectos de fertilización orgánica y química sobre la calidad.* Pasto. Obtenido de https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/44910/daquirozp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RAE. (2014). *RAE*. Obtenido de https://dle.rae.es/tecnificar

RAE. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de Insumo: https://dle.rae.es/insumo

Red cluster Colombia . (2021). *Red Cluster Colombia* . Obtenido de abc de las iniciativas cluster en Colombia : https://redclustercolombia.gov.co/storage/resources/documents/cartilla-abc-de-las-iniciativas-cluster-en-colombiapdf

Red Cluster Colombia. (2022). *Abriendo las ventanas de la internacionalización.* Recuperado el 16 de MARZO de 2022, de https://redclustercolombia.gov.co/initiatives_f/13/show-initiatives

Red Cluster Colombia. (2022). *Cartilla abc de las iniciativas cluster.* Obtenido de https://redclustercolombia.gov.co/storage/resources/documents/cartilla-abc-de-las-iniciativas-cluster-en-colombiapdf

Reyes Jaramillo, R. (2019). *"INTELIGENCIA DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CALZADO ARTESANAL DE LA EMPRESA DELLANTA.* Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Rioseco, P. (2019). Encadenamientos productivos: ¿de qué estamos hablando? *Granma*. Bogotá D.c., Colombia: Granma.

Rodriguez Puertas, D., Luna Mancilla , L., Campo Quesada, J., Guerrero Diaz, G., Meneses Buitrago, D., Ramos Zambrano, H., & Rincon Manrique , L. (2021). *Tipología de productores de uchuva en el departamento de Nariño, Colombia.* Revista Mexicana de Ciencias Agricolas.

SAC. (Septiembre de 2021). *SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA*. Obtenido de SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA: https://sac.org.co/asi-es-la-hortofruticultura-nacional/

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2019). *MICROECONOMÍA CON APLICACIONES* . Nueva York : Mcgraw-Hill Interamericana De España S.L.

Sánchez Galán , J. (05 de Diciembre de 2018). *Economipedia* . Obtenido de Eficiencia : https://economipedia.com/definiciones/eficiencia.html

Santaella, J. (16 de Agosto de 2022). *Economía* . Obtenido de ¿Qué es la productividad de una empresa y cómo se calcula?: https://economia3.com/que-es-productividad-empresa-como-calcularlo/

Santander Universidades. (09 de Marzo de 2022). *Santander Trade* . Obtenido de Que es la sostenibilidad: definición, tipos y ejemplos: https://www.becas-santander.com/es/blog/que-es-la-sostenibilidad.html

Santos, L., Vázquez, R., & Álvarez, L. (2002). La orientación al mercado como fuente de ventajas competitivas: antecedentes asociados al equipo directivo y a la estructura

organizativa en las empresas industriales. *REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA*, 215-244.

SE. (2023). *SECRETARIA DE ECONOMÍA*. Obtenido de Mexico Emprende : http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion

Secretaria de Agricultura de Antioquia. (2014). *Manual de Cultivo de Uchuva Bajo Buenas Practicas Agricolas.* Recuperado el 2022, de https://issuu.com/linaknup/docs/manual_uchuva_final-baja___caratula

Secretaria de Agricultura de Antioquia. (2015). *Manual técnico del cultivo de Uchuva bajo buenas prácticas Agrícolas.* Recuperado el 2022, de https://issuu.com/linaknup/docs/manual_uchuva_final-baja___caratula

Torres Melo, J., & Santander, J. (Noviembre de 2013). *Función Publica.* Obtenido de Introducción a las Políticas Públicas: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf

Torres Muñoz, A. L. (2012). EL MERCADO DE LA UCHUVA EN COLOMBIA Y SUS PROYECCIONES PARA LA PENETRACION Y COMERCIALIZACION EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS . *EL MERCADO DE LA UCHUVA EN COLOMBIA Y SUS PROYECCIONES PARA LA PENETRACION Y COMERCIALIZACION EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS* . Pereira, Risaralda , Colombia .

Treid. (Julio de 2020). Colombia, líder mundial en la exportación de uchuvas en 2019. Obtenido de https://www.treid.co/post/colombia-lider-mundial-en-la-exportacion-de-uchuvas-en-2019

Triana. (30 de Junio de 2020). *ANALDEX*. Obtenido de ANALDEX: https://www.analdex.org/2020/06/30/uchuva-goldenberry-nuestra-embajadora-de-frutas-colombianas-para-el-mundo/

Trujillo Dávila, M. A., Rodríguez Ospina, D. F., Guzmán Vásquez, A., & Becerra Plaza, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas.* Bogotá D.C.: Editorial Universidad del Rosario. Obtenido de https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ubfal, D. (2004). *El concepto de Competitividad. Medición y aplicación al caso Argentino.* Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

Ucha, A. P. (16 de Julio de 2015). *Economipedia* . Obtenido de Demanda : https://economipedia.com/definiciones/demanda.html

UNICEF. (15 de Junio de 2020). *Aprender para transformar* . Obtenido de Aprender para transformar : https://www.unicef.org/lac/misi%C3%B3n-5-cooperaci%C3%B3n

Vanegas, G. (22 de Agosto de 2022). La propiedad de la tierra rura, otro espejo de la desigualdad entre hombres y mujeres en colombia. *EL PAÍS*. Obtenido de https://elpais.com/america-colombia/2022-08-22/la-propiedad-de-la-tierra-rural-otro-espejo-de-la-desigualdad-entre-hombres-y-mujeres-en-colombia.html

Watt, J. H. (15 de Octubre de 1948). The growing of cape gooseberries.New Zealand Journal Agriculture. *NEW ZEALAND JOURNAL OF AGRICULTURE, 77*, 377. Obtenido de https://paperspast.natlib.govt.nz/periodicals/NZJAG19481015.2.34

Wikipedia. (2022). pupiales cultura. *Wikipedia*. Recuperado el 16 de marzo de 2022, de https://es.wikipedia.org/wiki/Pupiales

12. Anexo

12.1 Anexo A. Encuesta

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL.

PASTO, NARIÑO

ENCUESTA

El presente documento tiene el propósito de servir como instrumento de evaluación en la investigación **"Estudio de la Cadena Frutícola-Uchuva para la Futura Puesta en Marcha de una Iniciativa Clúster en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño periodo 2021-2022"**

OBJETIVO: Analizar características productivas y particulares que permitan identificar los perfiles de los productores de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño que contribuyan a determinar el potencial del sector.

Por ello se agradece de antemano la disponibilidad y sinceridad al contestar las preguntas. El tiempo que se requiere aproximadamente para su aplicación es de treinta (30) minutos. Sus respuestas e información personal serán confidencial. No hay preguntas delicadas.

Firma del encuestado: _____

Nombre del encuestador: _____

Información de Identificación					
Número de la encuesta					
País		Colombia			
Departamento		Nariño			
Municipio					
Área		Rural		Urbana	
Se encuentra legalmente constituido		Si NIT:		No	
Genero del integrante de seleccionado		Masculino		Femenino	
#	**Preguntas**	**Respuestas**			
1	¿Desde hace cuánto tiempo cultiva uchuva?	menos de 1 año	1-5 años	5-10 años	más de 10 años
2	¿Tiene otros cultivos además de uchuva?	Si ¿Cuáles?		No	
3	¿Si tiene otros cultivos diferentes a la uchuva, cuál de estos es el que le genera mayores ingresos?	Uchuva		Otro, ¿Cuál?	
4	¿Es usted propietario de la tierra donde cultiva Uchuva?	Si		No	
5	¿Usted trabaja en el montaje y sostenimiento de su cultivo de uchuva?	Si, trabaja en el montaje y sostenimiento del cultivo	Únicamente trabaja en el montaje	Únicamente trabaja en el sostenimiento del cultivo	No participa en las labores relacionadas con el montaje y sostenimiento del cultivo. Se encarga de

6	¿Usted vive en la finca donde cultiva uchuva?	Si			No	
7	¿Cuántas hectáreas de uchuva tiene cultivadas actualmente?	menos de 1ha	De 1 a 5 has		De 6 a 10 has	Más de 10 has
8	¿Qué entidad(es) o persona(s) lo asesoran (asesoraron) en el montaje y mantenimiento de su cultivo?	Ninguna	Sena, Corpoica, Umata, Centro provincial agroindustrial	Universidad o Instituto de Investigación	Otro, ¿Cuál?	
9	¿Cuál fue el costo en millones de pesos por hectárea para el establecimiento de su cultivo? *(SIN considerar establecimiento de cultivo madre)*	Entre 10 y 20	Entre 21 y 30	Entre 31 y 40	más de 40	
10	¿Cuál fue el costo total en millones de pesos de la semilla comprada para establecer su cultivo?	menos de 1	Entre 1 y 3	Entre 4 y 6	más de 6	
11	¿Cuál fue el costo en millones de pesos para el establecimiento del cultivo madre?	No tiene cultivo madre establecido	Entre 10 y 15	Entre 16 y 20	Más de 20	
12	¿Cuántos jornales por *hectárea* pagó para el *montaje* de su cultivo de	Entre 5 y 10	Entre 11 y 20	Entre 21 y 30	Más de 30	
13	¿Cuántos jornales por *hectárea* paga para el *sostenimiento* de su cultivo	Menos de 5	Entre 6 y 10	Entre 11 y 20	Más de 20	
14	¿Qué método(s) utiliza para la irrigación de su cultivo? *(Puede marcar varias respuestas)*	Por gravedad	Por aspersión o microaspersión	Por goteo	Depende de la época de lluvias	
15	¿De dónde proviene el agua para irrigar su cultivo? *(Puede marcar varias respuestas)*	De una quebrada o río que nace	De un aljibe de la finca	Del acueducto rural	De la finca de un vecino	

		o pasa por la finca			
16	¿Paga por el uso del agua?	Si		No	
17	¿Cuáles insumos utiliza para su cultivo?	Orgánicos	agroquímicos	Ambos	
18	¿Dónde adquiere los insumos agrícolas que utiliza en su cultivo de uchuva?	Los produzco en la finca	En el mercado local	En el mercado Nacional	En el mercado internacional
19	¿Tiene algún tipo de contrato formal con los proveedores de los insumos para su cultivo?	SI	No	Produce los insumos en su finca	
20	¿Cuáles son las principales plagas o enfermedades que han atacado su cultivo?	Hongos ¿Cuál?		Insectos ¿Cuál?	Otra ¿Cuál?
21	En promedio, ¿cuántas cosechas anuales mensuales por *hectárea* realiza?	menos de 10	10 a 20	20 a 25	Más de 25, ¿Cuántas?
22	En promedio, ¿cuál es la producción anual por *hectárea* de uchuva?	menos de 1 tonelada	De 1-5 toneladas	De 5-10	Más de 10 toneladas, ¿Cuántas?
23	¿Para cuál de estas actividades utilizo acceso a créditos? *(si no utilizo, pase a la pregunta 24)*	Cultivo	producción	comercialización	Otro ¿Cuál?
24	¿En qué forma comercializa su producto? *(Puede marcar varias respuestas)*	Venta al por mayor con cáliz, por canastilla(kg)	Venta al por mayor sin cáliz por canastillas(kg)	Venta al por menor sin cáliz en empaque plástico u otro empaque	Otra, ¿Cuál?
25	¿En el último año cuál fue el precio promedio de venta en pesos del kilo de uchuva?	menos de 5.000 pesos	Entre 5.000 y 10.000	Entre 11.000 y 15.000	más de 15.000 pesos

26	¿Cuál es el principal destino de venta de su producción? *(Puede marcar varias respuestas)*	Exporta su producción de uchuva. ¿A qué país o países exporta?	En pequeños mercados locales	Vende directamente a alguna empresa nacional de procesamiento y comercialización de Uchuva,	Otra, ¿Cuál	
27	¿Cuáles son las exigencias de calidad mínimas exigidas por sus compradores? *(Puede marcar varias respuestas)*	Color del cáliz o del fruto	Calibre (diámetros) del fruto	Fruto fresco sin defectos	Otra, ¿Cuál?	
28	¿Tiene algún tipo de contrato formal con sus compradores?	Si		No		
29	¿Cuáles son las principales instituciones que regulan sus procesos llevados a cabo en el cultivo y producción agrícola? *(incluidos la compra de insumos y la comercialización de sus productos) (Puede marcar varias respuestas)*	ICA	INVIMA	ICONTEC	Proexport	Otro, ¿Cuál?
30	¿Cuenta algún tipo de certificación para el proceso de cultivo y producción agrícola?	Si ¿Cuál?		No		
31	¿Conoce las normas técnicas y estándares de calidad que deben cumplir el producto para exportarlo?	Disposiciones relativas a la calidad. Disposiciones relativas a la clasificación por calibres. Disposiciones relativas a las tolerancias. Disposiciones relativas a la presentación.		Marcado o etiquetado Contaminantes Higiene Criterios de aceptación o rechazo Otro ¿Cuál? _____		
32	¿Conoce algún tipo de incentivo o apoyo al sector Agrícola por parte del gobierno o entidades públicas?	Si ¿Cuál?		No		

33	¿Pertenece a alguna asociación o Cooperativa de productores de uchuva?	Si ¿Cuál?	No
34	En el caso de no ser integrante a un grupo asociativo ¿le gustaría pertenecer a uno?	Si ¿Por qué?	No ¿Por qué?
35	Teniendo en cuenta que la ***iniciativa clúster*** es un instrumento que mediante acciones cooperativas y estratégicas abre la posibilidad de potenciar sus capacidades en cuanto a factores de innovación, desarrollo técnico, tecnológico e internacionalización. Dentro de los principales objetivos y acciones que persigue esta iniciativa; califique el nivel de importancia según le gustaría participar. D*onde 1 es la menor importancia y 5 mayor importancia.*		

Objetivo	(-) Importancia (+)				
	1	2	3	4	5
Acciones de cooperación y trabajo mancomunado entre empresas que permitan mejorar la competitividad a través de procesos productivos, de innovación y desarrollo tecnológico					
Estimulación de comunicación entre empresas, que permita el desarrollo de acciones estratégica en compras conjuntas de bienes o del uso compartido de servicios para la reducción de costos.					
Desarrollo del talento humano, a través de la participación en agendas y capacitaciones de ciencia, tecnología e innovación fin de asegurar una fuerza laboral especializada para el clúster.					
Desarrollo de actividades conjuntas entre industrias privadas, instituciones financieras, políticas regionales de apoyo a clúster ciencia y tecnología, academia, organizaciones no gubernamentales como cámara de comercio, etc.					
Desarrollo de proyectos de ventajas competitivas y valor agregado que generen oportunidades en mercados internacionales					
Intercambio de conocimiento como acciones de reducción de obstáculos derivados a procesos legales y logísticos para procesos de exportación					

12.2 Anexo B. Entrevista Actor de la cadena productiva

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL.

PASTO, NARIÑO

ENTREVISTA

El presente documento tiene el propósito de servir como instrumento de evaluación en la investigación **"Estudio de la Cadena Frutícola-Uchuva para la Futura Puesta en Marcha de una Iniciativa Clúster en los municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño periodo 2021-2022"**

OBJETIVO: Analizar características particulares, perspectivas de asociatividad e internacionalización que permitan identificar el perfil del actor y/o eslabón de la cadena productiva de Uchuva que apoyen a fortalecer el proceso de internacionalización.

Por ello se agradece de antemano la disponibilidad y sinceridad al contestar las preguntas. El tiempo que se requiere aproximadamente para su aplicación es de cuarenta y cinco (45) minutos. Sus respuestas e información personal serán confidencial. No hay preguntas delicadas.

Firma del entrevistado: _____

Nombre del entrevistador: _____

INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN

Número de la entrevista:1		
País: Colombia		
Municipio:		
Departamento:		
Empresa a la que pertenece:	**Número de empleados:**	
Tiempo de constitución de la empresa:		
Caracterización		
1	¿Dentro de que eslabón de la cadena productiva de uchuva de los municipios de Ipiales y Pupiales se encuentra? *(proveedor, transformador, comercializador...)*	
2	¿Qué producto o servicio ofrece?	
3	¿De qué forma su empresa adquiere la materia prima? *(presentación uchuva)*	
4	¿En qué tipo de mercado la empresa adquiere su materia prima? *(regional, nacional, propio cultivo o fabricación)*	
5	Anualmente ¿qué cantidad de materia prima es adquirida por la empresa?	
6	¿A qué tipo de mercado su empresa vende los productos? (*departamental, nacional*)	
7	¿Quiénes son sus principales compradores?	
8	¿Cuáles son los productos que manejan mejores volúmenes de ventas?	
9	¿Con que frecuencia busca nuevos compradores?	
10	¿Maneja contratos formales con sus compradores actuales?	
11	¿Cuáles son las instituciones que regulan los procesos desarrollados por su empresa?	
12	¿Con que tipos de certificaciones cuenta su empresa?	
13	¿Considera que su empresa cumpliría un papel importante dentro de cadena productiva de	

	uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿Por qué?	
14	¿Qué tipo de ventaja considera que presenta su empresa frente a la competencia?	
Perspectivas de Asociación		
15	¿Pertenece su empresa algún tipo de asociación? ¿cuál?	
16	¿Estaría dispuesto hacer parte de un trabajo estratégico colaborativo dentro de la cadena frutícola de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿por qué?	
17	Teniendo en cuenta que la **Iniciativa clúster**, mediante acciones cooperativas y estratégicas abre la posibilidad de potenciar sus capacidades en cuanto a factores de innovación, desarrollo técnico, tecnológico e internacionalización. ¿participaría en una?	
18	¿Considera que la cooperación comercial dentro de la cadena productiva de uchuva, favorecería y fortalecería su empresa? ¿por qué?	
19	¿Cree que dentro del eslabón o actividad que desarrolla su empresa habría la posibilidad de incorporar una iniciativa clúster? ¿Por qué?	
Perspectivas de Internacionalización		
20	¿Cuál sería uno de los motivos para hacer parte de un proceso enmarcado en un producto con visión de internacionalización?	
21	¿Cree usted que cuenta con la capacidad necesaria que le permita cumplir requerimientos de mercado internacional? ¿por qué?	
22	¿Considera que la cooperación comercial es factor importante para fortalecer procesos de internacionalización? ¿por qué?	
23	¿Cree usted que cuenta con la capacidad flexiva que le permita adaptarse a cambios tecnológicos, sociales, jurídicos, etc. que requiere la internacionalización? ¿Por qué?	

24	A la hora de internacionalizar un producto ¿Qué factores considera importantes conocer?	
25	¿Ha participado en algún proceso de exportación?	

12.3 Anexo C. Entrevista Entidad

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL.

PASTO, NARIÑO

ENTREVISTA 2

El presente documento tiene el propósito de servir como instrumento de evaluación en la investigación **"Estudio de la Cadena Frutícola-Uchuva para la Futura Puesta en Marcha de una Iniciativa Clúster como Herramienta de Internacionalización en los Municipios de Ipiales y Pupiales, Nariño periodo 2021-2022"**

OBJETIVO: Indagar a instituciones públicas o privadas conocedoras de procesos productivos agrícolas, de iniciativas clúster y de internacionalización, que permita orientar y tomar decisiones a partir de otras apuestas productivas y características propias de una iniciativa clúster.

Por ello se agradece de antemano la disponibilidad y sinceridad al contestar las preguntas. El tiempo que se requiere aproximadamente para su aplicación es de cuarenta y cinco (20) minutos. Sus respuestas e información personal serán confidencial. No hay preguntas delicadas.

Firma del entrevistado: _____

Nombre del entrevistador: _____

INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN	
Número de la entrevista:	
País: Colombia	
Municipio:	
Departamento: Nariño	
Entidad a la que pertenece:	**Cargo:**
Nombre completo:	

1	**¿Cuál es la misión y visión de la entidad a la que pertenece?**	
2	**¿Qué papel desempeña en la entidad a la que pertenece?**	
3	**¿Qué programas y propuestas ofrece la entidad a la que pertenece?**	
4	**¿Qué experiencia tiene acompañando sectores productivos en la región?**	
5	**¿Considera que la cooperación dentro de una un sector productivo es importante? ¿Por qué?**	

6	**¿Conoce algún modelo de clúster o iniciativas clúster que se desarrolle en la región?** ***Clúster:*** *Concentración de empresas o instituciones con actividades relacionadas, concentradas geográficamente cerca.* ***Iniciativa clúster:*** *es un instrumento que mediante acciones cooperativas y estratégicas abre la posibilidad de potenciar capacidades en cuanto a factores de innovación, desarrollo técnico, tecnológico e internacionalización.*	
7	**¿Considera que las iniciativas clúster son importantes como modelo de desarrollo económico? ¿por qué?**	
8	**¿Considera que un modelo de gobernanza podría mejorar la competitividad de la cadena frutícola de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales? ¿Por qué?** **Gobernanza:** *Se refiere al funcionamiento estructural organizado, que permiten formalizar el trabajo de las Iniciativas Clúster, facilitando la toma de decisiones en condiciones de transparencia y la definición de estrategias para lograr su sostenibilidad.*	
9	**¿A través de qué actividades o propuesta puede apoyar la entidad a la que pertenece a una iniciativa clúster de la cadena productiva de uchuva en los municipios de Ipiales y Pupiales?**	