

Análisis de la problemática para la comercialización de fruta deshidratada tipo snack en Colombia.¹

Problem analysis for the commercialization of dehydrated fruit snack type in Colombia.

David Stiven Saladén Pineda*²
Davidstiven2799@hotmail.com 1

Mariana Ramirez Cortes*³
marianarc21@outlook.com 2

Maria Camila Montoya Jaramillo*⁴
camilamonj1@hotmail.com 3

*Estudiante de Negocios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer
Medellín – Colombia

** Estudiante de Negocios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer
Medellín – Colombia

*** Estudiante de Negocios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer
Medellín – Colombia

¹ Este artículo se presenta como requisito de grado del programa de Negocios Internacionales de la facultad de Estudios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer. La línea de investigación de este documento es Negocios y Relaciones Internacionales perteneciente al Grupo de Investigación en Estudios Internacionales. Este trabajo contó con la asesoría temática de Xiomara Vélez Villa y la coordinación metodológica de Juan Camilo Mesa.

2

3

4

Resumen

El sector agrícola en Colombia cuenta con las ventajas comparativas que favorecen la producción de fruta y su procesamiento para la elaboración de productos derivados de esta, sin embargo, se evidencian según investigaciones de algunos autores, ciertos aspectos que impiden el crecimiento de esta industria. Son múltiples factores los que dificultan la comercialización de las frutas deshidratadas tipo snack en Colombia, desde la producción de fruta como materia prima para su procesamiento, la oferta de fruta procesada, entre ellas la fruta deshidratada, la demanda y los hábitos de consumo de los colombianos frente a estos productos saludables, la normatividad y tramitología para el cumplimiento de requisitos sanitarios, la financiación y disponibilidad de recursos para las empresas que deciden emprender este negocio. Este artículo pretende analizar esta problemática para la comercialización de las frutas deshidratadas tipo snack en Colombia con el fin de identificar oportunidades y proponer soluciones, que permitan que el sector agroindustrial se vea beneficiado en el crecimiento y explotación de un nicho que puede aportar a la economía y el desarrollo del país, además de mejorar la salud alimentaria y nutricional de la población. Este artículo se estructura bajo una metodología con un enfoque cualitativo y de carácter documental donde las fuentes de información son secundarias.

Palabras clave:

- Comercialización fruta deshidratada en Colombia
- Consumo y oferta de fruta deshidratada en Colombia
- Snacks fruta deshidratada en Colombia
- Fruta deshidratada en Colombia

Abstract

The agricultural sector in Colombia has comparative advantages that favor the production of fruit and its processing for the elaboration of products derived from it, however, according to research by some authors, there are certain aspects that hinder the growth of this industry. There are multiple factors that hinder the commercialization of dried fruit snacks in Colombia, from the production of fruit as raw material for processing, the supply of processed fruit, including dried fruit, the demand and consumption habits of Colombians in relation to these healthy products, the regulations and paperwork for compliance with health requirements, financing and availability of resources for companies that decide to undertake this business. This article aims to analyze this problem for the commercialization of snack-type dried fruits in Colombia in order to identify opportunities and propose solutions that will allow the agroindustrial sector to benefit from the growth and exploitation of a niche that can contribute to the country's economy and development, in addition to improving the food and nutritional health of the population. This article is structured under a methodology with a qualitative and documentary approach where the sources of information are secondary.

Keywords:

- Dried fruit marketing in Colombia
- Consumption and supply of Dried fruit in Colombia
- Snacks Dried fruit in Colombia
- Dried fruit in Colombia

Clasificación JEL: F14

1. Introducción

Colombia es un país con gran diversidad de producción frutícola, siendo uno de los sectores más representativos del país, esta actividad se desarrolla en la gran mayoría de regiones y tiene una historia importante en la economía local (Jimenez Jose, 2012). El sector frutícola es una importante fuente de crecimiento para la agricultura, el desarrollo de las regiones del país y una fuente de empleo rural (Sierra Peñuela Juan, 2011)

Jimenez Jose, (2012) y Sierra Peñuela Juan, (2011) señalan que Colombia cuenta con una diversidad de climas y suelos inmejorables que abarcan desde clima tropical hasta condiciones climáticas propias de los nevados, diferentes alturas, gran variedad de fuentes de agua provechosas para los cultivos, características que permite producir gran variedad de frutas durante todo el año, aumentando el potencial de producción agrícola y mejorando a su vez las condiciones de vida de los campesinos dedicados a esta actividad.

Investigaciones como las antes expuestas, mencionan y destacan la capacidad de producción de fruta en Colombia, la ventaja comparativa que le permite al país producir mayor variedad de frutas que otros países y desarrollar de mejor manera el sector primario, los desperdicios de frutas o los descartes de producción no aptos para exportar, los cuales según reportes del Departamento Nacional de Planeación, en Colombia se generan pérdidas y desperdicios de fruta que permiten el aprovechamiento y posterior procesamiento de la misma, el desarrollo de mercado, la diversificación de productos derivados, y la expansión de oferta hacia los mercados internacionales de medianas y pequeñas empresas a través de entidades como Procolombia, son factores que aportan a la comercialización de fruta deshidratada en Colombia.

Sin embargo, según datos de la plataforma Empresite de El Economista, (2021), hasta comienzos del 2021 existen 22 empresas a nivel nacional dedicadas a la comercialización de fruta deshidratada, su venta se concentra algunos lugares de venta, como tiendas naturistas y en supermercados de grandes superficies como Metro, Éxito, etc donde los productos son en su mayoría importados, evidenciando una oferta limitada del producto.

Las frutas deshidratadas cuentan con las mismas propiedades alimenticias de una fruta fresca a excepción del contenido de agua, aunque en el proceso de deshidratación se extrae el líquido, los nutrientes y vitaminas de la fruta son iguales a los de una fruta fresca, por lo que aportan de igual manera a la salud de los consumidores, también, la deshidratación hace la fruta más fácil de digerir, alarga su tiempo de conservación y mejora la logística del producto. En un artículo titulado “Perceptions of healthy snacking among Irish adolescents: a qualitative investigation” Emily C. Crofton, (2014) mencionan que,

“los adolescentes conocen lo que es un snack saludable y generalmente lo identifican con frutas frescas, las barreras para el consumo de snack saludables son las características sensoriales del

producto, el precio, el tamaño de la porción, la accesibilidad y la disponibilidad de snack saludables sabrosos para adolescentes.”

Estos factores también pueden ser analizados en los consumidores colombianos, lo cual dificulta la comercialización de snack de fruta deshidratada.

Según un artículo publicado por El Espectador, (2017), en Colombia existen malos hábitos de alimentación que afectan la salud de la población, las personas a veces no son conscientes de las propiedades que tienen los diferentes alimentos que consumen a diario o no les importa mucho su propia alimentación, esto no permite una buena comercialización de este tipo de productos saludables, que son menospreciados y poco elegidos cuando las personas los comparan con las frutas frescas, también, el colombiano promedio se ve más atraído a consumir otro tipo de snacks poco saludable como papitas, cheetos, u otro tipo de comida chatarra antes que una fruta que aporte a su salud

Si en Colombia no se cambian los hábitos alimenticios, la población se verá más expuesta a enfermedades que afecten su diario vivir como la obesidad, diabetes o incluso estados de ánimo y falta de energía por el consumo de productos no saludables.

Otro aspecto que se vería afectado es la economía, pues siendo un país rico en el sector frutícola, no se podría aprovechar de buena manera si no se tiene un mercado que consuma los productos, afectando finalmente el negocio de la agricultura en y las sociedades que dependen de este en Colombia. Por esto es importante que a partir de la deshidratación se desarrollen nuevos productos que se acoplen a los hábitos y preferencias de consumo, diversificando y promoviendo la oferta de fruta en Colombia.

En cuanto a la normatividad para la comercialización de estos productos en Colombia existen varias entidades encargadas de regular la producción y oferta, así como normas que dictan los debidos procesos, sin embargo, como lo menciona Riaño, (2015),

“en Colombia, a pesar de que se quiere lograr un modelo en el cual la calidad, el mejoramiento continuo, la eficacia y eficiencia de los procesos, la prevención de riesgos, y demás factores que afectan la cadena comercial, sean relevantes, buscando la introducción en el mercado tanto nacional como internacional; es un aspecto poco visto, debido a la cultura de la sociedad, que no se enfoca en dichos aspectos, sino en el trabajo fácil y menos costoso.”

Esto representa una debilidad para el desarrollo de las empresas que quieran comercializar snacks de fruta deshidratada, pues los diferentes trámites sanitarios ante las autoridades competentes representan una importante inversión en cuanto a tiempo y dinero. También existen gran variedad de trámites y requisitos exigidos por las autoridades sanitarias para la legalización de los productos y cumplimiento de las normas, lo que se convierte en un obstáculo más para aquellas empresas que buscan comercializar este tipo de productos (INVIMA, 2021)

Este artículo tiene como objetivo analizar algunos factores que actualmente pueden dificultar la comercialización de la fruta deshidratada tipo snack en Colombia, tales como: la producción de fruta, la oferta, la demanda o los hábitos de consumo, los recursos financieros y la normatividad, mediante una revisión de literatura y Marco referencial propuesto por otros autores, para posteriormente analizar toda la información hallada, identificar oportunidades de negocio y proponer soluciones para mejorar la comercialización de la fruta deshidratada tipo snack en Colombia.

Este estudio contribuye a los negocios y relaciones internacionales, al analizar algunos factores que dificultan la comercialización de las frutas deshidratadas a nivel nacional, identificar oportunidades y proponer soluciones, lo que permitirá a su vez, que el sector comercio en general se vea beneficiado al tener mayores ingresos por la explotación de un nuevo nicho que como mencionan (Jimenez Jose, 2012), tiene una gran oportunidad al implementar un proceso de industrialización en una cadena de valor existente como lo es el cultivo y la comercialización de fruta.

Marco Referencial

Marco Teórico

En el siglo XVI Surge la corriente del Mercantilismo, producto de los excedentes de producción por parte de los feudos, los mercaderes quienes comerciaban estos excedentes lograron con el tiempo tomar mayor poder en la sociedad, haciendo desaparecer el feudalismo; a partir de este momento se consolidan los estados o naciones, dando una gran importancia al comercio. El mercantilismo se posicionó también debido a varios sucesos de la época como el descubrimiento de las Américas, incrementó en gran medida el intercambio comercial. Esta ideología se desarrolló hasta principios del siglo XVIII y se caracterizó principalmente por la gran intervención del estado en el comercio y el proteccionismo como principal política comercial, pues se pensaba que el bienestar y poder de una nación estaba determinado por la cantidad de capital (oro y plata) que esta pudiera acumular. Finalmente, cada país comenzó a implementar instrumentos comerciales acordes a la política proteccionista para destacarse en el mundo como comerciantes y economías poderosas y estables (Bustamante, 2018)

Por otra parte, el sistema productivo en Colombia comenzó con el asentamiento de varias culturas indígenas en el territorio, su economía se basaba en la agricultura y la explotación de minas de esmeraldas, carbón vegetal y mineral, sal y cobre. Inicialmente, las distintas posibilidades que ofrecía el entorno medioambiental y ecológico determinaron que algunas sociedades se dedicaran fundamentalmente a la caza y otras a la recolección, posteriormente estas fueron reemplazadas por el establecimiento de cultivos agrícolas, lo que les permitió centrar su fuerza de trabajo en aquellas tareas que les permitían subsistir de mejor manera. Cada cultura indígena, Muiscas, Taironas, Quimbayas, etc., gozaban de cierto nivel de autosuficiencia, debido al control

de aldeas y territorios ubicados en distintos pisos térmicos, lo cual les permitía tener cosechas durante todo el año y mantener una dieta variada (Krauzer, 2015)

Cada cultura comenzó a tener ventajas sobre las demás, unas se especializaron en ganado y otras en frutas y tubérculos, lo que llevó a que estas etnias comenzaran a intercambiar entre sí para obtener bienes de subsistencia, acto conocido como “trueque”, es decir, el cambio de un producto por otro; dicho concepto fue adoptado tras la conquista de América en el periodo colonial. Posteriormente se establecieron algunos “productos moneda” como el pescado, la sal, el ganado, etc. y luego se comenzaron a utilizar los metales preciosos como el oro y la plata que fueron evolucionando la forma de comerciar hasta llegar al papel moneda que se usa hoy en día (Asociación equipo Maiz, 2012)

Debido a estos antecedentes, varios autores comienzan a establecer nuevas teorías sobre el comercio, como la teoría de ventaja competitiva o la de ventaja comparativa expuesta por el economista David Ricardo en el siglo XIX, esta teoría planteaba que cada país debía especializarse en aquellos productos para los cuales tenía mejores condiciones, es decir, tenía ventaja sobre los otros países o regiones de manera que podrían producir a menores costos y con mejor calidad, esto finalmente dividió a los países, algunos especializados en bienes industriales y otros en bienes primarios o agrícolas (Asociación Equipo Maiz, 2008). Precisamente esta teoría justifica en gran medida este trabajo investigativo basándose en el aprovechamiento de los amplios recursos frutícolas que tiene el territorio colombiano con respecto a otras regiones del mundo y por otra parte adoptando el concepto de comercio que se encuentra explícito en el problema investigativo.

Marco Conceptual

Es importante definir o aclarar algunos conceptos importantes para el presente trabajo investigativo, esto con el fin de dar mayor claridad a los lectores y que de esta forma su proceso de interpretación y análisis sea aún mayor. A demás, son conceptos importantes para tener en cuenta por aquellos lectores que no hacen parte o no tienen amplios conocimientos de la rama investigada:

Deshidratación de frutas:

Según Laureña, (2018), este procedimiento consiste en calentar la fruta fresca de algún modo que permita evaporar la mayor parte del agua que contiene y lo que ancestralmente se hacía exponiendo las frutas al calor del sol, hoy en día consiste en utilizar túneles de secado, donde se hace pasar aire caliente con una humedad relativa controlada a través de la fruta o sobre ella para retirar el agua. Dicho procedimiento trae consigo algunos beneficios, por ejemplo, De Michelis Y Ohaco, (2015) explican que la deshidratación añade valor agregado a la materia prima utilizada,

bajando los costos de transporte, distribución y almacenaje por la reducción de peso y volumen del producto que se produce.

Ventaja comparativa:

El término de ventaja comparativa es planteado por el economista inglés David Ricardo, que según las palabras de Porter, (1982), es un concepto por medio del cual,

“se reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes”

Canales de Comercialización:

Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo (Stern, 1998). Estos autores explican que los canales de distribución son uno de los factores más importantes para que los productos puedan ser reconocidos, adicionalmente estos pueden proporcionar un buen servicio al cliente y lograr ventajas competitivas sostenibles para las empresas.

Agroindustria:

Según Redacción Calero, (2020), La agroindustria es el subsector económico que se encarga de la producción para su posterior comercialización de todo tipo de productos agropecuarios y forestales. Por otra parte, la FAO, (2010) indica que las agroindustrias constituyen un medio para transformar materias primas agrícolas en productos con valor añadido generando ingresos y oportunidades de empleo y contribuyendo al desarrollo económico global.

Permiso Sanitario:

Es el documento expedido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima, por el cual se autoriza a un microempresario para fabricar y vender alimentos de consumo humano, en el territorio nacional, exceptuando los alimentos mencionados en el artículo 1°. (INVIMA, 2021)

Hábitos de Alimentación Saludable:

Son aquellas prácticas de consumo de alimentos por medio de las cuales las personas seleccionan su alimentación en función de mantener una buena salud. Esto incluye adoptar un patrón de consumo que incluya todos los grupos de alimentos. (Hidalgo, 2012)

Diversificación:

La diversificación es el resultado de la acción de diversificar. Este verbo, por su parte, se refiere a hacer que aquello que tenía uniformidad o que carecía de variantes, pase a ser variado y heterogéneo. Diversificar, en otras palabras, es aportar diversidad (pluralidad). (Julian Perez Porto, 2015)

Marco Legal

El Ministerio de Salud y Protección Social, bajo la resolución 3919 de octubre del 2013 establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y bebidas o zumos, pulpa o concentrados de fruta o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. (Minsalud, 2013). Resolución de la cual se desglosan aspectos como: condiciones sanitarias para el procesamiento de frutas y productos similares, y el envase, rotulado y publicidad de los mismos productos.

El Ministerio de Salud y Protección Social, también establece bajo la resolución 719 de marzo del 2015, la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública, donde las frutas deshidratadas se clasifican en el numeral 4.2.2 con riesgo tipo B o bajo. A partir de esto, se tramita ante el INVIMA la notificación sanitaria.

“Notificación Sanitaria: Es el documento público emitido como una actuación administrativa que expide el INVIMA y por el cual faculta al titular del mismo a elaborar, comercializar, importar, exportar, envasar, procesar, hidratar y vender los productos que lo requieran de acuerdo con la normatividad a los productos de bajo riesgo según la resolución 719 de 2015.”

Para la obtención de dicha notificación sanitaria se debe presentar ante el INVIMA el Formato único de Alimentos registros Sanitarios o Permiso Sanitario o Notificación Sanitaria y trámites asociados (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015), además en Colombia el Decreto 3075 de 1997 y la Resolución 2674 de 2013 regulan las actividades que puedan generar condiciones de riesgo por el consumo de alimentos para todas las fábricas y establecimientos donde se procesen y comercialicen alimentos, incluyendo las plantas de procesamiento de frutas y hortalizas para el consumo humano, estos establecimientos deberán inscribirse ingresando al Formato Único de Inscripción de establecimientos de la Dirección de alimentos y bebidas Web, así mismo indicar el número de inscripción en el formato de Solicitud. (INVIMA, 2021)

Bajo la misma Resolución 2674 de 2013, el Ministerio de Salud y Protección Social establece que los establecimientos dedicados a la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, distribución, comercialización y expendio de frutas, hortalizas, granos o cereales secos deberán cumplir las condiciones generales en cuanto a ubicación, instalación sanitaria, agua potable, equipos y utensilios y personal manipulador, quienes deben de cumplir a su vez con los siguientes requisitos:

- Contar con un reconocimiento médico y su respectiva certificación médica.

- Tener formación en educación sanitaria, principios básicos de buenas prácticas de Manufactura, prácticas higiénicas en manipulación de alimentos.
- Cumplir con todas las Prácticas higiénicas y medidas de protección como uniforme, aseo personal, actitudes durante el procesamiento.

De esta manera, el establecimiento u organización debe contar con un plan de saneamiento básico que garantice el correcto manejo y disposición de los residuos sólidos y líquidos generados durante el procesamiento; el manejo integrado de plagas, la calidad del agua y la realización de los protocolos de limpieza y desinfección. (Juan Quiceno Rico, 2019)

Colombia se ve acogido al Codex Alimentarius, un conjunto de normas internacionales de los alimentos fomentado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), esto mediante el decreto 977 de 1998 emitido por el Ministerio de Salud Pública. (Minsalud, 1998)

En cuanto el rotulado y etiquetado del producto, este debe ir acorde a lo dispuesto en la norma NTC 512-1 de 2007, la cual establece los requisitos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios para consumo humano. (ICONTEC, 2007). También el INVIMA establece bajo la Resolución 5109 de 2005 el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. (INVIMA, 2006).

2. Metodología

La investigación será de tipo documental, debido a que únicamente se tendrá en cuenta investigaciones o trabajos de otros autores sobre la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack, sin adoptar ningún otro tipo de técnica como encuestas, entrevistas, etc. En este sentido, en la investigación se aplicará el método inductivo, ya que se parte de la revisión de literatura de varios trabajos como el de Jimenez Jose, (2012), sobre el procesamiento y comercialización de fruta deshidratada o el de Sierra Peñuela Juan, (2011), sobre la creación de una empresa productora y comercializadora de fruta deshidratada, entre otros, además estudiando conceptos como la ventaja comparativa, los canales de comercialización y el proceso como tal de la deshidratación de fruta con el fin de llegar finalmente a una conclusión general.

Se tendrán en cuenta únicamente fuentes secundarias, pues la investigación estará basada en el análisis de documentos extraídos de repositorios institucionales, artículos de revista, bases de datos como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), resoluciones o decretos extraídos de la página del Ministerio de Salud y Protección Social (MinSalud) y organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las

Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO); además , se usarán también otras bases de datos como Google Scholar, Legiscomex, EBSCO entre otras.

En este caso no es necesario aplicar delimitación de tiempo ya que no se pretende estudiar la comercialización de frutas deshidratadas en un periodo de tiempo determinado, por el contrario, se tiene la idea de analizar el tema a lo largo del tiempo y así recolectar más información, pues no se tiene mucha de esta de un periodo delimitado. Por otra parte, la delimitación territorial es Colombia ya que ayuda a limitar mejor la información y se pueden obtener mejores resultados al final de la investigación, además es el contexto en el cual vivimos y es más fácil analizar la cultura y costumbres propias en comparación con un país o lugar del extranjero, por otra parte, nacionalmente se cuenta con algunas fuentes de información sobre la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack y productos saludables.

De acuerdo con lo anterior se plantea el siguiente cronograma:

Tabla 1. Cronograma

Tiempo (Mes – Semana)	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de información sobre la comercialización de frutas deshidratadas en Colombia	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Análisis documental sobre proyectos de procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas en Colombia			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Revisión de literatura sobre proyectos de procesamiento y comercialización de frutas deshidratadas en Colombia			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Presentación de estrategias (Mejora de la comercialización del producto en Colombia)																	■	■	■	■				
Redacción del documento final																					■	■	■	■
Entrega Final del documento																					■	■	■	■

Elaboración Propia de los autores.

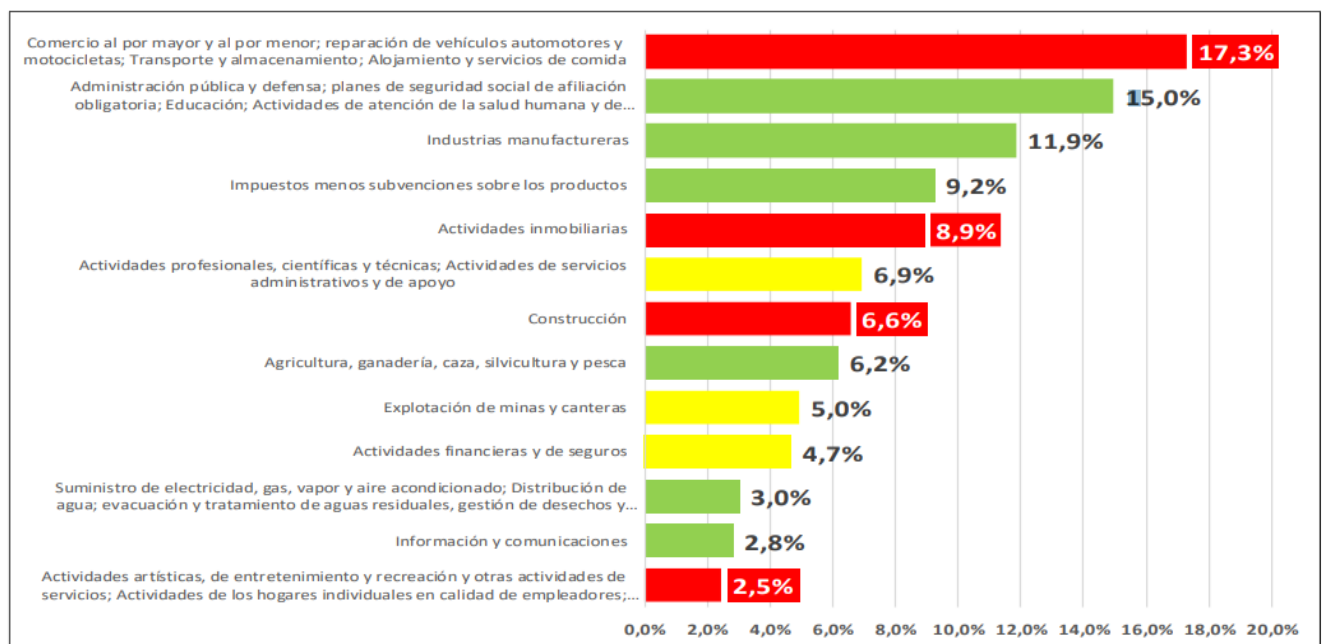
3. Resultados y/o Hallazgos

Para efectos de este análisis sobre la problemática en la comercialización de las frutas deshidratadas tipo snack en Colombia, se hace una revisión de investigaciones realizadas por distintos autores en las que se destacan aspectos relevantes como: La producción, la oferta, la demanda y hábitos de consumo, la normatividad y el financiamiento a las empresas.

Analizar la producción de fruta es un aspecto importante ya que influye en la disponibilidad de materia prima para su procesamiento y permite el abastecimiento teniendo en cuenta tanto la cantidad como la variedad de la que dispone el sector agrícola en el país, para el procesamiento y la comercialización de forma deshidratada tipo snack,

Analizando un estudio acerca de la producción del sector agrícola en Colombia, según el informe oficial del mercado laboral, en Colombia 3'095.000 personas se dedican a la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, lo que representa un 17% del total de la fuerza laboral del país Portafolio, (2020), aportando así el 6,2% al PIB en 2019 según cifras oficiales de Supersolidaria.

Gráfico 1: Participación en el PIB desde el enfoque de la producción según ramas de actividad económica CIU Rev. 4 A.C. 2019



Fuente: (Supersolidaria, 2020)

Según el gráfico anterior, se encuentra que existen otras actividades económicas que aportan en mayor medida al PIB de Colombia en comparación con las actividades agrícolas, a pesar de la ventaja que tiene el país por sus suelos especiales para la siembra y el cultivo de diferentes variedades de frutas, la baja productividad puede representar un problema en la comercialización

ya que hay una alta dependencia de este sector que puede generar la falta de abastecimiento suficiente de materias primas para el procesamiento de la fruta si el sector no tiene una participación más activa como las actividades de industrias manufactureras o de servicios.

En cuanto a la producción y crecimiento del sector agropecuario, según el DANE, en el primer trimestre del 2020 se presentó un aumento del 6,8% respecto al mismo periodo del año anterior, según el ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Rodolfo Zea Navarro, esto se debe al trabajo con los productores y con las estrategias de financiamiento, emprendimiento y comercialización que han implementado. Por otra parte, según el informe del DANE, el crecimiento se debe a los resultados logrados en actividades específicas como: Pesca y acuicultura (31,5%); Cultivos transitorios, permanentes y otros (8,6%); Ganadería (7,1%); y Silvicultura y extracción de madera (2,6%). Donde los principales cultivos fueron plátano (35%); maíz (29,4%); arroz (20,9%); huevo (13,4%); y papa (11,2%). (Minagricultura, 2020)

Según la investigación anterior, se logra identificar que el sector agrícola es un pilar importante de la economía colombiana, un sector que creció a pesar de la llegada del Coronavirus al país, sin embargo, entre los cultivos que han aportado a este crecimiento no se evidencia un crecimiento en la actividad frutícola, lo que puede generar un problema en el abastecimiento de materia prima para su procesamiento que impacte en la comercialización de fruta deshidratada tipo snack, por el contrario, los cultivos transitorios como los cereales, la papa y el plátano son la principal materia prima para los snacks tradicionales, mercado con alta demanda, fuerte competencia con economías de escala, precios, tecnología, mejor calidad, know how del producto y mayor acceso a los canales de distribución, generan una dificultad y desafíos para aquellos nuevos comercializadores que quieran empezar y entrar al mercado con la fruta deshidratada tipo snacks.

En el siguiente gráfico, se relacionan las regiones con más participación en la agricultura colombiana, como son los departamentos del Valle del Cauca, Antioquia, y Nariño, entre otros, y aunque la producción principal es de tubérculos y plátano, en segundo lugar, están las frutas con un porcentaje de participación relevante:

Gráfico 2: Área, Producción y Rendimiento Agrícola en Colombia.



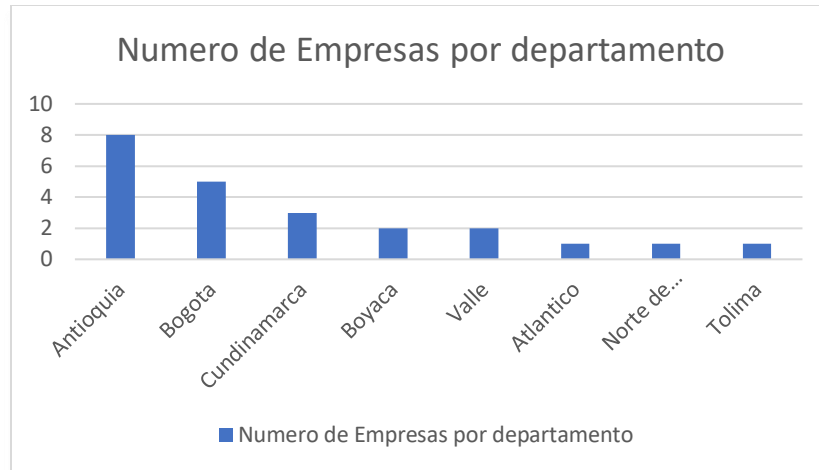
Fuente: (Delgado, 2015)

Con respecto a la información anterior se observa que, debido a la participación de cultivos de fruta en varios departamentos del país, puede facilitar a los comercializadores de fruta deshidratada tipo snack, el abastecimiento constante de frutas, la posibilidad de no depender de un solo proveedor y de suplirse de otros proveedores en caso de escases.

Investigar acerca de la oferta es también un aspecto relevante para la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack en Colombia, ya que permite analizar la cantidad de fruta deshidratada que los productores ponen a disposición del mercado a un precio determinado.

Según El Economista, (2021) en Colombia se encuentran actualmente 22 empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutas deshidratadas, ubicadas en su mayoría en el departamento de Antioquia seguido de Bogotá y Cundinamarca, y en otras ciudades cuentan con la presencia de 1 o 2 empresas.

Gráfico 3: Número de empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutas deshidratadas por departamento.



Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de (El Economista, 2021)

En el anterior gráfico se evidencian pocas empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutas deshidratadas a nivel nacional.

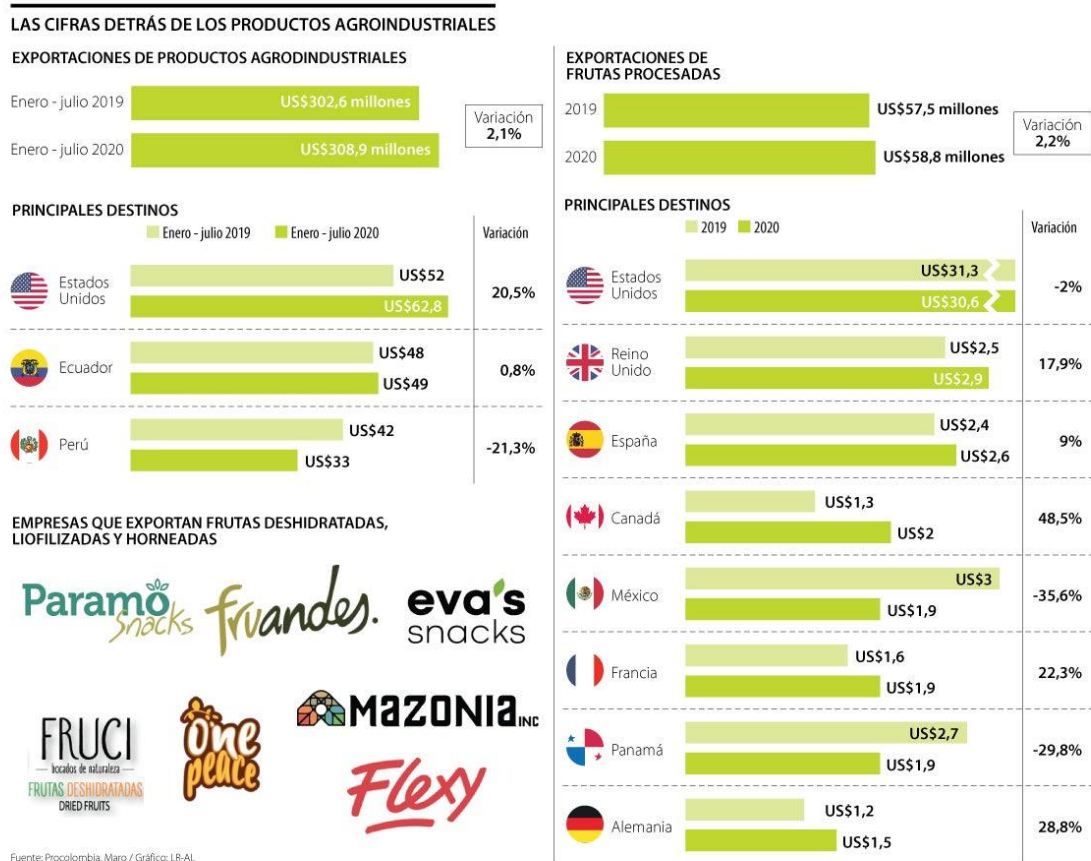
En cuanto a la oferta de frutas procesadas, Ramiro Villamizar Hernández, experto en el sector frutícola y quien hasta hace unos años se desempeñó como director regional de Asociación Hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol), manifestó que Norte de Santander tiene un gran potencial en la producción de fruta. Según Procolombia, Colombia tiene gran acogida en la exportación de fruta deshidratada y sus principales países de destino son Estados Unidos, con US\$31,4 millones (51,2% de participación); Reino Unido, con US\$4,5 millones (7,4 %); Alemania, con US\$3,1 millones (5,1 %); Países Bajos, con US\$3 millones (4,9 %) y Francia, con US\$2,6 millones (4,2%).

Tangua, (2018) menciona que, entre las frutas procesadas, en Colombia sobresalen las exóticas como la uchuva y la pitaya; y otras tropicales como el banano, la papaya y el mango, solo por nombrar algunas. Las uchuvas, papayas, fresas y duraznos son de Norte de Santander y productos como la piña y manzana vienen de Santander y Boyacá, respectivamente. Esto demuestra una facilidad que tienen los productores o comerciantes colombianos para ofrecer en el mercado, frutas procesadas de diferentes variedades, adaptando el producto de una manera más fácil a los diferentes gustos de los consumidores.

Por su parte, Sanchez, (2020) en su artículo publicado para el diario La República en el portal Agronegocios, menciona que la exportación de frutas deshidratadas, liofilizadas y horneadas desde Colombia movió USD 58,8 millones en el 2020, lo que demostró un crecimiento del 2% a comparación del 2019. El principal destino de estas exportaciones fue Estados Unidos quien compró hasta septiembre de 2020 unos USD 30,6 millones, luego se encuentran otros compradores importantes como Reino Unido, España, Canadá y México. En este caso el producto proviene en su mayoría de regiones como Antioquia, Valle del Cauca, Bogotá, Risaralda y Caldas, donde se encuentran ubicadas empresas como Paramo Snacks, Fruandes, Eva Snacks, Fruci, One Peace,

Amazonía Liofilizados, Flexy, entre otros. Dichas empresas apuestan por la producción de frutas procesadas, entre ellos algunos liofilizados como la caña de azúcar en polvo, jengibre en polvo y aguacate en polvo. Productos que provienen, en su mayoría, de regiones como Antioquia, que en 2020 despachó USD 17,9 millones, Valle del Cauca USD 13,6 millones y Bogotá USD 9 millones.

Gráfico 4: Exportaciones de productos agroindustriales – frutas procesadas.



Fuente: (Sanchez, 2020)

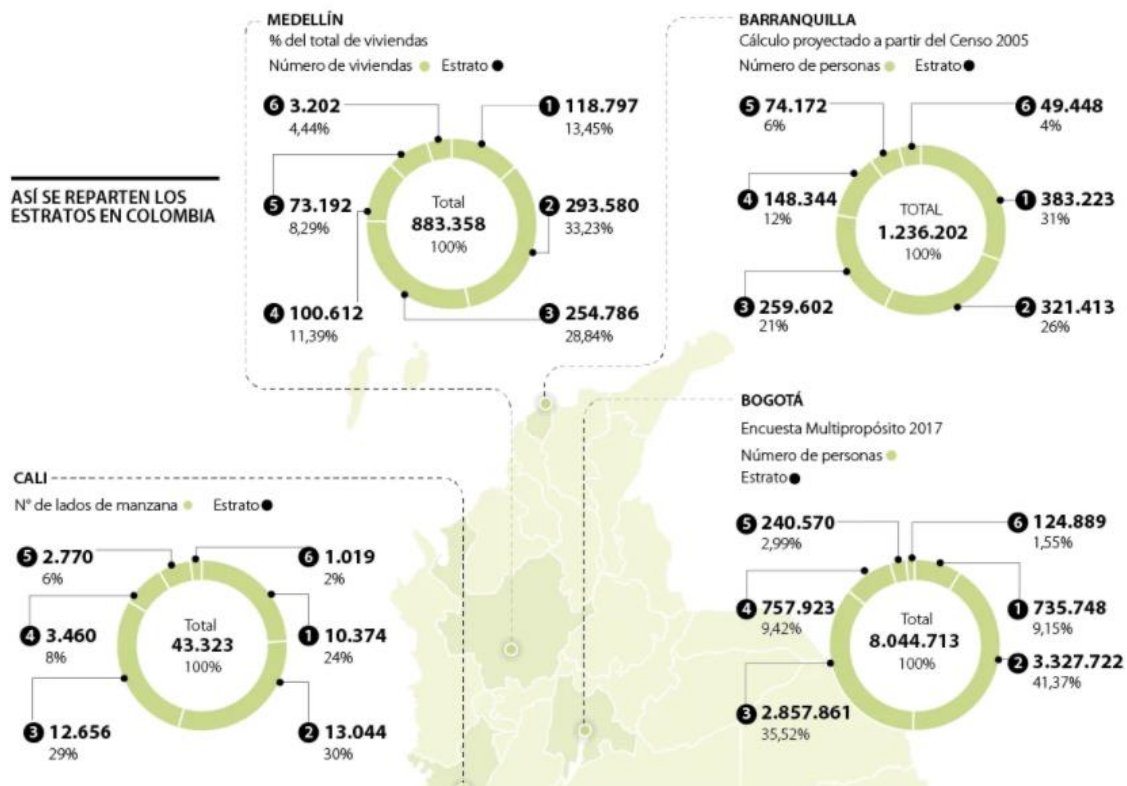
Con las anteriores investigaciones acerca de la oferta, se evidencia un problema para la comercialización de frutas deshidratadas en Colombia, ya que frente a la poca cantidad de productores y una gran cantidad de las frutas procesadas (exóticas y tropicales) es exportada a países europeos y del hemisferio norte debido a su alta demanda, la oferta actual resulta insuficiente a nivel nacional frente a las demandas potenciales que vayan surgiendo en el mercado internacional al que las empresas nacionales destinan sus productos de frutas procesadas a la exportación. Además, dichas exportaciones requieren materia prima de alta calidad y al aumentar las exportaciones, los comerciantes internacionales comienzan a adquirir mayores cantidades de

fruta lo que reduce las opciones de que una empresa que comercializa nacionalmente sus productos se abastezca de fruta de calidad para el procesamiento.

Por otra parte, la ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional al precio, por lo tanto, a medida que aumenta la oferta de exportación de frutas procesadas, los precios del producto aumentan tanto a nivel nacional como internacional, desestimulando el consumo de frutas deshidratadas en Colombia a causa del alza en los precios.

El análisis de la demanda es importante en la comercialización ya que permite identificar cuáles son los factores que afectan los requerimientos del mercado de frutas deshidratadas y cómo influyen en la compra del producto, y la posibilidad de satisfacer dicha demanda de acuerdo a la aceptación y preferencias de los consumidores frente a las frutas deshidratadas.

Gráfico 5: Mapa de estratos económicos en las grandes ciudades de Colombia.



Fuente: (La República, 2019)

Tabla 2: Consumo de alimentos entre comidas según el nivel socioeconómico en Colombia.

	NSE ALTO	NSE MEDIO	NSE BAJO
BEBIDAS	42%	44%	48%
PANADERIA/ PASTELERIA/GALLETERIA	21%	30%	31%
FRUVER	25%	17%	15%
PASABOCAS	5%	4%	3%
POSTRES	2%	2%	2%
PREPARADOS SALADOS	3%	2%	2%
DELIKATESSEN	1%	1%	1%

Fuente: (Trocel, 2021)

Según el artículo publicado por la revista El Espectador (2017), en las principales ciudades del país existen unos malos hábitos alimenticios que afectan la salud de la población, mencionan que Bogotá es la ciudad con mayor consumo de sal, bebidas azucaradas, grasas saturadas, embutidos, comidas rápidas y dulces y, por el contrario, hay un bajo consumo de cereales integrales, frutas y lácteos. Medellín por su parte presenta altos índices en el consumo de grasas saturadas, embutidos, comidas rápidas y bebidas azucaradas, lo que contrasta con el bajo consumo de frutas y verduras. De igual manera en otras ciudades como Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Santa Marta tienen índices de consumo altos en comidas que afectan la salud, aun sabiendo que en Colombia se cosechan gran variedad de frutas y verduras, estas ciudades, así como Medellín, tienen bajos índices de consumo de estos alimentos, especialmente en Bucaramanga, donde el 90% de la población no las come con regularidad. (El Espectador, 2017)

Según Leyton (2019) para el año 2012 el “Perfil Nacional de Consumo de Frutas y Verduras” reportó que en Colombia el consumo de estos alimentos era poco, unos 94 gramos de fruta y 50 gramos de verduras y hortalizas diarios por persona, lo cual se encuentra por debajo de lo sugerido por la Organización Mundial de la Salud, ya que debería ser como mínimo 400 gramos de frutas y hortalizas al día por persona. (Minsalud, 2021). Esto demuestra unos malos hábitos alimenticios en Colombia que según Trocel (2021) han ido cambiando, ahora los colombianos se inclinan por opciones más nutritivas, convenientes y asequibles, los alimentos preferidos por los colombianos entre las comidas incluyen bebidas (45%), productos de panadería (28%) y frutas y verduras (18%).

Según la tabla 2, se analiza que las frutas y verduras se consumen más en hogares con niveles socioeconómicos altos, sin embargo, en el gráfico 5, muestra que, en las ciudades más grandes de Colombia, la mayor cantidad de estratos socioeconómicos pertenecen a los estratos 1, 2, 3 y 4 siendo estos los estratos medios y bajos, donde analiza que sus hábitos alimenticios están más orientados al consumo de productos de panadería como el pan, la pastelería y las galletas.

El factor socioeconómico representa un problema en la comercialización de la fruta deshidratada tipo snack debido a que este producto requiere de un proceso de transformación y empaque que genera un impacto en el precio elevado del producto, donde es más asequible para consumidores de estratos altos, teniendo así las empresas que trabajar en estrategias de desarrollo

de mercado para cumplir con los requerimientos de precios si se quiere llegar a estratos medio y bajo donde genere inclusión y acceso al producto, o en la estrategia de expansión del producto al mercado internacional, para lo que se hace es necesario que las empresas realicen un buen estudio de mercados internacionales y de los mercados de destino objetivo.

Los hábitos alimenticios de los consumidores nacionales también son una problemática para la comercialización de frutas deshidratadas, ya que al analizar las anteriores investigaciones muestran que sus preferencias son hacia las comidas chatarra, bebidas azucaradas, y demás alimentos que no aportan a una buena alimentación, cambian sus hábitos de compra y no generaría un interés en la compra de frutas deshidratadas tipo snack.

Actualmente en Colombia, se encuentra en debate la aprobación del proyecto ley 167 o mejor conocido como “ley de la comida chatarra” por medio de la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles como cáncer, diabetes, problemas cardiovasculares y respiratorios. Gracias a este proyecto los fabricantes deberán poner en sus empaques etiquetas frontales que indiquen si el producto es alto en grasas saturadas, azúcares, etc. para que el consumidor pueda tomar una decisión de compra más consciente y mejoren los indicadores de salud alimentaria en el país (Tabares, 2021); (Semana, 2020)

Esta “ley de la comida chatarra” es una oportunidad para la comercialización de snacks saludables, ya que los productos poco saludables se diferenciarían por tener una etiqueta grande que diga por ejemplo “alto en azúcar”, sin embargo, los snacks de fruta deshidratada al ser completamente saludables no tendrían ninguna de estas etiquetas, haciendo saber a los consumidores que el producto es bueno para su salud y así estos snacks pueden tener mayor aceptación o demanda en el mercado nacional. Mientras es aceptada esta Ley de la comida chatarra en Colombia, se analiza un problema actual para la comercialización, debido a que la gran mayoría de los consumidores colombianos no son muy exigentes, no se fijan en la tabla nutricional de los diferentes alimentos que comen a diario o si la llegan a leer no comprenden los valores y componentes allí expuestos tal y como lo evidenció un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud (INS), donde se encuestaron 164 personas, de las cuales el 73% es decir 119 personas, saben de la existencia de la etiqueta nutricional, pero solo 33 personas que representan el 38% las leen y 3 personas o el 3% de los encuestados las comprende (Suárez, 2019). Esto finalmente no permite destacar los atributos saludables de las frutas deshidratadas tipo snack, reduciendo las posibles ventas y aumentando la competencia contra los snacks tradicionales en un mercado que tiene poca conciencia a la hora de comprar sus alimentos.

En su artículo publicado para el periódico El Tiempo, Polo (2021) habla sobre la transición de los pasabocas hacia algo más gourmet y saludable en Colombia, mediante la oferta de alimentos como los snacks de fruta liofilizada, aclarando que muchos de estos nuevos snacks saludables pueden ser más costosos que los snacks tradicionales como los de Yupi, Super-Ricas, Ramo, etc. lo que finalmente puede representar un problema para la comercialización de los snacks saludables de fruta deshidratada, pues según la ley de la demanda, a menor precio mayor será la demanda del

producto por parte del mercado, quienes consumirán entonces más snacks tradicionales en vez de los snacks de fruta procesada.

Sánchez (2019) realizó en dicho año un estudio de mercados sobre el procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos para Medellín, donde afirma que las frutas, hortalizas y legumbres procesadas son muy apetecidas por el mercado europeo, pero en el caso de Colombia, la demanda supera la producción interna por lo que se hace necesario importar estos productos. Además, resalta las grandes oportunidades de las frutas tropicales y exóticas que se producen en Colombia, pues estas no se pueden producir en gran parte del hemisferio norte (Europa, Asia y Norte América).

Por su parte, López (2020) menciona que Colombia importa grandes cantidades de manzanas, peras, uvas y kiwis desde Chile, debido a que en este país producen estas frutas con alta calidad, además de la gran aceptación de dichos productos por parte del mercado colombiano.

Esto demuestra que a pesar de la capacidad de producción que tiene el país, en Colombia se consumen productos importados, siendo esto un problema para los oferentes nacionales quienes compiten contra un producto extranjero que en muchas ocasiones puede ser más económico. Aunque las frutas importadas de países con los que Colombia tiene acuerdo comercial no pagan arancel y están exentas de IVA, el tipo de cambio impacta en el precio de la fruta importada lo que puede representar para las empresas dificultades en la comercialización de frutas deshidratadas aumentando los costos de la materia prima para el abastecimiento de la misma. También, nuevamente se analiza el problema en la comercialización de frutas deshidratadas debido a la alta aceptación de las frutas tropicales y exóticas colombianas en los mercados del hemisferio norte, pues dicha aceptación fomenta la exportación de frutas debido a que se obtiene mayor rentabilidad por la venta en el exterior, reduciendo así la disponibilidad de materia prima para la producción de snacks de fruta deshidratada o la disponibilidad del producto terminado a nivel nacional.

La normatividad es un factor de suma importancia que se debe analizar en la comercialización de la fruta deshidratada, pues gracias a esto se conocen las diferentes leyes, decretos o resoluciones que faciliten o impidan la comercialización a nivel nacional, ya que existen normas o certificaciones que por su rigurosidad y costo pueden convertirse en un obstáculo para la creación de empresas dedicadas a la comercialización de estos productos procesados, también se puede analizar la facilidad para aplicar dichas normas en el sector agrícola y de esta manera el sector puede ser más o menos eficiente.

Hablando entonces desde el punto de vista normativo y legal, un factor no muy positivo para la comercialización de las frutas a nivel nacional son los costos de las certificaciones como la Notificación Sanitaria para la comercialización del producto, ya que una sola certificación puede tener un valor aproximado de entre 3 y 4 millones de pesos más los gastos de contratación de una persona especializada en el tema, lo que limita a algunas MIPYMES frente a su capacidad financiera en la obtención del certificado y así realizar sus ventas.

Para la comercialización de frutas deshidratadas tipo Snack a nivel nacional es necesaria la obtención de la notificación sanitaria de los productos deshidratados, clasificados de bajo riesgo en la resolución 719 de 2015, el INVIMA establece las siguientes tarifas dependiendo del número de variedades a inscribir en el formulario:

Tabla 3: Costos por concepto de la notificación sanitaria ante el INVIMA.

Código	Concepto	UVT	Tarifa \$ COP
2300	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (variedades de 1 a 10)	82.58	\$ 2,998,315
2301	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 11 a 20)	90.92	\$ 3,301,124
2302	Notificación Sanitaria de Alimentos "NSA" de Bajo Riesgo (Variedades de 21 en adelante)	108.43	\$ 3,936,877

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de: (INVIMA, 2021)

Según la información anterior es posible afirmar que las tarifas establecidas por el INVIMA pueden convertirse en un obstáculo para que los diferentes emprendimientos o empresas PYMES desarrollen un proyecto enfocado en la producción y comercialización de frutas deshidratadas tipo snack en Colombia, pues requiere de recursos financieros para hacer estas inversiones.

Además, según Araújo (2019) en su artículo publicado para el medio Razonpublica.com, “En el sector Agro hay un exceso de normas e instituciones dispersas y con poca presencia territorial. Eso ha creado confusión normativa, duplicidad de funciones, dispersión de recursos y falta de coordinación institucional.” Algo que al parecer lleva mucho tiempo sin cambiar, pues podemos encontrar un artículo de 1996 publicado por el periódico El Tiempo, donde mencionaban que el exceso de normas, leyes, decretos y resoluciones tenía despistado al sector agropecuario y que el caso más común de tramitología se presentaba con el programa de reforma agraria, donde un campesino debía establecer contacto con por lo menos diez entidades diferentes (El Tiempo, 1996). Esto se puede analizar como una problemática frente a la comercialización de frutas deshidratadas, pues hay mucha tramitología y normatividad que un emprendedor debe tener en cuenta para el desarrollo de su negocio, estos trámites requieren cierto tiempo e inversión, lo que reduce la creación de empresas o proyectos que oferten fruta deshidratada en el mercado nacional.

El factor financiero debe ser considerado en el análisis de las posibles problemáticas para la comercialización de fruta deshidratada tipo snack, ya que por medio de este análisis se puede dar cuenta de que tan costoso es crear un emprendimiento que apoye la oferta de las frutas procesadas

en Colombia, así como el apoyo del estado a dichos emprendimientos para que desarrollen sus negocios y mejoren el desarrollo del sector agrícola.

En cuanto a la parte financiera que se debe tener en cuenta para la creación o puesta en marcha de un emprendimiento basado en fruta deshidratada, Los autores Katrina Paola Del Carmen Duran Gutierrez (2019) realizaron un trabajo titulado “Construcción y puesta en marcha de una planta procesadora de productos derivados de frutas”, donde hicieron el análisis de inversión para el proyecto, obteniendo así que para la adquisición de los equipos la inversión estaría alrededor de unos 48 millones de pesos y para todo el proyecto teniendo en cuenta aspectos como compra de terreno y licencias, construcción de las instalaciones, compra y montaje de equipos, alistamientos de arranque y puesta en marcha de operaciones, el presupuesto estimado es de \$ 373’859.102 pesos. Todo lo anterior sin tener en cuenta los gastos en recursos humanos para la operación del proyecto.

En páginas web como Mercado Libre, se pueden encontrar maquinas deshidratadoras industriales por 10 bandejas entre \$ 1’500.000 y 2’100.000 pesos, estas tienen una capacidad de deshidratar entre 3.600 a 4.000 gramos de fruta por tanda y cada tanda dura en deshidratación entre 7 y 8 horas, dando como resultado alrededor de unos 400 gramos de fruta procesada. Teniendo en cuenta que la presentación más común de estos productos es en paquetes por 20 gramos, serían en total unas 20 unidades de producto terminado. Esto nos permite tener una referencia en cuanto a tiempo e inversión para una cierta cantidad de fruta deshidratada que se quiera producir.

El cálculo anterior se basa en una extrapolación de datos e información tomada del trabajo realizado por Novoa (2013), titulado “Microempresa de producción y comercialización de fruta deshidratada en Bogotá”, en el cual se hace un cálculo de la inversión necesaria para la creación de dicha microempresa, obteniendo como resultado un capital requerido de \$15’350.000 pesos, sin embargo aquí no tienen en cuenta costos de formalización de la empresa, licencias o permisos sanitarios, entre otros aspectos básicos para la comercialización del producto en Colombia.

Según lo anterior, para el procesamiento de la fruta se requiere implementar tecnología y acceder a ella requiere de cierta inversión financiera a la que pocas empresas tienen acceso según una investigación realizada por el Instituto Global McKinsey, donde mencionan que el 62% de las MIPYMES colombianas no cuentan con acceso a préstamos financieros, siendo estos claves para su crecimiento y desarrollo (El Espectador, 2018). A demás, teniendo en cuenta otros costos como el personal, los servicios y los gastos en normatividad, el resultado es un problema para el desarrollo de la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack en Colombia ya que se vuelve poco atractivo para los emprendedores el desarrollar una empresa o proyecto dedicado a la comercialización de estos productos.

4. Conclusiones y/o recomendaciones

A continuación, se presentan las conclusiones de la investigación sobre la problemática para la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack en Colombia, dichas conclusiones están basadas en los resultados y hallazgos antes expuestos donde se trataron factores importantes en la comercialización de cualquier producto como la producción, la oferta, la demanda y los hábitos de consumo, la normatividad en torno al producto y la parte financiera para la comercialización a nivel nacional.

En cuanto a la producción de fruta en Colombia, el sector agrícola tiene un alto potencial para su óptimo desarrollo debido a las condiciones de los suelos y climas que permiten una producción constante de diferentes variedades de frutas en los diferentes departamentos, sin embargo, su aporte al PIB demuestra que no se está aprovechando al máximo esta ventaja comparativa, lo cual puede dificultar el abastecimiento de materia prima para las empresas que se dedican a la comercialización de frutas procesadas como los snacks de fruta deshidratada. Además, la producción de cultivos transitorios como la papa y el cereal son mayores a la producción de fruta, generando un entorno muy competitivo contra los snacks tradicionales basados en dichos cultivos transitorios. Para mejorar el abastecimiento de la materia prima y así contribuir a la comercialización de frutas deshidratadas tipo snack, los productores colombianos deben buscar alternativas para dicho abastecimiento, por ejemplo, por medio de importaciones de frutas, el uso u aprovechamiento de la fruta que resulta como descarte de las exportaciones o la creación de un cultivo propio para controlar la producción y abastecimiento de fruta para el procesamiento.

La oferta de frutas deshidratadas en el país no es suficiente debido a las pocas empresas dedicadas a la producción y comercialización de estos productos, además, la mayoría de las empresas que comercializan frutas procesadas encuentran mayor atractivo en exportar sus productos debido a la alta demanda de frutas tropicales y exóticas por parte de los países europeos y del hemisferio norte, por otra parte estas exportaciones son pagadas en otras divisas que dejan mayores rendimientos a las empresas colombianas y a su vez el incremento de las exportaciones aumenta la demanda de materia prima y el precio del producto a nivel nacional e internacional, lo que afecta directamente a las empresas que buscan comercializar el producto en Colombia. Dicho problema se puede subsanar con la ayuda de diferentes entidades públicas y privadas, que mediante ferias fomenten la creación y el conocimiento de empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutas deshidratadas en Colombia y mediante la búsqueda de incentivos por parte del gobierno, que ayuden de manera económica a estas empresas para obtener mayores rendimientos.

La demanda de fruta en Colombia es baja, ya que los consumidores en su mayoría de estratos medios y bajos consumen en mayor medida otro tipo de alimentos altos en grasas y calorías, estos hábitos de consumo afectan la posibilidad de lograr altas ventas de frutas deshidratadas tipo snack, además el precio es un factor importante ya que el procesamiento y acondicionamiento de la fruta

para la comercialización puede elevar el costo de los snacks, haciéndolo poco atractivo si se compara con la oferta de snacks tradicionales como las papas o cheetos a un precio más bajo. Ante estos problemas en la comercialización debido a la poca demanda, se encuentra una oportunidad gracias a la “ley de la comida chatarra” que puede mejorar los hábitos alimenticios de los colombianos y el reconocimiento de los snacks saludables en el mercado, sin embargo, también hace falta mejorar las condiciones locales para los oferentes ya que esto puede reducir el precio de los snacks de fruta deshidratada y aumentar la demanda de los mismos. Por parte de las empresas es recomendable ejecutar un buen plan de marketing basado en estrategias de segmentación de mercado, que les permita encontrar un nicho de potenciales consumidores como las personas que van al gimnasio o los diabéticos e hipertensos que deben tener una dieta saludable, también estas empresas pueden implementar una estrategia de promoción que les permita dar a conocer el producto y sus beneficios y así atraer más compradores. Es importante que los oferentes aprovechen las diferentes oportunidades que le da el mercado para hacer crecer la demanda como por ejemplo la tendencia de algunos consumidores a alimentarse de manera más saludable.

Para la comercialización de fruta deshidratada hay que tener en cuenta el cumplimiento de las normas sanitarias, dado que hay una gran cantidad de tramitología para la creación de empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutas procesadas y además las certificaciones requieren cierta inversión a la que no todas las MIPYMES tienen acceso. Esto limita la creación de empresas que ofrezcan snacks de fruta deshidratada en Colombia por lo costosa que es dicha inversión, además aumentan los costos del producto y por ende reduce la demanda debido a que los consumidores no se verán atraídos a comprar un producto costoso a comparación de otros snacks, dejando como consumidores finales a las personas de estratos altos que representan un mercado más pequeño en Colombia. Para mejorar esta situación es recomendable la intervención del gobierno reduciendo la tramitología y costos de las diferentes certificaciones para los productores y comerciantes de frutas procesadas y otorgando beneficios como la exención de pago de tarifas para las microempresas.

En la parte financiera, es evidente el problema para la comercialización de frutas deshidratadas en Colombia ya que la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de frutas procesadas requiere buena inversión debido al costo de las certificaciones, la maquinaria, el personal, etc. y no todas las MIPYMES tienen la capacidad de hacer dichas inversiones. Este aspecto se puede mejorar con la ayuda de diferentes entidades públicas o privadas como los bancos, cooperativas financieras, cajas de compensación, fondos de emprendimiento, etc. que amplíen el acceso a crédito e inversión para las MIPYMES, para que estas puedan encontrar recursos y así suplir sus insuficiencias y desarrollar y hacer crecer sus proyectos.

Finalmente se puede concluir a partir del análisis de los resultados y hallazgos, que en Colombia actualmente existen algunos factores que impiden una comercialización eficiente de frutas deshidratadas tipo snack, a pesar de que la comercialización de este producto puede favorecer a la economía y al desarrollo tanto del sector agrícola como del país, además de mejorar la salud

alimentaria y nutricional de la población. Es necesario que las empresas que se dediquen a la comercialización de fruta deshidratada diseñen estrategias de producto que les permita tener una ventaja frente a la competencia, una estrategia de precio que aumente su cobertura y le permita a nuevos nichos acceder a su producto, también estrategias de distribución para que el producto sea más accesible para el consumidor y tenga menos intermediarios y finalmente estrategias de comunicación para destacar los beneficios y atributos del producto, y de esta manera aumentar su participación en el mercado teniendo en cuenta no solo la capacidad y recursos de la empresa sino también el conocimiento del consumidor para satisfacer sus necesidades.

5. Referencias bibliográficas

Referencias

- Adriana Jimenez Ortiz, M. T. (2013). *ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO CON DESTINO A LA EXPORTACIÓN DE FRUTA DESHIDRATADA AL REINO UNIDO*. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/895/32835432%20-%201045698581.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alejandro Castellanos, M. A. (Agosto de 2017). *Proyecto para exportar piña deshidratada tipo snack a Los Angeles California Estados Unidos*. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/389/1/ABA-spa-2017-Proyecto_para_exportar_pi%C3%B1a_deshidratada.pdf
- Amador, D. C. (16 de Octubre de 2018). *Colombia: Aumenta consumo de alimentos saludables en el país*. Obtenido de <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-aumenta-consumo-de-alimentos-saludables-en-el-pais/>
- Araújo, E. H. (4 de Febrero de 2019). *Los retos del agro en Colombia*. Obtenido de <https://razonpublica.com/los-retos-del-agro-en-colombia/>
- Asociación equipo Maiz, A. B. (2012). *Historia de El Salvador: de cómo la gente guanaca no sucumbió ante los infames ultrajes de los españoles, criollos, gringos y otras plagas*. Asociación equipo Maiz. Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6569/2/658.503%206-H519d-Capitulo%20I.pdf>
- Asociación Equipo Maiz, J. A. (2008). *Libre comercio--: libertinaje de las trasnacionales*. Asociación Equipo Maiz. Obtenido de <https://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6569/2/658.503%206-H519d-Capitulo%20I.pdf>
- Bustamante, L. (2018). *Teorías del comercio internacional - Mercantilismo*. Obtenido de Legiscomex: <https://www.legiscomex.com/Documentos/abccomercio-mercantilismo>
- Daros, W. (2002). ¿Qué es un marco teórico? *Revista Enfoques*, 73-112.
- De Michelis Y Ohaco, A. y. (2015). *DESHIDRATACION Y DESECADO DE FRUTAS, HORTALIZAS Y HONGOS*. INTA EDICIONES. Obtenido de https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta_cartilla_secado.pdf
- Delgado, P. (Martes de Noviembre de 2015). Valle, del Cauca, Antioquia y Nariño, departamentos líderes en producción. *La República*, págs. <https://www.larepublica.co/economia/valle-del-cauca-antioquia-y-narino-departamentos-lideres-en-produccion-2318381#:~:text=Valle%2C%20del%20Cauca%2C%20Antioquia%20y%20Nari%C3%B1o%2C%20departamentos%20%C3%ADderes%20en%20producci%C3%B3n>.
- DNP. (Abril de 2016). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de Perdida y Desperdicio de alimentos en Colombia: https://mrv.dnp.gov.co/Documentos%20de%20Interes/Perdida_y_Desperdicio_de_Alimentos_en_colombia.pdf

- El Economista. (1 de Marzo de 2021). *Empresite*. Obtenido de <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/DESHIDRATADO/>
- El Espectador. (30 de Junio de 2017). *¿Como se están alimentando los colombianos?* Obtenido de <https://www.elespectador.com/cromos/estilo-de-vida/como-se-estan-alimentando-los-colombianos/>
- El Espectador. (16 de Marzo de 2018). *Redacción Economía*. Obtenido de El 62% de las pymes colombianas no tiene acceso a financiamiento: <https://www.elespectador.com/economia/el-62-de-las-pymes-colombianas-no-tiene-acceso-a-financiamiento-article-744870/>
- El Tiempo. (25 de Febrero de 1996). Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-352967>
- Emily C. Crofton, A. M. (2014). Perceptions of healthy snacking among Irish adolescents: a qualitative investigation. *International Journal of Health Promotion and Education*.
- FAO. (Julio de 2010). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Biotecnologías Agrícolas: <http://www.fao.org/biotech/sectoral-overviews/agro-industry/es/>
- Giraldo Ceballos Manuela, Q. A. (2017). *comercialización de frutas deshidratadas*. Obtenido de http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/1600/1/Trabajo%20de%20Grado_2%200765-convertido.pdf
- Hidalgo, K. (6 de Febrero de 2012). *Ministerio de Educación Pública - Costa Rica*. Obtenido de <https://www.mep.go.cr/noticias/habitos-alimentarios-saludables#:~:text=Los%20h%C3%A1bitos%20alimentarios%20saludables%2C%20son,de%20mantener%20una%20buena%20salud>
- ICONTEC. (2007). Obtenido de <https://tienda.icontec.org/gp-industrias-alimentarias-rotulado-o-etiquetado-parte-1-norma-general-ntc512-1-2007.html>
- INVIMA. (29 de Diciembre de 2006). *Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos*. Obtenido de http://normograma.invima.gov.co/docs/resolucion_minproteccion_5109_2005.htm
- INVIMA. (3 de Marzo de 2021). *Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/web/guest/requisitos-tramites>
- INVIMA. (4 de Mayo de 2021). *Tarifas INVIMA 2021*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/web/guest/tarifas>
- Jimenez Jose, M. F. (2012). *Procesamiento y comercialización de fruta deshidratada*. Obtenido de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/8174/N%c3%89STOR%20CONTRERAS%20%28T%29%20Final.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Juan Quiceno Rico, E. B. (Octubre de 2019). *APUNTES SOBRE DESHIDRATACIÓN APLICABLE A FRUTAS Y HORTALIZAS*. Obtenido de SENNOVA:

https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/5798/deshidratacion_frutas_hortalizas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Julian Perez Porto, A. G. (2015). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/diversificacion/>

Katrina Paola Del Carmen Duran Gutierrez, H. S. (2019). *CONSTRUCCIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UNA PLANTA PROCESADORA DE PRODUCTOS DERIVADOS DE FRUTAS*. Obtenido de Repositorio Universidad Piloto de Colombia:
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6313/TRABAJODEGRADO-DURAN%2CROJAS%2CSANTAMARIA-GPV30.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Krauzer, S. K. (2015). *Breve Historia Económica de Colombia*. Obtenido de https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-_breve_historia_economica_de_colombia_ultimo_-_24-11-15.pdf

La Crónica del Quindío. (24 de Julio de 2012). *Reporte Mundial del Menú reveló que opciones de cartas no son apetecibles*. Obtenido de https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-reportes_mundial_del_menu_revelo_que_opciones_de_cartas_no_son_apetecibles-seccion-general-nota-49740.htm

La República. (27 de Mayo de 2019). *Conozca cómo es el mapa de los estratos en las grandes ciudades de Colombia*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032>

Laureña, M. A. (26 de Noviembre de 2018). *¿Es saludable la fruta deshidratada?* Obtenido de <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/es-saludable-la-fruta-deshidratada.html>

Leyton, M. R. (Abril de 2019). *DESAFÍOS PARA EL CONSUMO DE FRUTAS Y VERDURAS*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v19n2/a12v19n2.pdf>

López, J. (9 de Julio de 2020). *MANZANAS Y PERAS, LAS FRUTAS FRESCAS QUE MÁS IMPORTA COLOMBIA DESDE EL AGRO CHILENO*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/aprenda/manzanas-y-peras-las-frutas-frescas-que-mas-importa-colombia-desde-el-agro-chileno-3029027#:~:text=Comercio-,Manzanas%20y%20peras%2C%20las%20frutas%20frescas%20que%20m%C3%A1s,Colombia%20desde%20el%20agro%20chileno>

Minagricultura. (15 de Mayo de 2020). *Ministerio de Agricultura*. Obtenido de El sector agropecuario creció 6,8% e impulsó la economía colombiana en el primer trimestre de 2020:
<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-agropecuario-creci%C3%B3-6,8-e-impuls%C3%B3-la-econom%C3%ADa-colombiana-en-el-primer-trimestre-de-2020-.aspx#:~:text=15%2F05%2F2020-,El%20sector%20agropecuario%20creci%C3%B3%206%2C8%25%20e%20imp>

Minsalud. (29 de Mayo de 1998). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Decreto 977 de 1998:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Decreto-0977-de-1998.pdf>

- Minsalud. (2 de Octubre de 2013). *Ministerio de Salud y Protección Social*. Obtenido de Resolución 003929 de 2013:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-3929-de-2013.pdf>
- Minsalud. (Mayo de 2021). *Decálogo de una alimentación saludable*. Obtenido de
<https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Alimentaci%C3%B3n-Saludable.aspx>
- NielsenIQ. (22 de Octubre de 2014). *Los Snacks para los Colombianos*. Obtenido de
<https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2014/snacks-colombianos/>
- Novoa, D. F. (2013). *MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTRA DESHIDRATADA EN BOGOTÁ*. Obtenido de Repositorio Pontificia Universidad Javeriana:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/6339/GonzalezNovoaDiegoFernando2013.pdf;sequence=1>
- Pescador Guevara Diana, S. C. (2014). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS DE FRUTAS DESHIDRATADAS Y DETERMINACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO*. Obtenido de
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/5065/DianaMarcelaPescadorGuevara_DavidFernandoS%C3%A1nchezCano_JuanCamiloSeguroMontoya_2014.pdf?sequence=2
- Polo, L. M. (8 de Mayo de 2021). *El Tiempo*. Obtenido de El tránsito de pasabocas de paquete hacia lo 'gourmet' y lo saludable.: <https://www.eltiempo.com/cultura/gastronomia/nuevas-ofertas-de-pasabocas-de-paquete-saludables-y-gourmet-587094>
- Portafolio. (12 de 12 de 2018). *Aumenta el consumo de comida 'chatarra' en los jóvenes colombianos*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/aumenta-el-consumo-de-comida-chatarra-en-los-jovenes-colombianos-524158>
- Portafolio. (9 de Septiembre de 2020). *El 17% del total de la fuerza laboral del país trabaja en el campo*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/el-panorama-de-la-agricultura-en-colombia-en-su-dia-internacional-de-la-agricultura-544437>
- Porter, M. E. (1982). *La ventaja Competitiva de las Naciones*. México: Javier Vergara. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
- Redacción Calero. (21 de Septiembre de 2020). *Calero Group*. Obtenido de <https://www.calero-group.com/concepto-de-agroindustria/>
- Riaño, E. P. (2015). *Comercio Internacional en Colombia y las normas que lo rigen*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13557/trabajo%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sanchez, A. M. (18 de Septiembre de 2020). *Agronegocios*. Obtenido de La República:
<https://www.agronegocios.co/agricultura/exportacion-de-frutas-deshidratadas-liofilizadas-y-horneadas-movio-us588-millones-en-2020-3061816>
- Sanchez, Ana María. (18 de Septiembre de 2020). Obtenido de EXPORTACIÓN DE FRUTAS DESHIDRATADAS, LIOFILIZADAS Y HORNEADAS MOVIO US\$58,8 MILLONES EN 2020:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/exportacion-de-frutas-deshidratadas-liofilizadas-y-horneadas-movio-us588-millones-en-2020-3061816>

Sánchez, W. G. (Marzo de 2019). *PROCESAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES, HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS PARA MEDELLÍN*. Obtenido de

https://empesarismo.medellindigital.gov.co/images/inteligencia_mercados/PDF/Frutas-legumbres-hortalizas-y-tubrculos.pdf

Semana. (22 de Octubre de 2020). *La Ley de Comida Chatarra: ¿qué falta para que finalmente sea aprobada?* Obtenido de [https://www.semana.com/educacion/articulo/la-ley-de-comida-chatarra-que-falta-para-que-finalmente-sea-](https://www.semana.com/educacion/articulo/la-ley-de-comida-chatarra-que-falta-para-que-finalmente-sea)

[aprobada/202004/#:~:text=Por%20esta%20raz%C3%B3n%2C%20el%20proyecto,los%20componentes%20que%20pueden%20causar](https://www.semana.com/educacion/articulo/la-ley-de-comida-chatarra-que-falta-para-que-finalmente-sea-aprobada/202004/#:~:text=Por%20esta%20raz%C3%B3n%2C%20el%20proyecto,los%20componentes%20que%20pueden%20causar)

Semana. (29 de Agosto de 2020). *Los nuevos hábitos de consumo en Colombia con la pandemia*.

Obtenido de <https://www.semana.com/empresas/articulo/como-son-los-habitos-de-consumo-de-los-colombianos-en-pandemia/297316/>

Sierra Peñuela Juan, J. S. (2011). *Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de fruta deshidratada*. Obtenido de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9534/tesis625.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Stern, E.-A. C. (1998). *Canales de comercialización*. España: Pretince Hall.

Suárez, R. (27 de Febrero de 2019). *El Tiempo*. Obtenido de Los colombianos no leen y no entienden las etiquetas nutricionales: [https://www.eltiempo.com/salud/que-hay-que-leer-en-las-etiquetas-nutricionales-de-los-alimentos-](https://www.eltiempo.com/salud/que-hay-que-leer-en-las-etiquetas-nutricionales-de-los-alimentos-330234#:~:text=%E2%80%9CEn%20general%2C%20el%20estudio%20concluye,cuerpo%20humano%E2%80%9D%2C%20agrega%20Forero)

[330234#:~:text=%E2%80%9CEn%20general%2C%20el%20estudio%20concluye,cuerpo%20humano%E2%80%9D%2C%20agrega%20Forero](https://www.eltiempo.com/salud/que-hay-que-leer-en-las-etiquetas-nutricionales-de-los-alimentos-330234#:~:text=%E2%80%9CEn%20general%2C%20el%20estudio%20concluye,cuerpo%20humano%E2%80%9D%2C%20agrega%20Forero).

Supersolidaria. (Mayo de 2020). *Sectores económicos e impacto en cooperativas de ahorro y crédito*.

Obtenido de

http://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/public/data/primer_informe_trimestral_sectores_economicos_e_impacto.pdf

Tabares, R. C. (16 de Abril de 2021). *Periodico UdeA*. Obtenido de La amarga pandemia oculta en los productos comestibles ultraprocesados:

http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticia/lut/p/z0/fUy7DslgFP0VI44GrBV1bBxMjI0DMS2LuQGiv4FLgRo_31YH4-Jyct5MsoZJDw-8QEbyYafdSnFerTflrK74notK8FocqsWy3M6PJ852TP4vDA946zpZM6nIZ_PMrAkUM9heGyg4pF91JWc-fMSJp4wKIRX8vfaoaWx97WAik

Tangua, J. A. (21 de Marzo de 2018). *La Opinión*. Obtenido de Frutas deshidratadas, otra apuesta de

exportación: <https://www.laopinion.com.co/economia/frutas-deshidratadas-otra-apuesta-de-exportacion>

Trocel, H. (9 de Abril de 2021). *Estudios: Del consumo fuera de casa al consumo dentro del hogar*.
Obtenido de <https://www.america-retail.com/estudios/estudios-del-consumo-fuera-de-casa-al-consumo-dentro-del-hogar/>