

**ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS FRUTAS EXÓTICAS CASO
MARACUYÁ Y GRANADILLA COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL
MERCADO MEXICANO**

SANDRA MILENA FERNÁNDEZ GÓMEZ

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONOMÍA
BOGOTÁ D.C.
2016**

**ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS FRUTAS EXÓTICAS CASO
MARACUYÁ Y GRANADILLA COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL
MERCADO MEXICANO**

SANDRA MILENA FERNÁNDEZ GÓMEZ

**Monografía para optar por el título de Especialista en
Negocios Internacionales e Integración Económica**

**Orientador:
ALEXANDER SELLAMÉN GARZÓN
Economista**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE EDUCACIÓN PERMANENTE Y AVANZADA
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONOMÍA
BOGOTÁ D.C.
2016**

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director de la Especialización

Firma del Calificador

Bogotá, D.C., Agosto de 2016

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro

Dr. Jaime Posada Díaz

Vicerrector de Desarrollo y Recursos Humanos.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Posgrados

Dra. Ana Josefa Herrera Vargas

Secretario General

Dr. Juan Carlos Posada García Peña

Director Facultad de Educación Permanente y Avanzada

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

Director Especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica

Dr. Luis Fernando Romero Suárez

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo incondicional quienes me han acompañado en este proyecto de mi especialización, los cuales han guiado mi camino para un mejor futuro.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi especialización, por ser mi guía y fortaleza en todo momento. A mis hermanos, que siempre han estado conmigo apoyándome en todo momento.

A la Fundación Universidad de América y docentes por su formación académica durante el curso de mi especialización.

A mi asesor Alexander Sellamén Garzón que gracias a su apoyo, paciencia, conocimiento y experiencia contribuyó en el desarrollo del presente trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	15
OBJETIVOS	16
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	17
2 JUSTIFICACIÓN	19
3 MARCO TEÓRICO	20
4 DISEÑO METODOLÓGICO	21
5 PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS FRUTAS EXÓTICAS COLOMBIANAS	23
5.1 GENERALIDADES DE LAS PASIFLORAS	24
5.1.1 MARACUYÁ	24
5.1.2 GRANADILLA	25
5.2 EL MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS EXÓTICAS	26
5.3 COLOMBIA	27
5.4 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO COLOMBIANO DE LAS FRUTAS EXÓTICAS	29
5.4.1 Indicadores De Producción	29
5.4.2 Consumo	30
5.4.3 Exportaciones	31
5.5 MÉXICO	32
6 APROXIMACIÓN TEÓRICA A MODELOS E INDICADORES DE COMPETITIVIDAD	34
6.1 MODELO DE MICHAEL PORTER	35
6.1.1 Condiciones de los factores	36
6.1.2 Condiciones de la demanda	36
6.1.3 Proveedores e industrias relacionadas o de apoyo	36
6.1.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas	37
6.1.5 La casualidad o el azar	37
6.1.6 El rol del estado	37
6.2 INDICADORES INTERNACIONALES	37
6.2.1 Índice de competitividad global (Index Global Competitiveness, ICG)	37
6.2.2 Anuario Mundial de Competitividad (AMC)	38
6.2.3 Facilidad para hacer negocios (Doing Business)	38

6.3 INDICADORES NACIONALES	.38
6.3.1 Informe Nacional de Competitividad	38
6.3.2 Índice Departamental de Competitividad (IDC)	39
6.4 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL (CAN)	39
6.5 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD REVELADA	41
6.5.1 Balanza comercial relativa (BCR)	41
6.5.2 Indicador Principal de Transabilidad	41
6.5.3 Indicador de Especialización Internacional (LAFAY)	41
6.5.4 Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional (FAJNZYLVER)	42
7 PERFIL COMPETITIVO DE LA GRANADILLA Y EL MARACUYÁ, RESPECTO AL MERCADO MEXICANO	43
7.1 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL (CAN)	43
7.2 INDICADORES DE REVELADA	44
7.2.1 Balanza Comercial Relativa (BCR)	44
7.2.2 Indicador Principal de Transabilidad	45
7.2.3 Indicador de Especialización Internacional (LAFAY)	46
7.2.4 Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional	47
8 CRONOGRAMA	48
9 CONCLUSIONES	49
10 RECOMENDACIONES	50
BIBLIOGRAFÍA	51

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Maracuyá (<i>Pasiflora edulis</i> L.)	24
Figura 2 Granadilla (<i>passiflora ligularis</i>)	25
Figura 3 Modelo de competitividad de Michael Porter	35

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Grafica 1. Registro Histórico de la producción de las pasifloras en	30
Grafica 2. Destino de exportaciones de las Pasifloras	32
Grafica 3. Indicador de participación del mercado	44
Grafica 4. Balanza Comercial Relativa (BCR)	45
Grafica 5. Indicador Principal de Transabilidad	46
Grafica 6. Indicador de Especialización Internacional (LAFAY)	46
Grafica 7. Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional	47

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1 Registro histórico de producción (t)	29
Tabla 2. Consumo aparente de maracuyá.	30
Tabla 3. Consumo aparente de granadilla.	31
Tabla 4. Exportaciones de Passifloras 2010-2014	31

GLOSARIO

COMPETITIVIDAD: se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.

FRUTA EXOTICA: según el diccionario de la RAE la palabra fruta se define como “fruto comestible de ciertas plantas cultivadas” y exótico como “extranjero, peregrino, especialmente si procede de otro país”.

GRANADILLA: es una planta trepadora perteneciente a la familia Passifloraceae originaria de los Andes. Su fruto es generalmente de color anaranjado, dorado, pardo o amarillo con pequeñas pintas claras. Con una forma algo redondeada. Tiene la cáscara lisa, dura y con un acolchonado para proteger las semillas de la pulpa. La pulpa está llena de semillas duras color negruzco, rodeadas por un aro gelatinoso, transparente, de color gris claro, con sabor acidulo aromático.

MARACUYA: según el diccionario de la RAE el maracuyá es una fruta tropical de una planta que crece en forma de enredadera y que pertenece a la familia de las *Passifloras* Fruto de la pasionaria.

PASSIFLORA: El género *Passiflora* pertenece a la familia de las *Passifloraceae*, una familia muy grande que comprende más de 600 especies.

RESUMEN

Este trabajo analiza la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado mexicano, en donde se inició con una fase explorativa en la cual se contextualiza el sector de las frutas exóticas partiendo de lo general a lo particular nivel mundial, Colombia, México, terminando con las pasifloras. A continuación se realiza un marco teórico referente a la competitividad el cual incluye indicadores (nivel internacional, nacional y sectorial) que permitan realizar un análisis respecto al comportamiento competitivo de un sector en este caso el frutícola y de esta forma establecer las perspectivas internacionales del mismo. Al final se hace el análisis cuantitativo de la competitividad de la granadilla y el maracuyá, respecto al mercado mexicano en base a los indicadores planteados. Para realizar el análisis de la competitividad de la granadilla y maracuyá en el mercado mexicano se tuvieron en cuenta los indicadores de Revelada e indicadores de competitividad sectorial (CAN), de lo cual se obtuvo que estas frutas no alcanzan los índices de competitividad necesarios para convertirse en pilares económicos.

Palabras Claves: Competitividad, Frutas Exóticas, Passiflora, Maracuyá, Granadilla, México, Colombia.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento constante que se vive actualmente a nivel mundial, ha llevado al desarrollo de nuevos mercados que dan la oportunidad de negocio en diferentes sectores económicos. Caso es el sector frutícola, en donde la fruta colombiana es un producto que se caracteriza por tener excelentes características como el sabor, olor, textura entre otras. Lo anterior evidencia la calidad de nuestros productos que sumado a ciertos factores como ubicación geográfica estratégica, condiciones climáticas adecuadas y la disposición de terreno fértil abren la posibilidad de poder incursionar en los mercados internacionales con productos únicos.

La constante demanda por nuevas variedades de frutas por parte del mercado ha impulsado la diversificación de ellas, para lo cual se ha identificado una serie de productos llamados exóticos (Granadilla y Maracuyá) como alternativa para estar en un mercado competitivo como el nuestro, en el que día a día surgen nuevas propuestas y pensando en los posibles cambios y transformaciones nace la idea de realizar un Análisis de la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado mexicano, con el fin de crear participación y desarrollo de productos colombianos en otros países altamente competitivos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado mexicano.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la competitividad que representa el mercado de las frutas exóticas colombianas en el mercado mexicano.
- Realizar una Investigación de mercados para determinar las ventajas y el posicionamiento de las frutas exóticas colombianas en el País mexicano.
- Analizar la oferta exportable de la granadilla y el maracuyá para establecer el comportamiento de las mismas tanto en el mercado nacional como el mexicano.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La oferta de frutas en Colombia es muy amplia ya que se produce toda clase de frutas como la piña, el mango, la papaya, la uchuva, la gulupa, maracuyá, granadilla entre otras por tal razón el país es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo. “En el 2012, Colombia exportó más de USD48, 6 millones de frutas exóticas e importó USD1, 5 millones, lo que arroja una balanza comercial superavitaria de USD47 millones”¹. Las frutas son exquisitas gracias al gran contenido de vitaminas, minerales y demás beneficios que ofrecen como lo son el gran sabor y su atractivo por la variedad de colores que las hacen apetecidas en el mercado internacional. Caso del maracuyá en donde según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el país se producen alrededor de 109.500 toneladas de maracuyá al año, de las cuales un 70% se exporta y el 30% restante es para abastecer el mercado interno². Por otro lado, también se encuentra la granadilla donde en el 2012, las exportaciones de granadilla totalizaron USD2, 9 millones, un 15,7% más que lo registrado en el 2011 cuando fueron de USD2, 5 millones, se contaba con 3.754 hectáreas sembradas de granadilla con una producción total de 39.074 ton³.

De lo anterior se puede establecer que Colombia no está aprovechando las ventajas que tiene en este sector siendo país proveedor de frutas exóticas en el mundo, aun sabiendo que las tendencias están enfocadas hacia productos con nuevos sabores, como jugos, confiterías, salsas y otras preparaciones alimenticias.

¹ LEGISCOMEX. Exportación de frutas exóticas colombianas. [página web] En: Revista Exportación de frutas exóticas colombianas. Mayo 15 de 2013. p.3 [Consultado 15, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-frutas-exoticas-colombia-completo.pdf>

² CLAUDIA LACOUTURE, María El potencial exportador del maracuyá se incrementará con el TLC . [página web] En: LA REPUBLICA. 02, Mayo, 2012. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: http://www.larepublica.co/agronegocios/el-potencial-exportador-del-maracuy%C3%A1-se-incrementar%C3%A1-con-el-tlc_9113

³ LEGISCOMEX. Exportación de frutas exóticas colombianas. [página web] En: Revista Exportación de frutas exóticas colombianas. Mayo 15 de 2013. p.19 [Consultado 15, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-frutas-exoticas-colombia-completo.pdf>

¿Cuáles son los factores que no le permiten a Colombia poder ingresar en el mercado mexicano con las frutas exóticas?

Preguntas Específicas:

- ¿Cuál es la competitividad que representa el mercado de las frutas exóticas colombianas en el mercado mexicano?
- ¿Porque Colombia no aprovecha la ventaja de ser país proveedor de frutas exóticas para incursionar con nuevos productos en el mercado mexicano?
- ¿Cuál es el comportamiento de las exportaciones de frutas exóticas colombianas caso granadilla y maracuyá en el mercado?

2 JUSTIFICACIÓN

Los mercados internacionales de frutas han presentado un gran dinamismo en los últimos años, impulsados por los cambios de preferencia de los consumidores. Caso de la granadilla y maracuyá, frutas exóticas con un importante crecimiento en el mercado internacional. En la última década, se ha percibido un cambio en las tendencias de consumo hacia productos más saludables y sofisticados, las oportunidades están enfocadas hacia productos con nuevos sabores.

En general, las oportunidades existen en todos los sectores sin embargo hay productos que son tradicionalmente exportados como el petróleo, carbón, níquel, etcétera, que son importantes, pero hay que diversificar y es claramente el caso de las frutas exóticas con destino diferente al mercado europeo. El país tiene que diversificar su oferta a la hora de actuar en el mercado internacional, por lo tanto, el sector se ha caracterizado por la variedad de productos que se tiene para mostrarle al mundo, de allí las frutas frescas y los sabores exóticos se están convirtiendo en la apuesta para ingresar a nuevos mercados y aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el mercado mexicano.

La oferta de frutas en Colombia es muy amplia se produce toda clase de frutas por tal razón el país es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo; las frutas son exquisitas gracias al gran contenido de vitaminas, minerales y demás beneficios que ofrecen como lo son el gran sabor y su atractivo por la variedad de colores que las hacen apetecidas en el mercado internacional. Este trabajo está orientado a analizar la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado Mexicano, con el fin de incentivar las exportaciones y la economía del país.

3 MARCO TEÓRICO

Es necesario explorar más a fondo los inicios de estas frutas clasificadas exóticas gracias a sus características únicas en el mercado mundial. En el caso del “Maracuyá la cual es originaria de la región amazónica del Brasil, de donde fue difundida a Australia, pasando luego a Hawai en 1923. En la actualidad se cultiva en Australia, Nueva Guinea, Sri Lanka, Sud-Africa, India, Taiwan, Hawai, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela y en Colombia fue introducida en 1936”.⁴ “En Colombia, el ICA comenzó a trabajar con este frutal desde 1963, logrando que los primeros cultivos se desarrollaran con semillas y arbolitos del centro de investigación de Palmira. La aceptación por parte del consumidor no se hizo esperar. La difusión de las semillas se realizó a diversas regiones del país con condiciones similares a las del Valle del Cauca, como el Huila, Caldas, Quindío, Córdoba, y otros”⁵.

En el caso de la granadilla es originaria de los altiplanos de la zona Andina, distribuida desde el Norte de Argentina en suramerica hasta Mexico en Norteamerica, considerada como la mejor de las frutas de la pasión, donde los principales productores son Colombia, Ecuador, Costa Rica, Perú y Bolivia. Colombia es el principal productor a nivel mundial de esta fruta con una producción que alcanzo las 53.000 toneladas durante el 2011, extraídas cerca de las 4.600 hectáreas sembradas en todo el territorio nacional la cual es comercializada de manera exitosa en los mercados nacionales e internacionales principalmente el continente europeo.⁶

Teniendo en cuenta la anterior definición, y luego de consultar varias fuentes informativas, se pueden identificar la granadilla y maracuyá como frutas producidas en Colombia, que debido a sus características y propiedades son catalogadas como exóticas.

La competitividad está definida como la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores, para ello existen diferentes formas de medir la competitividad, a partir de ciertas teorías que definen entre ellos los índices los cuales se clasifican a nivel internacional, nacional y sectorial, para ello la construcción de indicadores que permitan realizar un análisis respecto al comportamiento competitivo de un sector en este caso el frutícola y de esta forma establecer las perspectivas internacionales del mismo.

⁴ INSTITUTO FINANCIERO DE CASANARE. Cultivo de Maracuyá. [Página web]. Yopal 08, Noviembre, 2013. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.ifc.gov.co/index.php?idcategoria=1087>

⁵ ENCOLOMBIA. Cultivo de Maracuyá. [página web]. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://encolombia.com/economia/agroindustria/cultivo/cultivodemaracuya>

⁶ CALAMEO. La Granadilla. [página web]. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.calameo.com/read/004475477da485e7b7ce0>

4 DISEÑO METODOLÓGICO

El tipo de estudio que se empleó para el desarrollo de esta investigación fue explorativa en donde comprende la primera fase de recopilación de información, a través de estudios ya existentes e información disponible sobre frutas exóticas en fuentes confiables que permita un análisis de la situación en un periodo comprendido de 5 años.

El presente trabajo comprende las siguientes fases:

- **Primera Fase (Búsqueda - Recolección y selección de los documentos)**
Búsqueda y clasificación de información más relevante de acuerdo a criterios que permitan un mayor conocimiento sobre el mismo. (Año de la información, fuente de información).

Para la búsqueda de información se hizo uso de las fuentes a las que se puede acceder como lo son las páginas web que referencian datos estadísticos e información oficial. Para la recuperación de información se realiza la selección en bases electrónicas donde se encuentran diferentes tipos de documentos útiles como lo son: libros, artículos, tesis de grado, reportes y otro tipo de información certificada en las cuales se evidencia que la información sobre el análisis de la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado Mexicano, son de tipo informativo, histórico y estadístico ya que todos los días la información se va actualizando en cuanto a cifras y datos sobre el mismo.

Se utilizaron las siguientes Páginas Web

- Legiscomex
 - Proexport Colombia
 - Asohofrucol
 - Agronet
 - Entre otras
- **Segunda Fase:** Revisar y organizar la información seleccionada, para su posterior análisis.
 - **Tercera Fase (análisis de la información):** Para realizar el análisis cuantitativo de la competitividad de la granadilla y el maracuyá en Colombia con respecto al comercio exterior con México, para el periodo del 2011 – 2015, se utilizaron los siguientes indicadores:

Indicadores De Competitividad Sectorial (Can):

- Indicador de participación del mercado

Indicadores De Revelada:

- Balanza Comercial Relativa (BCR)
- Indicador Principal de Transabilidad
- Indicador de Especialización Internacional (LAFAY)
- Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional

5 PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS FRUTAS EXÓTICAS COLOMBIANAS

Las preferencias del consumidor actual se ven reflejadas en el consumo de frutas a nivel mundial el cual viene creciendo en los últimos años generando oportunidades para países como el nuestro que es gran productor de frutas. Colombia tiene gran cantidad de especies frutales exóticas caso las pasifloras (Granadilla y Maracuyá) que requieren de un trabajo de investigación sobre la cuales es posible desarrollar un análisis de mercado que día a día adquiere tendencia hacia la internacionalización para lograr incorporarlas dentro de nuevos mercados de consumo. Por lo tanto, el objeto de este trabajo es analizar la competitividad de las frutas exóticas caso maracuyá y granadilla como oportunidad de negocio en el mercado mexicano.

“Las pasifloras son el género más importante de las Passiflora el cual comprende más de 500 especies. Particularmente en Colombia existe una gran variedad de plantas de este género, entre las cuales se destacan Gulupa, Granadilla y Maracuyá, principalmente en los departamentos de Huila, Cundinamarca, Valle del cauca, Antioquia y el Eje Cafetero”⁷. “Colombia es centro de diversidad de un grupo importante de estas especies; se seleccionaron las especies de Maracuyá y Granadilla que se consideran las de mayor importancia para el país ya que son especies potenciales desde la óptica de oferta de frutas con grandes áreas dedicadas a su cultivo en las diferentes regiones y por estar incluidas dentro de las prioridades de crecimiento económico para mercados de exportación”⁸

⁷ MINAGRICULTURA. SIOC, Cadena Productiva Pasifloras. [página web] Bogotá D.C. [Consultado 18, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-pasifloras/?ide=27>

⁸ SOCIEDAD COLOMBIANA DE CIENCIAS HORTICOLAS. Cultivo, poscosecha y comercialización de las pasifloráceas en Colombia: Maracuyá, Granadilla, Gulupa y curuba. [página web] En: Revista, 2009. p 5-7. [Consultado 18, Marzo, 2016]. Disponible en: http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_118_cultivo_poscosechavp.pdf

5.1 GENERALIDADES DE LAS PASIFLORAS

5.1.1 MARACUYÁ

Figura 1. Maracuyá (*Pasiflora edulis* L.)



Fuente: Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

- **Nombre común:** Maracuyá
- **Nombre científico:** (*Pasiflora edulis* L.)
- **Género:** *Pasiflora*
- **Familia:** *Pasifloraceae*
- **Tipo:** Fruta
- **Origen:** Originaria de la Amazonía Brasileña de donde se llevó a Australia y de allí a Hawai en 1880
- **Países productores:** Brasil, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Países asiáticos.

“En Colombia se pueden distinguir dos grupos el de maracuyá: púrpura *Passiflora edulis* Sims y amarillo *Flavicarpa* Degener. Es una enredadera perenne, leñosa que crece vigorosamente, sin embargo, debido a los problemas con enfermedades del cuello del tallo y la raíz principalmente se ha tenido que manejar como un cultivo transitorio. El fruto posee una cáscara dura, lisa y brillante, cuyo color varía entre el verde y el amarillo canario”.⁹

⁹ DURAN HERNÁNDEZ, J. D. & MÉNDEZ ARTUNDUAGA, G. A. Plan de negocios para exportar maracuyá y Cholupa como fruta fresca y/o en pulpa hacia Canadá [página web]. Trabajo de grado. Ingeniería industrial, Pontificia Universidad Javeriana. Diciembre, 2008. p.14 [Consultado 07, abril, 2016]. Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis256.pdf>

El Maracuyá (*Pasiflora edulis*), es también conocida como la fruta de la pasión, su nombre se debe a que partes de la fruta y de la flor se parecen a los símbolos de la crucifixión de Cristo, como la corona de espinas. Cuando el fruto está en la mata se forma una coronita ligeramente espinosa. Contiene proteínas, grasas, carbohidratos, agua, fibra, calcio, fósforo, hierro, tiamina, riboflavina, niacina, vitaminas A y C, sodio, potasio.¹⁰

5.1.2 GRANADILLA

Figura 2 Granadilla (*passiflora ligularis*).



Fuente: Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

- **Nombre Común:** Granadilla
- **Nombre científico:** *passiflora ligularis*.
- **Género:** *Pasiflora*
- **Familia:** *Pasifloraceae*
- **Tipo:** Fruta
- **Origen:** Es originaria de la cordillera andina, desde norte de Chile hasta Venezuela, su cultivo se extiende por Colombia, México, Bolivia, Perú, Estados Unidos e India.
- **Países productores:** Colombia, Ecuador, Costa Rica , Perú y Bolivia.

Passiflora ligularis, llamada popularmente granadilla o simplemente granada, es una planta trepadora perteneciente a la familia *Passifloraceae* originaria de los Andes. Su nombre varía: "granada china" o "granada de moco". Su fruto es generalmente de color anaranjado, dorado, pardo o amarillo con pequeñas pintas claras. Con una forma algo redondeada. Tiene la cáscara lisa, dura y con un acolchonado para proteger las semillas de la pulpa. La pulpa está llena de semillas

¹⁰ PIÑEROS MILLAN, S. Estudio de factibilidad para la caracterización de la Cadena de suministro del mercado de frutos de las *Passifloras* en Italia [página web]. Trabajo de grado. Ingeniería industrial, Pontificia Universidad Javeriana. 2013. p.30 [Consultado 07, abril, 2016]. Disponible en <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/10310/1/PinerosMillanSteffany2013.pdf>

duras color negruzco, rodeadas por un aro gelatinoso, transparente, de color gris claro, con sabor acidulo aromático.¹¹

“Colombia es el principal productor a nivel mundial de esta fruta, con una producción que alcanzó las 53.000 toneladas durante el 2011, extraídas de las cerca de 4.600 hectáreas sembradas en todo el territorio nacional. Es comercializada de manera exitosa en los mercados nacionales e internacionales, principalmente en el continente europeo”.¹² Los principales cultivadores son: Colombia, Ecuador, Costa Rica , Perú y Bolivia. Los principales importadores son Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Holanda, Francia y España.

5.2 EL MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS EXÓTICAS

“Las condiciones climáticas en las que se producen les permiten a las frutas tropicales desarrollar propiedades nutritivas y novedosas para los consumidores de mercados extranjeros. De igual manera, el consumo de frutas tropicales, tanto de fruta fresca como procesada, ha ido en aumento al menos en los últimos años y en muchos países, especialmente en los desarrollados como Estados Unidos y los que pertenecen a la Unión Europea, según informa la FAO”.¹³

“El mercado mundial de frutas ha sufrido transformaciones a través de los años que le han permitido fortalecer el sector, algunas de estas transformaciones se atribuyen a condiciones de consumo que han marcado tendencia alrededor del mundo y en donde la oferta de fruta en los mercados internacionales o externos para países exportadores, se convierte en una oportunidad que potencializa la diversificación de la demanda extranjera y la participación comercial con nuevos nichos de mercado”.¹⁴ “Económica y socialmente este sector, el frutícola debe su paulatino crecimiento a las tendencias que de consumo y a los cambios a las estructuras sociales influenciadas por las propiedades gustativas y funcionales de algunas especies de frutas. Es sumamente importante poner una mirada en este

¹¹ CALAMEO. La Granadilla. [página web]. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.calameo.com/read/004475477da485e7b7ce0>

¹² UNIVERISDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Desarrollan semillas de granadilla más productivas. En: Agencia de noticias UN. [página web] PALMIRA, 11 de septiembre de 2012. [Consultado 07, Abril, 2016]. Disponible en: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/articulo/desarrollan-semillas-de-granadilla-mas-productivas.html>

¹³ ÁLVAREZ BURBANO , G. A. & DÍAZ , E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] . Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI., 2015. p.12 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

¹⁴ ÁLVAREZ BURBANO , G. A. & DÍAZ , E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] . Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI. 2015. p.12-13 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

sector pues se ha experimentado un cambio en las importaciones del campo hortofrutícola dentro de las importaciones mundiales de alimentos”.¹⁵

“El mercado de las frutas tropicales ha mostrado una evolución positiva incentivados por la novedad, este es el factor más importante en el mercado internacional donde se presentan cada vez más participantes, la aparición de la competencia ha provocado en que se fomenten iniciativas en relación a la transformación de la materia prima de acuerdo a las necesidades específicas de los mercados extranjeros, iniciativas que contribuyen al incremento del valor comercial”.¹⁶

El desarrollo de la economía que se vive actualmente a nivel mundial, ha llevado al crecimiento de nuevos mercados emergentes que dan la oportunidad de negocio en diferentes sectores, por lo cual resulta oportuno destacar la importancia de este mercado ya que el sector frutícola representa novedad por lo que en los últimos 5 años se ha ido posicionando como una opción real de crecimiento y reactivación del mercado dando a países con potencial productor y exportador la oportunidad de incursionar en este mercado tan competitivo con nuevos retos como son el caso de Colombia y México, donde cada uno posee calidad de producto pero con grandes variedades por ofrecer que los hace diferentes unos a otros.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores es necesario explorar el mercado de las frutas exóticas en países como Colombia y México para considerar las grandes oportunidades que tiene el sector en el mercado tanto nacional como internacional.

5.3 COLOMBIA

En Colombia las Frutas exóticas son consideradas como aquellas especies que representan una novedad en el mercado en el cual están incursionando, una de sus características principales es que aparentan ser extrañas en mercados extranjeros. En este escenario Procolombia anuncia que las frutas colombianas son consideradas exóticas alrededor del mundo, por tal razón se puede inferir que los consumidores no nacionales, entienden que una fruta tropical o subtropical es también una fruta exótica o diferente. La variedad se logra encontrar en todos los

¹⁵ ÁLVAREZ BURBANO, G. A. & DÍAZ, E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] .Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI. 2015. p.12-13 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

¹⁶ ÁLVAREZ BURBANO, G. A. & DÍAZ, E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] .Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI. 2015. p.14 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

rincones del país, y los cultivos se extienden desde los climas más cálidos, hasta los climas templados o fríos; algunas de las frutas, se cultivan en ambos climas.¹⁷

“Colombia tiene un gran potencial para el desarrollo del sector frutícola, el cual se caracteriza a lo largo y ancho de su geografía al contar con cerca de 14 millones de hectáreas aptas para cultivar, además este país se encuentra ubicado en una de las zonas tropicales que presenta condiciones climáticas únicas, es decir de suelo y clima, aptas para la producción de todo tipo de frutas”.¹⁸

El sector frutícola en Colombia es considerado como una de las actividades productivas con mayor potencialidad, por ser un sector de amplia expansión a nivel internacional, dada su clara connotación e impacto que generan en las nuevas tendencias de consumo sano. “Según la FAO, Colombia es el tercer país latinoamericano con mayor número de hectáreas cultivadas con frutales, concentrando el 10,5%, mientras que es el quinto productor de la región con el 7,2% y durante los últimos 8 años, Colombia ha desarrollado más de 236 mil nuevas hectáreas para la producción frutícola, ya que las frutas colombianas comparadas con otros países del subtropico, son de mejor calidad en relación con las características organolépticas, principalmente con color, sabor, aroma y mayor contenido de vitaminas y minerales”.¹⁹

Teniendo en cuenta el mercado de frutas exóticas mundial y de países como México y Colombia, se evidencian transformaciones a nivel internacional presentando cambios a nivel del consumo que han llevado a que la oferta de frutas en los mercados externos se caracterice por su creciente diversidad. Estos cambios también han abierto oportunidades comerciales en el mercado internacional generando mayor posicionamiento en este sector frutícola marcando una nueva tendencia de consumo con nuevos productos

¹⁷ ÁLVAREZ BURBANO , G. A. & DÍAZ , E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] .Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI. 2015. p.18 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

¹⁸ ÁLVAREZ BURBANO , G. A. & DÍAZ , E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] .Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI. 2015. p.19 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

¹⁹ CAMARA DE COMERCIO DUITAMA. Inversión en el sector Hortofrutícola en Colombia. .En: Revista: Boletín Agro al Día. [página web] no. 7 – Junio- Julio de 2013 . p.1 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en: [file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Boletin%20Agro%20al%20dia%20Edi.%207%20julio%202013%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Boletin%20Agro%20al%20dia%20Edi.%207%20julio%202013%20(1).pdf)

5.4 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO COLOMBIANO DE LAS FRUTAS EXÓTICAS

En la actualidad se están abriendo una serie de oportunidades para el desarrollo de sectores con proyección de crecimiento a nivel internacional, esto sumado a la enorme variedad de frutas exóticas con los que cuenta Colombia hace que las oportunidades de este tipo surjan exitosamente.

Colombia se caracteriza en el mercado mundial por ser productor y exportador de frutas tropicales, dentro de las que se clasifican las Pasifloras. Teniendo en cuenta esta participación en el mercado mundial, el presente capítulo tiene como propósito exponer sobre el maracuyá y la granadilla en Colombia, analizar el mercado nacional y exponer las oportunidades en el país mexicano.

El análisis retrospectivo del sector frutícola en Colombia durante los últimos años y su comparación con el contexto mundial, con el cual se pretende convertir en una herramienta que permita visualizar aspectos con miras a impulsar el mercado con un mejor posicionamiento a nivel mundial atendiendo mercados diferentes con nuevos productos.

5.4.1 Indicadores De Producción

“La producción nacional del grupo de pasifloras destacadas por su alto potencial de propiedades tanto agroindustriales como de comercialización, maracuyá y granadilla obtenidos en la producción de las pasifloras durante los años 2008 – 2012, según el último reporte de la plataforma estadística de Agronet”.²⁰

Información que se muestra a continuación:

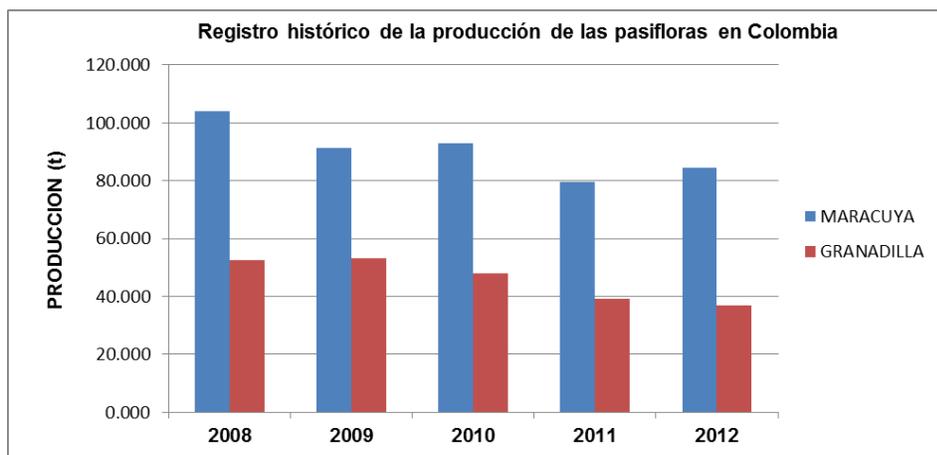
Tabla 1 Registro histórico de producción (t)

Año	Maracuyá	Granadilla
2008	103.972	52.388
2009	91.312	53.184
2010	92.928	47.891
2011	79.458	39.074
2012	84.493	36.943

Nota: Elaboración propia con datos tomados de Secretaría Técnica Nacional de Pasifloras.

²⁰ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Primer informe mensual. Secretaría técnica nacional de la cadena de pasifloras. Plan nacional de fomento hortifrutícola 2012-2022 fase 2014. Marisol Parra Morera. Julio de 2014., P 12. [Consultado 07, Abril, 2016]. Disponible en: http://sioc.minagricultura.gov.co/templates/sioc_cadenas/docs/4395_27.pdf

Grafica 1. Registro Histórico de la producción de las pasifloras en Colombia



Fuente: Elaboración propia con datos de Secretaria Técnica Nacional de Pasifloras.

De acuerdo a las cifras y según la gráfica 1 se evidencia que la producción registra un índice anual decreciente. En el caso de la producción de maracuyá, las disminuciones más notorias se presentan en los años 2009 y 2011. Para el cultivo de granadilla, los años con mayor disminución en la producción fueron 2011 y 2012

5.4.2 Consumo

El consumo aparente de las pasifloras es casi en un 100% del total de la producción nacional.

A continuación, se muestra la información detallada:

Tabla 2. Consumo aparente de maracuyá.

PASIFLORAS	2010	2011	2012	2013*	2014*
Producción*	92.928	79.458	84.493	86.236	82.233
Importaciones	72	3.278	3.640	167	219
Exportaciones	105	131	85	106	36
Total consumo	92.895	82.605	88.048	86.296	82.416

Fuente: Secretaria Técnica Nacional de Pasifloras.

Nota: *Años proyectados en el registro de producción con base en información a partir del año 2008.

Tabla 3. Consumo aparente de granadilla.

PASIFLORAS	2010	2011	2012	2013*	2014*
Producción*	47.891	39.074	36.943	42.191	38.784
Importaciones	-	-	-	-	-
Exportaciones	825	665	603	1.281	429
Total consumo	47.066	38.409	36.340	40.909	38.355

Fuente: Secretaría Técnica Nacional de Pasifloras.

Nota: *Años proyectados en el registro de producción con base en información a partir del año 2008.

El mercado de la fruta en Colombia se caracteriza por ser dinámico, lo que lo hace también muy incierto. Esto ha dispuesto que los productores busquen alternativas para estabilizar la oferta y demanda. Entre estas alternativas están: no inundar el mercado nacional con la venta frutas de temporada, ya que durante esos periodos la oferta de fruta aumenta y su valor comercial decae y no alcanza si quiera a cubrir los costos de producción.

En consecuencia, con las frutas que no se utilizaron en el mercado interno se puede hacer dos cosas: hacer un proceso de transformación y ofertar en el mercado nacional o simplemente exportarla. En adición, en los últimos años, la agroindustria ha tenido mejoras que han facilitado la producción de frutas de alta calidad y que permite su exportación, frutas que tienen características excelentes y frutas que tienen mejoras que permiten una producción más eficiente y en condiciones climáticas más complejas. Estas frutas con “calidades mejoradas”, mantienen el objetivo de mejorar la productividad agrícola y mejorar la competitividad de nuestros frutos.

5.4.3 Exportaciones

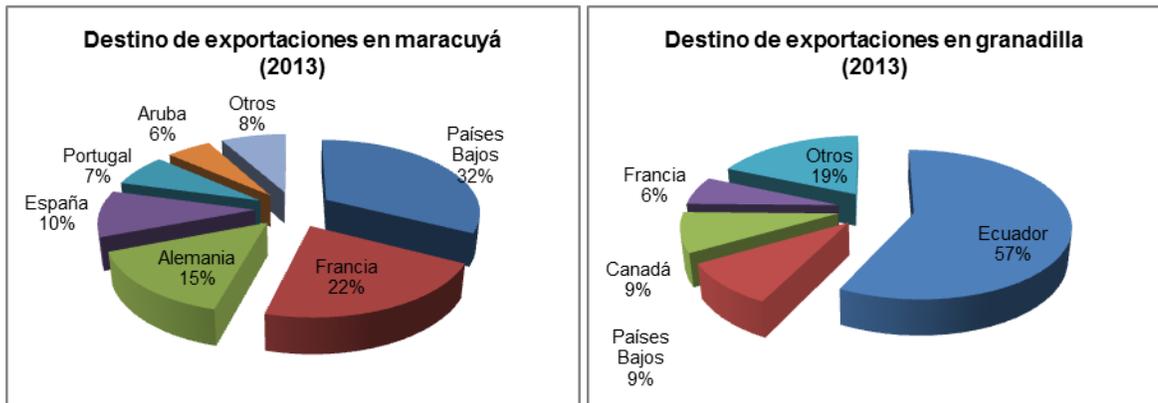
El volumen de pasifloras exportado al 2013 ha aumentado cerca del 30% en relación al periodo 2010-2013, principalmente por la exportación de granadilla; aunque la fruta más exportada de las pasifloras continúa siendo la gulupa.

Tabla 4. Exportaciones de Passifloras 2010-2014

PASIFLORAS	2010		2011		2012		2013		2014	
	t	US\$FOB	t	US\$FOB	t	US\$FOB	t	US\$FOB	t	US\$FOB
Maracuyá fresco	105	376.032	131	524.028	85	398.173	106	412.050	36	169.967
Maracuyá jugo	800	2.776.587	168	353.146	239	713.287	454	2.492.830	145	912.121
Granadilla	825	2.792.753	665	2.553.192	603	3.084.620	1.281	3.070.740	429	1.382.992

Fuente: Agronet.

Grafica 2. Destino de exportaciones de las Pasifloras



Fuente: Agronet.

5.5 MÉXICO

La constante demanda por nuevas variedades de frutas por parte de mercados ha impulsado la diversificación de ellas, para lo cual se ha identificado una serie de productos llamados exóticos.

En México las frutas exóticas están definidas por su sabor tan particular y diferente a la de los demás frutos, sobre todo por su apariencia (Formas y tamaños no vistos en el común), las cuales están cada vez más presentes en nuestros mercados. Las frutas de origen tropical se han convertido en un sector productivo dirigido a los paladares más inquietos y las mesas más innovadoras; las cuales son frutas deliciosas al natural o en jugos, estas exóticas variedades sorprenden por sus formas, sus texturas únicas y la mezcla agrídulce de su pulpa, además de beneficiar a nuestro organismo con gran cantidad de vitaminas y minerales. La ubicación de una fruta en el grupo de los productos exóticos también debe entenderse como un proceso histórico que implica cambios en el tiempo. Eso quiere decir que muchas frutas, con el tiempo, pueden llegar a ser tan aceptadas para su consumo.

La producción frutícola en México se mantiene como una industria competitiva a nivel mundial, debido en parte a la amplia diversidad de climas, las tecnologías empleadas y la mentalidad empresarial. Estos factores perfilan a México como un país potencialmente productivo en donde es posible obtener una amplia gama de productos. La variedad climática de México permite el cultivo de muchas variedades de frutas, las estimaciones apuntan a cerca de 70 variedades, muchas de las cuales copan el mercado doméstico y otras tantas se exportan a muchas partes distintas del mundo.²¹

²¹ DOCUMENTO DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y DESARROLLO, A.C. situación actual de la industria hortofrutícola en México, Dr. Jorge H. Siller Cepeda. Capítulo IV, p 2.[consultado el 7 de abril de 2016]

Teniendo en cuenta tanto el panorama mundial de las frutas como de México se puede evidenciar la alta competitividad de este sector, ya que la gran oferta de variedad existente genera mayor competitividad así mismo se crea una alta calidad en los productos generando posicionamiento local e internacional frente a otros países potenciales como el caso de Colombia, un país fuerte en el sector de frutas exóticas.

6 APROXIMACIÓN TEÓRICA A MODELOS E INDICADORES DE COMPETITIVIDAD

Este capítulo pretende brindar las herramientas teóricas que permitan identificar una metodología enfocada en la construcción de indicadores de competitividad que permitan realizar un análisis respecto al comportamiento competitivo del sector frutícola colombiano y de esta forma establecer las perspectivas internacionales del mismo.

Inicialmente, el Consejo Nacional de Política económica y Social de la República de Colombia, “la competitividad de una nación se define como el grado en el que un país puede producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en mercados globalizados y a la vez mejorar las condiciones de ingreso y calidad de vida de su población. La competitividad es el resultado de la interacción de múltiples factores relacionados con las condiciones que enfrenta la actividad empresarial y que condicionan su desempeño, tales como infraestructura, recursos humanos, ciencia y tecnología, instituciones, entorno macroeconómico, y productividad.”²².

Así mismo, no muy alejado de la definición anterior, según el World Economic Forum, la competitividad es el conjunto factores, políticas e instituciones, los cuales establecen la productividad de una economía y a la vez beneficia al nivel de vida de la población.²³. De la misma forma, Porter define la competitividad como “la producción de bienes y servicios de mayor calidad y menos precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traduce en crecientes beneficios para los habitantes de una nacional mantener y aumentar los ingresos reales”²⁴.

La competitividad debe ser vista y analizada en un contexto global con el fin de ir al paso del mundo cambiante y el desarrollo constante, para obtener una mayor participación en los mercados en crecimiento y así convertir amenazas en oportunidades. En este sentido Michael Porter brinda un aporte con respecto a la competitividad con el denominado “Diamante de Porter”, es un modelo que permite examinar el por qué algunos países son más competitivos y por qué a la vez algunas industrias son más competitivas que otras.

²² CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sneci/Documents/Conpes-3439-de-2006.pdf>

²³ WORLD ECONOMIC FORUM. The Global Competitiveness Report. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf

²⁴ PORTER, M. E. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Free Press, New York, 1990 & 1998.

Simbología:

- +++ Calidad superior
- ++ Alta calidad
- + Por encima de la media
- +− Calificación media
- − Por debajo de la media
- −− Baja calidad
- −−− Calidad totalmente negativa

A continuación, se realiza la explicación correspondiente a cada una de las condiciones y grupos:

6.1.1 Condiciones de los factores:

Dotación de factores relacionados con recursos humanos, físicos, conocimientos, capital e infraestructura, de la misma forma la eficiencia y efectividad de su administración. De acuerdo a la importancia de cada uno de éstos, el autor los clasifica en básicos y avanzados; así como en generalizados y especializados:

- Básicos: recursos naturales, clima, geografía, mano de obra no especializada; estos factores se heredan o se adquieren a través de inversiones pequeñas.
- Avanzados: infraestructura, manos de obra especializada y ciencia y tecnología; por lo que se requieren altos niveles de inversión.
- Generalizados: aplicados a varias actividades.
- Especializados: aplicados a actividades limitadas.

Según lo anterior, se establece que la competitividad está enfocada en los factores avanzados y especializados, los cuales generan valor agregado y por lo tanto ventajas competitivas, es allí donde aparece el término “desventaja selectiva”, definido como la forma en la cual las economías impulsan su competitividad a través de la carencia de factores básicos y generalizados.

6.1.2 Condiciones de la demanda:

Características relacionadas con el mercado interno, es decir, composición, tamaño, crecimiento y grado de sofisticación; la existencia de compradores exigentes implica presionar a las empresas para brindar productos o servicios que estén en constante perfeccionamiento.

6.1.3 Proveedores e industrias relacionadas o de apoyo:

La competitividad se encuentra relacionada con industrias conexas competitivas, es decir, aquellas industrias que tienen tecnología, insumos o productos complementarios en común, lo que incrementa la posibilidad de incursionar y compartir la cadena de valor; situación que aumenta la productividad al tiempo que promueve la eficiencia.

6.1.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:

Evalúa el contexto en el que se crean, organizan y gestionan las empresas; un contexto óptimo, es aquel en el cual existe gran rivalidad entre las mismas, puesto que incentiva a brindar productos de mayor calidad e innovadores a un menor precio.

6.1.5 La casualidad o el azar:

Acontecimientos ajenos sobre los cuales no se tiene ningún control, los cuales pueden alterar la posición competitiva de los países, dentro de los cuales se encuentran las discontinuidades tecnológicas o en los costos de los insumos, alteraciones en los mercados financieros o el tipo de cambio, aumento de la demanda foránea, conflictos políticos, desastres naturales, entre otros.

6.1.6 El rol del estado:

Influencia del estado sobre el diamante por medio de normas, leyes y políticas, que afecten de manera positiva o negativa el curso de la economía.

Teniendo en cuenta lo anterior y según la teoría de Porter estos factores interactúan entre sí para formar las condiciones en las que se produce la competitividad donde los países tienen más probabilidades de alcanzar el éxito en sectores o segmentos donde el “diamante” es más favorable, aumentando en consecuencia las posibilidades de ser más competitivos internacionalmente. Según lo anterior, existen diferentes formas e índices de medir la competitividad, los cuales se clasifican a nivel internacional, nacional y sectorial de la siguiente forma:

6.2 INDICADORES INTERNACIONALES:

Los indicadores a nivel internacional se encuentran relacionados de la siguiente forma:

6.2.1 Índice de competitividad global (Index Global Competitiveness, ICG):

Realizado por el Foro Económico Mundial, el cual se calcula a partir de 114 variables tanto cualitativas como cuantitativas con datos obtenidos de las principales fuentes de datos internacionales y el cual otorga una calificación en términos de competitividad de dichas economías.

Los resultados de este índice sirven como referencia para toma de decisiones de inversiones, desarrollo de políticas económicas que permitan mejorar la productividad de acuerdo a los puntos débiles establecidos para cada economía y

finalmente, establecer factores que generan un crecimiento sostenido de la economía mundial.²⁵

6.2.2 Anuario Mundial de Competitividad (AMC):

Desarrollado por el Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial y conformado por 256 variables, de las cuales 138 variables competitivas y 118 cualitativas, estas últimas corresponden a resultados obtenidos en la encuesta de opinión ejecutiva aplicada por esta institución; las cuales otorgan una calificación en una escala de 0 a 100, en la cual 100 corresponde a país más competitivo.²⁶

6.2.3 Facilidad para hacer negocios (Doing Business):

Índice realizado por el Grupo del Banco Mundial, el cual busca medir de forma objetiva las normas regulatorias de las actividades empresariales en 189 economías, clasificándolas entre 1 y 189, estableciendo que, a mayor clasificación, existe más facilidad para hacer negocios debido a un marco regulatorio más favorable; así mismo, la calificación final obtenida proviene de las puntuaciones de 10 áreas conformadas por varios indicadores.²⁷

6.3 INDICADORES NACIONALES

Según el Sistema Nacional de competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación, a nivel nacional existen dos indicadores para medir la competitividad del país, elaborados por el Consejo Privado de Competitividad (CPC), conformada por empresarios y universidades con el objetivo de crear y desarrollar estrategias relacionadas con este tema:

6.3.1 Informe Nacional de Competitividad:

Es una publicación anual que proporciona información actualizada y pertinente sobre el estado de algunas áreas que se consideran críticas para la competitividad del país. Este documento presenta un diagnóstico sobre los siguientes temas: Educación; salud; pensiones; mercado laboral y formalización; ciencia, tecnología e innovación; infraestructura, transporte y logística; TIC's; financiación para el emprendimiento; sistema tributario del país; justicia; corrupción; energía y política comercial. El Informe está acompañado de una serie de recomendaciones y propuestas de políticas públicas que, desde

²⁵ FORO ECONÓMICO MUNDIAL. Reporte global de competitividad 2014-2015. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Documento_FEM_2014.pdf

²⁶ INSTITUTE FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT. Anuario mundial de competitividad 2015. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Doc_IMD_2015.pdf

²⁷ GRUPO BANCO MUNDIAL. Doing Business. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/about-us>

la óptica del sector privado, permiten superar los obstáculos que restringen el potencial de crecimiento y desarrollo de la economía nacional²⁸

6.3.2 Índice Departamental de Competitividad (IDC):

Mide variedad de aspectos relacionados con la competitividad en los departamentos del país, está conformado por las condiciones básicas, eficiencia y sofisticación e innovación, dentro de los cuales se encuentran diez pilares: Instituciones; infraestructura; tamaño del mercado; educación básica y media; salud; medio ambiente; educación superior y capacitación; eficiencia de los mercados; sofisticación y diversificación productiva y la innovación y la dinámica empresarial.

6.4 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL (CAN):

Este modelo establece que la competitividad debe implicar esfuerzos enfocados hacia mercados dinámicos seleccionados²⁹. Esta teoría está enfocada en el hecho de que los países que se adaptan a las nuevas tendencias de consumo del mercado foráneo, aumentan su participación en el mercado internacional, mientras que las economías orientadas a los mercados en decadencia, la disminuyen; como consecuencia de lo anterior, los países buscan maximizar dicha participación y obtener cada una cuota de mercado internacional cada vez más alta, para lo cual el autor desarrolló una matriz de competitividad, clasificando los sectores según su desempeño, con el fin de evaluar si la especialización de una economía se adapta a la dinámica de la demanda internacional.

Así mismo, el autor define que la competitividad de una nación como la capacidad de incrementar la participación en el mercado internacional, en relación al resto de los países que exportan al mismo. El aumento en la participación de mercado en un período dado, significa un incremento de la competitividad y viceversa. El concepto de competitividad está vinculado así directamente con el de desempeño exportador, y se puede calcular para cada producto o para el conjunto del comercio.³⁰

²⁸ SISTEMA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN. Indicadores a nivel nacional. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sneci/Paginas/indicadores-nacionales.aspx>

²⁹ OBSCHATKO E. y BERNARD Von. Modelo para el análisis de la competitividad de las exportaciones de origen agropecuario. Banco Interamericano de Desarrollo – BID. Washington. 2000.

³⁰ OBSCHATKO E. y BERNARD Von. Modelo para el análisis de la competitividad de las exportaciones de origen agropecuario. Banco Interamericano de Desarrollo – BID. Washington. 2000.

El indicador de participación del mercado se calcula de la siguiente forma:

$$PM_{ij} = M_{ij}/M_i \text{ mundial}$$

Dónde:

M: importaciones que realiza el mundo

I: 1,..., n (sectores productivos)

J: 1,..., n (países o regiones)

Adicionalmente, se establecen tres indicadores para realizar en análisis respectivo:

- **Dinamismo:** Grado de crecimiento de la participación de las importaciones de un producto o sector dentro de las importaciones mundiales totales; de tal forma, se define que los productos dinámicos son aquellos que aumentan su participación y estancados aquellos que pierden su participación relativa. La fórmula es la siguiente:

$$PS_{ij} = M_{ij} \text{ mundial} / M \text{ mundial}$$

- **Estructura del comercio:** Participación relativa, dentro de las exportaciones totales de un país, de los diferentes productos o sectores; en este sentido, mide el grado de diversificación de la estructura comercial de un país respecto al mundo, únicamente con datos del país a analizar. La fórmula es la siguiente:

$$C_{ij} = M_{ij} / M_j$$

- **Adaptabilidad:** Establece el crecimiento del comercio de un país en términos de competitividad y especialización en los sectores dinámicos del mercado mundial, para lo cual es necesario relacionar los sectores dinámicos con los estancados. Si el resultado >1 , mayor competitividad en los sectores dinámicos que en los estancados, si es <1 , menor competitividad en los sectores dinámicos que en los estancados. La fórmula es la siguiente:

$$A = E_{ij} \text{ dinámicos} / E_{ij} \text{ estancados}$$

O su equivalente:

$$A = PM_{ij} \text{ dinámicos} / PM_{ij} \text{ estancados}$$

6.5 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD REVELADA:

Dentro de estos indicadores se encuentran:

6.5.1 Balanza comercial relativa (BCR):

Mide la relación entre balanza comercial neta y flujo total de exportaciones e importaciones, adicionalmente establece el comportamiento del comercio exterior entre dos naciones respecto a un mismo producto, estableciendo grado de ventaja o desventaja comparativa. La fórmula es la siguiente:

$$BCR = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

Dónde:

X_{ij} = Exportaciones de un producto i por un país j al mercado mundial o un mercado específico.

M_{ij} = Importaciones de un producto i por un país j al mercado mundial o un mercado específico.

El producto es un valor entre -1 y 1. Si >0 , se trata de un sector exportador y por ende, competitivo. Si <0 , se trata de un sector importador y carente de competitividad frente al mercado externo.

6.5.2 Indicador Principal de Transabilidad:

Mide la relación existente entre la balanza comercial neta y el consumo aparente. La fórmula es la siguiente:

$$T_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (Q_{ij} + M_{ij} - X_{ij})$$

Dónde:

X_{ij} = Exportaciones del producto i del país j .

M_{ij} = Importaciones del producto i del país j .

Q_{ij} = Producción doméstica del producto i del país j .

El producto es un valor entre -1 y 1. Si >0 , el sector se considera exportador, dado que existe un exceso de oferta ($X_{ij} - M_{ij} > 0$), es decir, es un sector competitivo dentro del país. Si <0 , es posible que se trate de un sector sustituidor de importaciones, o no competidor con las importaciones, dado que existe un exceso de demanda ($X_{ij} - M_{ij} < 0$).

6.5.3 Indicador de Especialización Internacional (LAFAY):

Establece la participación en el mercado mundial o en un mercado específico; exportaciones, vocación exportadora del país y capacidad para construir ventajas permanentes, lo que se evidencia con el balance comercial del bien. La fórmula es la siguiente:

$$IE = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{im})$$

Dónde:

X_{ij} = Exportaciones del bien i realizadas por el país j

M_{ij} = Importaciones del bien i realizadas por el país j

X_{im} = Exportaciones del bien i realizadas por el mundo ó un mercado específico.

El producto es un valor entre -1 y 1. Si $=1$, el país tiene un alto grado de competitividad y especialización en ese rubro en el mercado de referencia y si es <1 el país tiene un bajo grado de competitividad y especialización en ese rubro en el mercado de referencia.

6.5.4 Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional (FAJNZYLVER):

Establece la competitividad de un producto o cadena medida por la variación de su presencia en un mercado. De igual manera muestra la adaptabilidad de los productos de exportación a los mercados en crecimiento.

Este se puede observar a través de dos criterios:

Posicionamiento (P): dinamismo relativo de un rubro en las importaciones de un país. La fórmula es la siguiente:

$P = TCM_{ij}$ = Tasa de crecimiento de las exportaciones del producto i por parte del país j .

Eficiencia (E): participación relativa de las exportaciones del país en un producto determinado. La fórmula es la siguiente:

$E =$ Variación de la Participación porcentual de las exportaciones de un país (caso Colombia) en el total de las exportaciones del producto i .

Al combinar los indicadores de Posicionamiento (P) y Eficiencia (E) se presentan 4 posibles resultados:

- Positivo: Cuando los dos conceptos (P y E) son favorables.
- Oportunidades perdidas: Si P es favorable pero E es baja.
- Vulnerabilidad: Si P es desfavorable pero E es alta.
- Retirada: Si P y E son negativos.

Es decir, se identifican a los países que han aumentado su participación como “ganadores” y los que la han disminuido como “perdedores”.³¹

³¹ GARAY L. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Banco de la República. [página web]. [consultado el 18 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrialatina/254.htm>

7 PERFIL COMPETITIVO DE LA GRANADILLA Y EL MARACUYÁ, RESPECTO AL MERCADO MEXICANO

El presente capítulo tiene como objetivo realizar un análisis cuantitativo de la competitividad de la granadilla y el maracuyá en Colombia, respecto al comercio exterior con México, para el periodo del 2011 – 2015, tomados en miles de dólar americano; para lo cual se tomaron cifras del DANE, Banco Mundial, Procolombia y Trade Map.

Las exportaciones totales de estas frutas alcanzaron los 3.483 miles USD para el 2015, representados en 802.637 Kilogramos de frutas; presentando una tasa de crecimiento entre el 1 y el 16% para el periodo evaluado, donde los principales destinos son países como Países Bajo, con una cuota de mercado del 25,1%; Canadá, Francia, Brasil, Emiratos Árabes Unidos y Reino Unido, con una participación de 19%, 12%, 6%, 4% y 2% respectivamente.³²

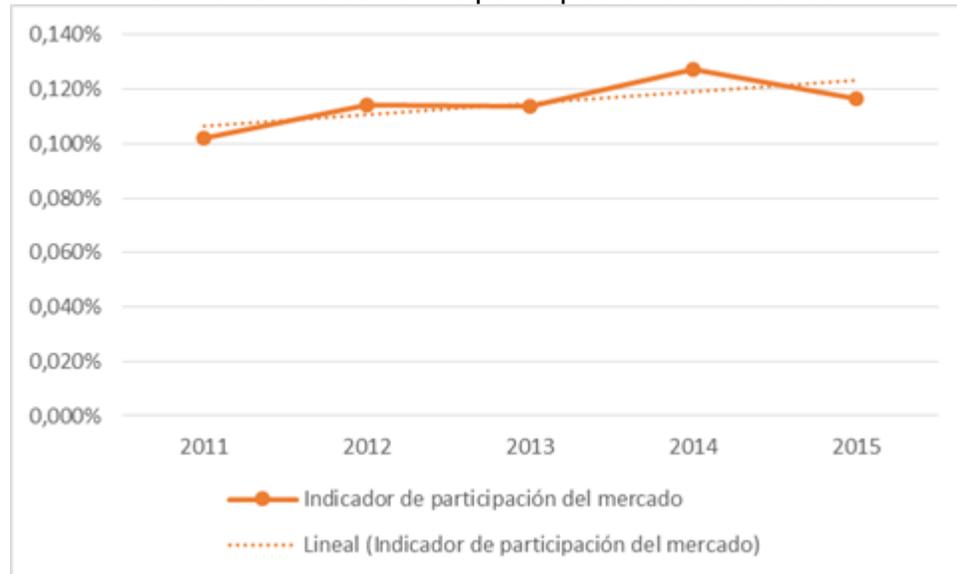
7.1 INDICADORES DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL (CAN):

Indicador de participación del mercado: Este indicador evidencia el crecimiento o decrecimiento de competitividad a partir de la participación del mercado, en este caso, se evaluó la dinámica de estos dos frutos colombianos, respecto al mundo, debido a que existen transacciones registradas realizadas entre Colombia y México, respecto a estos productos.

Según lo anterior, la línea de tendencia representa un comportamiento creciente, lo cual implica un crecimiento de la competitividad durante los últimos 5 años; de lo anterior se puede inferir que es posible aumentar dicha participación en los próximos años, estableciendo modelos de negocios enfocados en la exportación y posicionamiento de estos frutos.

³² TRADE MAP. [pagina web]. [consultado el 18 de julio de 2016] Disponible en: <http://www.trademap.org/>

Grafica 3. Indicador de participación del mercado



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map

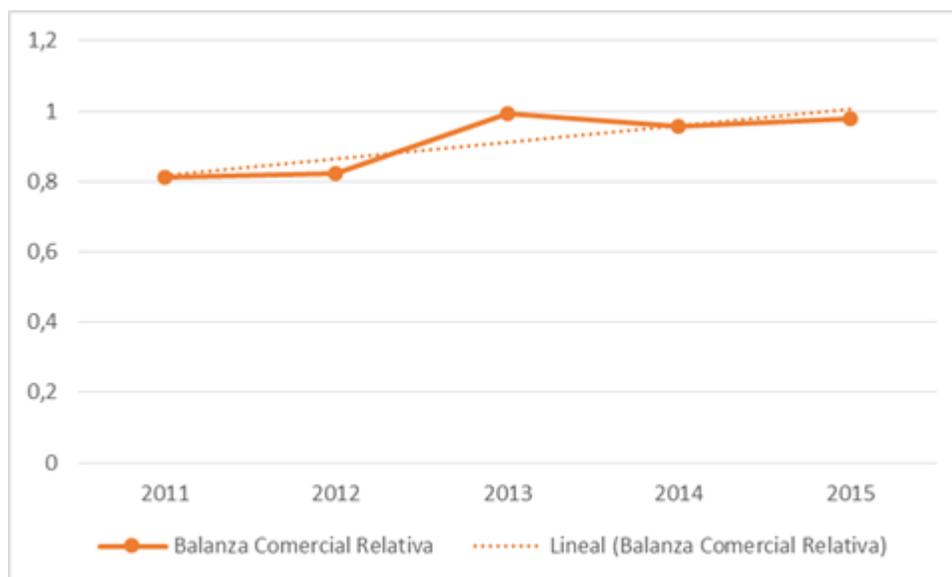
7.2 INDICADORES DE REVELADA:

El análisis que implica el desarrollo de estos indicadores, para establecer la competitividad de la granadilla y el maracuyá como productos de origen colombiano, en el comercio exterior con México, requiere datos de valores de importaciones, exportaciones, producción, tasas de crecimiento y otros, los cuales no se encuentran registrados, debido a que durante el periodo evaluado no existen transacciones realizadas de este tipo. Según lo anterior, el desarrollo de dichos indicadores se realiza respecto al comportamiento con el mercado internacional.

7.2.1 Balanza Comercial Relativa (BCR):

Este indicador, refleja un comportamiento positivo para estos productos, debido a que al obtener un resultado creciente entre 0,81 y 0,98 para los años de 2011 a 2015, establece que se trata de productos con tendencia exportadora, y por lo tanto son competitivos, brindando una ventaja para el país.

Grafica 4. Balanza Comercial Relativa (BCR)



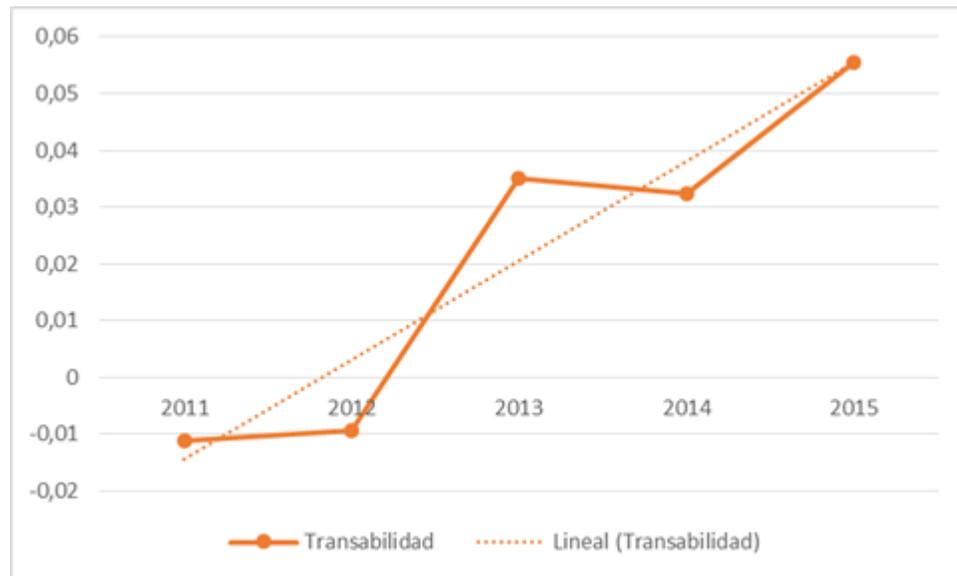
Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map

Además, según la Gráfica 4, se establece una línea de tendencia de comportamiento creciente, lo que significa que son productos con alto potencial, que, junto con la implementación de un valor agregado, tienen alto potencial exportable y por representar un incremento y mayor aporte a la economía colombiana.

7.2.2 Indicador Principal de Transabilidad:

Este indicador arrojó resultados negativos para los primeros dos años de estudio, lo que implica que estos productos presentaban exceso de demanda; desde el 2013 al 2015, se presentaron resultados entre 0.035 y 0.055, por lo que se establece que son productos que han tenido un posicionamiento durante los últimos años en el mercado internacional, convirtiéndolos en competitivos aprovechando el exceso de demanda.

Grafica 5. Indicador Principal de Transabilidad

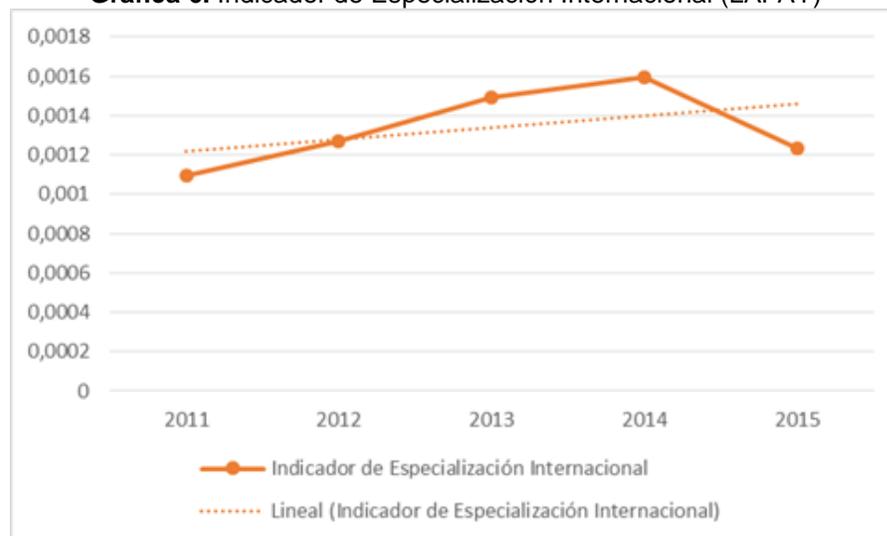


Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map

7.2.3 Indicador de Especialización Internacional (LAFAY):

Este indicador arroja resultados cercanos a cero durante el periodo 2011-2015, con valores ubicados entre 0,0011 y 0,0016, lo que implica que a pesar que el resultado es positivo, no se puede establecer que sean productos con alto grado de competitividad y especialización; debido a que, como se mencionó anteriormente, es necesario invertir en investigación y desarrollo para generar valor agregado y por tanto convertirlos en competitivos en el mercado internacional.

Grafica 6. Indicador de Especialización Internacional (LAFAY)

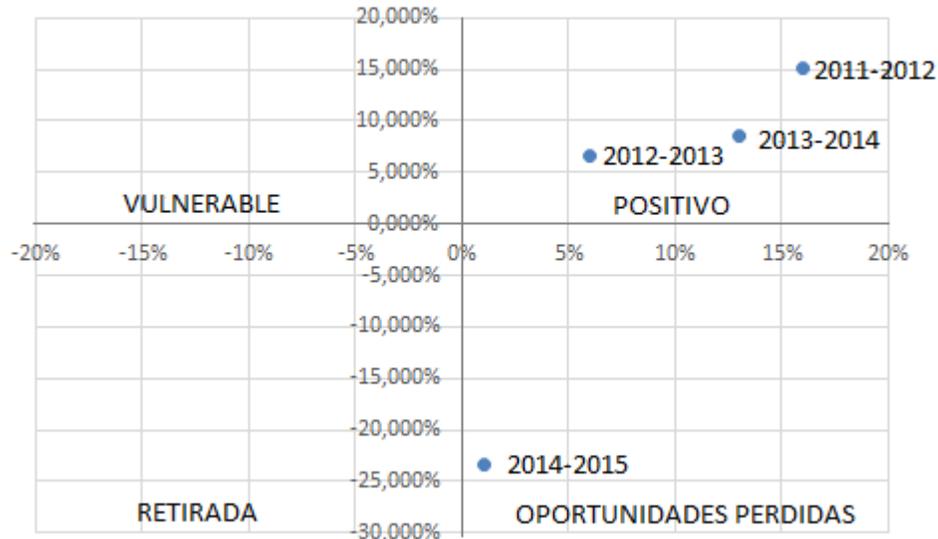


Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map

7.2.4 Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional:

Este indicador tiene en cuenta el posicionamiento y la eficiencia de los productos respecto al mercado internacional; en este sentido, se establecen de la siguiente forma:

Grafica 7 Indicador de Modo de Inserción al Mercado Internacional



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map

Según la gráfica 7, al combinar estos dos factores, se establece que estos productos, para los años 2011-2014, se ubicaron en el cuadrante positivo, lo que implicó que tanto el posicionamiento como la eficiencia presentaron crecimientos positivos. Desde el año 2014, se posicionaron en una situación de oportunidades perdidas, es decir, se presentan valores positivos en posicionamiento y negativas en eficiencia debido a que el crecimiento en las exportaciones no fue suficiente para lograr un crecimiento en la participación de las exportaciones mundiales

8 CRONOGRAMA

ACTIVIDAD:	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO					
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Capítulo 1 Productividad y competitividad de las frutas exóticas colombianas.																														
Capítulo 2 Marco teórico indicadores de competitividad.																														
Capítulo 3 Perfil competitivo de la granadilla y el maracuyá, respecto al mercado mexicano.																														
Conclusiones																														
Recomendaciones																														

9 CONCLUSIONES

- Para establecer la dinámica competitiva de un sector económico o de un producto o conjunto de productos específicos, es necesario, realizar un análisis competitivo general de la economía a evaluar, es decir, establecer una metodología enfocada de lo general a lo específico, por lo cual fue necesario identificar los principales indicadores a nivel mundial y de esta forma el comportamiento del país en término de competitividad, para lo se revisaron tres principales índices, los cuales son Índice de competitividad mundial, Ranking mundial de competitividad (ICG) y Doing Business; en segundo lugar, se revisaron indicadores departamentales como Indicador Nacional de Competitividad e Índice Departamental de Competitividad (IDC); finalmente, con el fin de estudiar la competitividad de la granadilla y del maracuyá en el mercado internacional, se tuvieron en cuenta indicadores como Indicadores de Revelada e Indicadores De Competitividad Sectorial (CAN).
- La metodología propuesta inicialmente, no se desarrolló de acuerdo a lo establecido, por lo cual fue necesario realizar modificaciones en el análisis cuantitativo del comportamiento competitivo de la granadilla y el maracuyá nacionales respecto al mercado mexicano, debido a que, durante el periodo evaluado, es decir, 2011-2015, no se evidenciaron transacciones de este tipo llevadas a cabo entre estos dos países. Como consecuencia de lo anterior, fue necesario realizar dicho análisis respecto al mercado mundial.
- La granadilla y el maracuyá, no alcanzan los índices de competitividad necesarios, para convertirse en pilares económicos, debido a que, como lo mencionaron los autores estudiados, es necesario realizar procesos de industrialización, los cuales impliquen inversión e investigación y desarrollo, con el fin de generar un valor agregado, que los posicione como productos competitivos en el mercado internacional, de forma tal que se logre administrar de manera eficiente los recursos con los cuales cuenta la economía colombiana

10 RECOMENDACIONES

- Es necesario cambiar el mercado objetivo ya que al país que se deseaba exportar genera riesgos por ser un país productor la demanda de producción es mayor que la de nuestro país y así no se puede mantener un comercio constantemente entre los dos países afectando el intercambio de productos y por lo tanto la economía. Por ello debemos aprovechar las oportunidades que tiene Colombia en el mercado internacional, como es el caso del Europeo que gracias a las propiedades que brindan nuestra frutas son apetecidas en estos mercados a los cuales hasta el momento son la mejor opción para poder posicionar el sector frutícola a nivel internacional.
- Se recomienda revisar el planteamiento del objetivo principal y los específicos, con la finalidad de retomar y replantear elementos que impidieron el desarrollo completo del análisis de competitividad entre los mercados de Colombia y México.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ BURBANO, G. A. & DÍAZ, E. Mercado mundial de frutas tropicales [página web] . Trabajo de grado. Mercadeo internacional y publicidad, Universidad ICESI., 2015. [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78536/3/TG00969.pdf

CALAMEO. La Granadilla. [página web]. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.calameo.com/read/004475477da485e7b7ce0>

CAMARA DE COMERCIO DUITAMA. Inversión en el sector Hortofrutícola en Colombia. .En: Revista: Boletín Agro al Día. [página web] no. 7 – Junio- Julio de 2013. p.1 [Consultado 03, Abril, 2016]. Disponible en: [file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Boletin%20Agro%20al%20dia%20Edi.%207%20julio%202013%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Invitado/Downloads/Boletin%20Agro%20al%20dia%20Edi.%207%20julio%202013%20(1).pdf)

CLAUDIA LACOUTURE, María El potencial exportador del maracuyá se incrementará con el TLC. [página web] En: LA REPUBLICA. 02, Mayo, 2012. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: http://www.larepublica.co/agronegocios/el-potencial-exportador-del-maracuy%C3%A1-se-incrementar%C3%A1-con-el-tlc_9113

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Documents/Conpes-3439-de-2006.pdf>

DOCUMENTO DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y DESARROLLO, A.C. situación actual de la industria hortofrutícola en México, Dr. Jorge H. Siller Cepeda. Capítulo IV, p 2. [Consultado el 7 de abril de 2016]

DURAN HERNÁNDEZ, J. D. & MÉNDEZ ARTUNDUAGA, G. A. Plan de negocios para exportar maracuyá y Cholupa como fruta fresca y/o en pulpa hacia Canadá [página web]. Trabajo de grado. Ingeniería industrial, Pontificia Universidad Javeriana. Diciembre, 2008. p.14 [Consultado 07, abril, 2016]. Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis256.pdf>

ENCOLOMBIA. Cultivo de Maracuyá. [página web]. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://encolombia.com/economia/agroindustria/cultivo/cultivodemaracuya>

FORO ECONÓMICO MUNDIAL. Reporte global de competitividad 2014-2015. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Documento_FEM_2014.pdf

GARAY L. Colombia: estructura industrial e internacionalización 1967-1996. Banco de la República. [página web]. [Consultado el 18 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/254.htm>

GRUPO BANCO MUNDIAL. Doing Business. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://espanol.doingbusiness.org/about-us>

INSTITUTO FINANCIERO DE CASANARE. Cultivo de Maracuyá. [Página web]. Yopal 08, Noviembre, 2013. [Consultado 12, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.ifc.gov.co/index.php?idcategoria=1087>

INSTITUTE FOR MANAGMENT DEVELOPMENT. Anuario mundial de competitividad 2015. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Doc_IMD_2015.pdf

LEGISCOMEX. Exportación de frutas exóticas colombianas. [página web] En: Revista Exportación de frutas exóticas colombianas. Mayo 15 de 2013. p.3 [Consultado 15, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-frutas-exoticas-colombia-completo.pdf>

MINAGRICULTURA. SIOC, Cadena Productiva Pasifloras. [página web] Bogotá D.C. [Consultado 18, Marzo, 2016]. Disponible en: <http://sioc.minagricultura.gov.co/index.php/art-inicio-cadena-pasifloras/?ide=27>

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Primer informe mensual. Secretaría técnica nacional de la cadena de pasifloras. Plan nacional de fomento hortofrutícola 2012-2022 fase 2014. Marisol Parra Morera. Julio de 2014., P 12. [Consultado 07, Abril, 2016]. Disponible en: http://sioc.minagricultura.gov.co/templates/sioc_cadenas/docs/4395_27.pdf

OBSCHATKO E. y BERNARD Von. Modelo para el análisis de la competitividad de las exportaciones de origen agropecuario. Banco Interamericano de Desarrollo – BID. Washington. 2000.

PIÑEROS MILLAN, S. Estudio de factibilidad para la caracterización de la Cadena de suministro del mercado de frutos de las Passifloras en Italia [página web]. Trabajo de grado. Ingeniería industrial, Pontificia Universidad Javeriana. 2013. p.30 [Consultado 07, abril, 2016]. Disponible en <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/10310/1/PinerosMillanSteffany2013.pdf>

PORTER, M. E. (1990) La Ventaja Competitiva de las Naciones. Free Press, New York, 1990 & 1998

SISTEMA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN. Indicadores a nivel nacional. [página web]. [consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Paginas/indicadores-nacionales.aspx>

SOCIEDAD COLOMBIANA DE CIENCIAS HORTICOLAS. Cultivo, poscosecha y comercialización de las pasifloráceas en Colombia: Maracuyá, Granadilla, Gulupa y curuba. [página web] En: Revista, 2009. p 5-7. [Consultado 18, Marzo, 2016]. Disponible en: http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_118_cultivo_poscosechavp.pdf

TRADE MAP. [página web]. [Consultado el 18 de julio de 2016] Disponible en: <http://www.trademap.org/>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Desarrollan semillas de granadilla más productivas. En: Agencia de noticias UN. [página web] PALMIRA, 11 de septiembre de 2012. [Consultado 07, Abril, 2016]. Disponible en: <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/desarrollan-semillas-de-granadilla-mas-productivas.html>

WORLD ECONOMIC FORUM. The Global Competitiveness Report. [página web]. [Consultado el 17 de julio de 2016]. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf