

**ANÁLISIS SECTORIAL, DE LAS CONDICIONES DE ENTRADA, DE LA
DEMANDA Y LA ESTRUCTURA DE LA RIVALIDAD DE LAS
EXPORTACIONES DE PITAHAYA Y MARACUYÁ COLOMBIANAS EN EL
MERCADO CANDIENSE, EN EL MARCO DEL TLC COLOMBIA-CANADÁ.**

**Presentado por:
German Augusto Porras Ávila**

**Tutora:
Rosa Quintero Amaya**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D. C.
2012**

CONTENIDO

1	INTRODUCCION	11
2	JUSTIFICACION	12
3	OBJETIVOS	13
3.1	OBJETIVO GENERAL	13
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
4	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	14
	Maracuyá	14
4.1		14
4.2	Pitahaya	15
4.3	Producción	16
4.3.1	Producción de la Maracuyá en Colombia	16
4.3.2	Producción de la Pitahaya en Colombia	17
4.4	Proveedores	18
4.4.1	Pitahaya	18
4.4.2	Maracuyá	19
4.5	Condiciones para la exportación	19
4.5.1	Requisitos de calidad para la exportación	19
4.5.1.1	Calidad de la Maracuyá	19
4.5.1.2	Clasificación Maracuyá	20
4.5.2	Empaque de Maracuyá	20
4.5.2.1	Calidad de la Pitahaya	20
4.5.3	Clasificación Pitahaya	21
4.5.4	Empaque de la Pitahaya	21
4.5.5	Condiciones de almacenamiento	22
4.5.5.1	Condiciones de almacenamiento Maracuyá	22
4.5.5.2	Condiciones de almacenamiento Pitahaya	22
4.6	Normas fitosanitarias de exportación en Colombia	22
4.7	Certificado de origen	23
5	COMERCIO MUNDIAL Y ESTRATEGIAS DE ENTRADA	23
5.1	Comercio internacional de frutos frescos	23
5.2	Obstáculos al comercio de frutas y vegetales	24

5.3 Comercio mundial de Maracuyá	24
5.4 Comercio mundial de Pitahaya	25
5.5 Pasos para exportar	26
5.6 CONDICIONES DE ENTRADA	27
5.6.1 Requisitos de entrada al mercado canadiense para las frutas frescas	27
5.6.1.1 Características de los productos	27
5.6.1.2 Documentación de importación	28
5.6.1.3 Leyes que Rigen la Importación de Alimentos	28
6 LOGISTICA	30
7 ESTRUCTURA Y RIVALIDAD	33
7.1 Producción de frutas en Canadá	33
7.2 COMERCIO BINACIONAL COLOMBIA CANADA DE PITAHAYA Y MARACUYA	33
7.2.1 Maracuyá	33
7.2.2 Pitahaya	34
7.3 Ventajas competitivas de Colombia en el mercado canadiense	35
7.3.1 Ventajas que hacen competitiva a la Pitahaya y Maracuyá colombiana frente a sus competidores internacionales	35
8 DEMANDA	36
8.1 El mercado Canadiense	36
8.2 DESCRIPCION MERCADO CANADIENSE	36
8.3 Hogares canadienses	37
8.4 Etnicidad	37
8.5 Análisis DOFA	37
8.6 Compra de estas frutas por parte de los proveedores en Canadá	39
9 CONCLUSIONES	40

LISTA DE TABLAS

Tabla 2. Composición Nutricional Maracuyá	14
Tabla 4. Composición Nutricional Pitahaya	15
Tabla 5. Calibre Maracuyá	20
Tabla 6. Calibre Pitahaya	21
Tabla 7. Principales números del comercio internacional de frutas en Canadá	24
Tabla 8. Pitahaya en el mundo a 2009	26
Tabla 9. Calificación logística Canadá	30
Tabla 10. Aerolíneas con servicio de carga Colombia Canadá y conexiones	31
Tabla 11. Tarifas Aéreas	32
Tabla 12. Análisis DOFA	38

1 INTRODUCCION

Este proyecto es resultado de la formación de Administrador de Empresas y de los conocimientos y capacidades que se obtienen para ser empresarios emprendedores y aprovechar los potenciales que la actividad económica brinda en un país que, aunque presenta diversas problemáticas, también ofrece un sinnúmero de oportunidades que, bien aprovechadas, contribuyen al crecimiento y desarrollo.

El sector rural y las actividades agropecuarias en Colombia tienen una importancia fundamental dentro de la economía Colombiana, aportando un 7% del Producto Interno Bruto –PIB– durante el año 2010¹. Con una tasa de desempleo de 8,1%², relativamente baja, a pesar de que se ha visto perjudicado por la violencia nacional y del elevado índice de pobreza de 64,3% de la población que vive bajo la línea de pobreza³.

El presente taller de grado busca ser un aporte al sector rural al incentivar la producción de Maracuyá y Pitahaya para la exportación, especialmente en los departamentos de Valle del Cauca, Huila, Meta, Cundinamarca y Caldas, los cuales son los principales productores en el país, generando empleo para los productores de estas regiones y a la vez para todos los agentes que intervengan en el proceso de exportación al mercado canadiense. Así mismo se espera que se constituya en un referente para los empresarios emprendedores que quieran aprovechar los beneficios de la política comercial de búsqueda de nuevos mercados en el marco de los diferentes tratados comerciales, entre ellos el TLC con Canadá.

Se parte del hecho de exportar mediante la figura de Comercializadora internacional⁴, la cual le compra a un productor que cumpla con las características específicas que exige el mercado objetivo y se hace una exportación directa⁵. Contactando a un importador el cual es el encargado de la distribución y comercialización del producto en el mercado canadiense.

Las limitaciones al momento de realizar este trabajo de grado son. Respecto al comercio internacional de Pitahaya y Maracuyá al encontrarse bajo el mismo código arancelario que varios frutos frescos como mangostinos y otras pasifloras⁶ es imposible hacer un análisis acertado de acuerdo a su peso dentro de dicho comercio. En el mercado local de Canadá al no ser unas frutas conocidas no se cuenta con información precisa de los gustos o tendencias de estas frutas dentro de este mercado.

¹Fuente: DANE, Producto interno Bruto Colombia 2010

²Fuente DANE, Encuesta Nacional de Hogares octubre 2011

³Fuente DANE, Series de Empleo, Pobreza y Desigualdad 2009

⁴<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/08/01/7/>

⁵http://www.proargex.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=26&limitstart=1

⁶Planta herbácea o leñosa, de flores grandes, brillantes, de color rosado, rojo o púrpuro y agrupadas en pedúnculos, caracterizada por el crecimiento simultáneo de la base del cáliz y de la corola, que forma una copa de cuyos bordes parten los pétalos. Granadilla, Cholupa

2 JUSTIFICACION

Según el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014 el sector agrícola colombiano,⁷ cuenta con 21,5 millones de hectáreas aptas para la explotación agrícola y silvo-agrícola y sólo se utilizan para este fin 4,9 millones, lo cual deja a Colombia con un potencial de 16,6 millones de hectáreas aptas para explotación agrícola. Son tierras vírgenes que ayudan para cultivar orgánicos y nuevos productos que, desde el proceso de producción, pueden generar cadenas de valor con capacidad de cumplir con las normas y requerimientos técnicos y fitosanitarios para la exportación. Adicional a esto, Colombia esta ubicada en una posición geográfica privilegiada para la exportación de productos a este mercado, la cual le permite el traslado de productos por puertos marítimos ubicados tanto en el Océano Atlántico como en el pacifico y una estructura aeroportuaria capaz de exportar productos a la mayoría de los principales aeropuertos de este continente.

Así mismo existe una oportunidad en la política pública de los últimos años, que ha buscado y sigue propendiendo por diversificar mercados para los productos de exportación no tradicionales, con herramientas como los tratados de libre comercio con los cuales se eliminan barreras de entrada⁸ a los productos de origen colombiano en treinta⁹ mercados, entre ellos el de Canadá. La suma de estos factores deja a Colombia con una ventaja competitiva¹⁰ frente a países competidores directos que no cuenten con tratados en el mercado objetivo, debido a la reducción de costos por barreras arancelarias y estandarización de requerimientos fitosanitarios.

Canadá, el mercado objetivo de este taller de grado es un país que tiene una tendencia de importación y consumo de frutas crecientes (datos en los cuales se profundizara mas adelante dentro de este documento), lo cual lo hace atractivo para la exportación de frutas.

Por estas razones de potencialidad y oportunidad se ha decidido elaborar el presente taller de grado enfocado en análisis sectorial, condiciones de entrada, estructura de la rivalidad y condiciones de la demanda.

⁷Plan Nacional de Desarrollo

⁸Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia. Contenido. [en línea]. Disponible en Internet en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=5176&idcompany=1>. Consultado en: Octubre de 2011.

⁹<https://www.mincomercio.gov.co/tlc/#>

¹⁰Teorías del Comercio Internacional. [en línea]. Tesis Mercantilista. Disponible en Internet en: http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:kjYJfjho_2YJ:comunidad.uach.mx/hescobed/TEORIAS%2520DEL%2520COMERCIO%2520INTERNACIONAL.doc+cada+pa%C3%ADs+podr%C3%ADa+especializar+se+en+la+producci3n+de+aquellos+bienes+en+los+cuales+tuviera+una+ventaja+absoluta&hl=en&pid=bl&rcid=ADGEEsG5q3yA4MI9JoY7lsJMg48pzCpTLcPY_6gbd5vm1eXv12jnUuWfqo4FKie-u7ISxgz4N8hXGnBJ32BeVr6XeYKOJzQiCKJ4F1A2rnwySbaEAAmlwMN_zhkXqjftnz8rNi9H2naT&sig=AHIEtbQ25IyR6bm_AOTq3QoOALE-0VGU8g. Consultado en: Octubre de 2011.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio sobre la exportación de frutas exóticas al Canadá en el marco de un TLC enfocado en análisis sectorial, condiciones de entrada, estructura de la rivalidad y condiciones de la demanda.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir situación del mercado de las frutas tropicales en Canadá a la fecha
- Dar a conocer las ventajas competitivas que tiene Colombia respecto a la producción de Pitahaya y Maracuyá a nivel mundial
- Encontrar nuevas oportunidades de mercado para la Pitahaya y Maracuyá en el mercado canadiense

4 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

A continuación se presenta las principales características de las frutas a exportar al mercado canadiense en el marco del TLC Colombia – Canadá (Maracuyá y Pitahaya), así como su comportamiento y papel en el comercio internacional.

4.1 MARACUYÁ¹¹

Tabla . Generalidades Maracuyá¹²

Nombre común:	Maracuyá
Nombre científico:	(Pasiflora edulis L.)
Genero Familia:	Pasiflora Pasifloráceas
Tipo Origen:	Fruta Originaria de la amazonia Brasileña de donde se llevó Australia y de allí a Hawái en 1880
Países productores:	Brasil, Venezuela y Ecuador

“Es una planta que de acuerdo a condiciones fitosanitarias se produce desde los 300 msnm hasta los 1.000 msnm, el clima en que se desarrolla requiere que haya alternancia de época húmeda y seca y de 1000 a 1.500 milímetros de precipitación.”¹³

El contenido químico del maracuyá en 100 gramos (parte comestible) se compone de la siguiente manera:

Tabla . Composición Nutricional Maracuyá¹⁴

COMPUESTO	CANTIDAD
Calorías	90
Agua	75.1 g
Carbohidratos	21.2 g
Grasas	0.7 g
Proteínas	2.2 g
Fibra	0.4 g
Cenizas	0.8 g
Calcio	13 mg

¹¹Instituto de Educación Técnica Profesional [En línea]. Guía Técnica para el Cultivo de Maracuyá Amarillo. Disponible en Internet en: http://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/file/CIPS/Revista_Investigacion/Gu%C3%ADa%20Maracuy%C3%A1-INTEP-2011.pdf Consultado en: Mayo 2012

¹²Gobernación del Huila [En línea]; Programa de Productividad y Competitividad Agropecuaria del Huila. Disponible en Internet en: <http://www.huila.gov.co/documentos/agricultura/CADENAS%20PRODUCTIVAS/INFORME%20DE%20GESTION%202010%20-%20HUILA%20PARAISO%20FRUTICOLA.pdf> Consultado en: Mayo de 2012

¹³Ibíd.

¹⁴Ibíd.

Fósforo	64 mg
Hierro	1.6 mg
Tiamina	0.01 mg
Riboflavina	0.13 mg
Niacina	1.5 mg
Acidoascórbico	30g

4.2 PITAHAYA

Tabla . Generalidades Pitahaya¹⁵

Nombre común:	Pitahaya Amarilla
Nombre Científico:	Selenicereus megalantus
Familia:	Cactaceae
Tipo Origen:	se atribuye a las regiones boscosas del trópico y subtrópico de México, Centro y Sur América.
Países Productores	Colombia, Israel, Ecuador, Perú

“Las Pitahayas presentan varios hábitos de crecimiento y pueden ser trepadoras, rupícolas, hemiepífitas y epífitas, es decir, organismos vegetales que viven sobre una planta (forófito) sin extraer agua o minerales de sus tejidos vivos (Linares 2001; Flores et al., 2009). Las hemiepífitas realizan parte de su ciclo de vida sobre otra planta y reciben algunos nutrientes minerales de fuentes terrestres; cuando inician su ciclo de vida como epífitas y eventualmente envían raíces y vástagos al suelo, se denominan hemiepífitas primarias y comienzan como plantas establecidas en el suelo pero posteriormente, eliminan sus conexiones con éste y se convierten en epífitas verdaderas, se les denomina hemiepífitas secundarias.”¹⁶

El contenido químico del maracuyá en 100 gramos (parte comestible) se compone de la siguiente manera:

Tabla . Composición Nutricional Pitahaya¹⁷

COMPUESTO	CANTIDAD
Agua (g)	82.8

¹⁵Food Agricultural Organization of the United Nations [En línea]. Cultivos Andinos Disponible en Internet en: <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro11/cap1.htm> Consultado en: Mayo de 2011

¹⁶Universidad Nacional de Colombia [En línea]. Evaluación de Métodos de Propagación en Pitahaya Amarilla. Disponible en línea en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/4471/1/7207004.2011.pdf> Consultado en: Mayo de 2011

¹⁷Food Agricultural Organization of the United Nations. Op Cit.

Proteína (g)	1.2
Grasa (g)	0.4
Carbohidratos totales (g)	15
Fibra cruda (g)	0.8
Ceniza (g)	0.6
Calcio (mg)	8
Fósforo (mg)	34
Hierro (mg)	0.6
Actividad de vitamina A (ug)	5
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.04
Niacina (mg)	0.36
Acido ascórbico (mg)	8
Valor energético (kcal)	54

4.3 PRODUCCIÓN

4.3.1 Producción de la Maracuyá en Colombia

“En Colombia se encuentran cultivadas aproximadamente 7000 hectáreas de Maracuyá, de las cuales el 70% es para consumo interno y el 30% restante para exportación”¹⁸, en el comercio internacional la Maracuyá cobra importancia no como fruta fresca, sino como materia prima para la industria de jugos.

“En el país se cultivan el maracuyá amarillo variedad flavicarpa (Degener) y el maracuyá rojo o morado variedad púrpura (Sins). El 56 % se produce en los departamentos de Valle del Cauca 19 %, Huila 23 % y Meta 14%”¹⁹.

Estacionalidad²⁰

BRASIL

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

ECUADOR

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

¹⁸Asociación Macroregional de Productores para la Exportación. Perfil del mercado de la Maracuyá fresca, AMPEX Perú 2006

¹⁹Fuente: AGRONET con base en Evaluaciones Agropecuarias - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

²⁰Traducido de Die Quelle guten Geschmacks.[En línea]. The Passionfruit Market is it Controllable?. Disponible en Internet en: http://www.carriere.de/fileadmin/Downloads/Passionfruit_Market.pdf Consultado en: Mayo 2012

PERU											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

Colombia											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

Rojo: Temporada de alta cosecha

Naranja: Temporada media cosecha

Amarillo: Temporada baja cosecha

4.3.2 Producción de la Pitahaya en Colombia

“En Colombia antes de los años ochenta la Pitahaya (*Selenicereus megalantus*) era considerada una fruta silvestre, sin embargo a partir de esa década se comenzó a cultivar comercialmente y a ser promovida por el Programa de Desarrollo y Diversificación de la Federación Nacional de Cafeteros como cultivo de diversificación de zonas cafeteras, llegando a cerca de 1.000 hectáreas cultivadas. Otro aspecto que contribuyó a este comportamiento fue la expectativas que se creó en los mercados globales por este producto, por ser una fruta exótica. Este crecimiento se vio frenado por el cierre del mercado japonés en 1989, como resultado de la detección de larvas de mosca de la fruta en Pitahaya proveniente de Colombia. Esto se sumó a la inexistencia de un mercado local que pudiera absorber la producción y al desarrollo de problemas fitosanitarios que redujeron la productividad y calidad del cultivo, disminuyendo su rentabilidad.”²¹

Los departamentos con mayor área cultivada en Colombia son: Valle del Cauca (296 hectáreas), Cundinamarca (235 Ha.) y Caldas (103 Ha.). Estos departamentos representaban el 62% del área nacional en 2010. (Estadísticas Agronet 2010).

“Pese a ser Colombia el mayor exportador de Pitahaya amarilla en el mundo, de las 7.906 toneladas que se produjeron en 2009, sólo se exportaron 231, el 3% de la producción local, siendo en fresco la forma en la que más se consume, seguida de la industria que la utiliza como materia prima”.²²

Aunque estas frutas se producen en varios departamentos de Colombia y se comercializan internamente a lo largo del territorio nacional, este trabajo estará enfocado a la comercialización internacional. Para el caso de la Pitahaya y

²¹Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [En línea]. Disponible en Internet en: http://www.agronet.gov.co/www/docs_si2/Cultivo%20de%20pitaya.pdf Consultado en: Mayo de 2012

²²Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural [En línea]. Agenda Prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Cadena Productiva de la Pitahaya Amarilla en Fresco en el Valle del Cauca. Disponible en internet en: http://www.minagricultura.gov.co/archivos/agenda_pitaya_en_el_valle_del_cauca.pdf Consultado en: Mayo de 2012

Maracuyá, las compras se realizan de forma directa a productores medianos o asociaciones ²³ que cumplan con los requisitos fitosanitarios exigidos en Canadá.

Estacionalidad de la producción de la Pitahaya²⁴.

COLOMBIA

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

ECUADOR

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

BRASIL

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

ISRAEL

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC

Rojo: Temporada de alta cosecha

Naranja: Temporada media cosecha

Amarillo: Temporada baja cosecha

“En el mundo existen tres grupos de Pitahaya comercial: Pitahaya de cascara roja sin espinas y pulpa blanca (*Hylocereus undatus*); Pitahaya de cáscara roja sin espinas y pulpa roja (*Hylocereus costarricensis*) y Pitahaya de cáscara amarilla con espinas y pulpa blanca (*Selenicereus megalanthus*)”²⁵. Fruta sobre la cual va enfocado este trabajo de grado, ya que es la que se cultiva en Colombia.

4.4 PROVEEDORES

Los proveedores están ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional de Colombia, principalmente en los departamentos de Huila, Cauca, Valle del Cauca y Antioquia, estos cuentan con la infraestructura necesaria para cumplir con los requisitos exigidos para abastecer las necesidades y requerimientos de los clientes en Canadá. Se escogerán las asociación de productores debido a la posibilidad de tener un contacto directo con el productor sin acudir a intermediarios.

4.4.1 Pitahaya

El principal proveedor de pitahaya a nivel nacional que cuenta con las características que se exigen de la misma para su exportación es ASOPPITAYA, asociación de productores de pitahaya con sede en Roldanillo, Valle que cuenta con mas de 50 granjas con producción apta para la exportación.

²³Ibíd.

²⁴Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Op. Cit.

²⁵Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Op. Cit.

4.4.2 Maracuyá

En el caso de la Maracuyá el mayor proveedor de este fruto en Colombia con condiciones aptas para la exportación es CEPASS Huila, Asociación de Productores de Pasifloras del Huila, quien integra varios productores de las distintas pasifloras a nivel departamental.

Para responder a las tendencias internacionales que exigen productos con valor agregado, en el país se han desarrollado agendas prospectivas de investigación y desarrollo tecnológico que buscan resolver las necesidades o demandas tecnológicas para fortalecer la economía nacional con un producto con excelentes perspectivas de comercialización y exportación como lo es la pitahaya amarilla. Dichas demandas se enmarcan en las cinco áreas estratégicas de amplio cubrimiento definidas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR, donde se centraliza la generación de valor agregado para el sector pitayero. Las áreas estratégicas son: I- Manejo Sanitario y Fitosanitario; II- Manejo integrado del cultivo; III- Material de siembra y Mejoramiento genético; IV- Fisiología y Nutrición; V- Manejo Poscosecha y Transformación. Adicional a esto se ha dado acompañamiento a la cadena productiva de esta fruta con el fin de fortalecerla. En el caso de la cadena del Valle del Cauca, en ella participan los actores descritos en el anexo 7 y cuya interacción genera valor agregado al producto.

4.5 CONDICIONES PARA LA EXPORTACIÓN

4.5.1 Requisitos de calidad para la exportación

4.5.1.1 Calidad de la Maracuyá

“Los requisitos mínimos de calidad que debe reunir el fruto son: presentar forma ovalada, deben estar enteras y sanas, sin quemaduras del sol, libres de humedad externa anormal, sin ningún olor o sabor extraño, con aspecto fresco, consistencia firme, limpias, sin materiales extraños (tierra, polvo, cuerpos extraños, etc.)

Los índices de madurez generales son:

- Fruto totalmente amarillo.
- Sólidos solubles totales: 13 ° Brix mínimo.
- Color de la pulpa: Amarilla – Rojiza, sin coloraciones verdes o cafés.
- Sabor y aroma característicos, sin indicios de fermentación.

Tabla . Calibre Maracuyá

CALIBR E	DIÁMETRO (mm)	
	Mínimo	Máximo
A	96	110
B	84	95
C	73	83
D	63	72
E	55	62
F	49	54

Fuente: Orozco Gustavo Vega, Bautista Leonor, Castillo Alberto

4.5.1.2 Clasificación Maracuyá

Categoría Extra: debe cumplir los requisitos mínimos de calidad y estar exento de todo defecto que demerite la calidad del fruto.

Categoría I: debe cumplir los requisitos mínimos de calidad, se aceptan ligeros defectos en el color, anchas y cicatrices que no afecten la apariencia general, ni su presentación en el empaque.

Categoría II: comprende los frutos que no pueden clasificarse en las categorías superiores, pero cumple los requisitos mínimos de calidad. Se aceptan defectos de color, rugosidad en la cáscara, raspaduras y cicatrices superficiales.”

4.5.2 Empaque de Maracuyá

Para exportación se puede empacar en canastillas plásticas o en empaques plegables de plástico que son de polietileno de alta densidad, fáciles de lavar, son anidadles o plegables, poseen tapa con broches, son económicos y sus dimensiones son 50 cm X 30cm X 19 cm. Para la presentación comercial, la fruta se puede empacar en bolsas de polietileno perforadas, con pesos de 300 - 500 gramos e incluso de 2 Kg.²⁶

4.5.2.1 Calidad de la Pitahaya

Para exportar este producto se deben cumplir como requisitos de calidad los siguientes:

Las mínimas características físicas que deben cumplir las Pitahayas son: estar enteras y sin heridas, ser de forma ovoide, presentar un aspecto fresco y de consistencia firme, el pedúnculo debe medir de 15 a 20 mm de

²⁶Food Agricultural Organization of the United Nations [En línea] Ficha Técnica Maracuyá. Disponible en Internet en: http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Pfrescos/MARACUYA.HTM
Consultado en: Mayo 2012

longitud, deben estar sanas (sin ataques de insectos o enfermedades), estar limpias (sin espinas), exentas de materias extrañas visibles principalmente en el orificio apical, estar libres de humedad externa anormal, exentas de olores y sabores extraños y los residuos de plaguicidas no deben exceder los límites máximos establecidos por el Codex Alimentarius.

4.5.3 Clasificación Pitahaya

“Tabla . Calibre Pitahaya

CALIBRE	PESO UNITARIO (g)
8	> 361
9	261 a 360
12	201 a 260
14	151 a 200
16	111 a 150
20	< 110

Se pueden clasificar, según su calidad en:

Categoría Extra: debe reunir las mínimas características físicas descritas anteriormente y estar exentas de todo defecto, solo se aceptan ligeras alteraciones superficiales de la cáscara, siempre y cuando no afecten la apariencia general del producto.

Categoría I: debe reunir las mínimas características físicas descritas anteriormente y se aceptan deformaciones del fruto como alargamiento poco pronunciado en el ápice, rozaduras cicatrizadas que no excedan 1 cm², y el pedúnculo no debe tener una longitud mayor de 25 mm.

Categoría II: comprende los frutos que no pueden clasificarse en las categorías anteriores. Deben reunir las mínimas características físicas descritas anteriormente, el fruto debe conservar sus características esenciales de calidad. Se admiten manchas superficiales o raspaduras cicatrizadas que no excedan 2 cm², otra forma distinta a la forma ovoidea.

4.5.4 Empaque de la Pitahaya

Para el mercado de exportación se puede presentar en envases rígidos de cartón corrugado, madera o la combinación de ellos, conteniendo entre 4 a 12 unidades de acuerdo a los calibres, en una sola capa, envolviendo cada

fruta en papel de seda o similar, con peso neto por caja entre 1 y 3 Kg. Se presenta con separadores y con una capa amortiguadora en la base.”²⁷

4.5.5 Condiciones de almacenamiento

4.5.5.1 Condiciones de almacenamiento Maracuyá

“El Maracuyá es un fruto climatérico. Se puede almacenar en la finca en un sitio adecuado, en empaques rígidos y no sobrellenados, sobre un piso de madera y dejando espacios para la circulación de aire y evacuación del calor. En centros de acopio se puede almacenar sin refrigeración o con refrigeración a temperaturas entre 5 y 7°C con una humedad relativa entre 85 y 90% de una a cuatro semanas, manteniendo una buena circulación de aire”²⁸.

4.5.5.2 Condiciones de almacenamiento Pitahaya

Se almacenan en un sitio fresco o refrigerado. La mejor temperatura para su almacenamiento es de 3 a 8°C, con una humedad relativa de 85 a 90% por un periodo máximo de 25 días. También se almacena en atmósferas modificadas, a una temperatura entre 3 y 8°C, durante 30 días con 10% de CO₂ y 3% de O₂.”²⁹

4.6 NORMAS FITOSANITARIAS DE EXPORTACIÓN EN COLOMBIA

“El organismo colombiano encargado de la protección fitosanitaria es el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, cuyo objetivo es prevenir la entrada de plagas y enfermedades al territorio colombiano y certificar la calidad sanitaria de las exportaciones agropecuarias de Colombia”³⁰.

Para exportar productos vegetales es necesario obtener el certificado fitosanitario para la exportación que expide el ICA, que puede ser solicitado por cualquier persona natural o jurídica. Una vez solicitado el certificado

²⁷Food Agricultural Organization of the United Nations [En línea] Ficha Técnica Pitahaya. Disponible en Internet en: http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Pfrescos/PITAHAYA.HTM Consultado en: Mayo de 2012

²⁸Food Agricultural Organization of the United Nations Op. Cit.

²⁹Food Agricultural Organization of the United Nations Op. Cit.

³⁰Corporación Colombiana Internacional [En línea]. Normas Fitosanitarias y Condiciones de Acceso.

Disponible en Internet en:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/acceso%20a%20mercados/normasfito01.htm Consultado en: Mayo de 2012

fitosanitario, el ICA realiza la correspondiente inspección fitosanitaria para aprobar y expedir el certificado de exportación.”³¹

4.7 CERTIFICADO DE ORIGEN

“Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene entre sus funciones fijar criterios de origen y expedir la certificación del origen de los productos colombianos con destino a la exportación”³² mediante el certificado de origen el ministerio asegura el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos en virtud de acuerdos. Para el caso de exportación de Pitahaya y Maracuyá fresca se exige que el producto sea cosechado sin la participación de materias primas importadas o de origen desconocido este documento se debe anexar como prueba, en el momento de introducir los productos en el mercado objetivo y tiene una vigencia de 1 año.

Como prueba documental probatoria el Sistema Generalizado de Preferencias de Canadá exige el Certificado de origen FORMA A-SGP-Codigo:250 para la exportación de productos provenientes de Colombia.”³³

5 COMERCIO MUNDIAL Y ESTRATEGIAS DE ENTRADA

5.1 COMERCIO INTERNACIONAL DE FRUTOS FRESCOS

En el estudio Agriculture: Towards 2015/30 de la Food Agricultural Organization of the United Nations (FAO), se dice que el consumo per cápita de alimentos a nivel mundial es 20% mayor al de tres décadas atrás, así mismo de acuerdo a este estudio, para 2030 la exportación de cosechas será 70% mayor a la actual. Esto muestra que el comercio internacional de frutas y vegetales juega un papel cada vez más importante en la labor de alimentar a la creciente población mundial.

Como principales proveedores de frutos frescos a nivel mundial se encuentran Estados Unidos , Chile, Sur África e India³⁴. Canadá es el cuarto importador mundial de frutas y hortalizas, con una participación del (6%), precedido por la Unión Europea (25%), Estados Unidos (20%) y Japón (12%)³⁵. Es por lo anterior que la firma del Tratado de Libre Comercio con Canadá, le permite a Colombia entrar a este mercado de alta demanda, con una ventaja competitiva frente a Brasil, mayor productor de Maracuyá del mundo y el cual también es productor de Pitahaya, Perú, productor de Maracuyá, y Ecuador productor de Pitahaya, países

³¹Ibíd.

³²Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Decreto 210 de 3 de febrero de 2003

³³Normas de origen, preferencias arancelarias y registro de productores nacionales, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007

³⁴Food Agricultural Organization of the United Nations [En línea]. Fruits And Vegetables: An Overview On Socio-Economical And Technical Issues. Disponible en Internet en:

<http://www.fao.org/DOCREP/005/Y4358E/y4358e04.htm> Consultado en : Mayo de 2012

³⁵Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos de España [en línea]. Disponible en Internet en:

http://www.upa.es/_clt/lt_cuadernos_2/pag_036-042_internacional.pdf Consultado en Mayo: de 2012

que no cuentan con eliminación alguna de barreras arancelaras para el ingreso de sus productos a Canadá.

Tabla . Principales números del comercio internacional de frutas en Canadá

(\$ millions)									
Fruit Category	1990	1999	2000	2005	2006	2007	2008	2009	% change 1990- 2009
Imports									
Fresh, Dried, Frozen	1,386.4	2,089.8	2,129.8	2,806.0	2,921.4	3,161.5	3,454.1	3,594.5	159%
Processed	731.6	1,371.2	1,379.9	2,231.1	2,511.8	2,719.4	2,937.9	2,942.6	302%
Total	2,117.9	3,461.0	3,509.7	5,037.1	5,433.2	5,880.8	6,392.0	6,537.1	209%
Exports									
Fresh, Dried, Frozen	119.7	253.4	269.6	400.5	473.9	476.2	479.8	406.9	240%
Processed	28.3	162.7	205.8	275.2	262.9	296.0	336.1	329.9	1066%
Total	148.0	416.0	475.4	675.7	736.9	772.2	815.9	736.7	398%
Net Trade (exports less imports)									
Fresh, Dried, Frozen	(1,266.7)	(1,836.4)	(1,860.2)	(2,405.5)	(2,447.5)	(2,685.3)	(2,974.3)	(3,187.7)	-
Processed	(703.3)	(1,208.5)	(1,174.1)	(1,955.9)	(2,248.8)	(2,423.3)	(2,601.8)	(2,612.7)	-
Total	(1,970.0)	(3,045.0)	(3,034.3)	(4,361.4)	(4,696.3)	(5,108.6)	(5,576.1)	(5,800.4)	-

Source: Statistics Canada (CATS Net, April 26, 2011)

5.2 OBSTÁCULOS AL COMERCIO DE FRUTAS Y VEGETALES

De acuerdo con el reporte *The commercial constraints on fruits and vegetables de Food and Agriculture Organization of the United Nations* las principales limitaciones (Barreras comerciales) que tienen las frutas y vegetales en el comercio internacional son:

- **Barreras de entrada:** Naturales y artificiales. Las naturales incluyen costos de transporte por distancia de mercados y las artificiales asuntos legales como políticas proteccionistas. Los tratados de libre comercio son un esfuerzo para reducir estas barreras.
- **Requerimientos fitosanitarios específicos:** en orden de proteger la salud y la propagación de pestes y enfermedades, el país importador fija los estándares fitosanitarios que los potenciales socios comerciales deben seguir.
- **Innovaciones tecnológicas:** Los países pueden incrementar su competitividad y participación en el comercio internacional de frutas y vegetales ofreciendo productos de mayor calidad a menor precio gracias a sus innovaciones tecnológicas.

5.3 COMERCIO MUNDIAL DE MARACUYÁ³⁶

El comercio internacional de Maracuyá amarilla (*Pasiflora edulis* L.) tradicionalmente ha estado enfocado al mercado de jugos, pues ocupa el lugar 11

³⁶Die Quelle guten Geschmacks. Op. Cit.

en producción de jugos³⁷, lo que equivale a 11% de participación del total mundial, según un estudio realizado por Tetra Pack en 2005. La volatilidad de precios es alta y ha tenido problemas de suministro.

Los principales productores en el mercado mundial son Brasil, Ecuador, Colombia y Perú. Brasil es el mayor productor (50-60% de la producción mundial) y a su vez mayor consumidor de Maracuyá fresca y procesada, la cual realiza en extensas plantaciones en las provincias de Bahía y Sergipe. El consumo mundial de esta fruta ha crecido de forma significativamente tanto en néctares como en bebidas. Ecuador es el mayor exportador de Maracuyá procesada, en este país normalmente las plantas procesadoras compran la fruta de terceros llamados centros de acopio, los cuales actúan como intermediarios entre los granjeros y la planta procesadora, contrario a lo que sucede en Ecuador, en Perú y Colombia las plantas procesadoras compran directamente la fruta sin intermediarios a los productores.³⁸

5.4 COMERCIO MUNDIAL DE PITAHAYA

Colombia cuenta con la mayor área cultivada en el mundo con 76.3%. Su competencia directa son Israel con 9.2%, Ecuador con el 2,4% y el resto de países con 12,4%.³⁹

La búsqueda de información sobre la dinámica comercial arroja cifras de 23 países que en el 2009 importaron 231 toneladas de Pitahaya en fresco, producida en Colombia, por las cuales se pagaron 1.1 millones de dólares FOB; a un precio promedio de exportación de 4.9 dólares por kilo, que equivalen en promedio a 9.500 pesos colombianos. (Agronet. 2010).⁴⁰

³⁷Tetrapak [En línea]. Juice, Nectar and Still Drink. Disponible en Internet en: http://www.tetrapak.com/Document%20Bank/TetraPak_Magazine/TP_Magazine97_En.pdf Consultado en: Mayo de 2012

³⁸Die Quelle guten Geschmacks. Op. Cit.

³⁹Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Op. Cit.

⁴⁰Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Op. Cit.

Tabla . Pitahaya en el mundo a 2009

En Hectáreas.

#	PAÍS	ROJA DE PULPA BLANCA	ROJA DE PULPA ROJA	AMARILLA DE PULPA BLANCA	TOTAL
1	Vietnam	7.350	0	0	7.350
2	Tailandia	1.050	1.070	0	2.120
3	Malasia	1.050	1.050	0	2.100
4	México	323	0	13	336
5	Israel	125	30	100	255
6	Brasil	55	0	35	90
7	Estados Unidos	15	0	1	16
8	Nicaragua	0	735	12	747
9	Colombia	0	0	827	827
10	Ecuador	0	0	20	20
11	Perú	0	0	18	18
12	Guatemala	0	0	14	14
13	Panamá	0	0	12	12
14	El Salvador	0	0	10	10
15	Costa Rica	0	0	9	9
16	Honduras	0	0	8	8
17	Italia	0	0	4	4
	Total	9.968	2.885	1.083	13.936

Fuente: FAO 2008. Cálculos Grupo ejecutor. 2010.

5.5 PASOS PARA EXPORTAR

Según el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Proexport, Zeiky, los pasos que se deben seguir para exportar de Colombia son⁴¹:

- **Estudio de Mercado:** a través de este trabajo de grado se desarrollaran algunos de los aspectos mas importantes del estudio de mercado como lo son las característicasdemanda mercado objetivo y el comercio internacional de estos frutos a nivel internacional.
- **Registro Único Tributario RUT:** Al realizar la importaciónpor medio de una comercializadora internacional ya se cuenta con el RUT exigido por el gobierno.
- **Registro Productor Nacional VUCE:** Le permite al gobierno conocer el origen de las mercancías a exportar para poder expedir el certificado de origen y así acceder a los descuentos arancelarios en paísesen los cuales Colombia tiene acuerdos.

⁴¹Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [En línea] Red zeiky Disponible en Internet en: <http://www.slideshare.net/redzeiky/como-exportar-desde-colombia> Consultado en: Mayo de 2012

- **Vistos buenos y condiciones de acceso:** Cada país es Tiene una legislación especial para el ingreso de productos a su territorio. Las características específicas para el mercado objetivo Canadá se encuentran dentro de este documento.
- **Termino de Negociación INCOTERMS:** “Los Incoterms establecen un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de términos comerciales relativos a los contratos de compraventa, limitando los derechos y obligaciones de las partes en relación a la entrega de las mercancías”.⁴² La negociación de estos con cada proveedor de acuerdo a los Incoterms es distinta siendo el más usado Free On Board FOB
- **Tramites aduaneros:** Al tratarse de exportación directa es el importador quien Realizara los tramites aduaneros en el momento de la llegada de la mercancía.

5.6 CONDICIONES DE ENTRADA

5.6.1 Requisitos de entrada al mercado canadiense para las frutas frescas

5.6.1.1 Características de los productos

Se parte de especificar las características que exige el gobierno canadiense para el ingreso de frutas frescas.

“Se identifican como frutas frescas todas aquellas que no han sido modificadas de ninguna manera, por ejemplo que no han sido peladas ni cortadas y que son destinadas al consumo humano”⁴³. Según el Código de ética para el comercio internacional de alimentos del CODEX Alimentarius de la FAO, el comercio internacional de alimentos debería realizarse respetando el principio de que todos los consumidores tienen derecho a alimentos inocuos, sanos y genuinos y a estar protegidos de prácticas comerciales deshonestas.

Según el Programa Conjunto FAO/OMS sobre Normas Alimentarias (Codex Alimentarius) “no debería distribuirse en el comercio internacional ningún alimento que:

- a) tenga o contenga cualquier sustancia en cantidades que lo hagan venenoso, nocivo o de cualquier forma perjudicial para la salud;
- b) Esté integrado total o parcialmente por cualquier sustancia o materia extraña, sucia, podrida, dañada, descompuesta o enferma, o que por cualquier otra razón no sea apta para el consumo humano;
- c) Esté adulterado;

⁴²Caja Inmaculada, España [En línea] Incoterms Disponible en Internet en: <http://www.cai.es/paginas/paginafinal.asp?idNodo=1568> Consultado en: Mayo de 2012

⁴³PROEXPORT Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

- d) Esté etiquetado, o presentado de forma que se engañe o induzca a error; o
- e) Se venda, prepare, envase, almacene o transporte para la venta en condiciones insalubres.”

Cada país es libre de imponer las normas fitosanitarias que considere necesarias para la protección de la salud de su población.

5.6.1.2 Documentación de importación

- “Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga: Este contrato de transporte emitido por la transportadora marítima o aérea también es un recibo. Otorga el título a los bienes y las copias firmadas son prueba de derecho propietario.
- Certificado de Origen (formulario A): La Canada Border Services Agency CBSA⁴⁴ requiere un certificado de origen para establecer donde se manufacturan los bienes y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros.
- Factura Comercial: Esta la usa el exportador para cobrar los bienes al comprador canadiense. Los exportadores usan sus propios formularios, pero el contenido debe incluir información estándar como la fecha de emisión, nombre y dirección del comprador y del vendedor, número de contrato, descripción de los bienes, precio unitario, número de unidades por empaque peso total y condiciones de entrega y pago.
- Permisos de Exportación: Los permisos Especiales para este caso los emite el Instituto Colombiano Agropecuario ICA
- Certificados de Inspección: los certificados sanitarios y otros certificados son requeridos para algunos tipos de productos que ingresan a Canadá, incluyendo frutos frescos.
- Lista de empaque: Eventualmente es requerida como suplemento de la factura comercial.
- Factura Pro Forma: Este Cálculo de costo de entrega es generalmente requerido para una venta exitosa”⁴⁵

5.6.1.3 Leyes que Rigen la Importación de Alimentos

“Canadá ha establecido diferentes leyes que buscan la regulación del comercio de productos con el fin de garantizar la calidad de los productos alimenticios comercializados a nivel nacional e internacional gracias a la combinación de normas de salubridad, calidad y clasificación.

⁴⁴Canada Border Services Agency [En línea] Contenido. Disponible en Internet en: <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html> Consultado en: Mayo de 2012

⁴⁵Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración Ecuador [En línea] Guía Comercial de Canadá]. Disponible en Internet en : http://www.mmree.gob.ec/2011/guia_canada.pdf Consultado en: Mayo de 2012

Las principales leyes que rigen los productos objeto de este estudio son:

a. Ley sobre los productos agrícolas en Canadá (Canada Agricultural Products Act)

Se aplica a la mayoría de productos lácteos, jugos, frutas, legumbres y productos de Maple. Tiene por objetivo establecer las normas y las categorías nacionales para los productos agrícolas, así como reglamentar su comercialización en los mercados de importación, exportación y locales.

b. Reglamento sobre las frutas y legumbres frescas (Fresh Fruit and Vegetable Regulations)

Presenta las exigencias en cuanto a salubridad, empaque y etiquetas necesarias para la comercialización de productos pertenecientes a este grupo de alimentos.

c. Reglamento para la obtención de permisos y de arbitraje (Licensing and Arbitration Regulations)

Reglamenta la entrega de permisos de comercialización de frutas y legumbres en el país, igualmente presenta pautas que permitirán arreglar los malentendidos entre vendedor y comprador.

d. Ley sobre la protección de vegetales y su reglamento de aplicación (Plant Protection Act)

Por medio de esta ley se busca asegurar la protección de la vida vegetal y de los sectores agrícola y forestal de la economía canadiense deteniendo la importación, exportación y la propagación de parásitos en el país y asegurando la defensa de aquellos que son importantes para Canadá. Según lo anterior, todo producto que sea sospechoso de poseer parásitos o bacterias se le impedirá la entrada al país.

e. Ley sobre los alimentos y drogas y su reglamento de aplicación (Food and Drug Regulations)

Esta ley fija las exigencias mínimas en materia de calidad y de salubridad, y dicta también las disposiciones que buscan la prevención del fraude o la representación falsa (etiquetas, composición, condicionamiento, tratamiento, transformación, venta y publicidad).

f. Ley sobre el Empaque y Etiquetas de los Productos de Consumo (Consumer Packaging and Labelling Act)

Es una ley federal que favorece la competencia leal en el mercado exigiendo la presentación de información exacta y significativa en la etiqueta de los productos alimenticios pre-empacados. Igualmente determina las exigencias relativas al idioma, las declaraciones de cantidad neta en unidades métricas así como la talla y la distribución de la información en la etiqueta.⁴⁶

6 LOGISTICA

Canadá es un país con una logística de comercio exterior de los más altos estándares, en 2010 el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial ubicó a Canadá en la posición “ranking” 14, entre 150 países, con una calificación promedio de 3,87⁴⁷.

El desempeño presentado por Canadá en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

Tabla . Calificación logística Canadá

<i>Aspecto Evaluado</i>	Puntaje	Puesto
<i>La eficiencia aduanera</i>	3.71	13
<i>La calidad de la infraestructura</i>	4.03	11
<i>La competitividad de transporte internacional de carga</i>	3.24	32
<i>La competencia y calidad en los servicios logísticos</i>	3.99	8
<i>La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos</i>	4.01	15
<i>La puntualidad en el transporte de carga</i>	4.41	5

Los frutos tropicales frescos tales como Pitahaya y Maracuyá tradicionalmente se han transportado vía aérea debido a los cortos tiempos de maduración.⁴⁸ Los principales aeropuertos a los que han sido despachados son en su orden Toronto, Montreal, Calgary y Vancouver.⁴⁹

Se tomará como principal puerto de salida el aeropuerto el Dorado de Bogotá debido a que es el aeropuerto con mejor logística para la exportación de frutas frescas y el aeropuerto que ofrece mayor frecuencia de vuelos con posibilidad de

⁴⁶Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia [En línea]. Estudio de Mercado CanadáFrutas Exóticas. Disponible en Internet en: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8610DocumentNo7087.PDF> Consultado en: Mayo de 2012

⁴⁷Trading Economics [En línea] Logistics Performance Index: Overall (1=low to 5=high) in Canadá. Disponible en Línea en: <http://www.tradingeconomics.com/canada/logistics-performance-index-overall-1-low-to-5-high-wb-data.html> Consultado en: Mayo de 2012

⁴⁸Entrevista 2-05-2012 David Roa, Gerente, Roa Naturals

⁴⁹Fuente: Datos suministrados por PROEXPORT

transportar fresca. Dependiendo de los proveedores y la disponibilidad de las cosechas que se vayan presentando se puede estudiar la posibilidad de usar los servicios de otros aeropuertos a nivel nacional, principalmente Cali y Medellín.

Actualmente uno de los principales inconvenientes que presenta el transporte aéreo hacia este país se fundamenta en la limitación de vuelos directos y la falta de cargueros que permita cubrir de carga fresca refrigerada o congelada

Particularmente para el mercado canadiense las opciones de transporte aéreo han venido en crecimiento, con vuelos directos en aviones de pasajeros y con vuelos de conexión en aviones cargueros.

Los vuelos cargueros en conexión ofrecen instalaciones aptas para mantener la cadena de frío durante los tránsitos que se generan.

Actualmente las aerolíneas aceptan carga general, fresca, refrigerada y congelada, dependiendo de la capacidad disponible en sus equipos y el número de conexiones en la ruta.

Se ofrecen servicios principalmente desde Bogotá, Cali y Medellín hacia Toronto, Montreal y Ontario con conexiones a otras ciudades con algunas aerolíneas.

Tabla . Aerolíneas con servicio de carga Colombia Canadá y conexiones

AEROLINEA	CONEXION	FRECUENCIA	CLASE
	ESTADOS UNIDOS - MEMPHIS	Lunes a Viernes	Carga
	ESTADOS UNIDOS - MIAMI	Todos los días	Pasajeros
		Martes, Jueves, Sábado y Domingo	Pasajeros
	ESTADOS UNIDOS - MIAMI	Lunes a Sábado	Carga
	CUBA - LA HABANA 7	Domingos	Pasajeros
	MEXICO - CANCUN	Lunes y Martes	Carga

	8		
	ESTADOS UNIDOS - HOUSTON	Todos los días	Pasajeros
 <i>El Nuevo Valor de la Entrega</i>	MEXICO - MEXICO CITY	Todos los días	Pasajeros
	9		

La información contenida en Rutas es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.⁵⁰

Tabla . Tarifas Aéreas

DESTINO	ORIGEN	TARIFAS											
		MINIMA		- 45 KGS		+ 45 KGS		+ 100 KGS		+300 KGS		+500 KGS	
Calgary	Bogotá	85		4,20		2,85		2,09		1,76		1,76	
Edmonton	Bogotá	85		4,20		2,85		2,09		1,76		1,76	
Montreal	Bogotá	55,00	110,5	1,63	3,69	2,84	3,03	2,07	2,58	2,07	2,26	1,85	2,26
	Cali	110,5		1,63									
	Medellín	110,5		1,63									
Otawa	Bogotá	85		3,71		2,19		1,90		1,62		1,52	
Toronto	Bogotá	55,00	110,5	1,63	3,69	2,80	3,03	2,50	2,58	2,40	2,26	2,40	2,26
	Cali	110,5		1,63									
	Medellín	110,5		1,63									
Vancouver	Bogotá	55,00	85	3,69	4,20	2,85	3,03	2,09	2,58	1,76	2,26	1,76	2,26
	Cali	55,00	85	3,69	4,20	2,85	3,03	2,09	2,58	1,76	2,26	1,76	2,26
	Medellín	55,00	85	3,69	4,20	2,85	3,03	2,09	2,58	1,76	2,26	1,76	2,26
Winnipeg	Bogotá	85		4,20		2,85		2,09		1,76		1,76	

Valores en USD

N.S. No Hay Oferta De Servicio

*La información contenida en Rutas y Tarifas es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio⁵¹

⁵⁰Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Colombia. Condiciones de acceso físico desde Colombia a Canadá.

⁵¹PROEXPORT Colombia, Logística Colombia- Canadá, Subdirección Logística, Bogotá, Agosto 2011

Debido a que las frutas deben cumplir con las características de calidad, se debe despachar máximo en los 5 días posteriores a su recepción. Teniendo en cuenta esto, se puede vender la fruta que no logre ser exportada a empresas especializadas en la transformación de frutas en pulpas y conservas.

10 ESTRUCTURA Y RIVALIDAD

10.1 PRODUCCIÓN DE FRUTAS EN CANADÁ

Las principales frutas cultivadas en Canadá incluyen manzanas, frutas tiernas (duraznos, nectarinas, peras, ciruelas pasas, y cerezas) uvas, arándano, moras, fresas y frambuesas. Muchas de estas frutas son nativas de Canadá como lo son las cerezas, arándanos y moras. La industria frutícola en Canadá ha tenido que adaptarse a las bajas temperaturas que se evidencian durante gran parte del año y cortas temporadas de cosecha. En el sur en las provincias de Ontario y British Columbia con 180 días libres de hielo los cuales producen la mayor parte de frutas cosechadas en el país. Las provincias de Quebec Marítimas también cuentan con una producción significativa con solo 120 días año libres de hielo.⁵²

El comercio internacional de frutas de Canadá siempre ha tenido un déficit debido a los problemas mencionados anteriormente, una población en crecimiento, una cultura cada vez mas enfocada a la ingesta de productos orgánicos y el hecho que no se producen las frutas tropicales y nueces que se consumen para 2009 este déficit alcanzo los 5.800 millones de dólares de dólares canadienses⁵³

10.2 COMERCIO BINACIONAL COLOMBIA CANADA DE PITAHAYA Y MARACUYA

10.2.1 Maracuyá

Según se observa en los anexos 1 y 3 el precio promedio de importación por kilo de Maracuyá producida en Colombia en las principales ciudades de Canadá es Toronto \$ 2,53 USD, Calgary \$ 4,83 USD, Montreal \$ 5,42 USD, Vancouver \$ 5,76 USD. Así mismo se observa que el 75% de las exportaciones son realizadas por solo tres empresas C.I CASTILLO ESTUPIÑAN C.I. CARIBBEAN EXOTICS S.A. y FRUTEXPO SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL, lo cual muestra un mercado un tanto monopolizado con oportunidades para el ingreso de nuevos competidores.

⁵²Gobierno de Canadá[En línea] A Snapshot of the Canadian Fruit Industry, 2009. Disponible en Internet en: http://www4.agr.gc.ca/resources/prod/doc/horticulture/cdn-fruit-ind-2011_eng.pdf Consultado en: Mayo de 2012

⁵³Ibíd.

10.2.2 Pitahaya

Según se observa en los anexos 4 y 6 el precio promedio de la Pitahaya Colombiana exportada en Canadá es de \$4,15 USD, los precios promedio en cada una de las ciudades de mayor importancia en el mercado son, Montreal \$5,9USD, Toronto \$3,9 USD, Calgary \$ 7,5 USD, Vancouver, 4,8 y Quebec \$ 7,6. Así mismo se observa que al igual que al igual que con el Maracuyá las 3 empresas que mas exportan Pitahaya a Canadá NORTH FRESH COLOMBIA C.I. LTDA, C.I. CARIBBEAN EXOTICS S.A. y COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CARIBBEAN EXOTICS, son dueñas de mas del 70% del mercado, lo cual deja observar grandes oportunidades de entrada a un mercado atractivo como el canadiense.

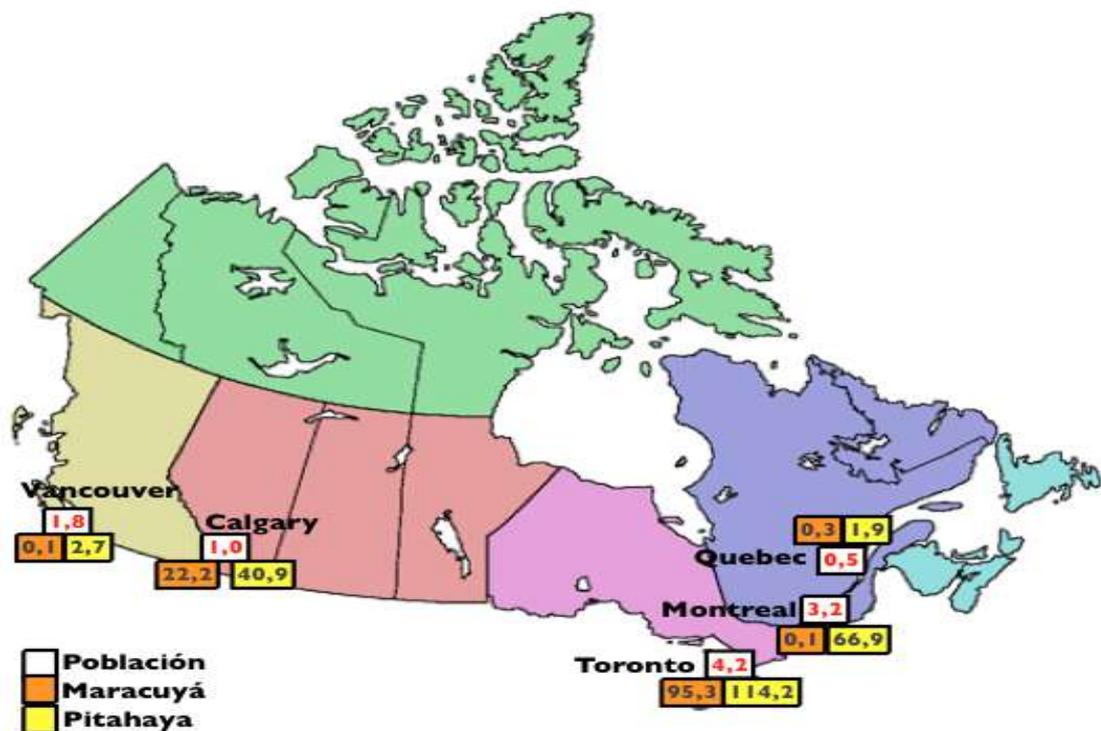


Ilustración . Población de las principales ciudades de Canadá e importación de Pitahaya y Maracuyá

Los datos están presentados en millones de habitantes⁵⁴, miles de dólares⁵⁵ y comprenden información de exportaciones correspondiente a 2010

Las principales empresas importadoras de estos productos por parte de Colombia como se puede ver en los anexos 2 y 5 son Garden of Fruits, Jisterk Fruity, More Than Mangos y La huerta Imports. Según National Importers los principales vendedores de frutas tropicales en Canadá son Buy-Low Foods, Choises Markets, Country Grocer, Lowblaws y Safeway. Algunos de estos almacenes de cadena

⁵⁴Population Lab [En línea} Canadá. Disponible en Internet en: http://www.populationlabs.com/Canada_Population.asp Consultado en: Mayo de 2012

⁵⁵Fuente: PROEXPORT

cuentan con departamento de importación, en este caso se negociara directamente con el distribuidor final para la exportación. Para penetrar en los pequeños y medianos vendedores de frutas tropicales se contara con una alianza estratégica con la importadora de alimentos ROA logistics con sede en Montreal, empresa que se encargara de todo el proceso de importación, logística y promoción interna.

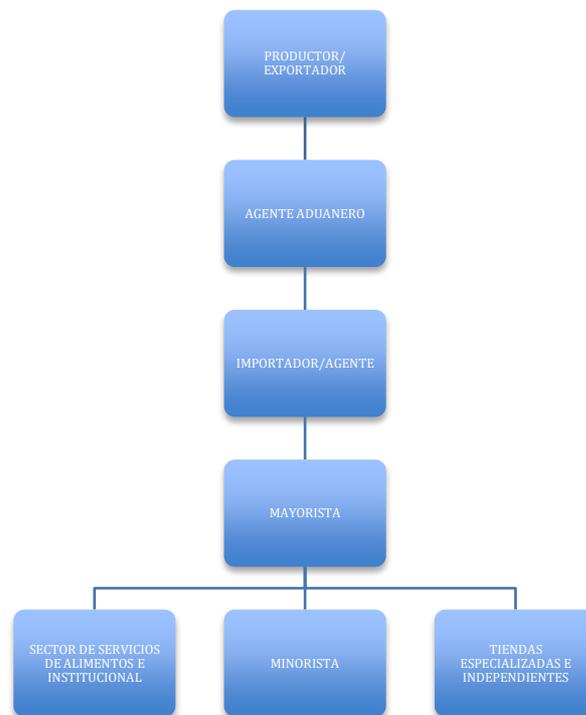


Ilustración . Cadena de distribución de frutos tropicales en Canadá

Fuente: Entrevista importador, PROEXPORT

10.3 VENTAJAS COMPETITIVAS DE COLOMBIA EN EL MERCADO CANADIENSE

En el mercado de alimentos en Canadá, Colombia cuenta como ventajas comparativas, ventaja de distancia, exclusividad y como ventajas competitiva la eliminación de barreras.

Distancia de mercados: El hecho de ser un mercado cercano nos da una ventaja en cuanto a precios de logística frente a competidores como Asia, protagonista en el mercado de frutos exóticos en Canadá ⁵⁶

10.3.1 Ventajas que hacen competitiva a la Pitahaya y Maracuyá colombiana frente a sus competidores internacionales

⁵⁶Entrevista 2-05-2012 David Roa, Gerente, Roa Naturals Op. Cit.

Como se vio anteriormente Colombia es el principal exportador de Pitahaya a nivel mundial dándole una ventaja competitiva

11 DEMANDA

Un entendimiento de los comportamientos del consumidor puede elevar las posibilidades de éxito en la inclusión de un nuevo producto a un mercado.

11.1 EL MERCADO CANADIENSE

Canadá es uno de los países con mayor desarrollo, es potencia económica y política y tiene uno de los más altos estándares de vida a nivel mundial. Su crecimiento económico es destacado, tiene una estable atmósfera política y mano de obra calificada que contribuye a generar un ambiente de negocios favorable, tanto para grandes como para pequeñas empresas. Es el segundo país en extensión del mundo, con aproximadamente 10 millones de kilómetros cuadrados y 33.9 millones de personas (statistics Canadá, 2009), y 45% de la población urbana habita en las seis ciudades más grandes que son Toronto, Montreal, Vancouver, Ottawa–Gatineau, Calgary y Edmonton, mientras que dos tercios de la población rural vive cerca de alguno de los grandes centros urbanos.⁵⁷

Canadá tiene una marcada orientación hacia las importaciones y un gran interés en la expansión y la liberación del comercio internacional. Como miembro activo de la Organización Mundial del Comercio (OMC), hace un firme esfuerzo en disminuir las barreras al comercio internacional, haciendo cada vez más fácil la exportación de productos perecederos a su territorio.

A continuación se analizarán las condiciones de entrada al mercado canadiense y las ventajas competitivas que tiene Colombia para acceder a este mercado, enfocado en la exportación de Pitahaya y Maracuyá en el marco del Tratado de Libre Comercio.

11.2 DESCRIPCION MERCADO CANADIENSE

Información detallada de la distribución y tamaño de la población tal como género, edad, ingresos, educación y etnicidad, proveen una imagen del potencial del mercado y el criterio para poder identificar los grupos que son más receptivos a los diferentes tipos de productos. En Canadá una creciente población mayor a incrementado la inmigración desde Asia, Medio Oriente, África y América del Sur, esta población generalmente se asienta en la parte sur del país afectando significativamente la demanda interna.

⁵⁷Traducido de Gobierno de Canadá en Línea. Canada Consumer Report. Disponible en Internet en: http://www.gov.mb.ca/agriculture/statistics/food/canada_consumer_report_en.pdf Consultado en: Mayo de 2012

Como muchos países desarrollados la población canadiense cada vez es mayor, a razón de tasas de fertilidad decreciente y expectativa de vida superior. La generación “baby-boomer”⁵⁸ (1946 - 1965) están llegando a la tercera edad. Sin embargo, un grupo no tan grande, los jóvenes de Canadá también ofrecen un segmento a productos que vallan acorde con su cultura, medio ambiente y comprensión tecnológica. Este grupo toma gran participación en las decisiones de compra de los hogares canadienses.

11.3 HOGARES CANADIENSES

EL tamaño de los hogares canadienses promedio es 2.5 personas en 2006, de los 12.4 de casas privadas en Canadá el 78% tienen internet y el 61% acceso a banda ancha. Canadá es el país donde sus habitantes pasan el mayor numero de horas internet con un promedio de 45 horas al mes.⁵⁹ El uso principal de internet es para comunicación e investigación, principalmente en las áreas de salud y viajes. Sin embargo las compras se han convertido en un factor de suma importancia, gastando 15.1 mil millones de dólares en 2009⁶⁰

11.4 ETNICIDAD

Desde principios de los años 1900 empezando con la emigración de ingleses y norte americanos debido a la segunda guerra mundial, Canadá ha sido un país de inmigrantes, tanto así que para el ultimo censo realizado en 2006 se encontraron 200 orígenes étnicos. Esta creciente naturaleza multicultural de Canadá y su alto nivel de vida ofrece múltiples oportunidades para productores y procesadores de alimentos, así como oportunidades en el área de industria de servicios de alimentos, que sean capaces de cumplir con los requerimientos específicos de un grupo étnico. 1.1 millones de inmigrantes llegaron a Canadá entre 2001 y 2006, en mayor parte de Asia 58% (incluyendo el Oriente Medio), Europa 16%, Centro y Suramérica 11% al igual que África⁶¹

11.5 ANÁLISIS DOFA

⁵⁸Babyboomers.com [En línea] http://www.babyboomers.com/about_nabb/ Consultado en: Mayo de 2012

⁵⁹Tech Vibes [En línea]. Canadians Lead World in Web Usage: We Double the Global Average of Time Spent Online [Study]. Disponible en Internet en; <http://www.techvibes.com/blog/canadians-lead-world-in-web-usage-we-double-the-global-average-of-time-spent-online-study-2012-04-23> Consultado en: Mayo de 2012

⁶⁰Statics Canada [En línea] E-commerce: Shopping on the Internet. Disponible en Internet en: <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/100927/dq100927a-eng.htm> Consultado en: Mayo de 2012

⁶¹Traducido de Gobierno de Canadá [En línea]. The Canadian Consumer Behavior, Attitudes and Perceptions Toward Food Products 2010. Disponible en Internet en: http://www.gov.mb.ca/agriculture/statistics/food/canada_consumer_report_en.pdf Consultado en: Mayo de 2012

Tabla . Análisis DOFA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exclusividad de frutas • Tratado de Libre Comercio • Cercanía 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a un mercado de los mas atractivos a nivel mundial para la exportación de frutas exóticas • Mercado de orgánicos • Productos procesados específicos por ejemplo para repostería • Aprovechar el free trade • Mas de 16 millones de hectáreas cultivables en Colombia • Repostería
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de desarrollo tecnológico • Pobre infraestructura a nivel nacional 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de nuevos competidores • Ventajas tecnologías en la producción • Condiciones climáticas durante la producción

“Tendencias de consumo que hacen favorable el comercio de las frutas exóticas dentro del territorio Canadiense

- Productos saludables
- Tasa de crecimiento bajas
- Frutas orgánicas (Fresas, plátanos, kiwis, naranjas, y manzanas)
- Frutas y verduras orgánicas
- Frutas exóticas serán mas comunes por el crecimiento de la población asiática
- Productos en presentaciones individuales
- Los elevados costos de cuidado en salud, una población que esta envejeciendo y la preocupación por el constante incremento de la obesidad a nivel nacional
- Productos con mayores nutrientes y beneficios para la salud”⁶²

Una sociedad mayor da mayores oportunidades para productos alimenticios que contengan innovaciones, guiadas hacia la población adulta, en términos de salud, conveniencia, empaque y servicios alimenticios.

⁶²Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [En línea] Oportunidades en Tiempos de Diversificación. Disponible en Internet en: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/agro_norteamerica_2.pdf Consultado en: Mayo de 2012

11.6 COMPRA DE ESTAS FRUTAS POR PARTE DE LOS PROVEEDORES EN CANADÁ

“En lo que se refiere a frutas exóticas los supermercados compran generalmente a importadores, mayoristas, distribuidores, solo cuando la cantidad de la fruta es considerable se establecen programas de compras e importan directamente.

Este tipo de distribuidores es muy exigente en cuanto a la calidad. Dentro de las características que buscan en el producto, el color es importante ya que el comprador va a juzgar la calidad y el estado de maduración por la apariencia de la fruta. Por ejemplo los supermercados piden que la Pitahaya tenga al menos un 30% de color verde al momento de ser adquirida por ellos sino no la aceptan. También cada fruta debe estar en buen estado o será rechazada por el supermercado.”⁶³

La exhibición de estos productos es esencial en la comercialización final del mismo, ya que el consumidor promedio canadiense no tiene conocimiento sobre estas frutas, basan sus decisiones sobre, la presentación que se le de en el punto de venta y su coloración. Generalmente las frutas son exhibidas en la caja original del importador Canadiense para proteger sus fuentes y consolidarse como marca.⁶⁴

⁶³Estudio de Mercado Canada frutas exóticas, PROEXPORT,

⁶⁴Entrevista 2-05-2012 David Roa, Gerente, Roa Naturals Op. Cit.

12 CONCLUSIONES

Después de conocer el mercado canadiense se podría optar por llevar a cabo los procesos de marketing, distribución y comercialización interna sin acudir a intermediarios. O contactar importadores grandes con departamentos propios de importación para reducir costos

Un conocimiento de las dinámicas actuales de comercio Internacional y conjunto con una dinámica de marketing vía internet puede llegar a ofertar el producto objetivo en lugares y proveedores que desconocen del producto, entiéndase esto como un océano azul.

El mercado de las frutas frescas exóticas en Canadá tiene un gran potencial, debido a el alto nivel de ingreso de los canadienses, la inmigración de habitantes que ya conocen estas frutas y el alto nivel de ingresos de su población.

El incursionar en mercados donde estas frutas no tienen presencia como la repostería da la posibilidad de llegar a grandes compradores y el conocimiento de estas frutas por aparte de un público nuevo.

El comercio de orgánicos es una tendencia en la que Colombia podría jugar un papel importante dentro del comercio mundial debido al gran potencial que tiene para la producción de los mismos.

EMPRESAS EXPORTADORAS MARACUYA (ANEXO 1)

RAZON SOCIAL EXPORTADOR	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
C.I CASTILLO ESTUPIÑAN Y ASOCIADOS LTDA.	\$ 66,203.60	25230
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CASTILLO ESTUPIÑAN Y ASOCIADO	\$ 3,978.91	4385.72
NORTH FRESH COLOMBIA C.I. LTDA.	\$ 9,007.34	4232.44
C.I. CARIBBEAN EXOTICS S.A.	\$ 14,148.10	2570.49
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CARIBBEAN EXOTICS S. A.	\$ 8,259.80	2131.17
FRUTEXPO SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL LTDA	\$ 9,578.08	2126.38
FRUTEXPO S.C.I. LTDA.	\$ 6,248.46	1551.34
C. I. FRUTOS NATURALES DE COLOMBIA LTDA	\$ 3,599.25	686
OCATI S A	\$ 715.40	263.07
NORTH FRESH COLOMBIA C.I LTDA	\$ 559.83	209.13
C.I. INTERFRUITS COLOMBIA E.U.	\$ 41.10	18.76
C.I. EXOTICLAND FRUITS LTDA.	\$ 35.00	13.62
NORTH FRESH COLOMBIA C.I LTSD	\$ 13.10	8.56
C.I. EVERLIFE E.U.	\$ 12.60	3.06
BURITICA BALLESTROS FERNANDO	\$ 2.00	1.21
C.I. COLOMBIANA DE EXPORTACIONES AGROPECUARIAS S.A.	\$ 2.00	0.83
SANTANA FRUITS S.A.S.	\$ 1.00	0.36
Total general	\$ 122,405.57	43432.14

EMPRESAS IMPORTADORAS MARACUYA (ANEXO 2)

IMPORTADOR	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
GADEN FLOVOR INC	\$ 25,931.70	9882
GLANDEN FLAVODR INC	\$ 21,846.30	8307
GARDEN FLAVOR INC	\$ 18,425.60	7041
MORE THAN MANGOS INC	\$ 21,344.70	4505.62
NORTH FRESH PRODUCE INC	\$ 9,580.27	4450.13
GARDEN FLAVOUR INC	\$ 3,978.91	4385.72
LA HUERTA IMPORTS	\$ 13,162.08	3019.53
FRUTAS JUICE AND ART BAR	\$ 3,599.25	686
LA HURTA IMPORTS	\$ 1,231.12	269.18
MORE THAN MANGOS	\$ 1,108.70	226.4
LA HUERTA IMPORT	\$ 1,034.64	212.29
ROSES ET FLEUR	\$ 355.47	169.47
KROWN PRODUCE INC	\$ 292.00	114
MORE THAN MANGOS INC.	\$ 109.50	48.05
EFC STORAGE	\$ 76.50	32.33
THE OPPENHEIMER GROUP	\$ 168.00	29.16
TALLY TROPICALS	\$ 41.10	18.76
BAMFORD PRODUCE	\$ 35.00	13.62
JT INTERTRADE	\$ 21.90	8.76
COOSEMANS MONTREAL INC	\$ 43.23	7.25
FRUTI DOME INC	\$ 12.60	3.06
WILLIAM BURITICA	\$ 2.00	1.21
HEGEL SERVICES	\$ 2.00	0.83
WORLD WIND INC	\$ 2.00	0.41
JAYCEE HERB TRADERS LTD	\$ 1.00	0.36
Total general	\$ 122,405.57	43432.14

CIUDADES IMPORTADORAS MARACUYA (ANEXO 3)

CIUDAD PAIS DESTINO	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
TORONTO	\$ 95,346.22	37632.75
CALGARY ALBERTA	\$ 8,013.30	2069.27
ALBERTA	\$ 6,297.60	1166.24
CALGARY	\$ 5,826.20	1115.34
ONTARIO	\$ 3,601.25	687.21
ASBERTA	\$ 2,557.20	483.17
QUEBEC	\$ 355.47	169.47
CACAL	\$ 160.60	60.05
VANCOUVER	\$ 168.00	29.16
MONTREAL	\$ 55.83	10.31
CANWC	\$ 21.90	8.76
ETOBICOKE ONTARIO	\$ 2.00	0.41
Total general	\$ 122,405.57	43432.14

PRINCIPALES EXPORTADORES PITAHAYA(ANEXO 4)

RAZON SOCIAL EXPORTADOR	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
NORTH FRESH COLOMBIA C.I. LTDA.	\$ 43,966.20	14004.17
C.I. CARIBBEAN EXOTICS S.A.	\$ 69,108.90	12005.92
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CARIBBEAN EXOTICS S. A.	\$ 45,139.80	7449.02
C.I CASTILLO ESTUPIÑAN Y ASOCIADOS LTDA.	\$ 28,006.00	4422
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CASTILLO ESTUPIÑAN Y ASOCIADO	\$ 13,846.88	4133.88
OCATI S A	\$ 7,024.80	3337.49
C.I. FRUGAMEX LTDA.	\$ 2,115.50	1075.2
FRUTEXPO SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL LTDA	\$ 3,012.23	884.17
OCATI LTDA.	\$ 3,539.20	663.5
NORTH FRESH COLOMBIA C.I LTDA	\$ 2,577.40	490.6
C.I. INTERFRUITS COLOMBIA E.U.	\$ 1,021.80	212.48
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL FRUTIREYES LTDA	\$ 884.80	177.16
C. I. FRUTOS DE LOS ANDES FRUANDES LTDA.	\$ 756.53	155
C. I. FRUTOS NATURALES DE COLOMBIA LTDA	\$ 141.00	120
C.I. EVERLIFE E.U.	\$ 384.20	51.94
SANTANA FRUITS S.A.S.	\$ 2.00	3.61
FRUTEXPO S.C.I. LTDA.	\$ 20.34	3.55
C.I. COLOMBIANA DE EXPORTACIONES AGROPECUARIAS S.A.	\$ 2.00	0.83
Total general	\$ 221,549.58	49190.52

EMPRESAS IMPORTADORAS PITAHAYA(ANEXO 5)

IMPORTADOR	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
NORTH FRESH PRODUCE INC	\$ 46,543.60	14494.77
JIRSTREK FRUIT LTD	\$ 40,713.10	6685.77
MORE THAN MANGOS INC	\$ 36,497.10	4815.57
FRESH FIRST PRODUCE	\$ 13,754.20	4577.39
GARDEN FLAVOUR INC	\$ 13,846.88	4133.88
TALLY TROPICAL	\$ 3,286.40	2559.41
GARDEN FLAVOR INC	\$ 10,621.00	1677
GADEN FLOVOR INC	\$ 9,861.00	1557
JIRSTREE FRUIT LTDA	\$ 10,717.00	1529.35
GLANDEN FLAVODR INC	\$ 7,524.00	1188
MISTY MOUNTAIN	\$ 2,115.50	1075.2
PREMIER FRUITS & VEGETABLES BBL INC	\$ 3,539.20	663.5
COOSEMANS MONTREAL INC	\$ 818.10	577.87
JIRSTREEK FRUIT LTD	\$ 2,288.00	401.57
MORE THAN MANGOS	\$ 2,676.20	395.28
FRUIT LTDA	\$ 2,182.00	287.7
KROWN PRODUCE INC	\$ 1,479.00	268.59
ROSES ET FLEUR	\$ 1,932.23	254.84
HRSTREK FRUIT LTDA 615 RUE MARCHE SUITE	\$ 1,760.00	233.44
PREMIER FRUITS AND VEGETABLES BBL INC	\$ 790.00	190.44
DIRSTREK FRUIT LTD	\$ 1,358.50	186.94
FRESH FIRST PRODUCE INC	\$ 1,036.20	179.3
CHENAIL FRUITS ET LEGUMES	\$ 884.80	177.16
FRUIT DOME INC	\$ 793.80	166.77
MORE THAN MANGOS INC.	\$ 837.40	158.37
OSCAR CHAVES	\$ 756.53	155
JIRSTREK FRUIT INC	\$ 748.00	134.46
FRUTAS JUICE AND ART BAR	\$ 141.00	120
EFC STORAGE	\$ 576.00	103.45
THE OPPENHEIMER GROUP	\$ 439.80	63.42
FRUTI DOME INC	\$ 384.20	51.94
LA HUERTA IMPORTS	\$ 261.90	51.46
JAYCEE TRADERS LTD	\$ 114.00	25.48
TALLY TROPICALS	\$ 114.00	20.23
THE OPPENHEIMER	\$ 66.30	9.08
THE OPPENHEIMER GROU	\$ 44.20	5.94
WORLD WIND INC	\$ 2.00	4.05
JAYCEE HERB TRADERS LTD	\$ 2.00	3.61
FRUIT DOME INC.	\$ 20.34	3.55
THE GROUP	\$ 22.10	2.91
HEGEL SERVICES	\$ 2.00	0.83
Total general	\$ 221,549.58	49190.52

PRINCIPALES CIUDADES IMPORTADORAS (ANEXO 6)

CIUDAD PAIS DESTINO	Suma de FOB US\$	Suma de PESO KG
TORONTO	\$ 90,502.58	23435.01
MONTREAL	\$ 66,997.04	11290.46
BOLTON	\$ 13,754.20	4577.39
CATOR	\$ 3,286.40	2559.41
CALGARY	\$ 15,792.03	2109.43
CALGARY ALBERTA	\$ 12,485.90	1872.09
ALBERTA	\$ 9,286.10	1158.24
VANCOUVER	\$ 2,621.60	1147.47
ASBERTA	\$ 3,674.80	464.06
QUEBEC	\$ 1,932.23	254.84
CACAL	\$ 1,007.40	188.99
ONTARIO	\$ 141.00	120
VANCOOVER	\$ 66.30	9.08
Total general	\$ 221,549.58	49190.52

MODELO DE LA AGRUPACIÓN PRODUCTIVA DE LA PITAHAYA AMARILLA DE FRUTA EN FRESCO EN EL VALLE DEL CAUCA (ANEXO7)

Figura 7. Modelo de la agrupación productiva de la Pitaya Amarilla de fruta en fresco en el Valle del Cauca⁴

