

Propuesta de diseño de una Guía Exportadora implementando las Tics, orientada a los Futuros
Exportadores de Bocadillo Veleño, hacia la Unión Europea

Silvia Alejandra Guarín Sarmiento

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Notas del autor

Opción de Grado Práctica Empresarial; Docente: Jaime Andrés Ramírez Pascuas, Pregrado en
Negocios Internacionales, Universidad Autónoma de Bucaramanga

La correspondencia relacionada con este documento será recibida en el correo

Sguarin76@unab.edu.co

Propuesta de diseño de una Guía Exportadora implementando las Tics, orientada a los
Futuros Exportadores de Bocado Veleño, hacia la Unión Europea

Silvia Alejandra Guarín Sarmiento

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Docente Tutor:

Jaime Andrés Ramírez Pascuas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bucaramanga Santander

2018

Dedicatoria

Mi proyecto de grado, va con una de dedicación especial a tres seres, pilares esenciales de mi vida, que a diario han estado presentes en mi proceso de formación personal y profesional, en primera instancia pongo a Dios todo creador, que es en últimas quien comunica a diario la fortaleza y la sabiduría requerida en cada instante de la vida, para entregar el mejor esfuerzo y dedicación en cada meta propuesta, en segundo lugar a mis padres, quienes han sido unos formadores primordiales de mi vida en la disciplina, el respeto y el amor por cada cosa que hago, además de mis acompañantes y apoyo continuo en el camino de mis ocurrencias. Por último, quiero hacer parte de esta dedicatoria a mi hermano, que hoy no está conmigo, pero fue, mi compañía espiritual más importante, en cada momento en el que estuve desarrollando los apartes de este trabajo investigativo. Es importante decir, que somos seres en formación, que constantemente estamos compartiendo vivencias y es por ello que cada uno de los que mencioné anteriormente, hacen parte de mi dedicatoria, por además de ser un apoyo, ser los seres con los que he compartido momentos tan importantes como lo será la entrega final de mi proyecto de grado. No me detengo a nada y sin duda realizo cada cosa poniendo todo el esfuerzo posible porque considero que al final, va a estar Dios y mi familia para ser mi mayor abrazo de ánimo.

Agradecimientos.

Realizar este proyecto ha requerido sin duda del apoyo emocional y profesional de personas incondicionales que han dado su apuesta y su total apoyo, para lo que hace poco tiempo fue una propuesta, hoy sea un proyecto estructurado y de interesantes resultados, para mi formación como profesional. En este orden, quiero agradecer en primer lugar a mi madre, por ser sin dudarla la persona más valiosa que siempre ha estado junto a mí, para convertirse en guía esencial de mi vida, y una formadora en la disciplina como base esencial de cada reto que me propuse antes y durante el tiempo en el que estuve desarrollando el proyecto final de mi carrera, fue sin dudarla mi compañía en cada noche sin dormir y mi mayor fortaleza cada vez que había que reestructurar algún aparte, que para admitirlo, fueron las partes más complejas y retadoras a su vez, de este trabajo. En segunda instancia, voy dar un agradecimiento especial y muy importante, a quien fue mi primer profesor de la universidad y quien se convertiría en mi tutor durante los seis meses en los que estuve indagando y estructurando el proyecto final de grado, a Jaime Andrés, gracias por su excelencia como guía, por estar siempre animado a que este proyecto alcanzara los mejores resultados, gracias por cada segundo dedicado a mirar y agregar puntos importantes, que me constaron mucho estructurar, pero que al final se convirtieron en una construcción interesante y sólida.

Contenido

Índice de figuras	ix
Índice de tablas	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción	1
Título del Proyecto	3
Capítulo 1	3
1.1 Descripción de la Problemática	3
1.2 Justificación.	6
1.3 Objetivos del Proyecto	9
1.3.1 Objetivo General	9
1.3.2 Objetivos Específicos	9
Capítulo 2. Marco referencial	9
2.1 Marco contextual	9
2.1.1 Contexto del sector Agroindustrial en Santander.....	10
2.1.2 Comportamiento del sector del bocadillo veleño en Santander	11
2.2 Marco teórico	12
2.2.1 Estrategias Genéricas de Michael Porter.....	14

2.2.2 Denominación de Origen	17
2.3 Marco conceptual.....	18
2.3.1 Bocado Veleño.....	18
2.3.2 Guayaba.....	19
2.3.3 Exportación	19
2.3.4 Centro de Información de Procolombia	19
2.3.5 Guía.....	20
2.3.6 Herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación	20
2.3.7 Código QR	21
2.4 Marco legal	21
2.4.1 Normatividad Internacional	21
2.4.2 Normativa Andina.....	21
2.4.3 Normatividad Nacional	22
2.4.4 Normatividad Europea	22
2.5 Marco tecnológico	23
Capítulo 3. Metodología de la investigación	24
3.1 Tipo de investigación.....	24
3.2 Fases de la investigación.....	25
3.3 Enfoque de la investigación	26

3.4 Fuentes y herramientas de recolección de información	27
--	----

Capítulo 4: Contextualización de la situación actual del sector agrario y agroindustrial en Colombia durante los últimos años	28
--	-----------

4.1 Análisis de la balanza comercial agraria y agroindustrial de Colombia	28
---	----

4.2 Análisis del comportamiento del sector agrario y agroindustrial en Santander en los últimos años.	34
--	----

Capítulo 5. Análisis del comportamiento durante los últimos años del sector productivo de bocadillo veleño en Colombia	40
---	-----------

5.1 Bocadillo veleño con denominación de origen, una nueva apuesta para el sector agroindustrial de Santander.....	40
--	----

5.2 Estructura de la Partida Arancelaria del Producto	41
---	----

5.3 Generalidades de la exportación de bocadillo veleño.....	42
--	----

Capítulo 6. El Mercado Europeo un mercado de oportunidades para el bocadillo veleño.	49
--	-----------

6.1 Análisis del mercado	50
--------------------------------	----

6.2 Normatividad para la exportación de bocadillo a la Unión Europea	54
--	----

Capítulo 7: Construyendo la guía para futuros exportadores de bocadillo veleño y otros productos de origen agroindustrial	59
--	-----------

7.1 El bocadillo veleño un producto de tradición	59
--	----

7.2 Beneficios del bocadillo veleño	60
---	----

7.3 Ficha técnica del producto	61
Conclusiones	65
Recomendaciones	68
Referencias	70

Índice de figuras

Figura 1. Comportamiento de las exportaciones colombianas por sectores	29
Figura 2: Comportamiento de la balanza comercial agropecuaria de Colombia 2006-2016..	31
Figura 3: Visitas Registradas del Centro de información de Procolombia.....	32
Figura 4: Participación de la producción industrial, de las principales ramas industriales año 2016.....	35
Figura 5: Estructura Agrícola Santander	37
Figura 6: Exportaciones de Santander a Julio de 2018.....	39
Figura 7: Exportaciones de la Partida Arancelaria 200799 desde Colombia.....	43
Figura 8: Principales destinos de las exportaciones de la Partida Arancelaria 200799	44
Figura 9: Principales exportadores de Colombia de la Partida Arancelaria 200799	45
Figura 10: Exportaciones FOB de Asoveleños 2009-2017	47
Figura 11: Importaciones mundiales de la partida arancelaria 200799 durante el 2017	51
Figura 12: Importaciones 2013-2017 de la Partida Arancelaria 2007	52
Figura 14. Normativa de Ingreso de productos alimenticios a la Unión Europea.	55
Figura 15: Análisis PESTEL de la Unión Europea.....	58

Índice de tablas

Tabla 1: Especificación de la clasificación arancelaria del bocadillo veleño, de acuerdo al sistema de clasificación de mercancías.....	42
Tabla 2: Exportaciones de Bocatello en los últimos 9 años.....	48
Tabla 3: Exportaciones de Colombia a los países de la Unión Europea.....	53
Tabla 4: Ficha técnica modelo del bocadillo veleño.....	63

Resumen

En el marco de las exportaciones colombianas y haciendo un especial énfasis en el departamento de Santander, es importante hacer un reconocimiento de los sectores agrario y agroindustrial como potenciales para los futuros exportadores de la región, que hasta la fecha han logrado una actividad exportadora nula o incipiente, lo que no representa un factor positivo para las estadísticas de exportaciones no minero energéticas de Santander. En este sentido y con el objetivo de fomentar y educar en la cultura exportadora al empresario, se han establecido los Centros de Información por parte de Procolombia, los cuales, buscan por medio de alianzas con Cámaras, Universidades y las diferentes entidades públicas y privadas, convertirse en un apoyo bastante fuerte, para lo que puede llegar a ser la estructuración de una base sólida empresarial de futuras exportadoras.

Sin embargo, no sólo se trata de lograr apoyo y de alcanzar alianzas estratégicas de interés, se trata de lograr un enfoque exportador claro, que es finalmente un aspecto clave para la sólida estructuración del sector agroindustrial, es importante que dentro de la amplia oferta exportable que tiene el departamento se alcancen proyectos estructurados sobre productos únicos y con potencial, que la región tiene y que son únicos en mercados internacionales, de ahí el desarrollo de una guía, que toma un producto de características especiales como lo es el *Bocadillo Veleño*, para señalar al empresario, el camino detallado de la exportación de este producto, además de vincular el análisis del sector en la actualidad, de mostrar mercados potenciales, que son detalles que finalmente busca tener el empresario, que son los que van a desencadenar sí o no una exportación, porque cuando el empresario tiene claridad del proceso lo hace.

Abstract

Within the framework of Colombian exports and placing special emphasis on the department of Santander, it is important to recognize the agrarian and agroindustrial sectors as potential for future exporters in the region, which to date have achieved zero or no export activity. Incipient, which does not represent a factor in favor of Santander's non-mining energy export statistics. In this sense and with the objective of promoting and educating the exporting culture to the entrepreneur, the Information Centers have been established by Procolombia, which, they seek through alliances with Chambers, Universities and the different public and private entities, become a very strong support, for what can become the structuring of a solid business base of future exporters.

However, it is not only about achieving support and reaching strategic alliances, it is about achieving a clear export focus, within the wide exportable offer that the department has to reach structured projects on unique products and with potential, which has the region, which makes them unique in international markets, hence the development of a guide, which takes a product with special characteristics, such as the sandwich from Salerno, to point out to the entrepreneur, the detailed way of exporting this product, as well as linking analysis of the sector at present, of showing potential markets, which are details that the entrepreneur finally seeks to have, which are the ones that are going to trigger an export or not, because when the entrepreneur has clarity of the process he does.

Introducción

El siguiente trabajo de investigación, se desarrolla a partir de la identificación de una problemática que se denotó en el Centro de Información de Procolombina en Bucaramanga, relacionada con el desconocimiento de los procedimientos para la exportación, en su mayoría de productos involucrados al sector agrario y agroindustrial, encontrando a esto como una generalidad dentro de las consultas y además de ello, sumando la queja constante que hay por parte del empresario de la desvinculación presente entre la entidades que intervienen antes, durante y después del proceso de exportación, que dificulta en cierta medida tener claridad sobre el paso a seguir en cada parte de la cadena exportadora.

El desarrollo de este trabajo inicia de lo general y de esta manera va transcurriendo hacia lo específico, con el objetivo de que no queden espacios en blanco en la explicativa del proceso exportador, o espacios sin analizar que deje escarpar la normativa, tanto en el mercado de salida, como en el posible mercado de entrada para el bocadillo veleño. En este sentido, el primer aparte de este proyecto, tiene como meta identificar las características actuales del sector agrario y agroindustrial de Colombia y de Santander, de tal manera que se logre hacer un análisis del comportamiento que ha logrado el sector desde su desarrollo interno, es decir el cómo se ha constituido este sector en la región, cómo ha sido su evolución y el de las organizaciones en los últimos años, cómo se están transformando materias primas como la guayaba en productos de alto valor agregado y cómo ha sido el comportamiento exportador de las empresas, que exportan productos iguales o con características similares a las del bocadillo

La segunda parte de esta investigación, muestra al bocadillo veleño como un producto de potencial exportador desde sus orígenes, este capítulo profundiza dentro del sector

agroindustrial, en un producto que cuenta con características especiales y con un potencial único para llegar a un mercado internacional como lo es el bocadillo de Vélez, esta parte del proyecto considera claves todos los datos relacionados con el producto y hace un análisis en materia de negocios internacionales muy interesante, porque muestra el proceso al detalle, desde la identificación de la partida arancelaria, el análisis estadístico y posterior a esto examina la evolución en exportaciones antes y después de la obtención del sello de origen para el producto, en última instancia lo que se hace en este espacio es iniciar a catalogar el producto, para así poder ir dando lugar al producto en el comercio internacional.

Dentro de la parte final de la investigación, el diseño de la guía es el apartado sobre la cual concluye el proyecto, y en la cual se señala el paso a paso para un futuro exportador de Bocadillo Veleño, pero también para los diferentes actores del sector agroindustrial, que quieran exportar y no tengan claro ningún requerimiento del proceso. El desarrollo de este instrumento de conocimiento para el empresario, objetivos se realiza la guía, de tal manera que encaja todo el proceso de construcción de esta investigación dentro de la información que va a recibir el empresario y que se convierta en el apoyo metodológico esencial del empresario.

Se culmina de acuerdo a lo requerido Las conclusiones y recomendaciones son la parte con la que se culmina

Finalmente, en esta parte introductoria del proyecto, cabe resaltar el enlace entre cada uno de los capítulos, es decir, que se hace indispensable el orden en el que está planteado, ya que se inicia con un análisis general, que permite determinar al final cómo está el entorno del sector que afecta de manera directa la producción y comercialización tanto nacional como internacional de bocadillo veleño, cuáles son los sustitutos en mercados internacionales, cómo ha evolucionado el

sector durante los últimos años y así una serie de factores, que están relacionados al producto y a su cadena productiva y de comercialización en los mercados.

Título del Proyecto

Propuesta de diseño de una Guía Exportadora implementando las Tics, orientada a los Futuros Exportadores de Bocadillo Veleño, hacia la Unión Europea

Capítulo 1

1.1 Descripción de la Problemática. En el marco de la promoción de las exportaciones no minero-energéticas, la marca país, turismo e inversión extranjera directa en Colombia, ha establecido la red nacional de Centros de Información de Procolombia, que, en conjunto con instituciones y aliados estratégicos, han buscado convertirse en la puerta de entrada de los futuros exportadores del país y así impulsar, el camino del comercio exterior para los productos de las diferentes regiones, esto de acuerdo a lo que establece Colombiatrade. *Centros de Información*. Recuperado de <http://www.colombiatrade.com.co/herramientas/centro-de-informacion>

Por medio de asesoramiento básico, personalizado y capacitaciones que se departen en el Centro de Información de Bucaramanga, se está buscando dar una orientación más clara de lo que es el proceso exportador, no obstante, la problemática clara que se evidencia en estos asesoramientos o capacitaciones, es la persistencia de interrogantes por parte del futuro exportador como ¿Qué requiero para exportar?, ¿Cómo identifico el mercado potencial para el

producto? ¿Qué certificados requiero? ¿Cómo es el pago en una exportación? , preguntas inclusive relacionadas con terminología usada en el comercio exterior, que el empresario suele desconocer.

De acuerdo al apartado anterior, emerge la propuesta para el desarrollo de una guía, que esté concentrada en resolver específicamente esa problemática de interrogantes sin resolver que tiene el futuro exportador, que comprometen a toda una Normatividad Técnica en el proceso de exportación, dónde están entidades, tales como, La DIAN, El ICA, El INVIMA, la Cámara de Comercio, e inclusive las federaciones, por sólo nombrar algunas; sin embargo, estas son entidades que no se dedican a promover las exportaciones, lo que hace que no tengan interés o al menos no mantengan una comunicación clara con las personas, de los trámites preliminares a una exportación, todo porque no son especialistas en esto y lo que terminan causando en el empresario es una desorientación total que los desmotiva a la exportación.

Complementando lo anterior, es importante resaltar que durante las asesorías que se prestan como servicio en el Centro de Información de Procolombia en Bucaramanga, un común denominador en lo mencionado por parte de las personas que asisten ya sean como representantes de empresas o personas que tienen en sus propósitos constituir empresa y exportar, es que deben acudir a agentes externos a las organizaciones que expiden las certificaciones, ya que son instituciones a los cuales se dirigen con el fin de encontrar una claridad de los procesos o al menos información, sin embargo se encuentran con que ellos no saben el desarrollo de los procesos para la exportación en materia de normas técnicas, porque desde la instituciones no existe una cultura exportadora que termina expandiéndose al empresario.

El desconocimiento de los procesos para exportar, sumado a la complejidad de cada uno de ellos, afecta de sobremanera el comercio exterior del país, de acuerdo a un informe revelado por el CEPEC (2005-2014) Estructura y Dinámica de las Exportaciones No Minero-Energéticas de Colombia y sus Departamentos, se encontró que los empresarios se quejan de los obstáculos en los procedimientos, específicamente de los requerimientos del ICA, INVIMA, DIAN y Antinarcóticos. Lo anterior tiene gran incidencia sobre todo en esas pymes o empresas que hasta el momento no han tenido ningún tipo de relación con una exportación, lo que genera un conjunto de dudas, que generalmente detienen al empresario a exportar.

Podría decirse que para para toda esa serie de inquietudes, el Centro de información de Bucaramanga, debería figurar como el foco de respuestas para los futuros exportadores, ya que este cuenta con herramientas bastante concretas para guiar al exportador en un inicio, puesto que en efecto, el trabajo de Procolombia sí es la promoción de las exportaciones, sin embargo, los mercados y las condiciones de acceso varían ampliamente de uno al otro, por lo que tener un bagaje tan amplio, es de cierta manera complejo para quienes asesoran y también para quienes reciben la información, más aún, cuando a pesar de Procolombia saber que se requiere un certificado ICA, INVIMA o documentos de la DIAN, no presenta al exportador las pautas paso a paso para obtenerlo en las herramientas que tiene dispuestas en la web, como la Ruta Exportadora; le enuncia que debe obtenerlo a la persona, al empresario o emprendedor, pero la contra pregunta por parte de esta siempre es ¿Y cómo lo hago? Por el mismo hecho de que las entidades están distanciadas en los procesos entre sí, la persona no sabe ciertamente cómo debe hacer el paso a paso.

Por lo tanto, se podría decir que los procesos están dados, no hay forma de eliminar esa normativa de obligatorio cumplimiento, más aún si se trata de un producto del sector

agroalimentario, que va a ser destinado a consumo humano, y dirigido a un mercados en el que se protege de sobremanera a la población. Lo anterior, es una condición dada, el interrogante es: ¿cómo se está llegando con la información a los futuros exportadores del bocadillo veleño?, ¿entienden los conceptos que se dan en el comercio exterior?, ¿es suficiente la Ruta Exportadora?, o al exportador le gustaría encontrar el total de la información en un sólo lugar, tienen en cuenta las herramientas de Procolombia el acceso a mercados específicos, o la información que se está generando es muy general y lo que las personas quieren son datos concretos y específicos que los direcciones a un único mercado, ahí es donde está el problema, de ahí es donde se va a derivar el desarrollo de este proyecto.

1.2 Justificación. El sector agroindustrial en Colombia, abarca uno de los renglones más importantes de la economía después del sector compuesto por las industrias extractivas, de acuerdo a los indicadores recopilados por el DANE (2018), Exportaciones Expo 2018, el grupo que incluye productos agropecuarios, alimentos, bebidas presentó un valor en las exportaciones FOB, por 3.893,6 millones de dólares entre los meses de enero y junio de 2018. Esto indica la relevancia del sector en los indicadores de exportación del país y además muestra a un sector con un potencial que tiene mucho por aprovechar.

A partir de la mirada a ese comportamiento que ha tenido el sector durante el primer semestre del 2018 y detallando las inquietudes que a diario llegan el Centro de Información de Procolombia en Bucaramanga, centro de los futuros exportadores, el desarrollo de este proyecto se justica principalmente en tres puntos base:

El primer punto en el que toma valor esta propuesta, es el reconocimiento del potencial que tiene para la exportación el sector agroindustrial de la región, las asesorías que se dan el Centro de Información en Bucaramanga denotan esto, productos como el limón Tahití, todo tipo de cítricos, café, cacao, frutas frescas de toda clase, piña de diferentes tipos y en sus diferentes presentaciones ò Bocado, son tan sólo algunos de los productos, que llegan a diario en el listado de los futuros exportadores con el deseo de ser comercializados en mercados internacionales.

El segundo aparte, es el hecho de haber elegido mercados de la Unión Europea como parte de este proyecto, y la razón es, que una de las apuestas internacionales en las que más se enfocan las personas que llegan a recibir asesoría al Centro de Información para este tipo de productos, son los países de la zona comercial europea; sin tener claro cómo llegar a estos, o sin saber si están preparados realmente en materia de requisitos para abordar esa etapa, aun así, las empresas quieren tomar el riesgo; y si la ventaja está dada en Santander con este tipo de productos, que después del sector minero-energético ocupan un renglón importante en el desarrollo de la región, ¿por qué no apostarle al desarrollo de una herramienta, que con objetividad, se convierta en una guía concreta de apoyo al exportador?

Es importante también destacar el desconocimiento que hay en los procesos exportadores antes y durante, ya que es un comentario generalizado en las personas que acuden al Centro de Información, al menos en el que está dispuesto en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la motivación de querer mostrarles de una manera más practica el proceso exportador, reconociendo que muchos de ellos son pymes del sector agroindustrial, con potencial para vincularse a los mercados internacionales, pero que debido a la falta de experticia en los procesos se pierden oportunidades de manera constante y se siguen focalizando en el mercado nacional,

que en su mayoría no da al producto el verdadero valor que este tiene, por lo que quienes los comercializan terminan o acabando con su producción, porque no es rentable, o simplemente los comercializan con márgenes de utilidad muy bajos, lo que no tiene justificación alguna, cuando hay una entidad que puede orientarlos desde el comienzo hasta el final de la exportación con procesos y herramientas concretas.

El aprovechamiento de las características de un producto que desde su naturaleza ofrece un valor agregado, como lo es la denominación de origen con el bocadillo veleño, es otro de los apoyos claves para el desarrollo de un proyecto, que quiere mostrar un producto del sector agroindustrial con un factor diferenciador, desarrollado en el departamento de Santander, de tal manera que se genere no sólo un involucramiento del sector a los mercados internacionales, sino que además de esto, es importante que la cultura exportadora se convierta en una constante para los productores del departamento, con el propósito de que cada vez sean más los que se adapten a los mercados globales y cada vez sean mejores las retribuciones tanto para ellos, como para el sector agroindustrial del departamento.

En conclusión, los puntos anteriormente mencionados, convergen en el desarrollo de una propuesta, con un paso a paso concreto y con un único enfoque, de tal forma que el empresario de bocadillo tenga un instructivo, que lo ayude a comprender de manera clara y práctica de los procesos y lo más importante, sobre todo, que lo dirija a un mercado y que le muestre la manera clara de acceso, esto hace, que este tenga una motivación para involucrarse en el camino del mercado internacional y se vaya construyendo dentro de los empresarios cultura exportadora.

1.3 Objetivos del Proyecto

1.3.1 Objetivo General

Proponer el diseño de una Guía Exportadora implementando las Tics, orientada a los Futuros Exportadores de Bocadillo Veleño, hacia la Unión Europea

1.3.2 Objetivos Específicos

- Describir el comportamiento del sector del sector agroindustrial en Colombia y Santander.
- Describir la situación actual del sector de Bocadillo Veleño, consolidado en el Sur de Santander, haciendo especial énfasis, en la producción de los municipios de Barbosa, Vélez y Guavatá.
- Identificar las características del mercado europeo, para el cumplimiento de exportaciones de bocadillo veleño a la comunidad política.
- Construir la Guía para el futuro exportador de Bocadillo Veleño, implementando las TIC, de tal manera que se proporcione una información al detalle del proceso exportador hacia el mercado europeo.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco contextual

En Colombia, los sectores agrario y agroindustrial, representan uno de los segmentos más importantes de la economía nacional después del sector minero-energético representado en su mayoría por la extracción petrolera, sin embargo, son a la vez de los sectores que mayores dificultades encuentran para el desarrollo de su potencial en el contexto nacional, dado que, no

existe una sólida conformación que impulse el desarrollo de proyectos enfocados al fortalecimiento regional y nacional de los actores que se involucran en estos sectores de la economía, son sectores que continúan siendo en su mayoría informales, lo que hace complejo el aporte a la oferta exportable del país de productos con valor agregado real que sean competitivos.

Ahora bien, en primera medida, es importante hacer un reconocimiento específico de lo que Santander aporta a la economía nacional desde el sector agroindustrial, teniendo en cuenta que es un departamento que, a pesar de alcanzar un alto potencial en materia agraria, continúa siendo ampliamente dependiente de la extracción minera; de acuerdo a datos del observatorio de competitividad departamental, las exportaciones totales del departamento alcanzaron un valor FOB de 422 millones de dólares incluyendo las exportaciones petroleras y de café, sin incluir estos valores, el total de exportaciones equivale a 128 millones de dólares FOB, en cuestión, son indicadores que reflejan la alta influencia aún del sector minero en el departamento. Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018). Indicadores económicos del departamento de Santander

2.1.1 Contexto del sector Agroindustrial en Santander

Evaluando al departamento de Santander en materia agroindustrial, productos como el cacao, aguacate, limón Tahití, cigarrillos de tabaco rubio, productos lácteos, como la leche y el queso son parte del aporte más representativo que hace el departamento a las exportaciones fuera de las minero-energéticas y del café, 5,5 millones de dólares fueron exportados en cacao, con una participación de 5 empresas en el período 2017-2018, 5,5 millones de dólares se exportaron en frutas durante el mismo período en donde participaron 28 empresas en el total de las exportaciones de ese tipo de productos. Ventanilla Única de Comercio Exterior (2018). Exportaciones colombianas. Estos indicadores, muestran la actividad agroindustrial exportadora

del departamento y reflejan la alta dependencia que continúa existiendo en la región de los comoditis, lo que provoca de alguna u otra forma que la economía de Santander siga ligada, o de los precios del petróleo o de los precios del café y esto afecta de sobremanera la evolución de los indicadores cuando los precios de estos productos están a la baja.

El comportamiento del sector agroindustrial en Santander es bueno y se encuentra en un proceso de maduración, en donde por medio de productos como el cacao o el tabaco, los cuales ya se están involucrando a procesos de transformación industrial, se inicia a dar un valor agregado a la economía y al desarrollo agroindustrial de la región.

2.1.2 Comportamiento del sector del bocadillo veleño en Santander

La estructuración del sector de bocadillo veleño en Santander, es un proceso interesante en materia agraria y agroindustrial, ya que ha permitido la asociación microempresarial, para el desarrollo comercial de un producto que tiene una tradición de muchos años en las zonas de su producción, que son Vélez, Barbosa y Guavatá, y que además de eso tiene un valor sociocultural en las familias de la zona bastante sólido; otro de los aspectos importantes a resaltar es la figuración de un sector donde las productoras no alcanzan a ser reconocidas como pymes, de las 84 empresas registradas en Cámara de Comercio situadas geográficamente sobre las zonas de Barbosa y Vélez que se dedican a la actividad confitera, la totalidad son microempresas, de estas, 45 se encuentran asociadas por medio de Asoveleños. Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018). Registro de empresas por código CIIU. Recuperado de Compite 360.

El potencial en ventas que tiene la asociación es el resultado de la integración de las microempresas, de ahí la importancia de la asociatividad, en el 2016 el total de ventas reportado por esta fue aproximadamente de 2 mil millones, no obstante, las ventas para el 2017 de esta

integración sumaron de acuerdo al reporte en el registro mercantil, un aproximado de 2,6 mil millones. Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018). Sistema Salesforce Cámara. Lo anterior quiere decir, que esta unificación de las microempresas favorece el desarrollo comercial de un producto, de origen agroindustrial, que es el resultado del aprovechamiento y generación de valor a la guayaba un producto del sector agrario, sobre el cual se empieza a generar reconocimiento por su denominación de origen.

2.2 Marco teórico

La competitividad, es una de las apuestas más interesantes que han hecho las naciones actualmente en materia de desarrollo. La evaluación y posterior aplicación de los modelos de competitividad, que presentan autores como Michael Porter o Krugman, se convierten en la base teórica, para el desarrollo de estrategias competitivas con potencialidad, cuyos beneficios se ven reflejados de manera directa en el país, pero a la vez, de manera transversal y mucho más concreta, se genera un enfoque de competitividad en las empresas, como elemento estratégico, para evaluar a mayor profundidad, la competitividad del país con relación a otros.

En este sentido, para las naciones se ha vuelto vital, redescubrir el papel que tienen desde las pequeñas empresas, hasta las grandes corporaciones, en la apuesta por ser países mucho más competitivos. Krugman (1986): Krugman desde su perspectiva de la competitividad apoya esta idea y pone en la base su teoría, más que a la nación, hace un direccionamiento importante hacia la empresa y la productividad, el economista relaciona la competitividad con la productividad de las empresas, basadas en las innovaciones tecnológicas, organizacionales e institucionales.

Krugman (1986)

En relación a lo anterior, hablar de competitividad, reconoce necesariamente la importancia de la productividad de los sectores económicos del país, es de manera directa a lo que se direccionan las naciones, sin embargo, el asunto radica, en si funciona de la misma manera el concepto de competitividad, tanto para esas naciones, que tienen índices de desarrollo muy elevados, con economías en superávit, como para esas economías que apenas inician un proceso de desarrollo económico, de las cuales, la mayoría presentan déficits que cabe resaltar, u otra de los cuestionamientos, es si se está hablando de competitividad únicamente cuando se alcanzan los mercados internacionales, dejando de lado esos sectores que no alcanzan un potencial exportador. Ante estas proposiciones, Krugman plantea dos situaciones, en las que reevalúa la percepción que tienen, tanto los académicos, como los dirigentes, de lo que es la competitividad y hace una evaluación real de lo que es esta en relación a los mercados mundiales. Krugman (1994) afirma que:

La idea de competitividad se ha propagado entre la comunidad académica y los dirigentes nacionales; dando sentido a una retórica que propende por reconocer que “las fortunas de la economía del país son en gran parte determinadas por su éxito en los mercados mundiales y es una hipótesis, no necesariamente verdadera; y como un punto de vista práctico, empírico y de hipótesis, es rotundamente erróneo. La salvedad enunciada antes tiene que ver con naciones en donde el comercio no es volcado enteramente hacia el exterior, sino que es básicamente doméstico, “para una economía con muy poco comercio internacional, la "competitividad" que a su vez va a ser una divertida manera de decir "productividad" y no tienen nada que ver con la competencia internacional” (Krugman, 1994).

Entonces se puede decir que competitividad y productividad están directamente relacionados y entre estos dos se genera un campo de fuerza bastante importante, que no necesariamente se

centraliza en el comercio exterior, sino que abre también las puertas a esos países que apenas inician un proceso en materia de desarrollo, competitividad y productividad.

2.2.1 Estrategias Genéricas de Michael Porter

Para seguir apoyando el concepto de competitividad, aparece el Modelo Porteriano, como uno de los fundamentos teóricos más importantes y concretos de la materia. Porter de igual manera que Krugman, le da a la empresa una posición fundamental en el desarrollo de la competitividad, a lo que denomina cadena de producción genérica. Porter dentro del concepto de lo que es competitividad, decide mostrarle a la organización tres formas de liderar, rompiendo el esquema de un liderazgo únicamente basado en los costos, sino también le apuesta a dos conceptos por medio de los cuales se pretende que la empresa sea competitiva y es por medio de la diferenciación y el enfoque.

Cuando Porter en su teoría menciona las estrategias competitivas, lo que está buscando lograr directamente es la diferenciación, que va a traer como resultado el posicionamiento, ya sea de la organización, de un sector específico o del país mismo. Para comprender de mejor forma el desarrollo de su teoría y estando en el marco del desarrollo del proyecto para la exportación de Bocado Veleño a la Unión Europea, se vincula la idea de generar un enfoque, entre el sector productivo que está apoyado por una denominación de origen y la teoría estratégica que plantea Porter, para una comprensión más global de la competitividad, y de esta forma poder hablar del sector del Bocado Veleño, como un sector globalmente competitivo.

Cuando se hace referencia a la visión global de la competitividad, es justo presentar al liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque como un todo, que pretende ser la base sólida

para sectores con mucho mayor potencial, si bien es cierto estas tres ideas son el planteamiento esencial en la teoría Porteriana, también es cierto que estas tres no pueden figurar o interactuar en una misma línea de acción, ya que, si como sector se ofrece diferenciación, el liderazgo en costos va a ser una estrategia más complicada en el caso que se decidiera desarrollar las dos al tiempo, u ofrezco diferenciación con mi producto o soy líder en costos. Pero qué significa ser líder en costos, ser diferente o tener enfoque de acuerdo a Porter.

El liderazgo en costos, es la primera estrategia que el gurú de la competitividad propone y en la cual plantea un mejor posicionamiento, tomando los costos como base, es decir, que acá la estrategia tiene mucho más aplicabilidad entre organizaciones, que entre naciones, porque lo que en últimas pretende vincular, es el concepto de que pueda una empresa u organización desarrollar y ofertar su producto o servicio con costos inferiores a como lo llegarían a hacer las empresas competencia, es por ello, que se tiene la idea de que si la organización va a aplicar liderazgo en costos, es poco probable o ineficiente que pretenda ser diferente, ya que, generalmente desarrollar productos diferenciadores exige un factor de costos altos importante.

Luego de liderazgo en costos, diferenciación es el segundo concepto del cual habla Porter en el desarrollo de la competitividad, y lo que pretende referenciar finalmente es la idea de, haga algo diferente a lo que están haciendo todos, que el producto, que la organización, que la nación se vean distintos a los ojos de los demás, de tal forma que haya en el consumidor o en quien sea que esté viendo el producto, un sentimiento de exclusividad que genere una apuesta única hacia este.

Trasladando la teoría de diferenciación a lo que ocurre en el contexto actual y en el desarrollo del proyecto del bocadillo veleño; las tecnologías, las comidas, las marcas de vehículos, le han apostado a eso, a temas diferenciadores, a conceptos disruptivos, Apple, con la idea que vende a

la gente en el mundo de sus celulares, es diferenciador, porque maneja un concepto distinto al que manejan las otras marcas de celulares que se ofrecen en el mundo, a pesar, de que lo que finalmente se está ofreciendo es lo mismo, a la marca Apple no le interesa ser líder en costos, le interesa vender un concepto diferente, y así ocurre con marcas y productos que alcanzan un modelo de competitividad bastante concreto basado meramente en la diferenciación, las papas fritas de ShakeShack que generan la idea de únicas en Nueva York, la marca de autos Lamborghini, los lápices Fabercastle, la marca Versage, son tan sólo algunos de los ejemplos de este segunda teoría planteada por el economista.

Finalmente, es el enfoque el que concluye la teoría Porteriana sobre la estrategia competitiva, este concepto reconoce la importancia de que haya una especificidad en el nicho del mercado al cual se decida llegar, al cual se decida direccionar el producto; cuando una organización o una marca o una nación por si misma decide enfocarse, genera estrategias únicas que terminan atacando partes muy concretas y lo que finalmente se genera son ganancias desde todas las perspectivas, puede un producto tener un segmento de mercado tan específico, que la relación costo bajo utilidades, no tiene significancia, tal y como ocurre con Lamborghini, Rolls Royce o Ferrari, las cuales tienen su segmento de mercado tan bien definido, tienen tan claro el enfoque, que ser líderes en costos no tiene un valor que resaltar, porque ellos son enfocadores de sus marcas, y de igual manera sucede con productos que pueden no tener una ventaja competitiva o ser diferenciadores, pero si tienen un enfoque tan claro del segmento de mercado al cual van dirigidos, que otros conceptos que quieran parecerse suelen no equipararlos, algo similar a lo que ocurre con las tiendas de barrio, las cuales tienen el segmento de mercado tan bien definido que a pesar de generarse tantos conceptos para ser su competencia no pueden en realidad removerlos de ese segmento de mercado que ya abarcan.

Para concluir y tomando en cuenta las tres estrategias que Porter plantea dentro del marco de la competitividad, es importante determinar la mejor estrategia, para enfocar a un producto como lo es el Bocado Veleño, de tal manera que el futuro exportador, tenga una perspectiva clara de los beneficios que otorga el diseño de un plan, ya sea desde la perspectiva de costos, diferenciación o enfoque; sin embargo, es también importante entender otros conceptos teóricos, como lo es la denominación de origen o el concepto de activos intangibles, estos conceptos permiten ver desde otro punto de vista las oportunidades que hay con el producto, para de esta forma, junto con el planteamiento de las estrategias competitivas, tener una visión clara de cuál es la mejor estrategia a aplicar, de acuerdo al producto y al nivel organizacional que se tiene.

2.2.2 Denominación de Origen

Es claro entender, que un producto con denominación de origen tiene connotaciones diferentes tanto en un mercado nacional, como en el mercado global, ya que un producto con tal sello, tiene un valor agregado único desde su naturaleza, que lo aleja de la competencia y lo pone en un lugar a favor dentro del mercado en relación a los demás. Los productos europeos, han sido quizás, los que mejor aplicabilidad han tenido dentro del concepto, lo que hace que muchos de estos sean reconocidos en el mundo, más que por las características de los productos, por sus lugares de origen, lo que hace que se diferencien notoriamente de los demás, alcanzando la exclusividad dentro de los mercados.

Al hacer referencia a la denominación de origen, se habla de productos únicos por su pertenencia a un lugar geográfico, en donde tienen costumbres únicas de producción, tienen un arraigo cultural muy importante y hacen parte no sólo del diario vivir de las personas de determinado lugar, sino que hace parte también del reconocimiento que llega a tener un lugar por

su producto, tal y como ocurre en Colombia con los sombreros de Suaza, el café de Colombia, México país al que se reconoce por su tequila o en Perú su Pisco Peruano, todos estos son conceptos de productos que reciben la denominación de origen y por medio de la cual empiezan a tener un reconocimiento que los convierte en productos únicos e imposibles de imitar.

Recuperado de Superintendencia Industria y Comercio de <http://www.sic.gov.co/denominacion-de-origen/antes-de-solicitar>).

Para concluir, es importante reconocer el valor de dos conceptos, que se convierten en el punto clave para mostrar al Bocado Veleño en el mercado europeo, uno de estos puntos parte desde el análisis de la ventaja competitiva Porteriana y la implementación de la estrategia genérica de la diferenciación, como parte del valor agregado del producto, que sumado al sello de origen con el que cuenta el dulce, lo convierten con claridad en un producto diferenciador, que lo posiciona con exclusividad en el segmento de mercado al cual decida enfocarse, es decir que no es un producto que necesite de competir en costos cuando mantiene su diferencia frente a los demás, sin embargo si es interesante que se resalte esa parte diferenciadora que tiene en el segmento de mercado específico, al cual se decida llegar con el producto, para capturar las expectativas del consumidor, que es finalmente lo que le va otorgar una posición privilegiada frente a posibles sustitutos.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Bocado Veleño

El bocado veleño es un dulce elaborado a partir de la guayaba, típico de Colombia, originario de la región de Vélez, Santander. Es la variante regional del dulce de guayaba conocido en varios países de la región como bocado.

Es una pasta o conserva resultante de la mezcla de guayabas maduras y panelas o azúcar, la cual mediante cocción logra una textura dura y un color rojo brillante (Cantor, 2004).

2.3.2 Guayaba

La guayaba (*Psidiumguajava L.*) es un cultivo originario de América y actualmente se encuentra muy difundido en todo el mundo, pertenece a la familia de las Myrtáceas, frondoso que alcanza de 5 a 6 metros de altura como promedio. El fruto es ovalado, carnoso con semillas en la pulpa, diámetro de 4 a 8 cm. y un peso que en dependencia de la variedad oscila entre 50 y 500 gramos. Es un fruto amarillo y la pulpa de color blanco, crema o rosa, y cuyo tiempo de producción desde la floración hasta la cosecha va de 100-150 días. (Yam Tzec, 2010.)

2.3.3 Exportación

Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países (INEGI, 2011). El vendedor (residente) es llamado “exportador” y el comprador (no residente) “importador” (México cómo vamos)

2.3.4 Centro de Información de Procolombia

Los Centros de Información de Procolombia, son oficinas que esta entidad establece a nivel nacional, con diferentes alianzas, desde entidades privadas como universidades, hasta las mismas entidades públicas gubernamentales como las gobernaciones; el lema de Procolombia para sus centros de información, es el de Futuros Exportadores, ya que desde estos lugares se brinda la asesoría requerida a todos los sujetos, que son desde emprendedores, hasta las personas naturales

o jurídicas que quieran hacer un reconocimiento de lo que se constituye un proceso exportador. Toda exportación que no sea de carácter minero-energético es apoyada desde Procolombia y los centros de información son la puerta de entrada al mundo del comercio exterior.

2.3.5 Guía

Una guía es una herramienta, que facilita la comprensión de los procesos, motiva, orienta y acompaña con el único fin de facilitar el aprendizaje, es un instrumento valioso ya que complementa y dinamiza el texto básico; con la utilización de creativas estrategias didácticas, simula y reemplaza la presencia de un experto del tema, además de generar un ambiente de diálogo, para ofrecer al estudiante diversas posibilidades que mejoren la comprensión y el autoaprendizaje. (Trabajo guía didáctica, un material educativo para promover el aprendizaje autónomo. Evaluación y mejoramiento de su calidad en la modalidad abierta y a distancia de la Universidad Técnica Particular de Loja Ecuador, Feijoo. 2004)

2.3.6 Herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

En un mundo mucho más desarrollado tecnológicamente, las herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, han marcado el cambio en la comprensión absoluta de los procesos, tanto de las personas, como de las organizaciones, lo que ha llevado a un replanteamiento de cómo se llega con la información a las personas, la comunicación sigue manteniendo su esencia, pero los medios ya no, la revolución tecnológica hizo que estos cambiaran. “En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es

más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. (Cabero, 1998)

2.3.7 Código QR

Un código QR según sus siglas en inglés Quick Response (Respuesta Rápida) es un código de barras utilizado para contener información en una matriz de puntos bidimensional tanto horizontal como vertical que contiene información codificada en ella, a diferencia de los tradicionales códigos de barras, los cuales solo pueden almacenar información en una sola dimensión horizontal. (Diputación de Cádiz)

2.4 Marco legal

2.4.1 Normatividad Internacional

Reseña del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional

El Arreglo de Lisboa contempla la protección de las denominaciones de origen, o sea, la "denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos" (artículo 2). La Oficina Internacional de la OMPI, en Ginebra, registra esas denominaciones a petición de la autoridad competente de un Estado Contratante. (Arreglo de Lisboa, 1958)

2.4.2 Normativa Andina

Decisión 486 del Acuerdo de Cartagena de Régimen Común sobre Propiedad Industrial, febrero 2 de 2001

La Decisión 486 del 2 de Febrero de 2001 menciona Con respecto a la protección de la propiedad industrial, que cada País Miembro concederá a los nacionales de los demás miembros de la Comunidad Andina, de la Organización Mundial del Comercio y del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios nacionales, a reserva de lo previsto en los artículos 3 y 5 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), y en el artículo 2 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Asimismo, podrán conceder dicho trato a los nacionales de un tercer país, bajo las condiciones que prevea la legislación interna del respectivo País Miembro.

2.4.3 Normatividad Nacional

Decreto 3081 de 2005 Diario Oficial No. 46.023 de 06 de septiembre de 2005

El decreto 3081 de 2005 es el que faculta el uso de las denominaciones de origen a que hace referencia el artículo 208 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, podrá ser delegada en las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen. Para el efecto, las entidades públicas y privadas interesadas en otorgar las autorizaciones de uso, deberán presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio, solicitud en tal sentido, de conformidad con los requisitos y condiciones establecidos por esta última. (Superintendencia de Industria y Comercio).

2.4.4 Normatividad Europea

Reglamento (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo de 29 de abril de 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios

Los requerimientos relevantes respecto de la higiene de los alimentos están considerados en los artículos 3 a 6 del Reglamento 852/2004/CE

- ✓ Obligaciones generales de los operadores de empresas alimenticias de monitorear la inocuidad de los productos y procesos que están bajo su responsabilidad
- ✓ Cumplimiento de las normas generales en materia de higiene por parte de los operadores, para la producción primaria
- ✓ Cumplimiento de las normas generales de higiene por los operadores, en las etapas posteriores a la producción primaria
- ✓ Requisitos de temperatura, cadena de frío y requisitos microbiológicos para ciertos productos relativos a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios y correcciones sucesivas.

2.5 Marco tecnológico

La aplicación de herramientas tecnológicas en los procesos, se ha convertido en una de las formas por excelencia para el entendimiento de las dinámicas que los constituyen, cuando se habla de proceso, se refiere a una serie de etapas que deben ser comprendidas, para que el proceso pueda ser desarrollado. Ahora bien, la integración entre las herramientas tecnológicas y los procesos, facilita que el individuo que los va a desarrollar, tenga acceso de manera más específica y con mayor facilidad al paso a paso que se deba cumplir en cada una de las estas. Hacer referencia a las herramientas de la tecnología, la información y la comunicación, incluye un contexto de conceptos y aplicaciones, que se pueden usar en todos los espacios en las cuales

se desenvuelven las personas, porque siempre lo que están buscando estas herramientas, es disminuir la complejidad con que se perciben los procesos.

De acuerdo a lo anterior, uno de los conceptos que más se aplica hoy en día y que se ha convertido en una herramienta para vincular información rápida y de grandes dimensiones en un solo lugar, son los códigos QR, que vinieron a realizar un mejor papel que los códigos de barra, pudiendo guardar información en dos dimensiones a diferencia de como lo venían haciendo los códigos de barra que almacenan información en una sola dimensión. Generalmente cuando hacen referencia a esta herramienta de código QR, relacionan una experiencia entre lo real y lo online, porque definitivamente lo que brinda es una experiencia de fácil acceso desde lo real al mundo virtual.

Capítulo 3. Metodología de la investigación

3.1 Tipo de investigación

Con el objetivo de llegar al cumplimiento de los objetivos de la investigación, se abarca un estudio exploratorio y descriptivo; es exploratorio este estudio, ya que lo que pretende hacer en primera instancia es un reconocimiento de la situación actual del sector, para lograr comprender el panorama de lo que sucede y de lo que hay actualmente constituido y así poder observar sobre qué línea de acción se está trabajando actualmente, esta parte inicial de la investigación, reconoce la importancia de capturar una información robusta, la cual permita en la siguiente fase, lograr una descripción lo más cercana posible al contexto actual en el cual se desenvuelve el sector, poder definir cuál ha sido el papel hasta ahora de los actores involucrados, iniciando con una evaluación general de las cifras que arroja el sector agroindustrial en Colombia y Santander

y posterior a esto ir a la parte específica, que es el análisis de lo que hasta ahora ha alcanzado el bocadillo veleño con su participación en el sector agroindustrial del Santander

3.2 Fases de la investigación

Dentro del desarrollo de este proyecto, se cumplen varias fases que se desencadenan a partir de la constitución de la descripción del problema, que es donde se formula toda la propuesta acerca de la necesidad que hay dada entre los futuros exportadores que acuden al Centro de Información de Procolombia en búsqueda de información, esto en primera instancia, permite tener claridad sobre cuáles son los aspectos en los que se va a centrar todo el desarrollo del proyecto, que serían parte de la fase final, sin embargo antes de esta fase, es importante sustentar todos y cada uno del desarrollo de esos objetivos a través de la identificación de antecedentes, el desarrollo de una justificación, en donde se expongan las razones puntuales por las cuales se decide desarrollar la temática. Hasta este punto se desarrolla lo que es la primera fase de la investigación y hace parte de un enfoque cualitativo sobre el cual se van a desarrollar todos los objetivos del proyecto que como ya se hizo inferencia hacen parte de la fase final de la investigación.

Posterior a la identificación de la necesidad, inclusión de antecedentes y una justificación para el proyecto, se inicia con el planteamiento de una literatura completa, que es sobre la cual se va a sustentar el proyecto, teniendo como base a los diferentes autores de las teorías, ya sea para concentrar toda la atención en las propuestas que ellos plantean, o con el objetivo de hacer un punto de comparación, con una composición teórica bastante fuerte, que permita tomar a los autores y a sus planteamientos como fuente de información esencial, para saber la ruta sobre la cual se sustenta el desarrollo de los objetivos, ya sea por la ventaja competitiva Porteriana o por las estrategias genéricas propuestas por este.

En la parte final del proyecto, se constituye la fase que abarca todo lo que se considera el desarrollo de objetivos, que es finalmente la fase sobre la cual recaen y culminan las etapas del proyecto que posterior a la recopilación, procesamiento y análisis de datos se deben organizar para que al final de este trabajo investigativo de enfoque cualitativo se pueda elaborar y trabajar sobre la generación de conclusiones y recomendaciones de acuerdo al planteamiento inicial del problema que se generó.

3.3 Enfoque de la investigación

El desarrollo de este proyecto, se centra en la aplicación de la metodología cualitativa, esto se hace con el objetivo de alcanzar un enfoque basado en el análisis de información. La primera parte del desarrollo de la metodología, se focaliza, en el análisis estadístico de datos que ya han sido recolectados, esto se hace con la meta de alcanzar una descripción detallada del sector productivo en la zona que abarca los municipios de Vélez, Barbosa y Guavatà y de esta manera ir determinando el potencial que ha desarrollado este producto en el mercado.

Para poder sustentar el apartado anterior, es importante definir el enfoque cualitativo, el cual se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados. No se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico. La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. El investigador pregunta cuestiones generales y abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas, esto es, conduce la indagación de una manera subjetiva y reconoce sus tendencias personales (Todd, Nerlich y McKeown, 2004). Debido a ello, la

preocupación directa del investigador se concentra en las vivencias de los participantes tal como fueron (o son) sentidas y experimentadas (Sherman y Webb, 1988). Patton (1980,1990) define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.

3.4 Fuentes y herramientas de recolección de información

En este punto de la metodología, es también importante involucrar la perspectiva que alcanzan entes y personas que están relacionadas y han trabajado con el productor de Bocadillo Veleño, con el objetivo de presentar un punto crítico en el proyecto, entre el análisis numérico de los datos que se han recopilado del sector productivo, registrados en las bases de acceso y consulta del gobierno como BACEX; y el análisis de las fuentes primarias y secundarias que recolectan información, como es el caso de las revistas especializadas, los catálogos informativos de Procolombia o los mismos documentos elaborados desde el sector, que se convierten en fuente importante de datos. Esta estructuración en la información, busca que el proyecto alcance en el desarrollo inicial de los objetivos, una base documental sólida, para continuar con el desarrollo de cada uno de ellos.

Dentro del desarrollo de la recolección de información, una de las dinámicas que cobra valor en el proyecto, es la entrevista no estructurada, esta, se convierte en un recurso importante de información, ya que es la opinión de quienes están directamente involucrados al sector y tienen claridad en el desenvolvimiento que hasta el momento ha tenido el producto, estas entrevistas se hacen con la meta de iniciar un proceso de fundamentación concreto en la recopilación de datos, que permita un análisis conceptual desde la opinión que tienen los entes desde el sector, además

de este análisis, estas entrevistas serán materia prima para un comparativo entre las cifras que ya reporta el sector y los resultados que estas intervenciones arrojen.

En conclusión, va a ser el método cualitativo sobre el cual se direcciona el desarrollo de este proyecto, con un análisis completo de datos capturados de entrevistas, fuentes primarias y secundarias e información que ya se encuentre condensada en las bases del gobierno sobre el sector, esto finalmente será lo que llevará al desarrollo de cada uno de los objetivos del trabajo, donde inicialmente se trabajará sobre una fase exploratoria que permita la identificación de los sujetos que actúan en el proceso y el estado en el que estos se encuentran, para posteriormente desarrollar el proceso descriptivo de la información capturada durante la fase exploratoria, y de esta forma postular las conclusiones del desarrollo de cada uno de los objetivos.

Capítulo 4: Contextualización de la situación actual del sector agrario y agroindustrial en Colombia durante los últimos años

4.1 Análisis de la balanza comercial agraria y agroindustrial de Colombia

El sector agroindustrial en Colombia es uno de los que más potencial en futuras exportaciones representa para el país, dentro de los productos vinculados a la oferta exportable de Colombia, un porcentaje significativo, está representado por productos del sector agro y agroindustrial, los cuales fuera de las exportaciones minero energéticas, representan un punto importante en la balanza comercial del país. En el año 2016, las exportaciones de Colombia hacia el mundo, sumaron un total de \$31.044.991 miles de dólares, de los cuales \$ 533.835 representaron las exportaciones de azúcares y productos de confitería, grupo en el cual participa el bocadillo veleño, de ahí la importancia de comenzar por el análisis, de cómo se comporta el sector en general sobre las exportaciones, para ir dando un enfoque al bocadillo de mercados

internacionales, tomando como base primero el potencial que tiene este sector productivo y segundo evaluando la evolución de las cifras durante los últimos periodos. The Observatory of Economic Complexity. (2016)

A continuación, en la figura 1, se ve reflejado el comportamiento en porcentaje del total de las exportaciones colombianas, en esta se evidencia que efectivamente los productos minerales, siguen aportando el porcentaje más amplio en el valor de las exportaciones, sin embargo, los productos de origen vegetal dentro de los cuales clasifica el café o los productos alimenticios donde está todo lo relacionado con la confitería suman un porcentaje importante.

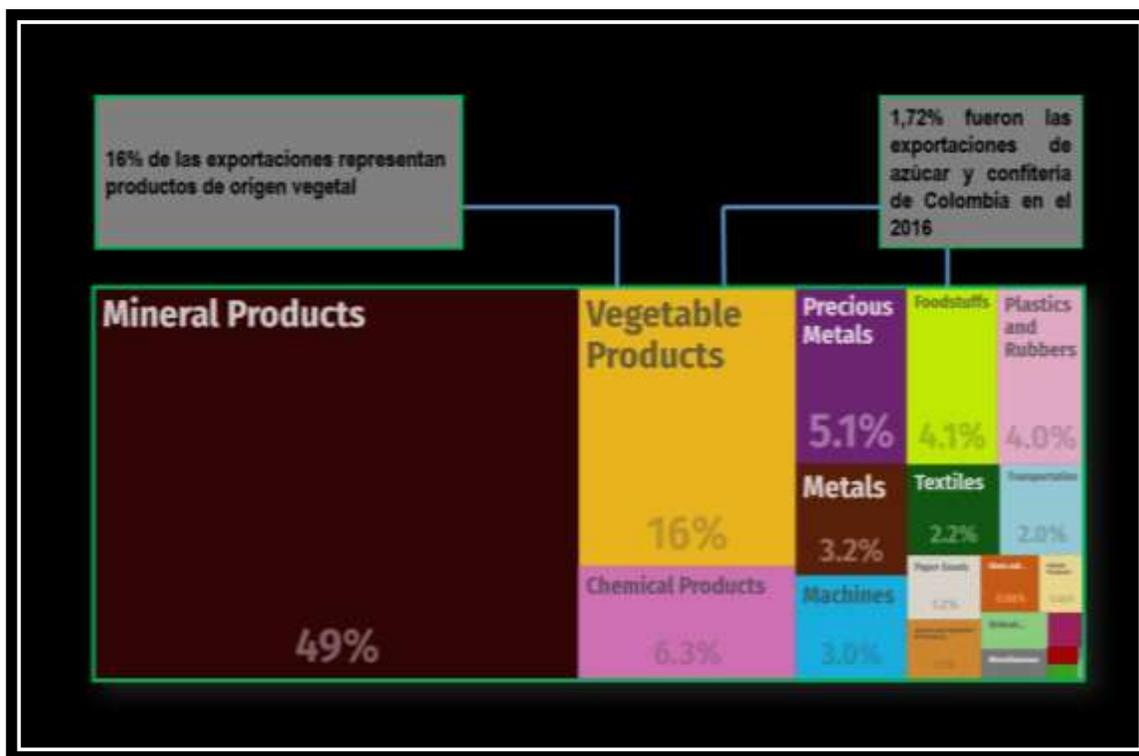


Figura 1: Comportamiento de las exportaciones colombianas por sectores.

Fuente: The Observatory of Economic Complexity. Análisis de exportaciones de Colombia.

<https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/col/>. Especificación porcentual de la participación en las exportaciones por sector de Colombia.

Luego de evaluar el origen de las exportaciones de Colombia, es importante también evidenciar, el comportamiento que ha tenido el sector agro y agroindustrial en los últimos años dentro de la balanza comercial del país, para poder tener una visión más real, de cómo ha venido desarrollándose el sector dentro del cual participa la producción de bocadillo veleño. De acuerdo a los datos arrojados por el DNP, durante los últimos 12 años, la balanza comercial en la que se agrupa lo agropecuario y lo agroindustrial, ha tenido una escala de descenso de acuerdo a la medición que refleja, pasando de un total de 2.712 millones de dólares FOB en el 2006 a los 1.079 millones de dólares FOB en el 2016. Departamento Nacional de Planeación. (2016)

La medición que realiza el Departamento de Planeación Nacional, agrupa todos los productos relacionados al sector agropecuario y agroindustrial, en esta misma, se incluyen los azúcares y productos de confitería, es importante tomar en cuenta las cifras de este grupo, ya que el bocadillo veleño clasifica en él, lo que permite realizar un análisis del aporte que hacen las exportaciones de estos productos a la balanza comercial del sector.

A continuación, se muestra la evolución que ha tenido la balanza comercial del sector agropecuario y agroindustrial desde el año 2006 hasta el año 2016, de acuerdo a los datos arrojados por el DNP.

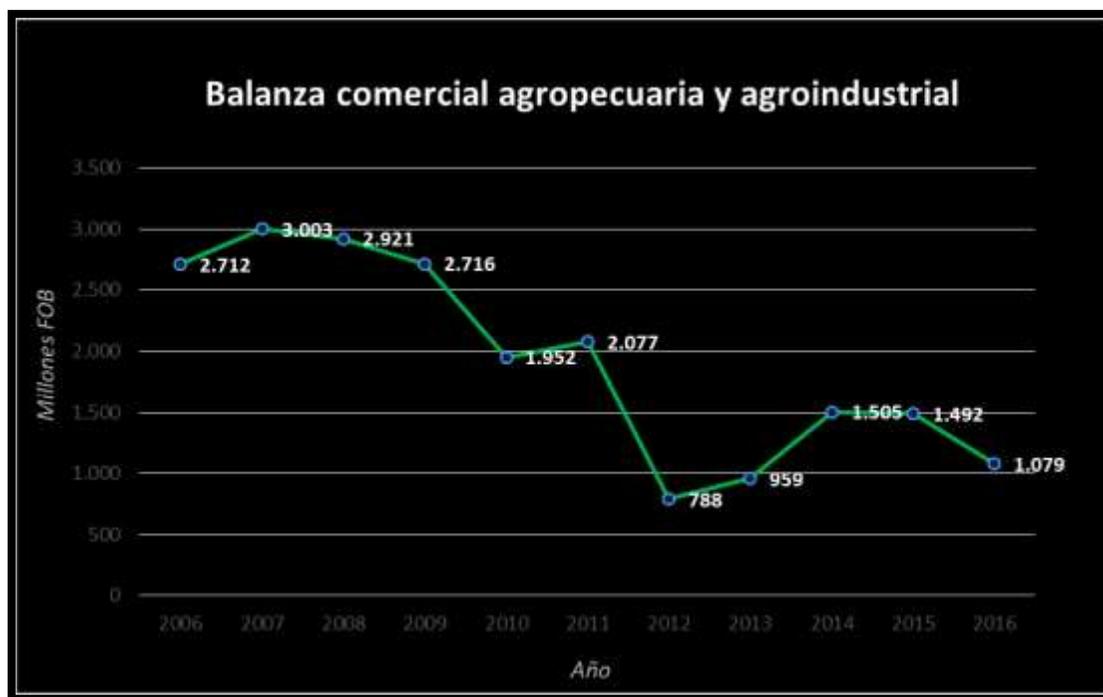


Figura 2: Comportamiento de la balanza comercial agropecuaria de Colombia 2006-2016.

Fuente: DANE. Balanza Comercial Agropecuaria y Agroindustrial 1980 2018. Balanza comercial agropecuaria y agroindustrial según grupos de actividad en volumen (toneladas) anual. Evolución de la balanza comercial agropecuaria de Colombia desde el año 2006 al 2016.

La balanza comercial de Colombia en lo que respecta al sector agrario y agroindustrial, ha estado representada por una pendiente negativa en los últimos años, sin embargo, las oportunidades en estos sectores siguen estando dadas para el país, y de acuerdo a los registros de solicitudes para asesorías sobre temas de exportación en el Centro de Información de Procolombia, el sector agroindustrial sigue ocupando un renglón importante en la consulta y los intereses del empresario santandereano.

Para denotar cómo el sector agro continúa ubicándose en un lugar importante en el ideal de los futuros exportadores de Santander, se hace un análisis de las visitas que se atendieron en el

Centro de Información de Procolombia para futuros exportadores en el período del 7 de octubre de 2017 al 7 de octubre de 2018, con este análisis se pretende observar cómo fuera de las exportaciones mineras, el sector agroindustrial continúa siendo del interés de los empresarios de la región. Ver figura 3

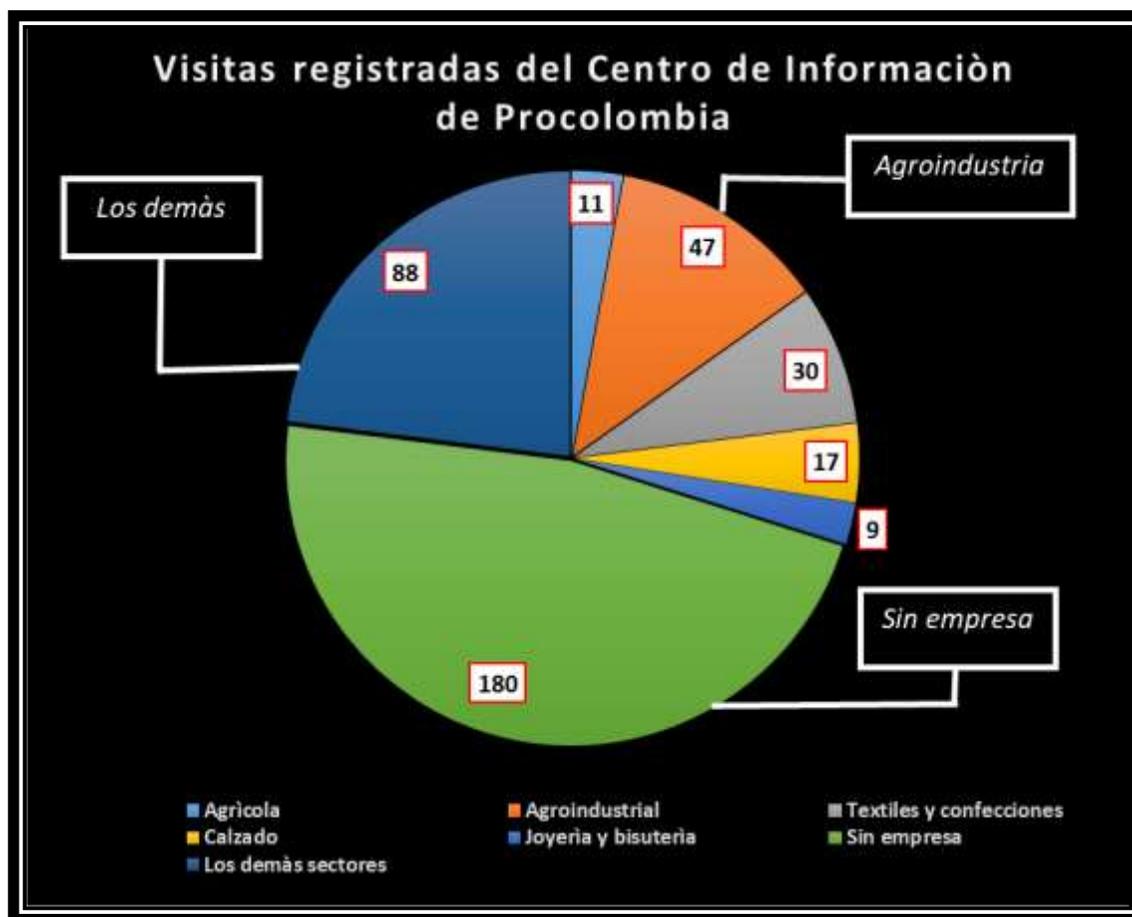


Figura 3: Visitas Registradas del Centro de información de Procolombia

Fuente: Centro de Información de Procolombia. Informe de asesorías realizadas en el Centro de Información de Procolombia 2017-2018. Participación en las asesorías del Centro de Información de los sectores no minero-energéticos más representativos que postula Procolombia.

Realizando el análisis descriptivo, en total se atendieron 382 futuros exportadores, de los cuales 47 empresas constituidas en cámara de comercio recibieron asesoría para la exportación

de bienes del sector agroindustrial, siendo este el que mayor solicitud de información requirió en el período tenido en cuenta, lo que quiere decir que en el empresario santandereano hay un interés especial por la exportación de productos del sector agrario y agroindustrial, inclusive, de las 180 personas que recibieron asesoría en el Centro de Información de Procolombia, que no tenían empresa legalmente constituida, el mayor número de requerimientos se hizo sobre productos del sector agrario y agroindustrial.

Estas cifras hacen un aporte interesante a la fase exploratoria de la investigación ya que, permite enfocar el proyecto hacia un sector sobre el cual hay un potencial sin explorar y sin sacarle provecho, lo que a futuro es una ventaja competitiva para el departamento, sin embargo, es una ventaja sobre la cual se debe trabajar ya que son ventajas que no se desarrollan por si mismas sino que hay que enfocarlas para sacarles el mayor provecho y obtener finalmente los beneficios que el sector representado por los futuros exportadores está buscando.

Otro de los puntos que se toma en cuenta en la gráfica es la participación del sector calzado, es importante tomar este dato ya que durante mucho tiempo en la región existió el concepto del potencial que tenía el sector en el departamento, pero de acuerdo a lo que se puede observar, este sector ha perdido participación en la actividad comercial de la región lo que vuelve y muestra que en el departamento hubo un cambio de percepciones y los empresarios del sector agro y agroindustrial han empezado a desarrollar un interés por vincularse al comercio exterior como forma de darle la verdadera utilidad al producto que tienen

Finalmente podemos concluir con relación a lo que se ha desarrollado desde el Centro de Información de Procolombia, que el potencial en el sector agroindustrial de Santander está dado, lo esencial está en lograr el cumplimiento de tres puntos: darle un valor agregado a los productos del sector agrario, como se ha hecho con el café y como se ha iniciado a implementar con la

guayaba y el bocadillo veleño, segundo, es importante lograr focalizar el punto estratégico del sector agroindustrial en Santander para alcanzar la competitividad y por último poner como punto de meta la diversificación de las exportaciones en materia agroindustrial, son estos tres puntos los que van a solidificar todo este sector en Santander, y productos como el bocadillo veleño que ya han iniciado un proceso de fortalecimiento van a desarrollar mucho más su potencial.

4.2 Análisis del comportamiento del sector agrario y agroindustrial en Santander en los últimos años.

Posterior a la descripción general del sector agrario y agroindustrial en Colombia, es importante realizar un direccionamiento hacia el departamento de Santander, con el fin de determinar la manera en como se ha comportado el sector agrario y agroindustrial de la región, esta descripción del sector específicamente del departamento es valiosa, ya que hace un reconocimiento parcial del sector al cual se encuentra vinculada la producción de bocadillo veleño, lo que lleva a saber en qué condiciones está, la participación que ha logrado y como se encuentra referente a la participación de otros sectores, esto con la finalidad además, de ir determinando el potencial del sector.

Evaluando lo anterior y como primera medida de evaluación de la potencialidad, se realiza una descripción y especificación de la participación de los sectores agrarios junto con otros que hacen parte de la economía departamental, para ver cómo ha sido el trabajo de los actores involucrados en cada uno de los segmentos, y así de esta forma ir definiendo ese nivel de potencial existente. Para sustentar lo anterior se propone la gráfica realizada por el Mincit para el

año 2016, en donde se hace un análisis porcentual de participación de la producción industrial en Santander de las diez principales ramas de la industria:

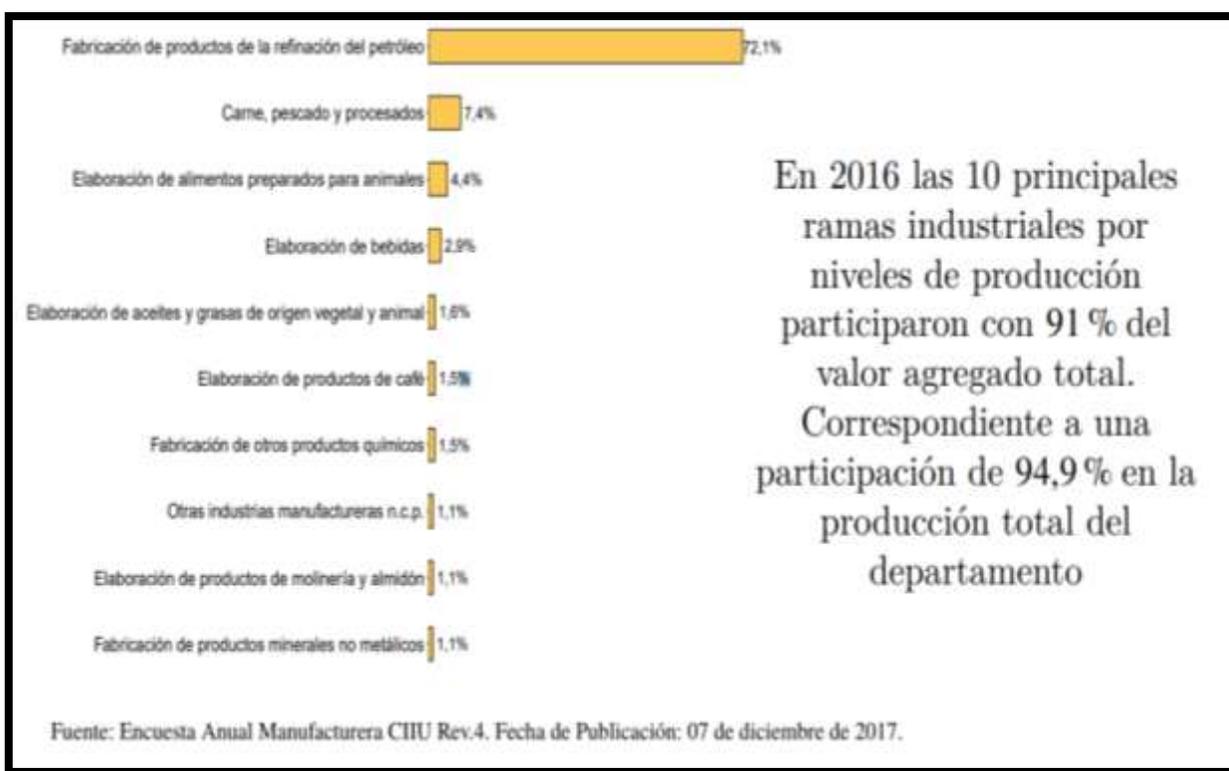


Figura 4: Participación de la producción industrial, de las principales ramas industriales año 2016.

Fuente: MINCIT. Perfil Económico del Departamento de Santander.http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77526&name=Perfil_departamento_Santander.pdf&prefijo=file. Barras de datos porcentuales de las diez principales ramas industriales por niveles de producción de Santander.

De acuerdo a la figura, el departamento de Santander es altamente dependiente de los hidrocarburos, de ahí que la rama industrial con mayor participación en producción industrial, sea la fabricación de productos de la refinación del petróleo, con una participación del 72.1%. Si

bien es cierto, dentro de las diez principales ramas se incluyen procesos relacionados con la agroindustria, como lo es la elaboración de productos de café o la elaboración de productos de molinería y almidón, los cuales suman un valor porcentual de 2,6%, no representan en realidad un porcentaje significativo en los niveles de participación de producción industrial. El cuestionamiento acá, es si el sector agroindustrial tiene un potencial que aún no se ha explotado o si es un sector que no se ha diversificado, que no ofrece una propuesta de valor alta, lo que esté provocando realmente la baja vinculación a las ramas industriales en el departamento.

Ahora bien, podría decirse que el departamento de Santander, no cuenta con una estructura agraria sólida para el desarrollo de procesos industriales, que motiven el trabajo entre el agro y la industria, sin embargo, esto no sucede así, Santander se convierte en una dispensa agraria importante, dada la diversidad con la que cuenta esta región en materia agrícola, si vemos a continuación en Santander hay una actividad importante tanto de cultivos permanentes como de cultivos transitorios. *Ver figura 5*

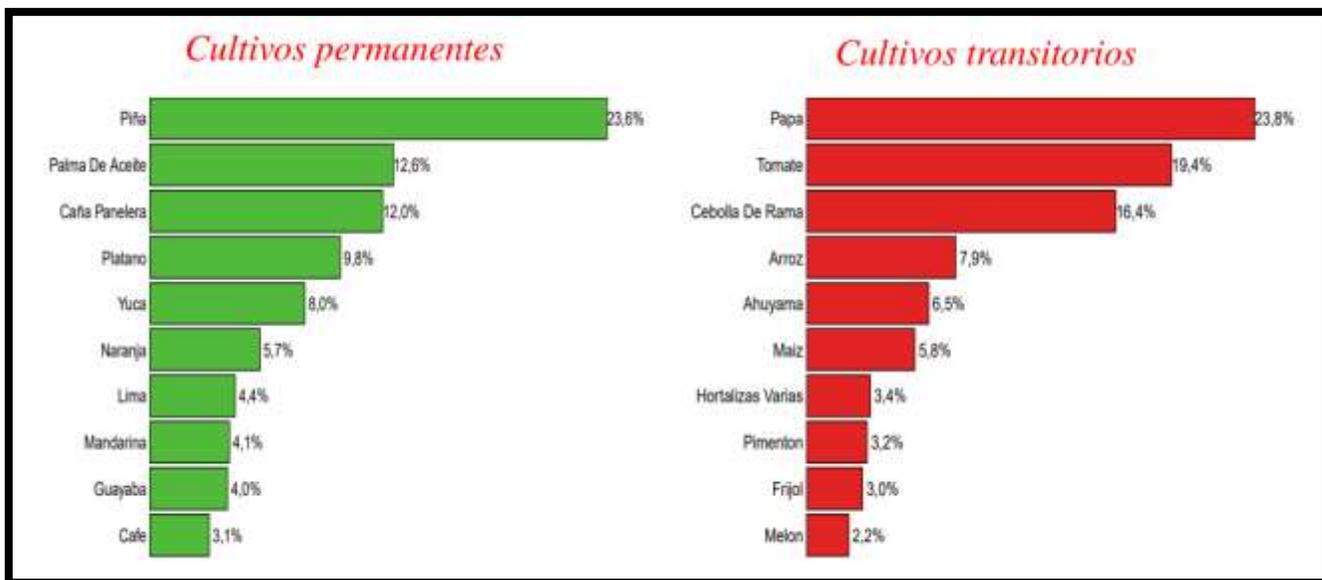


Figura 5: Estructura Agrícola Santander

Fuente: MINCIT. Perfil Económico del Departamento de

Santander. http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=77526&name=Perfil_departamento_Santander.pdf&prefijo=file. Barras de datos porcentuales de los productos tanto de cultivos permanentes como transitorios más representativos de Santander.

La evaluación porcentual muestra al sector agrario como un sector diverso, iniciando porque no sólo hay cultivos permanentes sobre los cuales se basa el sector, sino que también hay desarrollo de cultivos transitorios que lo sustentan. En adición, hay que resaltar que los cultivos permanentes son los que mejor se comportan en la oferta con valor agregado, haciendo énfasis especial en el papel que cumple el café, la caña panelera y la guayaba que es el producto central que sustenta este proyecto sobre bocadillo veleño.

Uno de los aspectos más interesantes y que cabe mencionar del comportamiento porcentual agrario de Santander, es la relación entre la participación de la piña, la guayaba y el café, con un 23,6%, 4,0% y un 3,1% respectivamente en los indicadores, la piña, ni la guayaba son los productos que mejor participación logren en las exportaciones como se va a reflejar a

continuación en el análisis de las exportaciones, a pesar de su producción regional está por encima de la del café, producto que después de los hidrocarburos representa una participación importante en las exportaciones incluyendo también los productos derivados de su procesamiento.

Evaluando los valores porcentuales que se muestran en el sector agrario, uno de los datos que hay que tener en cuenta

A continuación, se establece una figura en la cual se muestra el comportamiento de las exportaciones santandereanas durante el 2017, la idea de esta es mostrar cómo intervienen otros sectores productivos del departamento en el comercio internacional

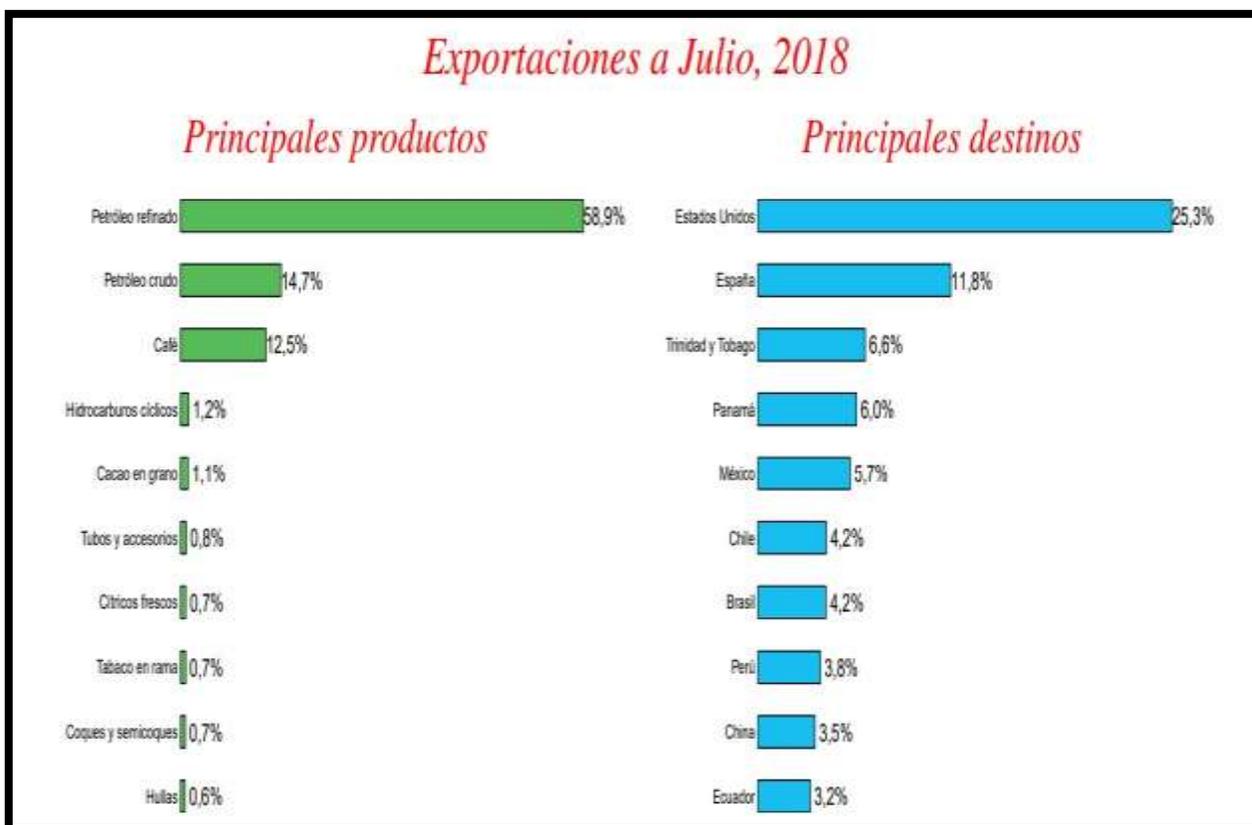


Figura 6: Exportaciones de Santander a Julio de 2018

Fuente: MINCIT. Perfil Económico del Departamento de

Santander. http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77526&name=Perfil_departamento_Santander.pdf&prefijo=file. Perfil de las exportaciones de Santander evaluando principales productos exportados y los principales destinos.

Como refleja la figura anterior, la participación de Santander en las exportaciones está mayormente representada por el sector minero-energético, esta gráfica es el reflejo de la alta influencia que tienen los hidrocarburos en el departamento y la baja participación de sectores agrarios y agroindustriales en la oferta exportable de la región, lo que señala de alguna u otra manera que hay en el departamento un potencial sin explotar en temas agrarios, porque si bien el café es el tercer producto con mayores exportaciones registradas, la participación real en

comparación a la de los hidrocarburos es mínima, aun sumándole el total de las demás exportaciones no mineras.

Como punto final de este capítulo, es importante ver que si se hace una evaluación enfocada a examinar el potencial desarrollado por el sector de bocadillo veleño, que es el que a continuación se va a detallar, la situación de las exportaciones es realmente compleja, ya que el sector de la confitería al cual pertenece el producto, no reporta cifras dentro de las principales exportaciones del departamento, con lo que se puede concluir, que es un sector con mucho potencial, porque hay un producto con denominación de origen, sin embargo es un sector sin explotarle el potencial, que no está reflejando productividad al departamento en cifras.

Capítulo 5. Análisis del comportamiento durante los últimos años del sector productivo de bocadillo veleño en Colombia

5.1 Bocadillo veleño con denominación de origen, una nueva apuesta para el sector agroindustrial de Santander

El bocadillo veleño, se constituye como una de las apuestas más interesantes en materia de exportaciones para el departamento de Santander, destacando especialmente el papel que juegan los municipios productores de la región, como lo son Guavatá, Barbosa y Vélez, esto apoyado por el concepto de denominación de origen, el cual le da al producto un valor agregado, que lo hace único desde que inicia su proceso productivo, hasta la entrada en acción en un mercado internacional. El concepto de denominación de origen, es finalmente un reconocimiento al producto, que lo identifica como cien por ciento colombianos en los mercados internacionales, es decir un sello que lo hace único.

Adicional a esto, la denominación de origen le da al producto y a sus productores una serie de beneficios, que van desde la protección jurídica del producto, hasta el mismo beneficio de protección a la cultura, ya que finalmente lo que se ha desarrollado con el bocadillo veleño, es un arraigo total de las zonas productoras a este, lo que significa que muchas familias se dedican a este proceso, desde el cultivo de la guayaba hasta la fabricación ya del dulce y por ende son familias que dependen de las ganancias que se generen del proceso, de ahí la importancia del valor que tiene el sello de origen, que además va a ser un punto clave de representación a la hora de selección de mercados potenciales para este.

De acuerdo al análisis hecho de la balanza comercial de Colombia, del sector agrario y agroindustrial, es importante iniciar a desarrollar el estudio del comportamiento de la producción y comercialización de bocadillo de acuerdo a la información actual, para ir construyendo un análisis específico de este sector productor, con el objetivo de mirar cuál ha sido su comportamiento, en los últimos periodos.

5.2 Estructura de la Partida Arancelaria del Producto

Con el objetivo de iniciar el desarrollo específico del análisis del sector productivo de bocadillo veleño, se hace indispensable mirar la clasificación arancelaria del producto en primer lugar; de acuerdo a las características de este.

Capítulo	Código	Código
20	2007	2007.99.92.00
Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante	Purés y pastas

Tabla 1: Especificación de la clasificación arancelaria del bocadillo veleño, de acuerdo al sistema de clasificación de mercancías.

Nota: Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. <https://importacionescarga.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces;jsessionid=879EBC5BEC9C35F59D020980CB9A718A#>. Consulta por estructura arancelaria. División desde el capítulo general hasta el código específico del producto

5.3 Generalidades de la exportación de bocadillo veleño

Posterior a la realización de la clasificación arancelaria, se inicia el reconocimiento de cómo está el sector en Colombia y a nivel de mercados internacionales, de las confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, con el objetivo de tomar en cuenta reportes de cifras que vayan ayudando a determinar la potencialidad del sector.

De acuerdo a lo planteado, el sector de confituras, jaleas y mermeladas, representado por la Partida Arancelaria 200799, reportó para el año 2017 un total de exportaciones desde Colombia equivalente de \$ 2.284 miles de dólares, lo que representa el 0,35% del total de la participación de los países exportadores. Es importante, además, hacer un reconocimiento de la evolución que ha tenido este sector productivo durante los últimos años en Colombia, donde las exportaciones que clasifican dentro de esta categoría han tenido una evolución de manera ascendente en las

cifras de exportación. (Trade Map.

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||200799|||6|1|1|2|2|1|2|1|1)

A continuación, se muestra, cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones desde Colombia, de la partida arancelaria en la cual se encuentra incluido el bocadillo veleño



Figura 7: Exportaciones de la Partida Arancelaria 200799 desde Colombia

Fuente: LegisComex. Reporte de las exportaciones de la partida arancelaria 200799 desde Colombia al mundo en el período 2014-2015.

La figura, refleja el comportamiento que ha tenido el sector en los últimos cuatro años, siendo el 2017 el mejor año para las exportaciones de Colombia con un total de \$ 2.284 miles de dólares, siendo Estados Unidos, España y Chile el destino principal para las exportaciones de estos productos.

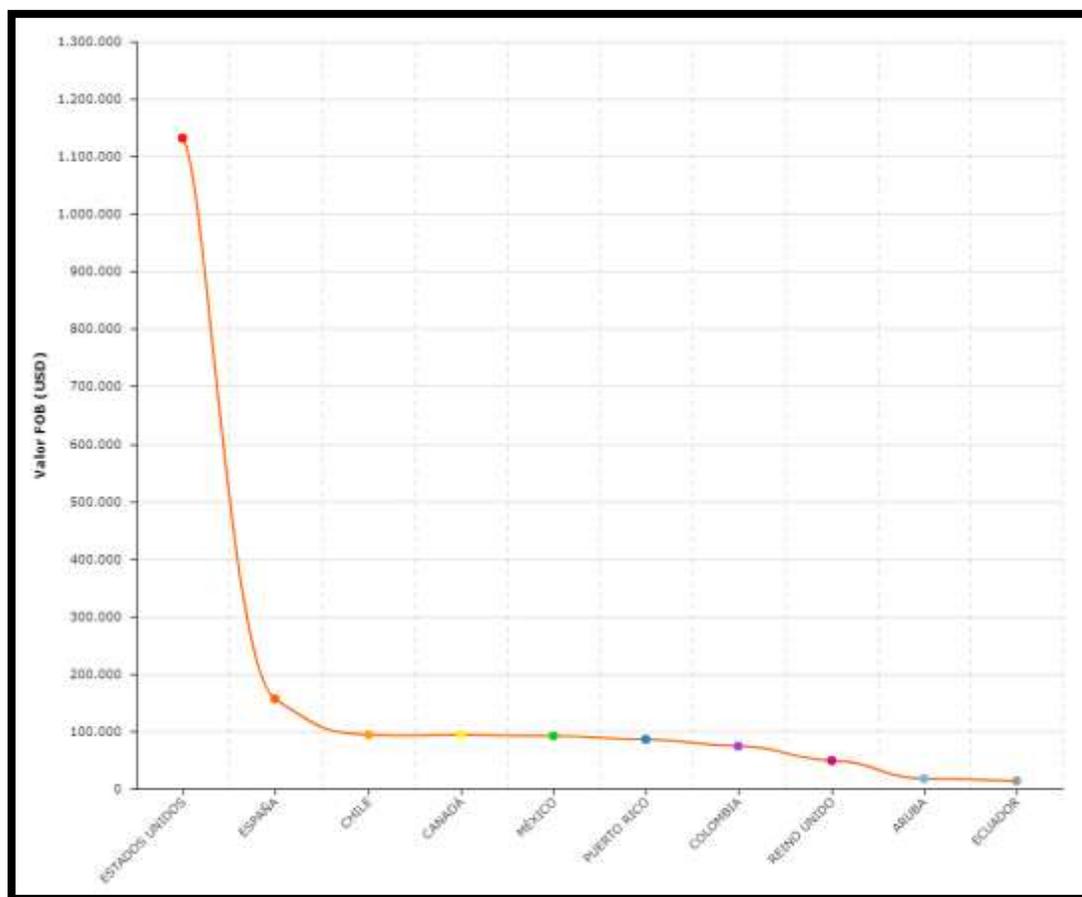


Figura 8: Principales destinos de las exportaciones de la Partida Arancelaria 200799

Fuente: LegisComex. Reporte de los principales destinos de exportación de la partida arancelaria 200799 desde Colombia durante el año 2017.

Es importante reconocer que la partida arancelaria 20.07, reporta en las cifras, todo lo que hace referencia a mermeladas y purés o cualquier producto obtenido de la cocción de las frutas, por ello es importante entrar a revisar el origen de esas exportaciones, para saber qué cantidad real se está exportando de bocadillo veleño, tomando como punto de partida las empresas o asociaciones que se encargan de la participación el mercado internacional de este producto.

De acuerdo a lo anterior, es importante revisar las empresas que se encuentran actualmente realizando exportaciones de la partida arancelaria 2007999200, con el objetivo de analizar por

medio estas cifras, cuáles ò cuál de ellas es la que está apoyando el proceso exportador del bocadillo veleño.

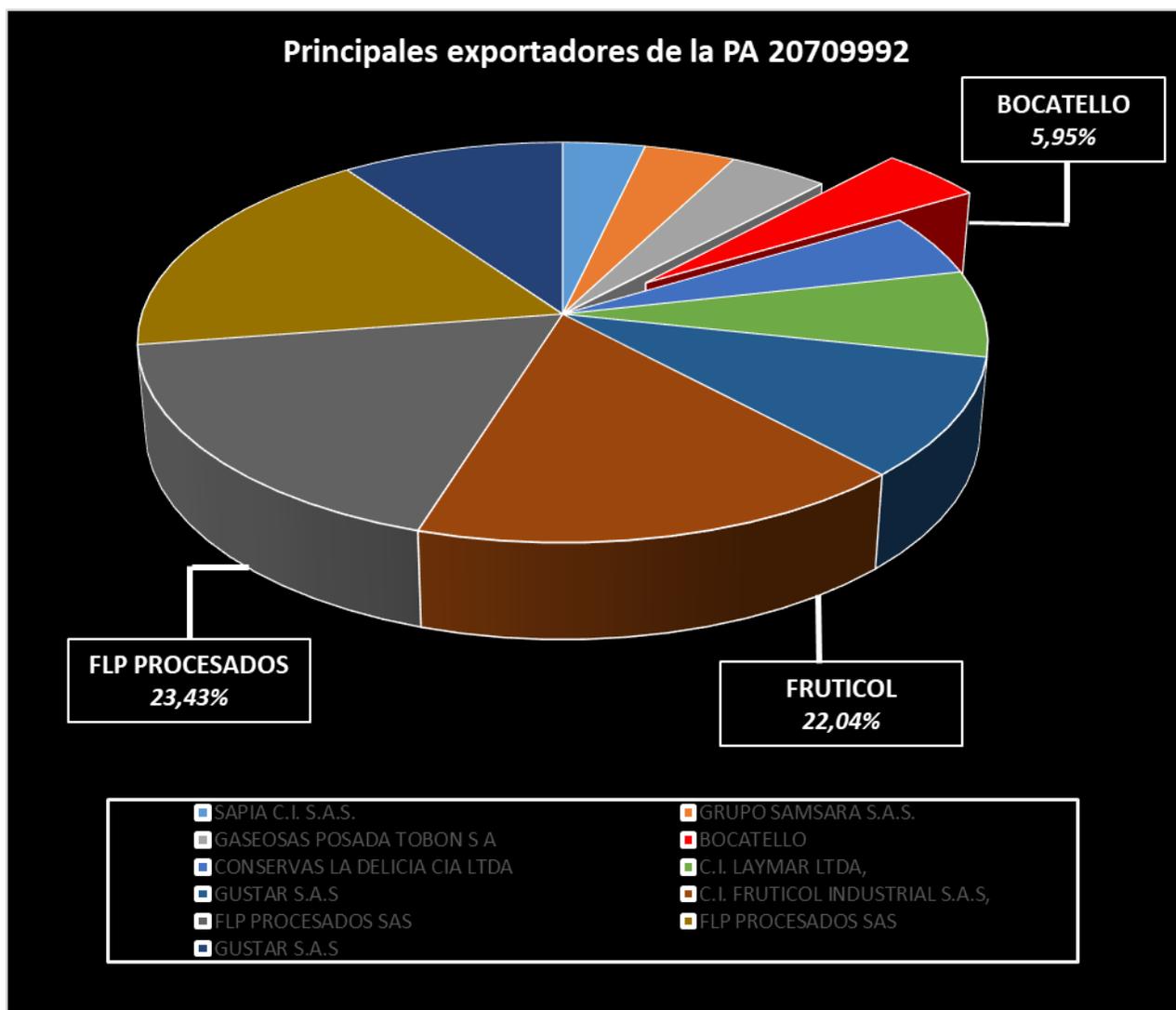


Figura 9: Principales exportadores de Colombia de la Partida Arancelaria 200799

Fuente: LegisComex. Reporte de los principales exportadores de Colombia de la partida arancelaria 200799 durante el año 2017.

En relación a la figura anterior, se observa en las cifras de exportación de la Partida Arancelaria 20.079.992.00 por parte de las principales empresas que se han vinculado al mercado internacional, es importante en primera instancia hacer un reconocimiento de esto, ya que, a partir de ahí se va identificando la zona geográfica en la cual se va a desarrollar el proyecto, es decir el departamento de Santander en los municipios de Barbosa, Vélez y Guavatà, se identifica a la organización que desde Santander está encargada de representar las exportaciones reales de bocadillo veleño.

Respecto a lo anterior y analizando los datos que reporta el Banco de Cifras de Comercio de Exterior y Servicios de procesamiento de información de importaciones y exportaciones BACEX, Bocatello, es la asociación que desde Santander está participando en las exportaciones del bocadillo veleño del país, con un total del 5.95% dentro de los principales exportadores de la partida arancelaria durante el 2017. Banco de Datos de Comercio Exterior. (2017). Es importante resaltar esto, ya que como muestra la figura 9 el lugar que ocupan estas exportaciones es importante si se hace un análisis interno y se muestra el tamaño de las empresas que están involucradas en el proceso productivo, en donde todas son microempresas, es decir, lo que refleja esta cifra, es el valor que tiene una asociación para representar un producto único, con denominación de origen en el mercado internacional.

Luego de especificar el comportamiento general de las exportaciones de la partida arancelaria 200709992, y de registrar qué porcentaje de estas estaba siendo representado por bocadillo, viene el análisis específico de las exportaciones, que desde la asociación de productores de bocadillo se ha alcanzado, esto con el objetivo de mirar antecedentes en el comercio exterior y hacer proyecciones a mercados potenciales futuros.

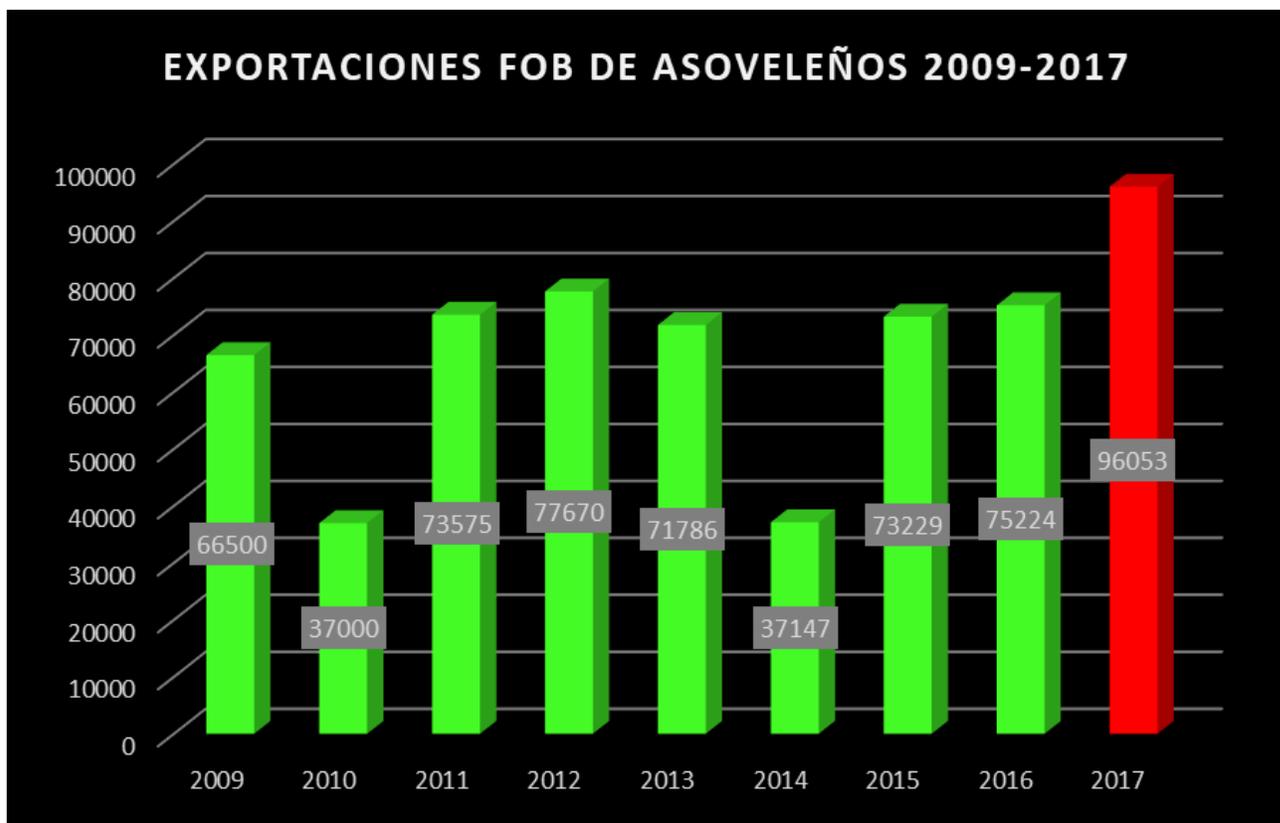


Figura 10: Exportaciones FOB de Asoveleños 2009-2017

Fuente: LegisComex. Evolución de las exportaciones FOB de Asoveleños desde el año 2009 hasta el 2017.

En la figura, se muestra la evolución de lo que han sido las exportaciones de Asoveleños durante los últimos 9 años, la idea es mostrar cómo durante ese tiempo ha sido el comportamiento del sector, que como denotan los datos, ha sido bastante estable el valor de las exportaciones FOB, haciendo alguna excepción en los años 2010 y 2014 donde las exportaciones se redujeron a la mitad.

En la evaluación, uno de los años más representativos para el producto fue el 2017 con un total de \$ 96053 dólares FOB, el mayor en todos los 9 años, la respuesta a este crecimiento en la exportación, puede explicarse por la otorgación de la denominación de origen en el año 2017 al bocadillo veleño, mediante la resolución Número 35076 del 15 de junio de 2017 de la Superintendencia de Industria y Comercio Superintendencia de Industria y Comercio. <http://www.sic.gov.co/noticias/la-superintendencia-de-industria-y-comercio-protege-la-denominacion-de-origen-bocadillo-veleno>. (2017)

En la siguiente tabla, se especifica el valor de las exportaciones por parte de Bocatello, durante los últimos nueve años en kilos y en el valor FOB que representaron:

	KILOS NETOS	VALOR FOB
2009	30.270	66.500
2010	17.000	37.000
2011	30.675	73.575
2012	32.400	77.670
2013	30.604	71.786
2014	16.480	37.147
2015	31.334	73.229
2016	31.676	75.224
2017	36.129	96.053

Tabla 2: Exportaciones de Bocatello en los últimos 9 años.

Nota: Fuente: LegisComex. Reporte estadístico del total de exportaciones FOB de Bocatello, asociación que representa las exportaciones del sector. Participación de las exportaciones de Bocatello en el período 2009-2017, representada por los Kilos Netos exportados y el Valor FOB en el respectivo período.

El año 2018 ha significado para las exportaciones de bocadillo veleño un total de 12.716 kilos exportados, desde el primero de Enero hasta el 31 del mes de Julio, atendiendo a países como España o Reino Unido, lo que significa que en efecto el mercado europeo es un mercado selecto

para las exportaciones de este producto. En este sentido cabe resaltar a España como un mercado de entrada importante a la Unión Europea, tan sólo en el 2017 este país representó el 69% del total de las exportaciones de bocadillo veleño desde Colombia, lo que de alguna u otra manera indica que ya hay experticia en el comportamiento del mercado, y además de ello que ya hay un reconocimiento del producto en este, no necesariamente que facilite la entrada del producto, pero sí que genere para el empresario colombiano estrategias de ingreso, ya sea porque se genera una mejor segmentación del mercado o porque se vaya dando con más claridad la cadena de distribución del producto por excelencia. Ventanilla Única de Comercio Exterior. (2017)

Ahora bien, lo importante en este punto, ya habiendo realizado un análisis de la situación actual del sector y de haber hecho un énfasis especial en la asociación que exporta el bocadillo, es importante empezar el análisis para el acceso de la Unión Europea, como futuro mercado potencial para el producto, determinar cuáles son esos países potenciales dentro de la comunidad para la comercialización de ese producto, identificar tanto barreras arancelarias como no arancelarias, e incluir el análisis del entorno, cultural, social, político económico para así poder determinar y reconfirmar al mercado europeo, como el potencial para la exportación de bocadillo veleño.

Capítulo 6. El Mercado Europeo un mercado de oportunidades para el bocadillo veleño.

Una de las justificaciones que ha llevado al desarrollo de este proyecto, radica en las solicitudes que a diario se hacen en el Centro de información de Procolombia sobre los procesos de exportación, pero además de consolidarse estas preguntas, el mercado europeo después del norteamericano, se convierte en uno de los elegidos predilectos por los futuros exportadores para llevar sus productos, de ahí la importancia de desarrollar la guía del proceso exportador, tomando

como base un producto diferenciador, con sello de origen, que se hace único en un mercado internacional.

A continuación, se busca desarrollar un análisis específico del comportamiento de las importaciones por parte de la comunidad política europea durante los últimos años de la partida arancelaria 20.077.99.92 con el objetivo de hacer la identificación de un mercado potencial dentro de esta comunidad para el producto, con la intención de mostrarle al futuro exportador la forma en cómo se está comportando actualmente el mercado en general, la manera en cómo debiera seleccionar uno en específico y la normatividad que hay actualmente dentro del marco europeo para la exportación de este tipo de productos.

6.1 Análisis del mercado

De acuerdo a las cifras que arroja que arroja TradeMap, de la partida arancelaria en la cual se encuentra definido el bocado 2007, confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluidos con adición de azúcar u otro edulcorante, el comportamiento de las importaciones del resto del mundo, tomando como base el año 2017, que es el más reciente reportado, ha sido de la siguiente manera:

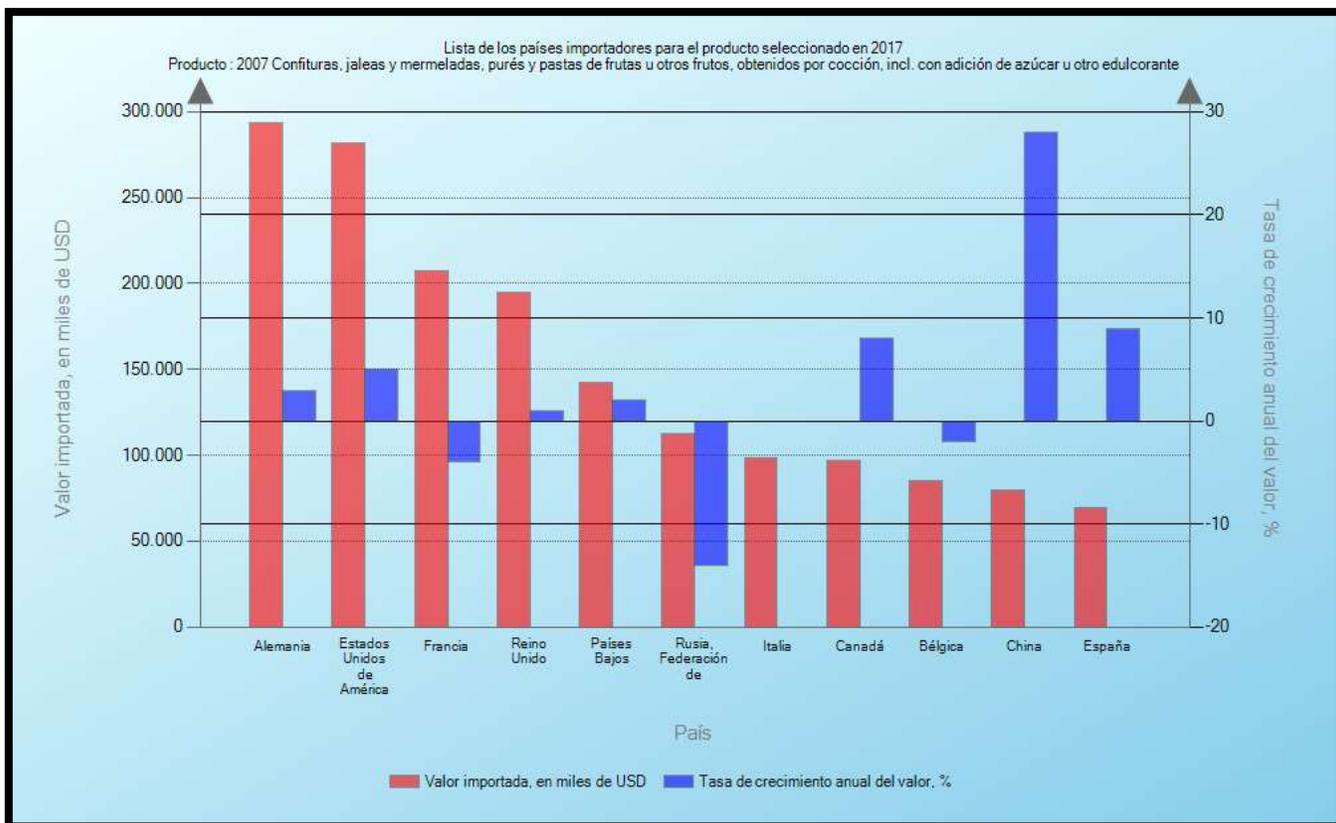


Figura 11: Importaciones mundiales de la partida arancelaria 200799 durante el 2017

Fuente: Trademap. Comportamiento de las importaciones de la partida arancelaria 200799, durante el 2017, principales importadores a nivel mundial, y representación de la evolución de las importaciones de esos países.

Como muestra en la figura, las importaciones de la partida arancelaria 2007 han sido bastante representativas en la Unión Europea, ya que dentro de los principales importadores, seis hacen parte de la comunidad europea y es Alemania el mayor importador de este tipo de productos, con un equivalente de \$ 293.462 miles de dólares importados durante el 2017, lo que sin duda representa un potencial en el mercado europeo para el bocadillo veleño.

Es también importante revisar la evolución de las importaciones en los últimos tres años, y examinar qué países han crecido, se han mantenido o han caído en el valor de sus importaciones, para de esta manera continuar estableciendo una relación de potencialidad con el mercado

europeo. Para lo anterior, a continuación, se muestra la figura 12, en donde se refleja cómo ha sido el comportamiento de las importaciones por parte de cada uno de los países más representativos en cifras, de la Unión Europea, en la gráfica permanecen Estados Unidos y China ya que son países representativos en materia económica y la idea es también tener un punto de referencia de otros países fuera del consolidado europeo.

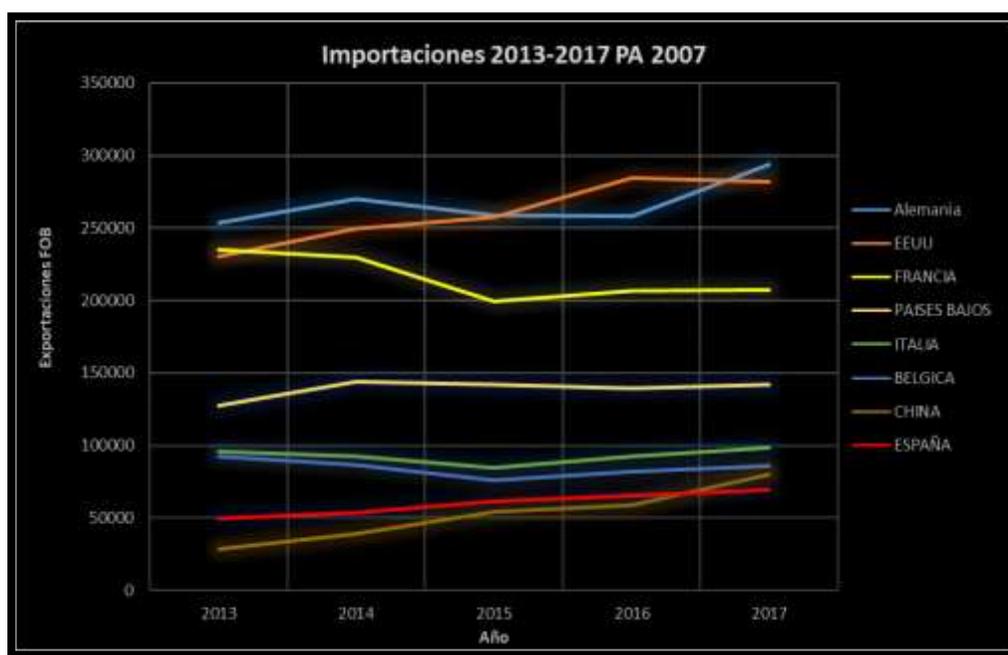


Figura 12: Importaciones 2013-2017 de la Partida Arancelaria 2007

Fuente: Trademap. Evolución de las importaciones de la partida arancelaria 2007 en el período 2013-2017 por parte de los países que más la importan.

Evaluando la figura, las importaciones de los productos de la partida arancelaria 2007, por parte de los miembros de la Unión Europea han sido estables en los últimos años, inclusive Alemania que permanece por arriba del mayor socio comercial de Colombia, Estados Unidos, refleja en sus importaciones una evolución desde el año 2016 a diferencia del país

norteamericano que reporta una caída, no muy pendiente, sin embargo, las importaciones si han iniciado a caer. La idea de esta gráfica, es mostrar la manera en cómo se están comportando las importaciones por parte de Europa, para que el exportador evalúe el mercado y vea en este potencial país para la exportación del bocadillo veleño.

Para hacer el complemento de los datos de la figura 12, en la tabla 3, que se muestra a continuación, se determina la relación entre los países europeos que importaron y la cantidad expresada en miles de dólares de lo exportado desde Colombia, esto con el objetivo de analizar el desarrollo de las exportaciones de Colombia hacia los mayores importadores de la Unión Europea y así ir fijando el potencial existente.

Alemania	Francia	Países Bajos	Italia	Bélgica	España
\$184 miles de dólares	No reporta	\$1.497 miles de dólares	\$ 6 miles de dólares	No reporta	\$ 103 miles de dólares

Tabla 3: Exportaciones de Colombia a los países de la Unión Europea

Nota: Fuente: Trademap. Reporte estadístico del total de exportaciones desde Colombia hacia los principales importadores mundiales de la partida arancelaria que incluye el bocadillo veleño. Selección de los mercados potenciales en la Unión Europea de acuerdo a las exportaciones de Colombia hacia los cinco principales importadores de la partida arancelaria.

En efecto, el mercado elegido para este proyecto con el objetivo de fomentar la exportación del bocadillo, ha sido el mercado europeo, tanto por su potencial en importaciones, como por los antecedentes que ya tiene la Asociación de Productores de Bocadillo Veleño exportando hacia países de este mercado, es por esto que es pertinente, centrar todo el interés en mostrarle al empresario del sector, que aún no ha iniciado un proceso, la manera específica para llegar a un mercado internacional, además de ello es importante mostrarle la forma en la cual se realiza una selección de mercados, para que tenga el conocimiento.

6.2 Normatividad para la exportación de bocadillo a la Unión Europea

Con el fin de prevenir todo riesgo para la alimentación humana y animal, garantizar la salud y calidad de los cultivos, la Unión Europea ha adoptado una serie de normas para la protección de los vegetales y productos vegetales frescos (frutas, hortalizas, entre otros) para controlar su circulación en la Unión Europea. Asimismo, controla que los productos fitosanitarios no perjudiquen la salud o al medio ambiente, por lo que establece límites máximos de residuos en los vegetales. Para exportar y comercializar productos de origen vegetal a la Unión Europea se deberá cumplir con las siguientes etapas. (SiicexPerù.www.siicex.gob).

Normatividad de ingreso para los vegetales y productos vegetales frescos en la Unión

Europea



Figura 14. Normativa de Ingreso de productos alimenticios a la Unión Europea.

Fuente: (SiicexPerù. www.siicex.gob)

6.2.1 Etiquetado exigido para la Unión Europea

Son elementos obligatorios del etiquetado:

- ✓ Denominación de venta
- ✓ Lista de ingredientes
- ✓ Cantidad neta

- ✓ Fecha de duración mínima
- ✓ Condiciones especiales de conservación y de utilización
- ✓ Nombre o razón social y la dirección del fabricante o del envasador

6.2.1.1 Normatividad para el etiquetado de confituras, jaleas y mermeladas de frutas y la crema de castañas destinadas a la alimentación humana

Directiva N° 2001/113/CE del Consejo del 20 de diciembre del 2001 relativa a las confituras, jaleas y «mermeladas» de frutas, así como a la crema de castañas edulcorada, destinadas a la alimentación humana. (SiicexPerù. www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/req_ue.pdf)

Qué dice la directiva

Los productos destinados a la elaboración de productos de panadería fina, pastelería o galletería quedan fuera de su ámbito de aplicación.

Los productos en cuestión se definen sobre la base de su composición, para favorecer un uso comercial correcto y no engañoso de sus **denominaciones**.

La denominación se completa mediante la **indicación de la fruta o frutas utilizadas**, en orden decreciente del peso. No obstante, en el caso de productos elaborados a partir de tres o más frutas, la indicación de las frutas empleadas podrá sustituirse por la indicación frutas varias u otra similar o por la indicación del número de frutas utilizadas.

Por otra parte, en el etiquetado de las confituras, jaleas, mermeladas y crema de castañas edulcorada debe indicarse:

- El **contenido de fruta** por cada 100 gramos de producto;

- El **contenido total de azúcares** si en el etiquetado no figura ninguna declaración de propiedades nutritivas relativa a los azúcares conforme a la Directiva 90/496/CEE.
- El **contenido residual de anhídrido sulfuroso** cuando sea superior a 10 mg/kg.

6.3 Evaluación de las condiciones sociodemográficas de la Unión Europea

A continuación se realiza un análisis PESTEL, con el objetivo de mostrar el comportamiento actual de la eurozona en materia política, tecnológica, social, legal, económica, evaluando así aspectos que pueden influir en el comercio internacional entre Colombia y los países del viejo continente, ya que aspectos político-culturales como lo son las migraciones, los ataques terroristas, la salida de miembros de la comunidad europea, influyen de manera directa sobre la estabilidad con la que se percibe una región por parte de sus socios comerciales.

Análisis PESTEL de la Unión Europea

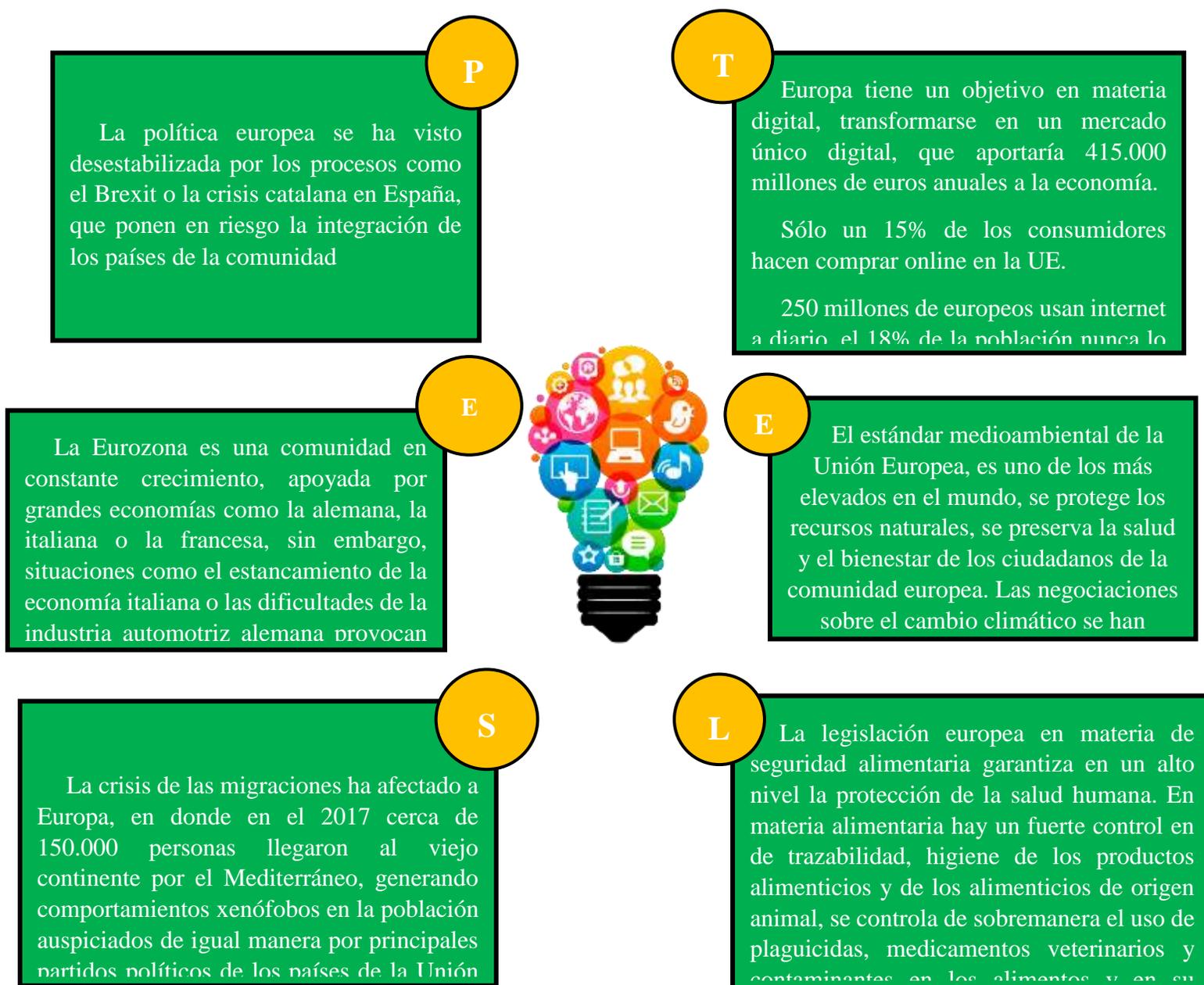


Figura 15: Análisis PESTEL de la Unión Europea.

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 7: Construyendo la guía para futuros exportadores de bocadillo veleño y otros productos de origen agroindustrial

7.1 El bocadillo veleño un producto de tradición

El bocadillo veleño es un producto de tradición, con alto reconocimiento dentro de la cultura colombiana, este producto se ha convertido en buena proporción, parte del desarrollo empresarial de la agroindustria, en los territorios de Vélez, Barbosa y Guavatà, lo que ha llevado a la consolidación de pequeñas empresas dedicadas a la transformación de la guayaba en un manjar con valor agregado, el cual es ampliamente reconocido en el territorio nacional, sobre todo destacando el lugar del cual es originario el dulce veleño.

En Colombia, los departamentos de mayor producción de guayaba son Santander, Boyacá, Tolima, Meta y Valle del Cauca; entre ellos el departamento de Santander posee la mayor extensión cultivada (4.132 ha) con una producción que alcanza las 41.000 toneladas (30.57% de la producción nacional).

La provincia de Vélez ha sido reconocida por la producción del dulce de guayaba, denominado bocadillo, por lo que se le conoce en el ámbito nacional como “bocadillo veleño”. La producción de este dulce ha obedecido principalmente a técnicas heredadas de padres a hijos o aprendidas por los antiguos operarios de las fábricas artesanales de tipo familiar. Dichas técnicas consisten básicamente en “la selección empírica de la guayaba en un estado óptimo de madurez y de color, en la determinación de las proporciones adecuadas de pulpa de guayaba y del azúcar para lograr una buena contextura y sabor, en el establecimiento del punto óptimo de

cocción para lograr una adecuada textura y humedad del bocadillo, habilidad y destreza especial para empacar manualmente los bocadillos en hoja de bijao entre otras. (Morales, Guayaba. 2010)

7.2 Beneficios del bocadillo veleño

En primer lugar es importante reconocer dentro de la guía, los beneficios del bocadillo veleño como producto que va destinado a consumo humano, para poder darle un valor agregado desde su composición inicial hasta el producto final, de tal manera que se convierta en un referente de calidad en este tipo de alimentos. Es importante que el empresario además de conocer el proceso exportador, reconozca a las cualidades del producto como una estrategia de penetración en los mercados ya que son estas características del producto las que en definitiva van a captar la atención del comprador en el momento de su compra.

Dentro de los beneficios que destaca el periódico el Mundo de Medellín sobre el Bocadillo Veleño encontramos:

- Aumenta las defensas, gracias a las grandes cantidades de vitamina C que contiene la guayaba, la guayaba es capaz de mantener y aumentar las defensas naturales del cuerpo, esta fruta ayuda a mejorar los estados gripales, logrando un efecto benéfico sobre la tos, la bronquitis y en general los problemas asociados al resfriado.
- Promueve la salud cardiovascular, un estudio publicado en 1993 confirma que la guayaba ayuda a controlar la presión arterial y disminuir los lípidos en la sangre. El potasio y la fibra presentes en la guayaba son principales actores de esto.
- Fortalece los dientes, gracias a la propiedad anti placas que tiene la guayaba

7.2 Ficha técnica del producto

De acuerdo lo que propone Icontec internacional La ficha técnica, es un documento en forma de sumario que contiene la descripción de las características técnicas de un objeto, material, producto o bien de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general contiene datos como el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas, métodos de ensayo y especificaciones técnicas.

La ficha técnica se puede realizar a partir de lo establecido en la Norma Técnica Colombiana, reglamentos técnicos, especificaciones de empresa o en otras normas aplicables al producto. Este documento es un subproducto derivado de la normalización y se emplea para facilitar las compras de productos o determinar los requisitos de las licitaciones.

A continuación se propone un modelo de ficha técnica para el bocadillo veleño, basado en la elaboración de una ficha por parte del Programa de Buenas Prácticas de Manufactura BPM SENA 2010, es importante aclarar que esta ficha propuesta es tan sólo un modelo y que cada uno de estos documentos debe adaptarse por parte del productor a las características explícitas del producto que tenga, de acuerdo a al proceso de producción al que haya sido sometido, los ingredientes, el lugar de fabricación y otra serie de aspectos que deben ser plasmados dentro de la ficha del producto de acuerdo a todo el proceso de elaboración en este caso del bocadillo veleño.

Ficha tècnica del Bocadillo Veleño		
Nombre del Producto	Bocadillo Veleño de Guayaba	
Descripción del Producto	Pasta sòlida obtenida por concentraciòn de pulpa madura y sana, hasta lograr una consistencia que pueda ser cortada sin perder la forma y la textura cuando estè fría	
Lugar de elaboraciòn	Se ajusta al lugar donde fue realizado el proceso de producciòn	
Composiòn Nutricional	Carbohidratos	74,90%
	Proteìna	0%
	Lìpidos-Grasa	0%
	Agua	25%
	Minerales	0,10%
	Calorìas aportadas por 100 g	36-50
Presentaciòn y empaques comerciales	Envuelto en papel vinipel por 200 gramos	
	Envuelto en papel vinipel por 250 gramos	
Caracterìsticas organolepticas		

Tipo de conservación	Medio ambiente	Tempertatura medio ambiente no superior a 30 grados Celcius
	Refrigeraciòn	
	Congelaciòn	
Consideraciones para el almacenamiento	El bocadillo se debe guardar en un lugar fresco, seco y limpio hasta el momento de su distribuciòn. Si la temperatura ambiental es superior a 30 grados Celcius has riesgo de que se produzca revenimiento, que ocasiona que el producto se suavice y favorezca el cremiento de hongos	
Formulaciòn	Materia Prima/Insumo	Porcentaje
	Pulpa de Guayaba	Base de càlculo
	Azùcar	85%
	Pectina	1,5%-2%
	Àcido cítrico	0,5-0.8%(Ajuste de Ph a 3,5-3,8) de la pulpa
Vida útil estimada	3 meses a partir del día de su elaboraciòn	
Instrucciones de consumo	Una vez abierto el producto consumir lo màs pronto posible, dejàndolo en condiciones de temperatura medio ambiente o refrigeraciòn preferiblemente.	

Tabla 4: Ficha técnica modelo del bocadillo veleño

Nota: Fuente: <https://es.slideshare.net/GITASENA/ficha-tecnica-bocadillo-de-guayaba-4268697>. Ficha técnica bocadillo de Guayaba.

7.3 Estructura de la guía para el futuro exportador de bocadillo veleño

Cuando el empresario toma la iniciativa de iniciar un proceso de exportaciòn, de las partes más complejas que se puedan dar, es la comprensiòn de la forma en la cual se deba desarrollar el paso a paso en toda la cadena de exportaciòn. Procolombia ha desarrollado herramientas, guías, la ruta exportadora, manuales, sin embargo son herramientas que no están llegando al futuro exportador, lo esencial no está en crear plataformas con dimensiones amplias, lo ideal está en

crear una herramienta que detalle el proceso, que motive y que llegue fácil al exportador, porque es primordial que desde las entidades se entienda que el futuro exportador no reconoce la magnitud de los procesos, no sabe de conceptos, no sabe de normativa y es ahí en esos pasos donde hay que ir al detalle y es en lo que se enfoca el desarrollo de la guía.

Es importante entender, que la guía para exportar bocadillo veleño a la Unión Europea es una herramienta en construcción, ya que con constancia la normativa cambia, los procesos se transforman ya sea para facilitar o para hacer más complejo el desarrollo de las actividades o las personas cambian su pensamiento y es importante adaptar siempre este tipo de instrumentos para que cada vez sean de más fácil comprensión.

En primera medida se menciona, que la guía se desarrolla de manera tal, que se va de lo general a lo específico hasta completar todo el proceso de exportación, esto, atendiendo a la idea planteada en el problema inicial, que reconoce que el futuro exportador no conoce de conceptos. Se toma como parte inicial, la explicación de conceptos fundamentales dentro del marco del comercio internacional, se continúa con la puesta en marcha de todos los requerimientos necesarios para ser un exportador y posterior a esto se empieza a contextualizar en el ingreso de bocadillo veleño a la Unión Europea.

Como segunda instancia, y aplicando el concepto de herramientas tecnológicas, dentro de la guía se va a condensar información por medio de dos dimensiones, o de códigos QR, que enlazan al lector con las plataformas de las instituciones que reglamentan muchos de los procesos en la exportación, la implementación de estos códigos no sólo se hace con el objetivo de hacer un aporte no convencional a la guía, sino de lograr dentro de un mismo instrumento la vinculación de las entidades y procesos que interviene antes, durante y después de la exportación.

Conclusiones

- En primera medida, se puede concluir, que el sector agrario y el agroindustrial, son uno de los sectores que más influencia ejercen sobre la economía nacional, si se excluye todo tipo de exportación minera y energética. Colombia tiene una ventaja competitiva completamente tangible en materia agraria, el problema de este sector, radica en el valor agregado que no se está generando para la producción de este origen, que ocasiona que no exista un vínculo sólido entre lo agrario y lo agroindustrial, es decir que hay una pérdida de potencial tan fuerte, que las utilidades reales que podría generar un producto agrario luego de un proceso industrial, no se conciben aún en las estadísticas de exportación, en donde el 16% de estas durante el 2017 fueron meramente agrarias, pudiendo ser en un mejor porcentaje agroindustriales. De ahí el valor, de iniciar a aplicar el modelo competitivo portarían, en dos sectores aliados que tienen todo por hacer.
- Santander le ha apostado al desarrollo agrario con la misma tendencia que lo ha hecho el país, la piña, el cacao, el café, la guayaba, los cítricos, ocupan las primeras casillas de volúmenes productivos del sector, es por esto que para el país, es que el concepto de ventaja competitiva no se aplica, el valor real que se le puede dar a un producto como lo es el cacao o como es la guayaba, se pierde en el momento en el que el cacao se exporta en grano, en el que los cítricos se exportan frescos, en el que el tabaco se comercializa en rama en el momento en que se decide comercializar guayaba y no bocadillo veleño, todo esto se denotó en el análisis que se hizo de Santander de sus exportaciones donde un

producto agrario con valor agregado queda totalmente desdibujado de las estadísticas de exportación.

- Se identificó, que el certificado de denominación de origen otorgado al bocadillo veleño en el año 2017, le dio a este producto y a su sector productivo otra imagen, que vino acompañada por mejores resultados, esto se ve reflejado en las cifras alcanzadas por Asoveleños, en donde el año 2017 trajo un total aproximado de 96000 dólares exportados FOB, representados en 36000 kilos de bocadillo que salieron del país, las mejores resultados alcanzados por este producto en los últimos años. Esta conclusión, es la muestra del potencial que desarrolla un producto en todas sus dimensiones, cuando se aprovecha una ventaja competitiva existente, no sólo se trata de cosechar la guayaba, y aportarle al sector agrario, se trata de vincular esa guayaba a un proceso productivo, que aporte al sector agroindustrial y genere ganancias reales e importantes a un sector.
- De acuerdo a lo evaluado, se determina, que es importante que el sector inicie a diversificar sus mercados, es decir, que es necesario que aprovechen una ventaja que tienen con una denominación de origen y además de ello un conocimiento en el mercado español, para que inicien a extenderse por la Unión Europea, si bien el mercado español, representó el 69% de las exportaciones de bocadillo, es importante que empiecen a reconocer potencial en otros países y que se genere una cultura exportadora
- Se puede concluir, que el mercado europeo es el foco principal para desarrollar la actividad comercial internacional del bocadillo veleño, no únicamente porque ya se hayan realizado exportaciones del producto a esta zona, sino también

- A partir del desarrollo de la guía para el futuro exportador de bocadillo veleño, se puede concluir que la queja que tiene el exportador sobre el reconocimiento de los procesos que se deben cumplir para exportar, es totalmente cierta, desarrollar la guía de manera detallada, obliga a una fase exploratoria alterna al proyecto, ya que, la cantidad de información que pueda recopilarse es tan amplia, que la clasificación entre lo verídico y aquella información sobrante que distancia el proceso de lo real, es mucha, de ahí se pudo determinar que el desarrollo de una guía completa es un proceso complejo y de una fase exploratoria bastante fuerte, para que al momento de postulación de la información, se facilite el proceso de aprendizaje para el exportador de bocadillo veleño y para futuros exportadores de otros sectores.

- Al finalizar la guía, se puede determinar que esta no es sólo una evaluación del proceso exportador para quien quiera llevar bocadillo veleño a la Unión Europea, esta es una guía para todo el sector agroindustrial que tenga o no como objetivo la comunidad europea dentro de su mercado.

Recomendaciones

- Es recomendable que desde Procolombia, no únicamente se trabaje por enseñar al futuro exportador la parte técnica del proceso exportador, es importante que se motive al sector agrario a dar un valor agregado al producto, para poder mejorar ese desbalance que existe entre el sector agrario y agroindustrial, sería muy positivo para las exportaciones del país, llevar a mercados internacional productos de origen agrario con valor agregado, de tal manera que un buen porcentaje de los sectores agrarios del país, por medio de la generación de valor inicien a incrementar las utilidades reales que se pueden dar de sus productos.
- La constitución de las microempresas productoras de bocadillo veleño, fue la mejor manera de organizarse en Vélez, Guavatà y Barbosa para llegar al comercio internacional con el producto, estaría muy bien para estos productores, que constituyan el clúster de la confitería de la guayaba ya que no sólo hay producción de bocadillo veleño, sino que también hay productos alternos de guayaba que tienen potencial comercial y que se pueden vender de la mano con el bocadillo veleño.
- Es aconsejable, para el sector de bocadillo veleño en Santander, que constituyan una estrategia de diversificación de los mercados con rapidez, no deben quedarse sólo con las exportaciones a España, debe hacerse un enfoque a Alemania, Países Bajo o Italia ya que son fuertes importadores de la partida arancelaria 2007 a nivel global.
- Aun teniendo las herramientas necesarias para conocer el proceso del comercio internacional, se hace esencial que los productores además de esto, comiencen a tener una mejor formación en materia de mercados, con el objetivo de que haya proyección a futuro

por parte del sector en mercados internacionales que representen potencial para el producto y finalmente se vea reflejado en mayores utilidades.

Referencias

Peña Castellanos. Muñoz Suarez. (2015). *Importancia de la denominación de origen del bocadillo veleño en hoja de bijao como estrategia de diferenciación competitiva*. Universidad de la Salle Bogotá.

Observatorio de Competitividad. (2018). Santander exporta. *Exportaciones totales a primer semestre 2018*. Bucaramanga. Cámara de Comercio de Bucaramanga

EuropeanCommission. (2015). *De la Unión Europea su acceso al mercado*. ExportHelpdesk.

Human RightWarch. Unión Europea. (2017). *Unión Europea Eventos 2017*.

Diario Critico de España. (2018). *El año 2018 un año difícil para la Unión Europea*.

TradeHelpesk. (2018). *Legislación de productos*.

Revista dinero. (2018). *EL crecimiento de la Eurozona se desacelera en tercer trimestre*.

Superintendencia de Industria y Comercio. *El bocadillo veleño y su reputación a través de la historia*

Universidad Nacional. *La competitividad a qué se refiere*. Luis Francisco Ramírez Díaz

Bocatello. *Asociación de Productores de Bocadillo Veleño*

Diario El Colombiano. (2015). *Tropiezos frecuentes a la hora de exportar*.

Pablo Jaramillo. Jose Zapata. (2016). *Exportación de bocadillos de guayaba de Colombia a Panamá*.

Revesero Hernández Sampieri. *Pasos para la investigación. (Sexta Edición)*.

Periódico el Mundo.com de Medellín. (2014). *Bocadillo, exquisito dulce típico*

Icontec Internacional. (2016). *Fichas técnicas del producto*

Alicia Lucía Morales. (2010). *Desarrollo de Productos Funcionales Promisorios a Partir de la Guayaba (Psidium guajava. L) para el Fortalecimiento de la Cadena Productiva.*