

# Nueva perspectiva para Colombia: de exportación de materias primas a la comercialización de aguacates con valor agregado

---

Alejandra Ossa Aguirre  
**Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria**



## Resumen

El propósito de este trabajo fue analizar el proceso de exportación del aguacate Hass en Colombia, lo cual permite la aplicación de estrategias para una comercialización de este producto adicionando valor agregado. Para ello, se estudiaron las condiciones de su producción y así, se determinaron aquellos factores que pueden afectar negativa o positivamente la exportación de productos con valor agregado. La región que se tomó como eje central fue el departamento de Antioquia, ya que es uno de los líderes en producción y exportación del aguacate Hass. En esta investigación se aplicó una metodología con enfoque cuantitativa, de tipo descriptiva y diseño no experimental, y se constató la validez de la información por medio de una encuesta. Entre los resultados se obtuvo que los principales factores limitantes para una exportación con valor agregado son los recursos como tecnología, infraestructura, maquinaria, mano de obra, entre otros. Por lo anterior, el país en su mayoría aún no cuenta con la capacidad y condiciones para transformar sus commodities en productos con valor agregado, sin embargo, puede ofrecer un factor diferenciador que se ve reflejado en la calidad de sus productos.

**Palabras clave:** exportaciones; valor agregado; competitividad, aguacate Hass.

## Introducción

En los mercados emergentes ricos en materias primas, se desaceleran las ventas minoristas y Rusia, Brasil, Colombia, Perú y Sudáfrica son los más afectados con esta situación. Los precios de los commodities productos básicos o materia prima (*commodities*), en 2017 con respecto al 2019 han bajado considerablemente, en un promedio del 10% (Infocampo, 2015). Los *commodities* suelen ser productos genéricos, ya que estos se pueden comprar y vender en cualquier parte del mundo y al mismo precio, es decir, si un país potencia tiene la capacidad de generar un precio menor ya sea por su tecnología de extracción, o porque desea crear una competencia para adueñarse del mercado, puede afectar muy gravemente a los países que dependen de estos productos y de una política de precios que atienda a los minoristas, pues no tienen la capacidad, ni los recursos para hacer frente a este tipo de competencia.

Latinoamérica ha dependido de la venta internacional o exportación de la materia prima por décadas, lo cual ha hecho sus economías frágiles internacionalmente. Se conoce dos clases de países, están aquellos que venden *commodities*, y los que exportan productos con alto valor agregado. Los primeros, sino emplean los recursos excedentes que les dejan los recursos naturales para promover la Investigación y Desarrollo en beneficio de lograr la oferta de productos terminados, con atributos de

calidad específicos y diferenciados de acuerdo con las diferentes expectativas de los clientes en el mercado nacional e internacional, continuarán siendo países subdesarrollados con pocas posibilidades para crear ciencia, tecnología e innovación (Alfaro, 2013; Portafolio, 2019; LatinAmericanPost, 2019).

Colombia es uno de los países exportadores de commodities, donde las materias primas en 2015 representaban un 58.5% de las exportaciones, 20% son emergentes de renta baja, y para el 2019 alcanzaron un 80.6%, lo que significó un incremento notable (Semana, 2015). Los principales *commodities* colombianos son los energéticos (petróleo, gas y carbón), los metales preciosos (oro y plata) y los básicos como el aluminio, los cuales si bien tienen un fin específico no se espera que duren mucho tiempo más (Mattos, 2018).

De acuerdo con lo planteado en el párrafo anterior, es válido afirmar que la canasta exportadora colombiana aún no se ha logrado transformar a fin de ofrecer productos variados y diversos. Colombia debería apuntar a la agroindustria, alimentos y servicios ecoturísticos apoyados en los atractivos de su naturaleza, como nuevos productos, bienes y servicios orientados al mercado internacional (Revista Semana, 2019). Ante esto, el presidente de Analdex resalta otros problemas, como el hecho de que 10 empresas colombianas exportan el 67% del total de los productos del país. De hecho, tan solo hay cinco compañías en el país que realizan ventas afuera por un valor superior a los US\$18.000 millones.

Como parte de este panorama se encuentran las exportaciones de aguacate que, al contrario de otras materias primas, estas han tenido un gran avance en los últimos años en Colombia, en especial en el departamento de Antioquia y su futuro pudiera ser más promisorio si se observa que el consumo de este producto crece considerablemente en países como Holanda, Alemania, Francia, por nombrar algunos (Ministerio de Agricultura, 2018). Los aguacates son ricos en varios nutrientes, vitaminas y minerales, por esto se consideran como “súper alimentos”, de allí que sea uno de los favoritos en la cesta familiar. El Ministerio de Agricultura explica que para suplir la demanda de aguacates se está aumentando su producción, se registran hasta 13.000 productores cerca de 18.111 unidades productivas. Antioquia pasó de producir 46.600 toneladas en 2014 a producir 63.708 en 2018.

Sin embargo, la situación a analizar, y es lo que ocupa a esta investigación, es que en Colombia solo el 10% del aguacate producido en el oriente antioqueño cuenta con un valor agregado (Periódico La República, 2014). El valor agregado según el instituto interamericano de cooperación para la agricultura (IICA, 2014), es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Colombia está categorizada como un país exportador de materia prima; cuando para muchos especialistas en la materia,

con esta gran base y creciente producción de aguacate Hass, el país y específicamente el departamento de Antioquia, podría no solo exportar aguacate sino otros productos de valor agregado como el guacamole, por nombrar solo uno entre la diversidad posible.

Antioquia exporta más del 50% del aguacate en el país (Colombia.com, 2019), y no posee necesidad alguna de importar, en el 2018 se registraron cero importaciones (Ministerio de Agricultura, 2018), sin embargo, posee la materia prima aun cuando todavía se sigue importando guacamole y otros derivados del aguacate, en general se vende a países el aguacate y estos hacen guacamole, mientras que se podría realizar todo este proceso directamente en el país. Ello produce un gran desequilibrio en la economía debido a que, al no realizar todo el proceso de producción y transformación de la materia prima en Colombia, el país está obligado a exportarla y comprarla transformada a otros países, ello ocasiona que la economía colombiana no crezca exponencialmente como debería ser en estos tiempos por las exigencias del mercado. Si se observa este contexto no solo haría daño económicamente hablando, también, conlleva en un futuro a que los habitantes no se apropien de los productos colombianos porque creen que no tendrán la misma “calidad” que el producto que proviene del extranjero o ya están acostumbrados a los productos importados, afectándose así la cultura de país.

Ante estos planteamientos surge la presente investigación, que busca contribuir con la productividad e inversión en Colombia al analizar la posible transición de solo exportación de materias primas a la comercialización de aguacates con valor agregado. La materia prima podría encontrarse estancada, no se está desarrollando ni aprovechando al máximo para el bienestar económico. Se parte del supuesto que sí Antioquia decidiera transformar ese aguacate en productos desarrollados como son el guacamole, aceite virgen de aguacate, pulpas, plásticos, entre otros, esto tendría una buena apertura en la economía mundial, y un gran avance para el país internamente, ya que se generaría más empleos, sería una región más apetecida para la inversión extranjera. La economía de manera general se fortalecería al dejar de depender en mayor medida de commodities energéticos como lo es el petróleo, y, por ende, el peso colombiano se apreciaría.

## **Metodología**

La metodología empleada en la presente investigación es de enfoque cuantitativo, debido a que utiliza números, lógica y una posición objetiva. Además, se centra en recolectar datos numéricos y la generación de una variedad de ideas sobre un problema de investigación de manera espontánea y objetiva para posteriormente analizar estos datos a través de la estadística descriptiva. Los datos cuantitativos

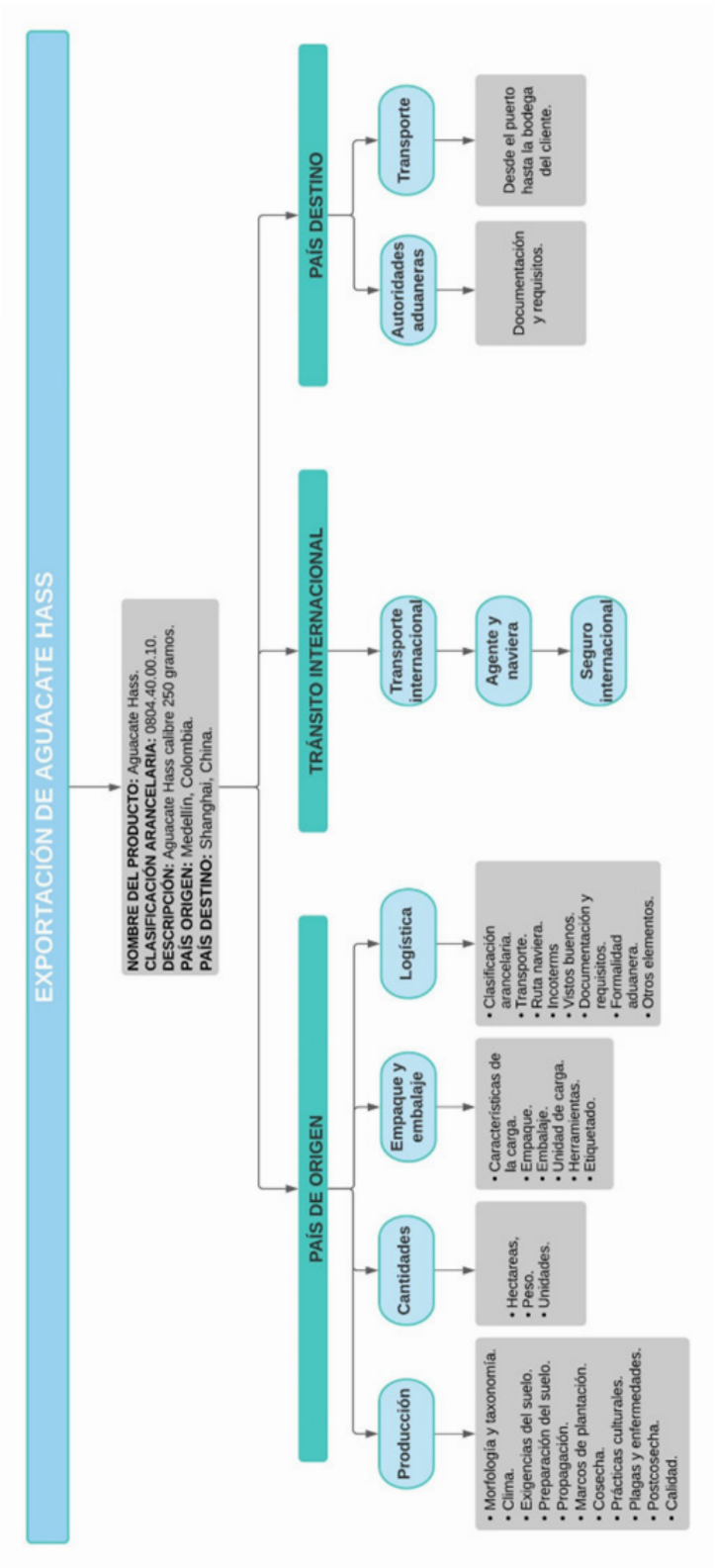
comúnmente se utilizan para estudiar los eventos o niveles de la concurrencia y se recogen a través de un cuestionario estructurado con diversas preguntas. Como los métodos de recolección de datos cuantitativos son de naturaleza numérica, representan tanto información definitiva como objetiva (Tesis y Masters, s.f.).

Además, es una investigación descriptiva y no experimental porque se observa el problema y sus elementos para analizarlos sin manipular las variables. Como se ha mencionado, el objetivo de la investigación se fundamenta en determinar los factores relevantes que inciden en la oferta de exportación con valor agregado del aguacate Hass en Colombia. Toma como referencia a Antioquia, departamento que se ha encontrado entre el primer y segundo puesto por su cantidad de hectáreas sembradas de este bien y su comercialización a nivel nacional e internacional (exportaciones). Además, identificar las condiciones de producción ideales para el aguacate Hass y caracterizar el comportamiento de las exportaciones en el país durante cierto periodo de tiempo (Hernández et al., 2012).

De este modo, se tomó como objeto de estudio las variables exportación, comercialización y el valor agregado del aguacate Hass. Se seleccionó una población predefinida conformada por estudiantes del último semestre de la carrera de negocios internacionales, así como a sus diferentes docentes mediante una muestra intencional. Cabe destacar que, inicialmente, se había determinado como fuente de información clave para la obtención de datos los productores antioqueños de aguacate Hass; sin embargo, ante las limitantes de traslado generadas por la situación del covid-19 se recurrió a sujetos conocedores y especialistas en el ámbito de exportación, logística y comercio exterior, como se indicó anteriormente.

Así pues, los criterios de selección incluyen aquellos futuros profesionales en formación en el área de logística y comercio exterior, quienes durante casi cinco años han recibido información pertinente para el desarrollo de esta investigación y docentes especialistas en el tema. Mediante la indagación aportada por estos agentes informantes, se busca percibir y analizar los elementos que pueden afectar la competitividad en la exportación del aguacate Hass colombiano con respecto al de otros países, tomando como eje central el valor agregado o diferencial desde la producción del aguacate Hass hasta finalizar el proceso de exportación. Se eligió este producto ya que es líder y le ha abierto puertas de diversos mercados del mundo a los productos agrícolas colombianos (Otzen y Manterola, 2017).

Ilustración No. 1: Modelo de exportación de aguacate Hass



Asimismo, por medio de una recolección de datos cuantitativa se quiere conocer la perspectiva y experiencia de aquellos conocedores del tema, para percatarse de los posibles problemas e inconvenientes que hasta ahora no les han permitido a los productores convertirse en exportadores, y si lo son brindar información relevante sobre todo su proceso, lo que permitirá construir un modelo de exportación más enfocado en la realidad. Este modelo inicia en la producción, conociendo todos los procesos y pasos para llevarla a cabo y terminará con la parte del embalaje, requisitos, etiquetado, documentación, y en lo posible costos derivados de la exportación.

Luego de determinar la metodología que se va a desarrollar en la investigación, se eligió un instrumento cuantitativo con el fin de comparar la teoría con la realidad en función de la percepción de los encuestados (lo que están haciendo y viviendo). En este caso la encuesta con base en la escala de Likert, la cual según Mugira (2020) es un método de medición que permitirá calificar y comprender las opiniones y posiciones de la muestra a investigar. Igualmente, esta escala tiene muchos beneficios como su facilidad y el poder graduar opiniones (Llauradó, 2014). También se desea indagar en aspectos y procedimientos importantes. De igual manera se busca percibir cualquier problemática en el sector encuestado.

## **Discusión y resultados**

A continuación, se presentan los resultados derivados de la información recogida por medio de los instrumentos aplicados a la muestra, en torno a la producción y comercialización de aguacates con valor agregado. Así pues, los datos obtenidos para las variables de exportación, valor agregado y modelo de exportación fueron medidos a través de la estadística descriptiva: sumatorias, frecuencia, media, mediana, moda, desviación estándar y coeficiente de variación. Igualmente, en las siguientes tablas se muestran los resultados obtenidos para dar respuesta a los objetivos propuestos.

**Tabla 1:** Resultados (% de personas)

| VARIABLE                  | ITEM        | TA     | DA     | N       | MD      | TD    |
|---------------------------|-------------|--------|--------|---------|---------|-------|
| Exportación               | 1           | 6,67%  | 18,33% | 16,67%  | 53,33%  | 5%    |
|                           | 2           | 3,33%  | 16,67% | 21,67%  | 56,67%  | 1,67% |
|                           | 3           | 31,67% | 63,33% | 5%      | 0%      | 0%    |
|                           | 4           | 16,67% | 61,67% | 16,67%  | 3,33%   | 1,67% |
| Valor agregado            | 5           | 8,33%  | 25%    | 55%     | 11,67%  | 0%    |
|                           | 6           | 6,67%  | 20%    | 18,33%  | 51,67%  | 3,33% |
|                           | 7           | 3,33%  | 46,67% | 21,67%  | 20%     | 8,33% |
|                           | 8           | 13,33% | 70%    | 15%     | 1,67%   | 0%    |
| Modelo de exportación     | 9           | 75%    | 15%    | 10%     | 0%      | 0%    |
|                           | 10          | 10%    | 58,33% | 21,67%  | 10%     | 0%    |
| TOTAL                     | 10 ítems    | 175%   | 395%   | 201,68% | 208,34% | 20%   |
|                           |             |        |        |         |         |       |
| Media                     | 17,50%      | 39,50% | 20,17% | 20,83%  | 2,00%   |       |
| Mediana                   | 9,17%       | 35,84% | 17,50% | 10,84%  | 0,84%   |       |
| Moda                      | 3,33 y 6,67 | -----  | 21,67% | 0,00%   | 0,00%   |       |
| Varianza                  | 4,78%       | 5,06%  | 1,79%  | 5,59%   | 0,08%   |       |
| Desviación estándar       | 21,86%      | 22,50% | 13,37% | 23,65%  | 2,81%   |       |
| Coefficiente de variación | 124,93%     | 56,96% | 66,28% | 113,53% | 140,49% |       |

Al analizar los datos resultantes de la matriz, se constata en la tabla 1 que un 57% de las personas considera que el departamento de Antioquia en su mayoría cuenta con la tecnología, herramientas y diversas estrategias necesarias no solo para cultivar aguacate Hass; también para satisfacer la demanda internacional, constatando así la teoría del Ministerio de Agricultura (2018). Además, el conocimiento sobre vistos buenos, regímenes, condiciones, tiempos de entrega y ayudas por parte del Gobierno nacional, han permitido el reconocimiento y aceptación del aguacate Hass colombiano en el extranjero. Por otra parte, a pesar de los avances sobre el uso de la tecnología, la encuesta muestra una desaprobación de un 22.8% con respecto al valor agregado. Algunos de los proveedores (productores y exportadores) aún no tienen la maquinaria, mano de obra, dinero o tiempo requerido para producir y/o exportar aguacates con valor agregado. Igualmente, Colombia tiene un gran reto con respecto a la logística y cadena de distribución, las cuales facilitan y optimizan la comercialización nacional e internacional de los productos.

**Tabla 2:** Objetivo 1. Variable: Exportación. Dimensión: Comportamiento de las exportaciones

| VARIABLE                         | ITEM  | TA    | DA     | N      | MD     | TD    |
|----------------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| Exportación                      | 1     | 4     | 11     | 10     | 32     | 3     |
|                                  | 2     | 2     | 10     | 13     | 34     | 1     |
| VARIABLE                         | ITEM  | TA    | DA     | N      | MD     | TD    |
| Exportación                      | 1     | 6,67% | 18,33% | 16,67% | 53,33% | 5%    |
|                                  | 2     | 3,33% | 16,67% | 21,67% | 56,67% | 1,67% |
| <b>Media</b>                     | 3,00  | 10,50 | 11,50  | 33,00  | 2,00   |       |
| <b>Mediana</b>                   | 3,00  | 10,50 | 11,50  | 33,00  | 2,00   |       |
| <b>Moda</b>                      | ----- | ----- | -----  | -----  | -----  | ----- |
| <b>Varianza</b>                  | 2,00  | 0,50  | 4,50   | 2,00   | 2,00   |       |
| <b>Desviación estándar</b>       | 1,41  | 0,71  | 2,12   | 1,41   | 1,41   |       |
| <b>Coefficiente de variación</b> | 0,47  | 0,07  | 0,18   | 0,04   | 0,71   |       |

Con respecto a la tabla 2, los ítems uno y dos abarcan el comportamiento de las exportaciones. De esta manera, con una aprobación del 13.5% frente a una desaprobación del 35%, se concluye que las exportaciones de aguacate Hass no se centran en países de Latinoamérica y que algunos de los proveedores no están preparados para exportar aguacates con valor agregado. En concreto, el ítem de valor añadido muestra que un 58.3% de las personas encuestadas considera que la oferta exportadora de Colombia se sigue centrando en productos commodities o materias primas, así como lo mencionaron Alfaro (2013) y Mattos (2018). Con esto se confirma que muchos de los departamentos del país aún no poseen los recursos y/o tecnología necesaria para añadir valor agregado a sus productos y tener una ventaja competitiva en el mercado internacional (Córdoba y Zapata, 2017).

**Tabla 3:** Objetivo 2. Variable: Exportación. Dimensión: Condiciones para la producción

| VARIABLE                        | ITEM  | TA     | DA     | N      | MD    | TD    |
|---------------------------------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|
| Exportación                     | 3     | 19     | 38     | 3      | 0     | 0     |
|                                 | 4     | 10     | 37     | 10     | 2     | 1     |
| VARIABLE                        | ITEM  | TA     | DA     | N      | MD    | TD    |
| Exportación                     | 3     | 31,67% | 63,33% | 5%     | 0%    | 0%    |
|                                 | 4     | 16,67% | 61,67% | 16,67% | 3,33% | 1,67% |
| <b>Media</b>                    | 14,50 | 37,50  | 6,50   | 1,00   | 0,50  |       |
| <b>Mediana</b>                  | 14,50 | 37,50  | 6,50   | 1,00   | 0,50  |       |
| <b>Moda</b>                     | ----- | -----  | -----  | -----  | ----- | ----- |
| <b>Varianza</b>                 | 40,50 | 0,50   | 24,50  | 2,00   | 0,50  |       |
| <b>Desviación estándar</b>      | 6,36  | 0,71   | 4,95   | 1,41   | 0,71  |       |
| <b>Coeficiente de variación</b> | 0,44  | 0,02   | 0,76   | 1,41   | 1,41  |       |

Al realizar el respectivo análisis de la tabla 3 se evidencia que los fabricantes utilizan estrategias y conocen el riesgo de no implementarlas; específicamente, se habla sobre el conocimiento y el desconocimiento frente a la producción del aguante Hass. En estos ítems se mencionan directamente las condiciones para cultivar y las estrategias que utilizan los productores durante las épocas estacionales para no darle un salto abrupto a la producción. Así pues, el 52% de los encuestados muestran un conocimiento total o parcial sobre lo mencionado anteriormente, mientras que el 8% revela que no cuenta con algún conocimiento o simplemente no implementan estrategias para evitar pérdidas durante los cambios climáticos. Para finalizar con este análisis es importante destacar que, como se ha mencionado en distintas ocasiones, se confirma la teoría de Gómez y Pinzón (2019), que tanto Colombia como el departamento de Antioquia poseen las condiciones, geografía y factores climáticos necesarios para el cultivo de esta variedad de aguacate, por ende, es clave fortalecer estos sectores para mejorar la economía del país.

**Tabla 4:** Objetivo 3. Variable: Valor agregado. Dimensión: Factores para la oferta de exportación

| VARIABLE       | ITEM | TA     | DA     | N      | MD     | TD    |
|----------------|------|--------|--------|--------|--------|-------|
| Valor agregado | 5    | 5      | 15     | 33     | 7      | 0     |
|                | 6    | 4      | 12     | 11     | 31     | 2     |
|                | 7    | 2      | 28     | 13     | 12     | 5     |
|                | 8    | 8      | 42     | 9      | 1      | 0     |
| VARIABLE       | ITEM | TA     | DA     | N      | MD     | TD    |
| Valor agregado | 5    | 8,33%  | 25%    | 55%    | 11,67% | 0%    |
|                | 6    | 6,67%  | 20%    | 18,33% | 51,67% | 3,33% |
|                | 7    | 3,33%  | 46,67% | 21,67% | 20%    | 8,33% |
|                | 8    | 13,33% | 70%    | 15%    | 1,67%  | 0%    |

|                                  |       |        |        |        |      |
|----------------------------------|-------|--------|--------|--------|------|
| <b>Media</b>                     | 4,75  | 24,25  | 16,50  | 12,75  | 1,75 |
| <b>Mediana</b>                   | 4,50  | 21,50  | 12,00  | 9,50   | 1,00 |
| <b>Moda</b>                      | ----- | -----  | -----  | -----  | 0,00 |
| <b>Varianza</b>                  | 6,25  | 188,25 | 123,67 | 168,25 | 5,58 |
| <b>Desviación estándar</b>       | 2,50  | 13,72  | 11,12  | 12,97  | 2,36 |
| <b>Coefficiente de variación</b> | 0,53  | 0,57   | 0,67   | 1,02   | 1,35 |

Para esta tabla en específico se hace pertinente dar un análisis conjunto a los ítems ya que todos están relacionados entre sí y con la variable seleccionada. Al observar esta tabla se evidencia la disparidad en las respuestas de los encuestados debido a la similitud en los resultados a favor y en contra. Esta diferencia se debe a que para algunos productores la tecnología se encuentra bien desarrollada en el país o utilizan herramientas como los regímenes de exportación para lograr el uso de la maquinaria adecuada para los diversos procesos. En cambio, la otra parte no cuenta con un desarrollo adecuado lo cual genera un problema a la hora de brindar el valor agregado en cada cultivo. Con base en lo mencionado anteriormente, se puede inferir que cada respuesta hace referencia a las experiencias de cada productor, pero se hace necesario que en Colombia todos los aspectos mejoren para que todos los fabricantes estén preparados a la hora de realizar la comercialización.

Igualmente, una de las problemáticas mencionadas en la investigación es la falta de infraestructura del país, lo que causa problemas logísticos como retrasos en las entregas, impuntualidad, siniestros o pérdidas. Lo anterior acierta con lo mencionado por varios autores (Castillo, 2020; TeleMedellín, 2015). Por otra parte, los resultados señalan que algunas personas no tienen conocimientos en esta área; sin embargo, la mayoría confirma que Colombia aún debe mejorar este aspecto para lograr una correcta y eficiente cadena de distribución de los productos, pues, complementando con otro ítem, el 83% de las personas sostiene que los cortos tiempos de entrega hacen parte de las características del valor agregado. Además, con un 70% de aprobación se corrobora que algunas entidades estatales como los son ProColombia, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y algunos bancos han fomentado las exportaciones del país por medio de distintos proyectos (ProColombia, 2021).

**Tabla 5:** Objetivo 4. Variable: Modelo de exportación. Dimensión: Elementos de modelo de exportación

| VARIABLE                         | ITEM   | TA     | DA     | N      | MD    | TD |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|----|
| Modelo de exportación            | 9      | 45     | 9      | 6      | 0     | 0  |
|                                  | 10     | 6      | 35     | 13     | 6     | 0  |
| VARIABLE                         | ITEM   | TA     | DA     | N      | MD    | TD |
| Modelo de exportación            | 9      | 75%    | 15%    | 10%    | 0%    | 0% |
|                                  | 10     | 10%    | 58,33% | 21,67% | 10%   | 0% |
| <b>Media</b>                     | 25,50  | 22,00  | 9,50   | 3,00   | 0,00  |    |
| <b>Mediana</b>                   | 25,50  | 22,00  | 9,50   | 3,00   | 0,00  |    |
| <b>Moda</b>                      | -----  | -----  | -----  | -----  | 0,00  |    |
| <b>Varianza</b>                  | 760,50 | 338,00 | 24,50  | 18,00  | 0,00  |    |
| <b>Desviación estándar</b>       | 27,58  | 18,38  | 4,95   | 4,24   | 0,00  |    |
| <b>Coefficiente de variación</b> | 1,08   | 0,84   | 0,52   | 1,41   | ----- |    |

Con respecto a los datos que arroja la tabla 5 se puede concluir que, en su mayoría, los exportadores y productores antioqueños conocen el régimen arancelario, registros pertinentes que debe poseer cada carga antes de ser debidamente embarcada y exportada; así como sus diversos requisitos derivados. Sin embargo, es preocupante que el 10% de las personas considere que no hay suficiente información, cuando es un requisito indispensable para llevar a cabo cualquier proceso de comercialización internacional. Si estos procesos se realizan de manera incorrecta, puede conllevar a sanciones para la empresa y peor aún, dejar una mala imagen de los cultivos colombianos en el exterior, lo que provocaría una pérdida gradual del mercado y demanda internacional (Gómez y Pinzón, 2019).

Aunque la cifra no es tan elevada, se hace pertinente capacitar de forma adecuada a cada comercializador y productor ya que como se ha mencionado, existen muchas consecuencias negativas derivadas de la desinformación. Igualmente, en el modelo propuesto en la investigación se puede observar paso por paso el proceso de producción y comercialización del aguacate, desde sus características hasta los requisitos derivados de cada proceso. Por esto, el modelo puede ser usado como medio informativo. Asimismo, en la página web de ProColombia se encuentran cursos virtuales y presenciales guiados para subsanar estos problemas.

## Conclusiones

Este trabajo se centró en analizar el comportamiento de las exportaciones de aguacate Hass en el país y también estudiar las condiciones de su producción, para así determinar aquellos factores que pueden afectar negativa o positivamente la exportación de productos con valor agregado. Para ello se tomó como eje central el departamento de Antioquia, al ser uno de los líderes en producción y exportación del aguacate Hass. Igualmente, para la realización de este análisis se dispuso de información en distintas plataformas como la DIAN, ProColombia, el Ministerio de Agricultura, Legiscomex, entre otras, y se constató la validez de la información por medio de una encuesta.

De acuerdo con los resultados obtenidos se concluye que los factores que afectan la exportación de productos con valor agregado, primero, son la falta de tecnología y maquinaria para optimizar los procesos productivos. De manera general el país no posee la tecnología para producir manufacturas a bajos costos, por lo que le es muy difícil competir y destacar en el mercado global con productos que cuenten con un factor diferenciador. Es mucho más económico producir un elemento básico que no requiere transformación a aquel que involucra procesos productivos. Segundo, además de la maquinaria y tecnología existen más recursos necesarios como el tiempo, mano de obra y dinero. Así, los resultados confirman con un 60% que muchos de los proveedores antioqueños (productores y exportadores) no poseen estos recursos, por ende, es poco probable que logren convertirse en exportadores, o si lo hacen, exportar productos con valor agregado.

Tercero, con un resultado de más del 50% se destaca que el país como tal aún tiene déficit en torno a la infraestructura (estado de las vías, distancia entre los puertos y las empresas, falta de optimización en el transporte multimodal, tecnología disponible en los puertos, entre otros). Esto no solo genera retrasos en los pedidos; también un aumento considerable en los precios que, al igual que los demás factores genera una disminución en la competitividad. Cuarto, la falta de inversión dentro de Colombia es notable ya que el riesgo del país es alto, por tanto se siguen viendo retrasos en cuanto a innovación y nuevas tecnologías. Por último, la falta de diversidad

en la oferta exportadora, una de las principales consecuencias de centrar la oferta exportadora en productos básicos y no en aquellos con valor agregados, pues un producto básico siempre va a ofrecer las mismas características, por esto, es fácilmente reemplazable.

Otros factores importantes concluidos a través del análisis de los resultados junto con la teoría son que el aguacate Hass cuenta con una excelente imagen en el mercado internacional, incluyendo países como Estados Unidos, China y Países Bajos entre sus clientes potenciales; por ende, los países latinoamericanos como Colombia podrán continuar incursionando en este sector durante un largo tiempo. Además, el departamento de Antioquia posee una ventaja competitiva con respecto a su clima, ubicación, suelos, clima y otras condiciones que permiten el correcto desarrollo de los cultivos de aguacate. Por otra parte, el apoyo de entidades estatales le ha permitido al país aumentar sus exportaciones y mejorar sus servicios a través del uso correcto y dispersión de la información entre todos los sectores.

Finalmente, es importante mencionar que, aunque Colombia aún no tenga los medios y herramientas necesarias para ser líder comercial en productos con valor agregado o procesados, el país puede ofrecer valor agregado o un factor diferenciador para sus clientes, reflejado en la calidad del servicio. Por ejemplo, un correcto y constante mantenimiento de los cultivos, el cumplimiento de los vistos buenos, la buena presentación del producto, el abastecimiento constante durante todo el año que logran los productores por medio de estrategias estacionales, el uso adecuado de las prácticas culturales (fertilización, abonos, manejo de plagas y enfermedades, etc.), entre otros.

## Referencias

- Alfaro, A. (2013, octubre 3). *Exportadores de commodities versus Exportadores de tecnología*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/exportadores-de-commodities-versus-exportadores-de-tecnologia/>
- Castillo, M. (2020, agosto 13). *Falencias en infraestructura restan competitividad a Colombia*. El Espectador. <https://www.elespectador.com/politica/falencias-en-infraestructura-restan-competitividad-a-colombia-article/>
- Colombia.com. (2019, julio 26). *El aguacate Hass que más se produce en Colombia es antioqueño*. <https://www.colombia.com/gastronomia/noticias/el-aguacate-hass-que-mas-se-produce-en-colombia-es-antioqueno-236294>
- Córdoba, L. F. y Zapata, M. A. (2017). *Exportaciones de Colombia: el valor agregado como una oportunidad de éxito para el futuro de la economía colombiana* [Trabajo de grado, Universidad de San Buenaventura]. Repositorio institucional USB. [http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/5789/1/Exportaciones\\_Colombia\\_Valor\\_Cordoba\\_2017.pdf](http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/5789/1/Exportaciones_Colombia_Valor_Cordoba_2017.pdf)

- Gómez, A. y Pinzón, L. (2019). *Análisis de oportunidades para la exportación de aguacate Hass de Colombia a Estados Unidos* [Tesis de maestría, Universidad Santo Tomás]. Repositorio institucional USTA. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18459/2019GomezAngieyPinzoLiliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, C., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill.
- IICA. (2014). *Manual de capacitación. Agregación de valor a productos de origen agropecuario. Elementos para la formulación e implementación de políticas públicas*. IICA. <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3070/BVE17069004e.pdf?sequence=1>
- Infocampo. (2015, julio 29). *Se frena el consumo en países exportadores de commodities*. <https://www.infocampo.com.ar/se-frena-el-consumo-en-paises-exportadores-de-commodities/>
- Mattos, A. (2018, octubre 11). *¿Cuáles son los principales commodities en Colombia?* Rankia <https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4046719-cuales-son-principales-commodities-colombia>
- Ministerio de Agricultura. (2018, julio). *Cadena de aguacate. Indicadores e instrumentos* [Presentación]. Ministerio de Agricultura. <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2018-07-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Moya, V. (2019, enero 21). *This is How 2019 will be for Commodities in Latin America*. Latin American Post. <https://latinamericanpost.com/economy-en/this-is-how-2019-will-be-for-commodities-in-latin-america/>
- Muguirra, A. (s.f.). *¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- ProColombia. (2021, marzo 18). *Fábricas de internacionalización: el programa que fomenta las exportaciones de Colombia*. <https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/fabricas-de-internacionalizacion-el-programa-que-fomenta-las-exportaciones-de-colombia#:~:text=%C2%BF%20Qu%C3%A9%20es%20F%C3%A1bricas%20de%20Internacionalizaci%C3%B3n,acelerar%20sus%20procesos%20de%20exportaci%C3%B3n.>
- Sánchez, M. (2014, febrero 22). *Solo 10% de las exportaciones son de alto valor agregado*. La República. <https://www.larepublica.co/archivo/solo-10-de-las-exportaciones-son-de-alto-valor-agregado-2102842>

- Semana. (2019, septiembre 8). *¿A qué se debe que Colombia no exporte más?* <https://www.analdex.org/2019/09/09/a-que-se-debe-que-colombia-no-exporte-mas/>
- Semana. (2015, octubre 9). *Materias primas: futuro de los exportadores*. <https://www.semana.com/opinion/columnistas/articulo/opinion-sobre-exportacion-materias-primas-commodities/214551/>
- Telemedellín. (2015, marzo 4). *Según Analdex la falta de infraestructura en los puertos colombianos afecta las exportaciones*. <https://telemedellin.tv/segun-analdex-la-falta-de-infraestructura-en-los-puertos-colombianos-afecta-las-exportaciones/91838/>
- Tesis y Masters. (s.f.). *Todo sobre el análisis de datos cuantitativos*. <https://tesisymasters.com.ar/analisis-de-datos-cuantitativos/>