

Tendencia y Mega tendencias de los Agronegocios de Frutas en Colombia y Latinoamérica

Trends and Megatrends of Fruit Agribusiness in Colombia and Latin America.

Gustavo Adolfo Ramos Gelvez*, Wendy Piarini Celis Pinzon**, Daylin Arialis Osorio Cardenas***

*Zootecnista de la Universidad Nacional de Colombia, especialista en gerencia estratégica de mercados, magister en educación, y doctorando en proyectos, docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia . Email: gustavo.ramos@unad.edu.co, <https://orcid.org/0000-0003-0264-0864>.

** Estudiante del Programa Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander, Colombia. Email: wendypiarinicp@ufps.edu.co, <https://orcid.org/0009-0003-2389-377X>.

***Estudiante del Programa Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander, Colombia. Email: daylinarialisoc@ufps.edu.co, <https://orcid.org/0009-0002-0941-4368>.

Resumen—Este artículo realiza un estudio a través de varias fuentes literarias y estadísticas sobre las mega tendencias y los agronegocios enfocados en la producción de fruta de Colombia y como estas frutas se están viendo reflejadas en los mercados extranjeros y en su popularidad además de acceso, además de ser un modelo descriptivo, reformatorio y colateral pues se basa en la información obtenida en revistas, artículos, documentos y páginas estatales para su comparación. Las razones usadas para este artículo sobre unas variables explicativas apoyadas en diversos artículos estudiados anteriormente donde se toma un tema de agronegocios y frutas más exportables y de mayor rendimiento de Colombia para los mercados extranjeros, tomando en cuenta la mayor demanda y oferta tomando en cuenta las estadísticas de nuestros campos. En este artículo se puede denotar un mayor estudio, podemos observar que en un mayor conocimiento de nuestros campesinos y al libre mercado los productos colombianos han podido llegar lejos en los mercados extranjero y al otro lado del continente, por otro lado, campesinos se están educando cada vez más en proyectos del agro que les ofrezca un mejoramiento de sus procesos y de su cultivo. Esto impulsó por la nueva tendencia de el consumo de productos naturales y la vida fitness que nos hemos encontrado en el último trazo de la década, Colombia y sus agricultores ven la demanda de frutas que se tomó de los países extranjero y se enfocan en este agronegocio nuevo.

Palabras Claves: Agronegocios, Producción, Mega tendencias, Frutas, Mercado Internacional, Productos agrícolas, Internacionalización.

Abstract—This article conducts a study through various literary and statistical sources on the mega trends and agribusinesses focused on the production of fruit from Colombia and how these fruits are being reflected in foreign markets and their popularity and access, besides being a descriptive, reformatory and collateral model because it is based on information obtained in journals, articles, documents and state pages for comparison. The reasons used for this article on some explanatory

variables supported in various articles studied previously where a topic of agribusiness and fruits more exportable and higher yields of Colombia for foreign markets, taking into account the greater demand and supply taking into account the statistics of our fields is taken. In this article we can denote a greater study, we can observe that in a greater knowledge of our farmers and the free market Colombian products have been able to go far in foreign markets and across the continent, on the other hand, farmers are becoming increasingly educated in agricultural projects that offer them an improvement of their processes and cultivation. This impulse by the new trend of the consumption of natural products and the fitness life that we have found in the last decade, Colombia and its farmers see the demand for fruits that are taken from foreign countries and focus on this new agribusiness.

Keywords: Agribusiness, Agricultural Products, Agribusiness, Production, Mega trends, Fruits, International Market, Internationalization.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: wendypiarinip@ufps.edu.co (Wendy Celis).

Correo electrónico: daylinarialisoc@ufps.edu.co (Daylin Osorio).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Francisco de Paula Santander

I. INTRODUCCIÓN

Por su relieve y ubicación, el país Colombia cuenta con una gran variedad en los sistemas de producción de materia prima y grandes campos para cultivos agrícolas, donde se podrían representar en poco más de 240 cultivos agrícolas. Que difieren entre frutas y vegetales para consumo interno y venta internacional.

Aactualmente en el país se han realizado unas 38 cadenas productoras (26 campesinos, 3 agrestes y 9 ganaderas). El 38% del campo en total con el área del país, más o menos 114,2 millones, esta se consagra a movimientos agropecuarias y el 80% se consigna a pastos y el 19,7%, a para uso agrícola, lo que afirma una mayor colocación de actividades. (Assmus, 2023)

Sin embargo, en estas últimas décadas se ha visto una mayor preocupación por la cual fomentado la producción agrícola en Colombia. Este nuevo foco potencial en la singularidad del sector en el cual se ve perfeccionado a través mayor apoyo a la investigación, en una investigación de innovación y de desarrollo tecnológico con la realidad actual la demanda de los diferentes, productores, transformadores, comercializadores y consumidores proveedores, ya que conforman la famosa cadena productiva. (Caballero García, 2019)

Con esto, se hace preciso referir con materiales que no solo den cálculo de oferta y demanda con la ciencia, innovación y tecnología, con un contexto internacional y nacional , además construyan unas nuevas directrices sujetas de formación y valoración para la formulación, evoluciona y formulación de nuevos proyectos. (Diego Hernando Flórez Martínez, 2018)

Como factor importante en la dinamización de las diligencias del sector agronómico, como la formulación de políticas públicas de planificación estratégica, estas políticas se convierten en factores y resultados necesarios para formalizar las propuestas largo plazo, mediano y corto plazo. de los agricultores y las instituciones, asignando gestores y diseñar mecanismos de gestión. Es como un nuevo proceso de evolucion social y colectiva, surge el Plan Importante de innovación ciencia y tecnología. Para el Sector Agropecuario Colombiano. (Charles Arosa-Carrera, 2023)

Estos deben tener un impacto significativo en la sostenibilidad, productividad y competicion de la agricultura colombiana con la aplicación de la gestión estratégica, conocimiento del cambio tecnológico y brindar orientación metodológica para el análisis de los sistemas productos agros regionales y nacionales. Se enfoca en la agricultura colombiana y sus respectivos productos de tierra fuertes y su ubicación, brindando una fuerza fuerte a las economías nacionales, regionales y clave. Dado que cuanto mejor sea el producto, mayor será el costo para el consumidor, lo

que ayuda a los agricultores a lograr un equilibrio entre el costo y el beneficio para el consumidor.(Martínez Castañeda, 2021)

El plan importante incluye un análisis del estado actual del sector agropecuario colombiano, así como estudios sobre tecnología e innovación, agendas nacionales de investigación, innovación y desarrollo estrategias, líneas de acción y un mapeo del sector agrícola. Se enfoca en enriquecer los campos petroleros de Colombia como base de nuestra economía nacional, nos pareció necesario aprovechar nuestras fortalezas y hacerlas productivas para crear una economía que ya existía a nivel nacional, pero ahora es el momento de expandirla internacionalmente y mejorar nuestra Colombia. sistema de cultivo. (Pizaña Vidal, 2019)

En Colombia contamos con diversidad de climas, una gran extensión de tierra cultivable, el país tiene la espacio de producción todo tipo de frutas durante el año, evento de gran provecha ya que este panorama que no se ve en lugares como Europa o Estados Unidos, debido a sus estaciones. Colombia es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo, ya que es posible la producción seguida de estas frutas por nuestro clima estable dependiendo del piso termino, esto no trae en ventaja comparativa con otros países y de gran apoyo para la venta de estas misma en continentes como Europa y Asia. (Orlando E. Contreras-Pacheco, 2019)

El estudio y el apoyo que tiene el agro en Colombia y sumando la mega tendencia del consumo de productos naturales y la nueva onda fitness ayuda a Colombia en su venta, una de los sectores que se ven afectados son las frutas que para los colombianos puede que no sean tan especiales, pero en el resto del mundo son conocidas como frutas exóticas, Colombia lleva tiempo exportando estas frutas y tomando en cuenta los últimos años ha mejorado estas cifras. (Gordillo Ospina & Garzón Franco, 2017)

Las exportaciones se han mostrado en los últimos años en un crecimiento en la venta de uchuva, tomate de árbol, tamarindo y granadilla, como frutas exóticas y de gran exportación, las principales ruta de estos productos son: Países Bajos, Alemania, Bélgica. Donde se ha presentado un crecimiento en su consumo. (Sáenz Torres, Análisis de una red de agronegocios para el municipio de Guatavita (Cundinamarca), 2018)

Observando el gran auge que se cuenta con el gusto por estas frutas en los mercados extranjeros y buscando una mejora continua en el apoyo del campo colombianos, este podría ser un musculo en las exportaciones de alimentos que salen del país, además que esto trae grandes beneficios a los campesinos que producen este tipo de frutas. Son múltiples los factores que transgreden en el consumo de estos alimentos; se puede tomar en cuenta la elección de alimento, la disponibilidad de los mismo y la optima elección. (Xiomara Esther Vazquez Carrazana, 2019)

II. METODOLOGIA

La investigación se caracterizó por ser descriptiva o revisión documental destinada a describir e interpretar las variables de Producción y exportación de frutas exóticas en Colombia. Este artículo se apoyó en varias revistas científicas como Dialnet, Scielo, Google Académico, por repositorios institucionales tales como el de Universidad del Rosario, Universidad Javeriana, Universidad Nacional y la Universidad Francisco de Paula Santander.

III. PLAN DE REDACCION

Revisión de las tendencias y Mega tendencias Agro en Latinoamérica y Colombia

Las tendencias se explican en marketing como la inclinación o repetición de un suceso o un producto, para este artículo nos referimos a las tendencias de los productos agro producidos en Latinoamérica, mas cercano los productos o frutas que se cultivan en Colombia, ya que en el nuevo auge de frutas orgánicas se procede en mejorar las cosechas para el agrado del consumidor final.

El sector agropecuario colombiano es uno de los mas importantes componentes de la sociedad colombiana, por lo que es importante conocerlo y todas las actividades de investigación relacionadas con él. Con esto, como el autor en "Agrogocios. Retos, Estrategias y Modelos de Negocio" (Caballero García, 2019)

Propone estudios que muestren tendencias en innovación e investigación de mercados en el sector agropecuario colombiano de 2015 a 2020. Los autores mejoran la tecnología de producción y mejoran la calidad del producto para aumentar el precio de venta final de la cadena logística del método.

En cambio para otro de nuestros autores en "Retos para los agronegocios en el marco de la cuarta revolución industrial: un recorrido sobre los principales hitos de la agricultura" (Iván Alonso Montoya Restrepo, 2018) para el donde igual que este artículo hace Utilizando un enfoque de revisión bibliográfica, examina las contribuciones más importantes a temas relacionados con la innovación y la comercialización en el sector agrícola, identificando categorías de innovación de tendencias como la sostenibilidad ambiental, la biotecnología, la agro energía y la seguridad alimentaria.

Mientras que para (Cisneros Corrales, 2019) el marketing se resaltan aspectos como las Tics, Marketing, destaca aspectos de las Tics, marketing digital y marketing verde. Uno de los temas que tiene potencial para establecer estudios, aplicaciones y prospectos en el vasto sector agropecuario colombiano, sumamente diverso y casi siempre

relacionado con cambios en los mercados internacionales, indicando al mismo tiempo un ligero crecimiento. Nicho de mercado donde estos temas muestran el crecimiento de la agroindustria y la aceptación social del campo.

Por otro lado para el autor “ (Cortez Gallo, 2021)” Las condiciones sociales, económicas y culturales del nuevo siglo requieren que las pequeñas y medianas empresas tengan un alto grado de creatividad, innovación, rápida adaptación al cambio, supervivencia y desarrollo, y para lograrlo debe haber apoyo y motivación. Proporcionar siempre sus productos para satisfacer los deseos, expectativas y necesidades más sentidas de los usuarios de sus servicios y productos. Por eso, como explica este autor, es necesario que Colombia se vea a sí misma como una empresa de alto nivel que genera innovación continua.(C Gras, 2021)

Para el autor (Dursun Barrios, 2020) la orientación emprendedora en la que se adoptan algunas organizaciones constituye uno de los aspectos más estudiados en relación con los factores que influyen en su desarrollo, en los que podemos enfocarnos en el crecimiento de un país y nación tomando en cuenta la producción y eje central que se plantean los gobiernos de turno. Entre otras cosas, en los últimos años, diversos autores han comenzado a enfatizar el papel que juega la colaboración y la cooperación entre empleadores y empleados para promover el comportamiento emprendedor en las organizaciones, como lo expresa Brazilian en su artículo sobre marketing país. y su aplicación en América Latina. (Ribeiro, 2020)

Un factor cultural, en el que el campesinado colombiano mantiene una tradición y costumbres de comercialización de sus productos que en ocasiones limita el horizonte, podría interpretarse como que reduce los resultados de la comercialización en la agricultura porque el seguimiento común es poco posible, mientras que su implementación es cortos e inadecuados y difíciles de procesar. (Palau, 2020)

La tendencia del agro en Latinoamérica seguirá en su auge con una nueva implementación de una mejora continua en la creación e mecanismo de seguimiento para los cultivos en Latinoamérica y en Colombia, además que lo gobiernos de turno cada ve mas se ven mas interesados en los campos y en fomentar todo lo que sale del mismo, con ayuda de un mejor plan y gestión de marketing para los productos cosechados en Colombia y el apoyo de la tendencia saludable que se está presentando este podría se un gran musculo para la economía nacional e internacional necesaria para estos momentos. (VEGA, 2020)

Tendencia y Mega tendencias de agronegocios en frutas de Colombia

Uno de los bienes exóticos o frutas del país son el mango de azúcar gran exportado al exterioro, la maracuya fruta exótica para el mundo, la granadilla o parchita, la uchuva seca o en fruta, y por último la gulupa (Luís-Alfredo Jiménez-Rodríguez, 2020) en este semestre del año 2019 y la entidad gubernamental DANE dio una cifra, con los 50 países dieron una aceptación a las frutas de origen colombiano por medio de 200 empresas oriundas. En un mismo periodo de tiempo en Colombia se registró una exportación en cantidad de US\$237,7 millones, con un acrecentamiento de 1,8% frente a los seis meses de 2021. (Sáenz Torres, Análisis de una red de agronegocios para el municipio de Guatavita (Cundinamarca), 2022)

Algunos de los productos nuevos en el mercado azerbaiyano son el mango de azúcar gran exportado al exterioro, la maracuya fruta exótica para el mundo, la granadilla o parchita, la uchuva seca o en fruta, y por último la gulupa, frutas exóticas de Colombia. Podemos ver que a medida que los mercados extranjeros están cada vez más interesados en nuestra fruta. Con esta apertura, el grupo opera en Europa, Canadá, Brasil y Medio Oriente. (Charles Arosa-Carrera, 2023)

Un factor cultural, donde el campesinado colombiano mantiene una tradición y costumbres de comercialización de sus productos que en ocasiones restringe el horizonte, podría interpretarse como una reducción de los resultados de la comercialización en la agricultura, ya que no es posible un seguimiento común, mientras que su implementación es corta, inadecuada y difícil para procesar. (Conde, Establecimiento productivo de la ahuyama híbrida (Cucurbita moschata) como modelo de agronegocio y desarrollo agrícola en el corregimiento La Gabarra, municipio de Tibú Norte de Santander, 2017)

Si hay algo que disfrutan los campesinos de Colombia es la gran producción y oferta exportable que se tiene, tal y como lo expresa el autor, (CANCINO & CANCINO ESCALANTE, 2019) Y es por esto que Colombia alberga más de 400 especies de frutas nativas, muchas de las cuales se enmarcan en la categoría de las conocidas como “frutas exóticas”, gracias a su favorable clima tropical y ubicación geográfica. Se que permite aprovechar en la producción y cultivo de estos. Según uno de nuestros autores. (Montenegro, 2017) los nuevos avances que nos han permitido debutar como unos exportadores de estas frutas en Latinoamérica. Quien se figura como una comparación en los climas, términos y los campos de producción con los que contamos en Colombia. (Peralta, 2019)

Para el autor (Eduardo Felipe Vásquez-Barajas, 2021) Debido a las mejoras en las exportaciones, nuestra nación es ahora el principal exportador de frutas exóticas de Estados Unidos. Quien se utiliza como referente de los climas y regiones agrícolas que tiene Colombia. habla de la fruta y sus exportaciones en Colombia, que vemos con mucho interés conformada por frutas con el mango de azúcar gran exportado al exterioro, la maracuya fruta exótica

para el mundo, la granadilla o parchita, la uchuva seca o en fruta, y por ultimo la gulupa. Estas frutas se envían a 10 países y por su distintivo sabor y buena forma, también son un relativo gastronómico entre los más grandes chefs a nivel mundial.

Según datos del Dane y Procolombia, se han enviado más de 14.209.128 KG de frutas raras colombianas netas en lo que va de 2021, un 32 por ciento más que los 10.714.303 KG exportados durante un periodo del año, con Cundinamarca, Antioquia, Bogotá, Boyacá y Meta como principales regiones productoras. (Sánchez-Jaime, 2021)

Tal y como lo explica el autor en (Charles Arosa-Carrera, 2023) La gulupa hace parte de una de las frutas más pedidas y en demanda de Colombia con un aproximado de 5 millones de toneladas a junio de 2022, tiene un sabor distintivo y es preferida en las cocinas europeas tanto por su sabor como por su concentración de olor. “Esta fruta es uno de los productos con mayor viabilidad exportadora porque es muy apetecida por el comprador europeo, por el grado que concentra.

Le sigue la uchuva, y si bien está pensada para consumirse fresca como otras frutas exóticas colombianas, también tiene mucho potencial para su uso en recetas de platos como unas mermeladas, platos de primer nivel y banquetes además de bebidas. Por ejemplo, el mercado estadounidense recibe frutas frescas y procesadas, mientras que el mercado canadiense prefiere las frutas secas con mayor frecuencia.. (Gordillo Ospina & Garzón Franco, 2017)

Para nuestra autora (Susan Cancino, 2020) La siguiente fruta es la uchuva, que se da para comer fresca como otras frutas exóticas colombianas, pero también tiene mucho potencial en preparaciones alimenticias como chutney, salsas, mermeladas, botanas, e incluso como elemento decorativo para cocteles o platos especiales. Por ejemplo, EE. UU. recibe frutas frescas y procesadas, mientras que el mercado canadiense favorece las frutas secas. (Hernani Larrea Castro, 2019)

A pesar de que las frutas antes mencionadas son las más populares y exportadas en Colombia, existe otra variedad que pertenece a este grupo de frutas exóticas que, a pesar de no ser tan popular ni tan exportada, es la estrella por su sabor y una forma distintiva. Estos necesitan ser más publicitados a nivel nacional e internacional para poder beneficiarse de esta situación y cubrir nuevos nichos de mercado. (JIMENEZ BOTELLO, 2019).

IV Resultados de investigación

La revisión de más de 30 artículos, tesis y revistas de tecnología e innovación fue el foco principal de este estudio. Estos materiales respondieron a las necesidades de la agenda nacional de investigación, desarrollo e innovación y sirvieron como eje principal en torno al cual se enfocaron las estrategias de innovación. Un estudio del estado de la agricultura de Colombia y su producción fue posible gracias a la agroindustria y la exportación de frutas de la nación, así como a las herramientas de monitoreo ambiental, los avances tecnológicos, el desarrollo de estrategias y la planificación prospectiva.. (Conde, Establecimiento productivo de la ahuyama híbrida (Cucurbita moschata) como modelo de agronegocio y desarrollo agrícola en el corregimiento La Gabarra, municipio de Tibú Norte de Santander, 2020)

Estas áreas de énfasis tienen sus raíces en la investigación de mercadotecnia en un contexto global, que ignora la singularidad del sector agropecuario en Colombia. La biotecnología, la biodiversidad, la agroenergía, la agroeconomía, la sostenibilidad ambiental, la variabilidad y el cambio climático, la seguridad alimentaria y las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran entre las megatendencias que se han identificado. La preferencia de los extranjeros por los bienes y frutas colombianos puede interpretarse como una tendencia de mejora (Assmus, 2023) Para la interpretación de una tendencia en mejora es la preferencia de los extranjeros en los productos y frutas de Colombia.

Gracias a estas nuevas megatendencias es posible ayudar a la producción interna y hacer un plan de exportación con los productos y frutas que se producen en Colombia y son muy llamativas en el extranjero. Por esto es más factible elevar estos productos para los mercados extranjeros. Por lo que mejora la calidad de vida no solo de sus productores si no de los implicados en toda la cadena de suministro que esto conlleva. (Lázaro-Pacheco, 2019)

V Conclusiones

- Una conclusión para los Autores de los estudios usados para este artículo, los agronegocios en un mercado objetivo, en el cual este siempre dinámico y cambiante; por lo tanto, esta información que se ha obtenido en algún nuevo momento tiende a modificarse. El tema del agro es muy volátil en el sentido de la oferta y demanda de cada producto a su alrededor, por lo que estudiado en este artículo puede variar con los meses o años. Por lo que es muy importante que los agricultores se capaciten para obtener mejoras continuas en su cultivo y eliminar los gastos no necesarios en su producción.

- Las técnicas para impulsar la productividad y la competitividad agrícolas incluyen el desarrollo o la introducción de mejores materiales, la reducción del uso de agromonías, el control efectivo de plagas y enfermedades, la maximización y mejor utilización de la biodiversidad, la gestión de los recursos naturales y la estacionalidad de la producción de manera sostenible y el aumento del valor agregado para un mayor precio de venta del producto final.

- Desarrollo e introducción de materiales mejorados donde me mejore la eficacia en la cadena de suministro, según incrementando el estudio de mejora de producción en los campesinos para una mejora en sus productos. Además de incrementar los productos exportables de gran afinidad con los compradores extranjeros para obtener un músculo en la economía gracias a estos mismos.

Referencias

Assmus, G. C. (2023). El deber ser en los agronegocios. *Universidad de La Salle*.

C Gras, V. H. (2021). La Argentina rural: De la agricultura familiar a los agronegocios. *Universidad Nacional de La Plata Argentina*.

Caballero García, M. A. (2019). Agronegocios. Desafíos, estrategias y modelos de negocio. *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO*.

- CANCINO, S. E., & CANCINO ESCALANTE, G. y. (2019). Factores determinantes de la rentabilidad económica del cultivo de durazno en la Provincia de Pamplona, Norte de Santander, Colombia. *SCIELO*.
- Charles Arosa-Carrera, S. D.-M. (2023). La calidad de la relación comercial: escala de medida para agronegocios (Colombia). *Universidad de los Andes*.
- Cisneros Corrales, E. (2019). Prospectiva ecuatoriana de cara al 2030: escenarios y estrategias para alcanzar un modelo agroindustrial en torno a conservas alimenticias. *Biblioteca Jose Moncada*.
- Conde, E. F. (2017). Establecimiento productivo de la ahuyama híbrida (Cucurbita moschata) como modelo de agronegocio y desarrollo agrícola en el corregimiento La Gabarra, municipio de Tibú Norte de Santander. *Universidad de La Salle*.
- Conde, E. F. (2020). Establecimiento productivo de la ahuyama híbrida (Cucurbita moschata) como modelo de agronegocio y desarrollo agrícola en el corregimiento La Gabarra, municipio de Tibú Norte de Santander. *Universidad de la Salle*.
- Cortez Gallo, G. J. (2021). Plan de negocios de una empresa enfocada a la comercialización de alimentos saludables Ready to Eat en Lima Metropolitana. *ESAN BUSSINES*.
- Diego Hernando Flórez Martínez, C. P. (2018). TIC para la investigación, desarrollo e innovación del sector agropecuario. *Agrosavia Editorial*.
- Dursun Barrios, F. J.-E.-M. (2020). Adopción tecnológica en agronegocios lecheros. *SCIELO*.
- Eduardo Felipe Vásquez-Barajas, N. E.-T.-O.-P. (2021). Análisis económico del sector cacaotero en Norte de Santander, Colombia y a nivel internacional. *SCIELO*.
- Gordillo Ospina, A. C., & Garzón Franco, L. M. (2017). Identificación y caracterización de los Agronegocios del Valle del Cauca relacionados con la exportación de la pitaya en el año 2017. *UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA*.
- Hernani Larrea Castro, C. U. (2019). EL SISTEMA DE AGRONEGOCIOS EN EL PERU: DE LA AGRICULTURA FAMILIAR AL NEGOCIO AGROALIMENTARIO. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú*.
- Iván Alonso Montoya Restrepo, D. B.-R. (2018). Retos para los agronegocios en el marco de la cuarta revolución industrial: un recorrido sobre los principales hitos de la agricultura. *utopía, Revista de Desarrollo Económico Territoria*.
- JIMENEZ BOTELLO, D. C. (2019). EVALUACION DEL IMPACTO AMBIENTAL PRODUCTO DE LA IMPLEMENTACION DE PEQUEÑAS UNIDADES PRODUCTIVAS FAMILIARES DE PORCINOS DE CEBA EN LOS CORREGIMIENTOS DEL AGUA DE LA VIRGEN, LLANO DE LOS TRIGOS Y VENADILLO DEL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER. *Universidad Francisco de paula Santander*.
- Lázaro-Pacheco, E. F.-B.-T.-O. (2019). Análisis económico del sector cacaotero en Norte de Santander, Colombia y a nivel internacional. *SCIELO*.
- Luis-Alfredo Jiménez-Rodríguez, R. G.-S.-M.-P. (2020). Análisis del Costo-Beneficio, para el tránsito de cultivos de carácter ilícito, a cultivos lícitos para facilitar el desarrollo de los agronegocios en la región del Catatumbo. *Universidad Javeriana*.
- Martínez Castañeda, C. Y. (2021). Gobernanza Universitaria y vinculación académica-empresarial en educación superior: Área de ciencias agropecuarias en Sinaloa-México. *Universidad del Zulia*.
- Montenegro, N. F. (2017). Establecimiento de la agroindustria palmera en la región del Catatumbo, Norte de Santander (1999 -2010). *Plan Regional de Competitividad de Norte de Santande*.
- Orlando E. Contreras-Pacheco, E. C. (2019). Inversión social responsable: una forma de potenciar los agronegocios - caso Colombia. *Universidad Industrial de Santander*.
- Palau, M. (2020). Territorios en disputa: Agronegocios vs. Agricultura campesina. *Universidad Nacional de La Plata Argentina*.
- Peralta, C. B.-M.-F.-K.-A.-J. (2019). e-Agronegocios. *Universidad de Costa Rica*.
- Pizaña Vidal, H. A. (2019). Agronegocios y campesinos maiceros en la Frailesca: vulnerabilidad y resistencias. *Utopía, Revista de Desarrollo Económico Territoria*.
- Ribeiro, S. (2020). Coronavirus, agronegocios y estado de excepción. *Universidad Federal de Uberlândia, Brasil*.
- Sáenz Torres, S. M. (2018). Análisis de una red de agronegocios para el municipio de Guatavita (Cundinamarca).

- Universidad de La Salle.*
- Sáenz Torres, S. M. (2020). Análisis de una red de agronegocios para el municipio de Guatavita (Cundinamarca). *Universidad de La Salle.*
- Sáenz Torres, S. M. (2022). *Análisis de una red de agronegocios para el municipio de Guatavita (Cundinamarca).*
- Sánchez-Jaime, B. L.-C.-T. (2021). Análisis del comportamiento de los productores de tabaco (*Nicotiana tabacum*) en el municipio de Abrego, Norte de Santander. *Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.*
- Susan Cancino, G. O.-E.-R. (2020). Modelo econométrico para el cultivo de mora de castilla (*Rubus glaucus*) en los municipios de Pamplona y Chitagá, Norte de Santander, Colombia. *Revista De Investigación, Administración E Ingeniería.*
- VEGA, J. M. (2020). La influencia del compromiso organizacional y la orientación al aprendizaje sobre innovación y desempeño en los agronegocios. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.*
- Xiomara Esther Vazquez Carrazana, I. J. (2019). Convergencias entre la rentabilidad y la liquidez en el sector del agronegocio. *Universidad Federal de Uberlândia, Brasil.*

