

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PULPA DE FRUTA DE
MANGO DESDE LA CIUDAD DE CÚCUTA A MERCADOS INTERNACIONALES**

LILIAN LIZETH RIAÑO ANAYA



UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

PROGRAMA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PULPA DE FRUTA DE
MANGO DESDE LA CIUDAD DE CÚCUTA A MERCADOS INTERNACIONALES**

LILIAN LIZETH RIAÑO ANAYA

***TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO PRERREQUISITO PARA
OPTAR TÍTULO DE PROFESIONAL EN COMERCIO Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES***

**TUTOR:
AKEVER KARINA SANTAFÉ ROJAS**



**UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SAN JOSÉ DE CÚCUTA**

2021

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
1.1 Planteamiento y formulación del Problema	8
Formulación del Problema	10
1.2 Justificación	10
2. OBJETIVOS	11
2.1 Objetivo General	11
2.2 Objetivos Específicos	11
3 MARCO REFERENCIAL	12
3.1 Antecedentes	12
3.2 Marco Teórico	16
3.3 Marco contextual	20
3.4 Marco legal	21
5 METODOLOGÍA	27
5.1 Paradigma de la Investigación	27
5.2 Enfoque de la Investigación	28
5.3 Diseño de la Investigación	29
5.4 Población y muestra o informantes clave	29
5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
5.5.1 Análisis documental	30
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 Comercio entre Colombia y España Fuente: Trademap.org.....	17
Tabla 2 Normas para Exportación.....	21
Tabla 3 Pasos para realizar exportación en Colombia.....	25
Tabla 4 Matriz de análisis documental Fuente: Elaboración propia.....	30
Tabla 5. Resultados.....	32

TABLA DE ANEXOS

ANEXOS 1 Encuesta a realizar	36
------------------------------------	----

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PULPA DE FRUTA DE
MANGO DESDE LA CIUDAD DE CÚCUTA A MERCADOS INTERNACIONALES**

RESUMEN

TÍTULO

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE LA PULPA DE FRUTA DE MANGO DESDE LA CIUDAD DE CÚCUTA A MERCADOS INTERNACIONALES

*Autor:
Lilian Lizeth Riaño Anaya*

Fecha: 31-05-2021

Resumen

La creciente producción de frutas exóticas en Colombia con el paso de los años y el interés de países extranjeros en conocer el mercado colombiano por la poca oferta local, ha llevado a la producción, comercialización y exportación de pulpas de fruta. Actualmente PROCOLOMBIA, entidad encargada de atraer la inversión extranjera y potencializar las exportaciones del país, no cuenta con una guía metodológica para exportar pulpa de fruta; por esa razón se considera importante proponer una guía que permita orientar al productor cuando se enfrenta a procesos de exportación de este activo. El país, a través de los retos y de los incentivos gubernamentales, busca ser competitivo internacionalmente en la comercialización y distribución de frutas, en este caso, productos terminados como las pulpas de frutas. De acuerdo con la Encuesta Anual Manufacturera – EAM 2015 del Distrito Administrativo Nacional Estadístico (DANE), la industria de los alimentos representa cerca del 30% siendo uno de los sectores más grandes e importantes para la economía colombiana. Sin embargo, la agroindustria de frutas y hortalizas representa el 1% de la producción bruta del sector alimentos, y el 0.2% del total de la agroindustria manufacturera.

Palabras clave: producción, comercialización, exportación, distribución, economía, agroindustria.

1. PROBLEMA

1.1 Planteamiento y formulación del Problema

Si se analiza el comercio mundial de frutas, vemos que éste crece a un ritmo superior al de la producción, y se centra en áreas muy concretas con elevado poder adquisitivo, como lo son la Unión Europea y Estados Unidos. En este entorno, ya saturado, es de esperar que se encarezca la supervivencia. La situación puede llegar a empeorar si se confirma un estancamiento del consumo total. España juega un papel fundamental en este contexto como segundo exportador mundial, solo superado por el gigante norteamericano y sus multinacionales. El otro lado, el de los compradores, está ocupado por Alemania, Francia y Reino Unido. Los países de la Unión Europea (UE) copan las listas de vendedores y compradores a nivel mundial.

Los países para los que es permisible un crecimiento de sus envíos exteriores pueden ser los siguientes: los del Centro y Sur de América, en el Norte de África, países asiáticos (China), o algún europeo (Turquía). Como zonas de potencial crecimiento de las importaciones aparecen los países asiáticos (Japón e incluso China) y del Este europeo. Alemania está sufriendo una estabilización de su demanda, esto es preocupante para países como España, que centran la mayor parte de sus envíos en esta área. (Pérez, 2005)

La Unión Europea es levemente deficitaria en el comercio internacional de frutas y hortalizas. El grueso de sus importaciones lo forman las frutas (con el 54% del total comprado fuera), los cítricos y las hortalizas, en este orden. El comercio intracomunitario es una tajada muy

importante, triplicando el volumen de las importaciones, que al igual que las exportaciones están repartidas, casi en el mismo porcentaje, entre frutas, hortalizas y cítricos.

En el 2001 la Unión Europea por el comercio intracomunitario alcanzó 15.009 millones de euros por la importación de frutas y hortalizas, por otra parte, la cartera de exportaciones contó con un valor de 15.426 millones de euros. Las hortalizas más compradas fueron: el tomate, el pimiento, la patata, la lechuga, el pepino y la col; mientras las frutas más compradas fueron: los cítricos, el plátano, la manzana, la uva de mesa, la nectarina y la pera. (Pérez, 2005)

Los países de origen de las importaciones europeas de frutas y hortalizas (incluyendo comercio intracomunitario) son, como es lógico y debido a la protección comunitaria, los propios miembros de UE: España, Holanda, Francia, Italia, Bélgica y Alemania. Como exportadores extraeuropeos destacan Sudáfrica y Costa Rica. (Pérez, 2005).

Los principales importadores comunitarios son Alemania, Reino Unido, Holanda, Francia y Bélgica. Holanda y Bélgica destacan por su capacidad exportadora, pues aparecen en los primeros puestos, tanto de exportadores como de importadores (Ramos, 2002).

El sector de la agricultura es muy importante para Colombia, porque por su condición geográfica y agroclimática permite el desarrollo de gran variedad de frutas y hortalizas; este sector genera cerca del 5.2% del PIB del país, y en materia de exportaciones se ha presentado un crecimiento del 31.2%, este aumento se debe a que el mercado internacional se ve atraído por las frutas colombianas exóticas y exquisitas, porque contienen vitaminas y minerales que permiten el desarrollo de la fructosa capaz de ofrecer beneficio para la salud, además del sabor, color y olor único.

Además, Colombia cuenta con ventajas, tales como mayor disponibilidad de agua y grandes tierras para la producción agrícola que han permitido la exportación de US\$61 millones

en pulpas, concentrados, frutas deshidratadas, liofilizadas, enlatas y congeladas de mango, maracuyá, gulupa, mora, papaya, lulo, entre otros sabores, a más de 46 países.

Sin embargo, los productores se enfrentan a problemas internos que dificultan la comercialización de sus productos en el exterior tales como, el incremento de los costos del transporte nacional, que para el 2013 representaron el 65% del costo total de las exportaciones. Los factores más impactantes de este déficit competitivo es que Colombia carece de calidad de infraestructura, aunque se ha invertido entre 2010 y 2013 el 13% del PIB en promedio anual.

Para Colombia es importante afianzar estos aspectos para poder generar mayor desarrollo agrícola, aunque a pesar de las dificultades que se presentan, se resalta que este sector está pasando por un momento bastante favorable, debido a su crecimiento soportado en la demanda de productos colombianos en el exterior (Finagro; 2018).

El reto de las pequeñas y grandes empresas colombianas es participar en los mercados internacionales que satisfagan las necesidades de los potenciales consumidores, además de resaltar la calidad del producto colombiano certificado en normas HACCP, ISO, GLOBAL GAP, entre otros.

Formulación del Problema

¿Cuál es el mercado potencial internacional para la exportación de pulpa de fruta de mango desde la ciudad de San José de Cúcuta, Colombia?

1.2 Justificación

Este trabajo se realiza con el fin de llevar a cabo una investigación sobre los productos exportados por Colombia, principalmente en la exportación de pulpa de frutas, para esto se toma

como referencia el tipo de fruta que más se produce en el país y el cumplimiento de los requisitos para la exportación de estas a mercados de mayor demanda.

El proyecto se realizará tomando como referente la empresa Fruttec S.A.S de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander. Fruttec SAS es una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a partir de los frutos del campo colombiano, específicamente a la producción de pulpa de fruta.

La empresa maneja la plataforma de desarrollo de software VELNEO, con quien llevan colaborando estrechamente desde sus orígenes, con excelentes resultados. (Fruttec, 2019).

Esta empresa fue constituida como Sociedad por Acciones Simplificada y se dedica al procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos.

Por medio de la realización de este proyecto se espera tener un impacto positivo en la mejora de la información que se tiene sobre la exportación de fruta fresca en Colombia.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Plantear un estudio de mercado que permita la comercialización, exportación y distribución de la pulpa de fruta de mango desde la ciudad de San José de Cúcuta hacia mercados internacionales.

2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar los principales importadores de pulpa de fruta de mango en el mundo.

2. Reconocer los exportadores de pulpa de fruta de mango de la ciudad de San José de Cúcuta.
3. Determinar las estrategias de comercialización de la pulpa de fruta de mango

3 MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

Con el objetivo de identificar investigaciones similares a la propuesta en el documento, se realizó una revisión documental en plataformas digitales, dentro de las cuales se evidenció el tipo de investigación, los teóricos relacionados en estas, población o corpus empleados y los resultados, que permitieran direccionar la investigación en curso, para ello se analizaron 5 investigaciones, 1 nivel internacional y 4 nacionales.

Esta investigación es realizada por Camilo Durán Arango, en el año 2016, en el que el autor identifica Colombia es un país tradicionalmente agrónomo y se resalta la participación de estos dos subsectores dentro de la economía nacional. En la indagación pretende identificar el potencial que tiene la exportación de frutas en el mercado turco, para lograr los resultados utilizó un método de tipo mixta, en el que utilizó datos históricos del comercio internacional, datos precisos para contrastar los resultados, además, caracterizó los mercados potenciales de otros países. Como instrumento de recolección de información se utilizó la recopilación documental y bibliográfica.

La indagación deja como resultado que Colombia, al ser un país de tradición agroindustrial podría replantearse la viabilidad de desarrollar y tecnificar el campo,

aprovechando así las más de 14 millones de hectáreas que según estudios del Viceministerio de Ambiente (2009), puede tener destinación de cultivos de frutas y hortalizas. (Arango, 2016)

Al continuar con la revisión de antecedentes, se tomó como referente la investigación titulada “Análisis de las posibilidades de exportación de productos agropecuarios colombianos hacia la república de Corea” en el año 2013 por Ana María Gutiérrez Jiménez y Diego Felipe Riaño Méndez, una investigación cualitativa en la cual a través del análisis de la cultura comercial de ambos países. Esta investigación pretende generar información sobre los actuales y futuros negocios empresariales que permita acceder al mercado asiático, para poder contar con mayores oportunidades de exportación “tener la posibilidad de establecer alianzas productivas y comerciales, tener más clientes y consumidores, ofrecer mejores condiciones para atraer inversionistas, entre otros. Para alcanzar dicho objetivo se pretende que esta investigación trascienda del campo académico y se convierta en un elemento clave para el manejo de recursos humanos en las empresas.”

Los autores concluyen que los principales obstáculos para la exportación son los gastos que tienen los fletes y las normatividades sanitarias, además, al existir tantos costos crea un alza en las exportaciones ilegales ante el mercado informal, lo que lleva a perder clientes potenciales. (Gutierrez & Riaño, 2013)

Yerson Arley Abreo Gamboa y Bernardo Javier Becerra Muñoz en el año 2016 realizaron una investigación titulada “Estudio de mercado, legal y técnico para la exportación de piña en la variedad MD2 (oro miel) y petrolera del municipio de Villanueva Santander” realizada en la ciudad de Bucaramanga, indagación que pretendía dar viabilidad al proceso de exportación de piña desde el municipio de Villanueva hacia los principales mercados potenciales del mundo, para ello se empleó una método de tipo mixta que permitió realizar un diagnóstico en cuanto a

los procesos de exportación que existen actualmente y los empleados por otros países en América Latina, por otro lado descubrir variable importantes como: localización de la materia prima, la capacidad de oferta, el pago de la mano de obra, los equipos requeridos y la descripción del proceso productivo. Los resultados permiten afirmar que “existe una numerosa demanda mundial por el consumo de piña en fresco, siendo Europa y los Estados Unidos los mayores ocupantes de este mercado al ocupar cerca del 72% de las exportaciones mundiales” (Abreo & Becerra, 2016) además, la inclusión en el mercado es fácil debido a las relaciones comerciales existentes con una gran variedad de países después de que Colombia lo estableciera en los tratados de libre comercio.

Cindy Londoño, Sandra Uribe y Yenifer González, son las autoras de la investigación “Estudio de mercado para la exportación de piña desde Colombia a Chile” realizada en la ciudad de Medellín, Colombia en el año 2017, en la que pretenden analizar los diferentes factores del mercado chileno con respecto a la exportación de piña y su viabilidad de compra para penetrar en este mercado. Es una investigación cualitativa y para la recolección de información se empleó el método deductivo, con el objetivo de fundamentar los resultados con las teorías económicas lo que permite analizar y comprender las características del mercado de piña desde Colombia a Chile, sus potencialidades y limitaciones. La investigación concluye que “los diferentes factores del mercado chileno hacen viable y potencial la exportación de piña desde Colombia dado que es un mercado creciente que parte del gusto por los sabores exóticos y tropicales, con proyección para el procesamiento en subproductos que son comercializados en todo el mundo” (Londoño, Uribe, & Gonzalez, 2017)

En el año 2018 en la ciudad de Lima Perú se llevó una investigación realiza por Johana Andrea Flores Cruz titulada “Exportación de mango kent al mercado de New York – USA” en

donde pretende medir la efectividad que tendría este negocio, para ello realiza un análisis documental de los procesos realizados por otras organizaciones, los requisitos para poder incluirse en el mercado y los resultados que estos traería, dando como resultado que “El negocio propuesto es totalmente factible y fácil de poner en funcionamiento ya que no se necesita de tecnología de punta o de grandes conocimientos, para poder realizarse.” (Flores, 2018) el documento concluye que La pulpa de mango es un producto no tradicional, que es considerado altamente comercial gracias a la demanda mundial que aumenta cada año y las pocas exigencias productivas, además, las condiciones de siembra en las zonas de Piura son óptimas para el cultivo y la producción del mango, no requieren tratamientos químicos intensivos, ya que su producción es altamente orgánica.

Esta revisión documental permite afirmar que las exportaciones se presentan hoy como un reto a la demanda del mercado globalizado, sin embargo, iniciar con esta apertura al mercado, tiene historia, que data del progreso de la parte rural hasta la transformación política, social y cultural de las ciudades, cultural de las empresas.

La historia frutícola de Colombia desde el manejo de la tierra, la cosecha y post cosecha de frutas y hortalizas, incluye una producción agrícola con tradición de monocultivo, una población más rural cada vez más escasa y un mercado interno en crecimiento, exigente y tentado por los mercados de apertura. (Kalmanovitz & López, 2002)

A nivel local se pudo encontrar que abunda la producción de fruta, abunda en las oportunidades comerciales y mercadológicas de ofertar este producto hacia diferentes tipos de clientes y consumidores,

3.2 Marco Teórico

A través de la revisión teórica que aporte como respaldo ante la investigación propuesta se identifican teorías, conceptos y autores que han elaborado cimientos expuestos a continuación.

El negocio de las frutas procesadas en Colombia, que, por su condición geográfica y agroclimática, cuenta con una gran variedad de frutas y hortalizas, junto con la materia prima de la industria de alimentos, les permite a los empresarios colombianos ofrecer una gama amplia de productos con gran potencial en el mercado internacional. Hasta ahora Colombia ha exportado al menos US\$61 millones en pulpas, concentrados, frutas deshidratadas, liofilizadas, enlatadas y congeladas de mango, maracuyá, gulupa, mora, papaya, lulo, entre otros sabores, a más de 46 países. (Procolombia, 2018)

Entre las frutas y hortalizas procesadas, sobresalen las frutas exóticas deshidratadas o liofilizadas, como la uchuva y la pitahaya; y otras frutas tropicales como el banano, la papaya y el mango, entre otros. Una oferta variada, que además cuenta con productos certificados por HACCP, ISO, GLOBAL GAP, solo por mencionar algunos. Este es el resultado de las nuevas tecnologías en los procesos de las compañías colombianas del sector, que a su vez han implementado políticas de calidad integral que promueven la innovación en términos de producto y empaque, inocuidad y trazabilidad y a su vez la Responsabilidad Social Empresarial. Por eso, es fácil encontrar en el mercado internacional pulpas de frutas pasteurizadas que no necesitan refrigeración, frutas deshidratadas 100 % naturales y productos procesados orgánicos. (Procolombia, 2018).

Tabla 1 Comercio entre Colombia y España
Fuente: Trademap.org

Producto

... 200899 - Frutas y demás partes comestibles de pl

Mundo

País

Colombia

Socio

España

otros criterios

Exportaciones

Serie de tiempo anuales

por producto

Códigos correspondientes en las otras revisiones

Valores

Dólar Americano

Grupo de productos

Ninguno

Grupo de países

Ninguno

Grupo de socios

Ninguno

Comercio bilateral entre Colombia y España

Producto: 200899 Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición ...

Unidad : Dólar Americano miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Datos IED

Datos arancelarios

Normas voluntarias

Descargar

Período (número de columnas): 3 por página

líneas por página: Por defecto (25 por página)

SA22	Código del producto	Descripción del producto	Colombia exporta hacia España			España importa desde el mundo			Colombia exporta hacia el mundo		
			Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018
200899		Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición ...	2.401	2.719	2.684	50.103	57.354	79.814	46.390	55.754	62.880
121190		Plantas, partes de plantas, semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en ...	0	0	4	75.111	91.489	93.110	26.407	31.353	33.473
200893		The Cranberries "Vaccinium macrocarpon, Vaccinium oxycoccos, Vaccinium vitis-idaea", preparados ...	0	0	0	4.975	7.002	7.669	38	64	93
121120		Raíces de "ginseng", frescas o secas, incl. cortadas, trituradas o pulverizadas	0	0	0	969	1.347	760	0	0	0

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) desde enero de 2017.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE desde enero de 2016 y hasta enero de 2017.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) desde enero de 2015 y hasta enero de 2016.

Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE hasta enero de 2015.

Es importante conocer el mercado europeo, que la tendencia de los europeos de consumir alimentos más saludables ha hecho de las frutas y verduras una opción para su día a día.

Debemos estudiar y conocer el perfil de los consumidores, en este caso en un seminario realizado por Precolombina se habló de los cinco principales compradores o consumidores europeos para que el empresario tenga idea de a qué tipo de mercado podría enfrentarse, y son los siguientes:

- **Alter shopper:** este cliente busca algo sencillo con un precio justo y de buena calidad. No está muy interesado en las certificaciones ni en la presentación del producto.
- **Emo-shopper:** busca en el consumo una experiencia memorable que le aporte placer y satisfacción. Le gusta probar cosas nuevas y quiere ser sorprendido.
- **Vigi- shopper:** personas muy interesadas conocer el proceso de producción del artículo que adquiere. Están conscientes de la calidad, la transparencia, la honestidad y sinceridad del producto.

- **Social- shopper:** es un consumidor que está conectado con el mundo; suele adquirir el producto de moda o los más recomendados.
- **Slow-shopper:** es un comprador que está muy comprometido con la tendencia de consumir productos orgánicos. (Procolombia, 2015)

Kotler en su libro Dirección de Marketing conceptos esenciales, define la investigación de mercados como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa" (2006).

(Herrera, 2010) utiliza uno de los modelos que se aplicaran es el de las cinco fuerzas de Porter el cual capta un enfoque muy usado para desarrollar estrategias en muchas industrias. De acuerdo con este autor, la naturaleza de la competitividad en una industria se compone de cinco fuerzas:

- Rivalidad entre empresas competidoras.
- Ingreso potencial de nuevos competidores.
- Desarrollo potencial de productos sustitutos.
- Capacidad de negociación de los proveedores.
- Capacidad de negociación de los consumidores

Por otro lado, es común encontrar promociones atractivas para los clientes como estrategia de comercialización y productividad, pero el tema abarca muchas más cosas. La satisfacción de los clientes es vital para el éxito de una empresa. Son ellos los principales evaluadores de una empresa por los bienes o servicios adquiridos y la forma en cómo lo adquirieron. Esto quiere decir que el éxito de una empresa es directamente proporcional a la

satisfacción del cliente, siendo ellos los encargados de hablar bien o mal de la empresa que los atendió.

"La comercialización, por tanto, debe comenzar con entender y satisfacer las necesidades de los clientes". (Oficina Internacional del Trabajo, 2016)

Las personas encargadas de recibir y atender las necesidades de los clientes son la razón de ser en una buena venta, en ellos comienza la comercialización y el éxito de una empresa.

(Galindo, Mariana, & Ríos, 2015) exponen que la venta, cambio o donaciones a otros países se le conoce como exportación; "es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países" INEGI, (2011) en Galindo, Mariana, & Ríos (2015) exponen que siendo los residentes "exportadores" y los no residentes "importadores".

"El cálculo de las exportaciones en el país residente más la venta de bienes que formaron parte de algún proceso productivo realizado por residentes, así como los servicios de transporte y seguros que realizan los residentes dentro de las transacciones de importación" (Galindo, Mariana, & Ríos, 2015)

La logística entendida como el movimiento externo de los productos desde el vendedor al cliente o comprador. Se considera que logística y distribución física son términos equivalentes y que abarcan aquel conjunto de operaciones llevadas a cabo para que el producto recorra el camino que dista desde su punto de producción hasta el consumo. Los canales de distribución son los que posibilitan el desarrollo de estas actividades. "La distribución física supone un conjunto de decisiones complejas e interrelacionadas que requieren una adecuada planificación." (Galindo, Mariana, & Ríos, 2015)

3.3 Marco contextual

El mercado de pulpa de fruta en Colombia se caracteriza por ser dinámico en el cambio de precios, lo que hace que los productores busquen alternativas para estabilizar los precios, entre estas alternativas se puede encontrar que no abarcan el mercado nacional con la venta de frutas que solo son por temporada, ya que en ese periodo la oferta del producto aumenta y su valor comercial decae y no alcanza para cubrir los costes de producción. La agroindustria en los últimos años ha tenido mejoras, lo que facilita la producción de alta calidad y que permite su exportación. Estas frutas con “cualidades mejoradas” en su producción han sido introducidas por instituciones de investigación como el ICA con el objetivo de productividad agrícola y mejorar la competitividad de los frutos.

La economía de Norte de Santander está marcada por la dinámica de la frontera colombo-venezolana. Los ciclos y las políticas macroeconómicas de cada país se reflejan en la tasa de cambio y en el diferencial de precios a lado y lado de la frontera, lo que a su vez afecta las transacciones de bienes y servicios en las zonas limítrofes. Este fenómeno afecta en especial a Cúcuta y su Área Metropolitana, pero su efecto alcanza a sentirse en toda la economía departamental. A esta inestabilidad, se suma el bajo desarrollo de algunos factores estratégicos como la capacidad gerencial, la ciencia, la tecnología y el financiamiento. La economía departamental está complementada por la explotación de petróleo en la región del Catatumbo y en el valle del río Zulia, y por el comercio, principalmente desarrollado con las poblaciones fronterizas de la República de Venezuela (Buchot 2019).

En la apuesta agroindustrial uno de los objetivos es posicionarse como el segundo departamento productor de frutas y hortalizas en Colombia. Esto le permitirá satisfacer la demanda interna del departamento y generará excedentes para los mercados de Santander y la

costa Atlántica. A mediano plazo, la meta es producir excedentes para exportación. Para ello, el departamento incrementará el área sembrada de frutales y mejorará la productividad a través de las tecnologías de invernadero, lo que le permitirá mejorar el rendimiento a 150 toneladas por hectárea. (interna 2010)

La selección del producto es gracias a la variedad de frutas que ofrecen los pisos térmicos de nuestro país, y la oferta de frutas frescas según los patrones de escala de las cosechas además de la variedad de frutos tradicionales y exóticos.

Norte de Santander gracias a su ubicación geográfica cuenta con climas variados que permiten el desarrollo de frutas y hortalizas que cumpliendo con las normas mínimas de calidad cuentan con las características, y demandas, para ser exportadas, logrando llegar a posicionarse en mercados internacionales.

3.4 Marco legal

Por medio del siguiente análisis de información, se evidenciarán las normas y regulaciones que abarcan la producción de fruta en Colombia y su exportación, por ende, se presentara un compendio de los aspectos relevantes y necesarios en la exportación de frutas.

Tabla 2 Normas para Exportación

Fuente: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/tramitedeexpo>

Normas	Fundamentación	Aspectos Importantes
	Registro como Exportador:	

Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004	Se reglamentó el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.	Requerido para las actividades de Exportación de bienes y servicios Fundamentación en el Decreto 2788 y Resolución 8346 de 2004
	Toda persona natural o jurídica que se dedique a producir frutas frescas con destino a la exportación deberá registrar los predios ante la oficina del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA. Además, debe contar con el registro como exportador, el cual será	Requisitos en la Producción: Obtención del Registro como productor de frutas para exportación, diligenciando documentos y anexando soportes e información demográfica Certificación del área de cultivo, tratamiento de

Resolución ICA 1806	expedido previo cumplimiento de los requisitos exigidos en la presente resolución	desechos vegetales, bodegaje, empaque, carga y planes de manejo fitosanitarios, para el control de plagas. Requisitos en la Exportación: Presentar solicitud con información demográfica y geográfica, anexando documentos de acreditación de la actividad como exportador. Registro como exportador tiene vigencia indefinida, pero puede ser cancelado por incumplimiento de los requisitos de selección y empaque.
Decreto 2685/99	La DIAN es el único Ente	La clasificación se puede

Resolución 4240/00 DIAN	autorizado para determinar la clasificación arancelaria	hacer: A través del arancel de aduanas
Decreto 4176 del 30 de noviembre de 2011	Si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, el productor del bien a exportar deberá diligenciar la Declaración Juramentada.	Para su elaboración, se debe tener clara las normas de origen del país que se va a exportar. Una vez aprobada la declaración juramentada, se debe diligenciar el certificado de origen
Procedimientos aduaneros	Cuando se tenga la mercancía para exportar, se debe verificar los siguiente:	Los términos de Negociación (Incoterms) Elección de agente de carga, Marítimo, terrestre o aéreo. Autorización de embarque ante la DIAN si el valor exportado es inferior a USD \$10.000, en caso de superar

		debe realizarse ante un agente de aduanas autorizado por la DIAN.
--	--	---

Tabla 3 Pasos para realizar exportación en Colombia

Fuente: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/tramitedeexpo>



Es de suma importancia conocer las regulaciones y acuerdos arancelarios, ya que con esto podremos conocer la viabilidad de las exportaciones de un producto o servicio, las barreras y oportunidades que genera y la posibilidad de contar con respaldo tanto del país de origen como el país destino, haciendo buen uso de su legislación.

4 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

4.1 VARIABLES

Cuadro 1. Operacionalización de Variables

Objetivo General: Plantear un estudio de mercado que permita la comercialización, exportación y distribución de la pulpa de fruta de mango desde la ciudad de San José de Cúcuta hacia mercados internacionales.					
Objetivos Específicos	Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicador	Ítems
Identificar los principales importadores de pulpa de fruta de mango en el mundo.	Principales importadores de pulpa de fruta Colombiana.	Los 10 principales países a los que llega la pulpa de fruta colombiana son: Estados Unidos, Panamá, Reino Unido, España, México, Francia, Países Bajos, Puerto Rico, Canadá, Perú.	Valor FOB en exportación de pulpa de fruta de Colombia	Ventas cercanas a US\$88,9 millones FOB, y superaron ampliamente las 30.000 toneladas métricas exportadas	¿Su empresa comercializa la pulpa de fruta?
Reconocer los exportadores de pulpa de fruta de mango de la ciudad de San José de Cúcuta.	Principales exportadores de pulpa de fruta de mango de la ciudad de San José de Cúcuta.	Fruttec: Principal exportador de pulpa de fruta en la ciudad de San José de Cúcuta	Ciudades o municipios productores de fruta.	La mayoría de mango de azúcar lo traen desde el Magdalena.	. ¿Cuál es la empresa que le distribuye la pulpa de fruta? ¿La empresa que le distribuye la pulpa de fruta es de carácter Internacional, Nacional o Local? ¿Cómo considera el producto de la pulpa de fruta?

Determinar las estrategias de comercialización de la pulpa de fruta de mango.	Estrategias de comercialización	Philip Kotler: “la mercadotecnia se define como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica necesidades insatisfechas y deseos. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado y su potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía sirven mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados”.	Mercados a los que podría llegar el producto	Mercados Internacionales como España, Estados Unidos, Países Bajos, Francia, Canadá.	¿Le gustaría comercializar la pulpa de fruta?
---	---------------------------------	---	--	--	---

5 METODOLOGÍA

5.1 Paradigma de la Investigación

Se recurre al método de investigación deductivo, por la posibilidad de fundamentar los hallazgos de esta investigación en teorías económicas de trayectoria que permitan abordar un marco general del problema de los mercados internacionales para comprender la particularidad del proceso de exportación de un producto desde Colombia a otros países.

Todo esto, atravesado por un proceso discursivo y analítico en el que se busca la comprensión del asunto particular en relación con el marco teórico desarrollado. El tipo de investigación que aborda este trabajo es la Investigación Descriptiva, a partir del cual se busca analizar y comprender las características del mercado de pulpa de frutas en el exterior de Colombia.

5.2 Enfoque de la Investigación

En términos generales, el diseño de metodologías mixtas es un diseño de investigación que involucra datos cuantitativos y cualitativos, ya sea en un estudio particular o en varios estudios dentro de un programa de investigación (Tashakkori y Teddlie, 2003). Conforme ha evolucionado el campo, han surgido inconsistencias y confusión con respecto a varios términos relacionados con las metodologías mixtas.

Abbas Tashakkori y Charles B. Teddlie (2003) propusieron diseño de metodologías mixtas como el término que describe el uso de procedimientos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos. La investigación con metodologías mixtas utiliza la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos en los métodos que forman parte del estudio. Estos estudios poseen procedimientos de recolección de datos cuantitativos y cualitativos (por ejemplo, una entrevista y un test score) o métodos mixtos de investigación (por ejemplo, una etnografía y un experimento).

Si bien la investigación con metodologías mixtas se apoya en la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, con frecuencia se llevan a cabo de forma paralela sin que haya una combinación importante, así como las preguntas que plantean y las inferencias que realizan son muchas veces cualitativas o cuantitativas en su naturaleza sin llegar a combinarse entre sí (Teddlie y Tashakkori, 2003).

Dada la naturaleza del presente estudio, se establece como una investigación de orden mixto, manejando las metodologías: cualitativa, porque se realizará un análisis documental que busca evidenciar y reconocer las teorías económicas con lo indagado; y cuantitativa, porque busca enumerar los requisitos para la exportación de la pulpa de frutas, así como reconocer los importadores potenciales.

5.3 Diseño de la Investigación

5.3.1 Investigación de campo

La investigación de campo es aquella que se aplica extrayendo datos e información directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente.

5.3.2 Investigación documental

Según Baena (1985), la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información.

Por su parte, Garza (1988) señala que la investigación documental se caracteriza por el uso predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información (...), registros en forma manuscrita e impresos. Población y Muestra o Informantes Clave

5.4 Población y muestra o informantes clave

Con el objetivo de dar respuesta a la pregunta problema se desarrollará un barrido de información que permita identificar a los supermercados y minimercados de la ciudad de Cúcuta, siendo la población objeto de estudio y de estos, la muestra se tomará de aquellos que comercializan la pulpa de mango, característica necesaria para dar respuesta a la encuesta formulada en las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Además, se desarrollará una matriz de análisis documental, en el que el corpus seleccionado serán modelos de negocios realizados por empresas exportadoras de frutas y pulpa de frutas de la región, con el fin de identificar quienes realizan procesos similares, cómo lo están

haciendo, el modelo de negocio empleado y la viabilidad que ha tenido, para dar generar contraste al modelo planteado en la investigación.

5.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

5.5.1 Análisis documental

Dentro del diseño de estudio de mercado se pretende determinar por medio de un análisis documental las estrategias de comercialización de la pulpa de fruta de mango en el mundo. Para esto, se diseñó una matriz de análisis documental de los diferentes procesos utilizados por otras empresas del país que exportan fruta y la pulpa de estas.

Tabla 4 Matriz de análisis documental

Fuente: Elaboración propia

Objetivo	Nombre de la empresa y país exportador	Nombre de la empresa país importador	Aliados	Procesos logísticos	Acciones realizadas	El tiempo del proceso de exportación
Determinar las estrategias de comercialización de la pulpa de fruta de mango	Empresa: Fruttec S.A.S País: Colombia	Empresa: SABERDIZ País: España		Una gestión de almacenes adecuada permite a importadores y exportadores garantizar el proceso de logística para mejorar la coordinación entre el suministro y la demanda. Por otro lado, cuentan con un grupo de partners especializados en el almacenamiento y la logística que cuentan con toda la infraestructura y los permisos	• Importación y Exportación • Representación Comercial • Apertura de nuevos mercados • Estrategia Comercial • Representación Institucional • Marketing	2 a 3 meses

				necesarios para todo tipo de mercancías.		
--	--	--	--	--	--	--

5.5.2 Encuesta

Con el objetivo de identificar los supermercados y mini mercados que comercializan la pulpa de fruta de mango en la ciudad de San José de Cúcuta, se realizará una encuesta, por medio de un cuestionario, sabiendo que en la ciudad de Cúcuta cerca de 1150 supermercados y mini mercados tienen registro mercantil vigente, además se descubrirá quienes son sus proveedores y si hay más empresas interesadas en comercializar la pulpa de fruta para ser incluidas en el estudio de mercado.

Para saber y calcular el tamaño de la muestra, debemos aplicar una formula sabiendo que nuestra población es finita con un numero de 1150 supermercados y mini mercados que están vigentes. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{4 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2 (N-1) + 4 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{4 \cdot 1150 \cdot 90 \cdot 10}{(10)^2 (1150-1) + 4 \cdot 90 \cdot 10}$$

$$n = \frac{4.140.000}{118.500}$$

$$n = 34.9$$

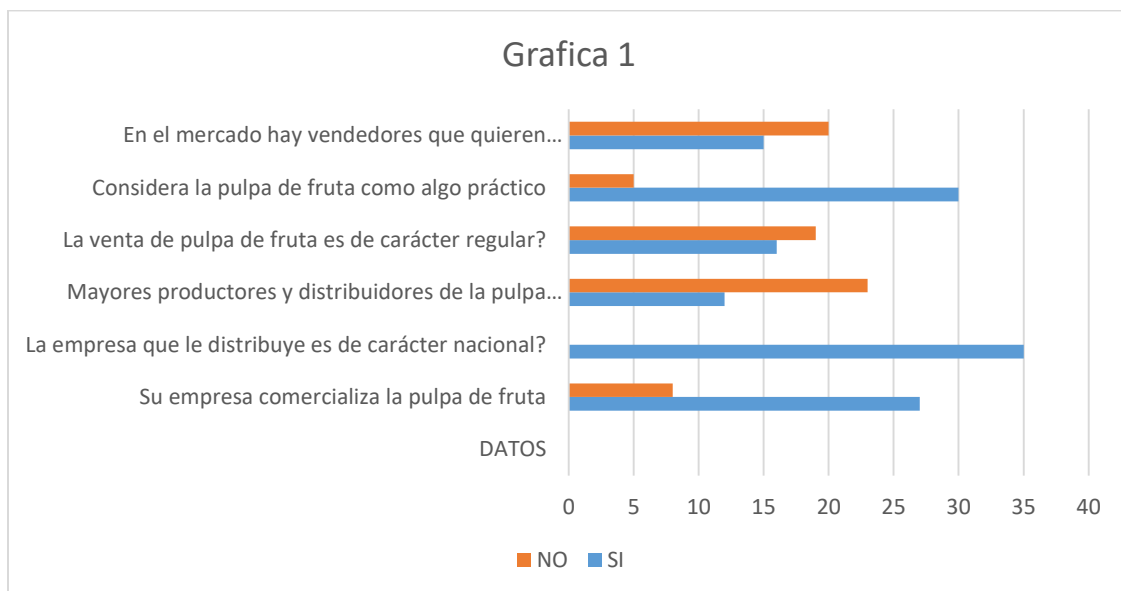
n= tamaño de la muestra
N= tamaño de la población
p= margen de error
q= margen de confianza
4= constante
E= error seleccionado

6. Análisis de la información

6.1 Resultados

Tabla 5. Resultados

DATOS	CANTIDAD	
	SI	NO
Su empresa comercializa la pulpa de fruta?	27	8
La empresa que le distribuye es de carácter nacional?	35	0
Mayores productores y distribuidores de la pulpa de fruta?	12	23
La venta de pulpa de fruta es de carácter regular?	16	19
Considera la pulpa de fruta como algo práctico?	30	5
En el mercado hay vendedores que quieren comercializar el producto?	15	20



De acuerdo con las encuestas realizadas, se puede observar que una gran cantidad de empresas que distribuyen las pulpas de fruta son nacionales, pero los pequeños productores no quisieran

comercializar el producto por falta de garantías y beneficios por parte del Estado, también la gran mayoría de supermercados y mini mercados están de acuerdo con que este tipo de producto es muy práctico porque ahorra tiempo a los consumidores. Cuando se preguntó si su empresa comercializaba la pulpa de fruta, la mayoría de respuestas fueron afirmativas, lo que puede indicar que en realidad es un producto apetecido nacionalmente y quizá ser comercializada internacionalmente.

6.2 Discusión

Los resultados del estudio de mercado realizado en San José de Cúcuta nos muestran con claridad que en la ciudad se comercializan las pulpas de fruta, a su vez los datos nos indicaron que en el área metropolitana de Cúcuta se constituyó una de las mayores empresas exportadoras de este producto. Es importante mencionar que debido a la reciente situación que vivimos mundialmente por causa del COVID-19, la información recolectada fue adquirida por los diversos medios que me fue permitido acceder para mostrar con claridad la situación del mercado global con respecto a la comercialización de este producto. Este resultado se puede sumar a los resultados de análisis anteriores que se pudieron observar a lo largo de la explicación de este trabajo, viendo la gran demanda por países que tiene la producción de pulpa, mostrando que Colombia por ser un país privilegiado por su sector agrícola le permite una mayor incursión en el mercado internacional, contrario a esto se puede observar que si este sector se industrializara más o buscara competir más tecnificada mente se podrían obtener mejores resultados a nivel internacional, ya que por ser solo algunas empresas las que han implementado estándares internacionales no permite que haya un desarrollo comercial a gran escala en este sector de la economía. Cabe destacar que gracias a las ventajas estacionales con las que cuenta

Colombia, se puede mantener una oferta constante por lo que se puede afianzar mucho más la sociedad estratégica con la que respecta a los productos agrícolas.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Colombia cuenta con las condiciones más favorables para el cultivo de todo tipo de frutas gracias a su ubicación geográfica, y con ello también hay empresas dedicadas al procesamiento de la pulpa de fruta con calidad de exportación.
- Se puede reconocer que los países que más consumen la pulpa de fruta de Colombia son Estados Unidos, seguido de Japón y Países bajos.
- Respecto a la investigación realizada, la empresa que más exporta pulpa de fruta desde la ciudad de Cúcuta es Fruttec SAS.

Recomendaciones

- Implementar un programa agrícola por parte del Estado, donde se le dé más oportunidades al campesino productor y al empresario exportador, generando un compromiso entre las partes y el gobierno, donde todos tengan garantías y beneficios por partes iguales.
- Crear programas de asistencia y asesoría a los campesinos con el fin de incrementar rendimiento y mejorar la calidad de la materia prima.
- Apoyar más al empresario que se dedica al procesamiento de la fruta, facilitando y mejorando la calidad en las vías de acceso y disminución en peajes a los puertos y a otras ciudades nacionales para la distribución de su producto.

- Crear plataformas de e-commerce y también realizar exitosamente acuerdos y negociaciones entre productores y clientes directamente.
- Tecnificar el sector agrícola para aprovechar las ventajas comparativas que el país tiene y de esta forma consolidarse como principal exportador de frutas y de productos agrícolas considerando que estos son de gran importancia.

ENCUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE FRUTA EN SAN JOSÉ DE CÚCUTA

Interesados en la exportación de pulpa de frutas, estudiantes de la Universidad Simón Bolívar diseñaron esta encuesta para reconocer la comercialización de pulpa de fruta en los supermercados , mini mercados , y supermercados de gran magnitud acentuados en la ciudad de San José de Cúcuta, esto con el objetivo de identificar los proveedores y como se maneja la comercialización de la pulpa de fruta, con el fin de realizar un plan de exportación para la pulpa de fruta de mango a mercados internacionales.

Agradecemos su colaboración, todos los datos obtenidos son solo con fines académicos.

- Nombre de la empresa:
- NIT de la empresa:
- ¿Su empresa comercializa la pulpa de fruta?
- SI ☐ NO ☐
- Si su respuesta fue negativa omita las siguientes preguntas y diríjase al final de la encuesta.
- Si su respuesta fue positiva, ¿cuál es la empresa que le distribuye la pulpa de fruta?
- La empresa que le distribuye la pulpa de fruta es de carácter:
- INTERNACIONAL ☐ NACIONAL ☐ LOCAL ☐
- ¿La pulpa de fruta tiene una venta regular en su empresa?
- SI ☐ NO ☐
- ¿Cómo considera el producto de la pulpa de fruta?
- ¿Le gustaría comercializar la pulpa de fruta?
- SI ☐ NO ☐

¡MUCHAS GRACIAS!

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreo, Y., & Becerra, B. (2016). Estudio de mercado, legal y técnico para la exportación de piña en la variedad MD2 (oro miel) y perolera del municipio Devillanueva Santander. 14-15-18-90. Buccaramanga, Colombia.
- Arango, C. (Marzo de 2016). Análisis de potencialidad de exportación de frutas colombianas al. 1-8-50. Colombia.
- Enrique., K. S. (2002). *Banco de la Republica*.
- Flores, j. (2018). Exportación de pulpa de mango kent al mercado de New York - USA. 11-27-35-92. Lima, Perú.
- Galindo, Mariana, & Ríos. (2015). “Exportaciones” en Serie de Estudios económicos. México.
- Gutierrez, A. M., & Riaño, F. (2013). Análisis de las posibilidades de exportación de productos agropecuarios colombianos hacia la República de Corea. 15-25-81. Bogotá, Colombia.
- Herrera, R. (2010). Las 5 fuerzas de Porter.
- Kalmanovitz, S., & López, E. E. (2002). Aspectos de la agricultura colombiana en el siglo XX. 1-3.
- Londoño, C., Uribe, S., & Gonzalez, Y. (2017). Estudio de mercado para la exportación de piña desde Colombia a Chile. 10-16-17-30-48. Medellín, Colombia.
- Martínez, V. (2013). Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica.
- Oficina Internacional del Trabajo. (2016). Comercialización. 12. Ginebra, Suiza.
- Pole, K. (2009). Diseño de metodologías mixtas. Una revisión de las estrategias para combinar metodologías cualitativas y cuantitativas. 40.
- Procolombia. (25 de Abril de 2015).
- Procolombia. (2018).
- Reguant, M., & Martínez, F. (2014). Operacionalización de conceptos/variables. 7-6. Barcelona, España.