

ESTUDIO DE MERCADO DE LA PITAHAYA AMARILLA APOYADO EN MPP DE LOS PAÍSES EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.

Market study of the Yellow Pitahaya supported by MPP of the Countries in the International context.

RECIBIDO:

; ACEPTADO:

Ángela María Ortiz Ramírez

amor6908@hotmail.com

Jessica Soto otero

jessika0689@hotmail.com

Andrés Felipe Vélez Gaviria

andres-ve94@hotmail.com

Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium –Unicatólica, Cali, Colombia

Resumen

Siendo Colombia un país rico en agricultura es necesario impulsar no sólo la comercialización de la fruta como materia prima sino generar la opción de crear valor agregado y de proceso para producir jarabes, mermeladas, dulces, pulpa, cosméticos, gelatinas, endulzantes (...), generando así ventaja competitiva al momento de exportar. Frutas como el aguacate, **la pitahaya**, la piña y la granadilla que se cultivan en Colombia, se están posicionando en los principales mercados mundiales. Este auge se debe no solo a la calidad de los productos sino al interés de la población por consumir alimentos saludables, lo que hace que sea un potencial proyecto de exportación, y es ahí donde radica la importancia de investigar y poder seleccionar el país con mayor posibilidad para incursionar con el producto especialmente por la necesidad de conocer ambientes diferentes que están relacionados a factores internos y externos propios de cada país; para el caso en particular, la exportación de la pitahaya amarilla.

Palabras Clave

Mercadeo, Competitividad, MPP

Abstract

Colombia being a country rich in agriculture, it is necessary not only to promote the commercialization of fruit as a raw material, but also to create the option of creating added value and of process to produce syrups, jams, sweets, pulp, cosmetics, gelatins, sweeteners, thus generating competitive advantage at the time of export. Fruits such as avocado, pitahaya, pineapple and granadilla grown in Colombia, are positioned in the main world markets. This boom is due not only to the quality of the products but also to the population's interest in consuming healthy food, which makes it a potential export project, and that is where the importance of researching and being able to select the country with greater possibility to venture with the product especially for the need to know different environments that are related to internal and external factors specific to each country; for the particular case, the export of the yellow Pitahaya.

Keywords

Marketing, Competitiveness, MPP

I. INTRODUCCIÓN

Antes de hablar de la comercialización y posible internacionalización de la fruta exótica pitahaya, es necesario mencionar que se requiere contar con la experiencia en calidad y producción, conocer el mercado externo para así enfrentar las principales barreras para las exportaciones de frutas colombianas. Vale la pena aprovechar el trabajo de expansión que han desarrollado otras empresas del sector agrícola e industrial, así como los tratados de libre comercio a los cuales podemos tomar como opción pero basado en el análisis previo y el conocimiento absoluto de lo que significa ingresar a otro país, y sobre todo tener en cuenta las restricciones de cada país, generando impacto de sostenibilidad y mejoramiento continuo de la actividad de producción de pitahaya. La pitahaya se caracteriza por su dulce y buen sabor, aspecto atrayente, efecto laxante, suave, donde ha sido aceptado por varios consumidores especialmente en el continente europeo.

Asopitaya es una institución gestora, líder en cultivo, procesamiento y comercialización de la pitahaya en fresco y procesada. Impulsa el sector productor y respalda el proceso de internacionalización de la misma.

Es por ello que en este artículo se quiere estudiar de forma holística todos los componentes, variables y mecanismos que intervienen en el proceso de exportación que busquen soportar una decisión basada en la investigación científica.

Se busca impulsar la economía colombiana mediante el desarrollo de un plan de exportación apoyado en la investigación, comportamiento en el tiempo, teniendo en cuenta criterios de mejoramiento continuo, actualización tecnológica y formación de su talento humano para competir ante un mercado de continuo crecimiento a nivel mundial.

El sector agrícola en Colombia es importante mencionar la Encuesta de Opinión Empresarial Agropecuaria la cual revela una mejora en la percepción económica de los productores del agro en los meses finales del 2016. En efecto, el 37,9 por ciento de los encuestados manifestó que su situación económica fue “buena” durante el último trimestre del 2016, en claro contraste con igual periodo del 2015, que fue de 27,9

por ciento, correspondiente a un avance del 10 por ciento en el periodo. (Espinosa, 2017)

Un factor a tener en cuenta son los fenómenos naturales a los cuales se está expuesto y que incide de manera directa al sector agrícola., pero incluso sin tener en cuenta esto último cabe resaltar la importancia de los problemas estructurales, la tecnología aplicada en los procesos y la competitividad generada que permita crear un equipamiento sólido para competir e incursionar ante un mercado y una demanda con tendencia a crecer.

La pitahaya tiene también múltiples beneficios, entre los cuales cabe destacar:

1. Tiene un gran aporte en vitamina C, para el cuerpo, es una excelente fuente de antioxidantes, contribuyen a reducir el riesgo de padecer enfermedades degenerativas, cáncer o las cardiovasculares.
2. Sus semillas mejoran el tránsito intestinal, generando que se vaya con mayor frecuencia al baño y evitar el estreñimiento.
3. El alto contenido en vitamina C la hace indispensable para la formación de huesos, el fortalecimiento de los dientes y el sistema inmunológico.

II. ESTADO DEL ARTE

El comercio internacional es un objetivo que la mayoría de empresas quiere explorar e implementar con el fin de dar a conocer sus productos y servicios a otros países, así mismo poder ampliar su mercado de manera acrecentada gracias a los objetivos propuestos por las empresas y gracias a la necesidad de realizar intercambios de bienes y servicios en donde los países o mercados intervenidos presentan algún tipo de necesidad.

“El Comercio internacional, actividad propulsora del intercambio de bienes, servicios, capitales y tecnologías entre los países, es hoy por hoy el componente más representativo de la riqueza y el poder del mundo”. (Sánchez, 2012)

La importancia del comercio internacional para una empresa y una economía es tener en cuenta la afirmación anterior en donde las empresas están en una constante búsqueda del crecimiento económico de la misma, además de impulsar la economía del propio país.

“...el Comercio Internacional se ha convertido en pieza fundamental para el acercamiento de los países en virtud al permanente interactuar comercial entre ellos, puesto que ningún país se puede abastecer por sí mismo” (Sánchez González; centro iberoamericano de estudios internacionales; 2012).

Todos los países y mercados realizaban producción de bienes y servicios de manera individualista, todo lo hacían a favor de las mismas personas y de las propias economías, pero llegaron momentos donde se vieron obligados a exportar sus productos a los demás países con el fin de hacer trueques por lo que a ellos les faltaba. Una economía debe de salir de los límites, probar diferentes maneras de impulsar y catapultar la economía.

Lo anterior se está vivenciando en este mismo momento, las empresas cada vez están más interesadas en la internacionalización de los productos con el fin de apostarle a nuevas economías que logren darle al país nuevas maneras de incentivar los mercados locales y esto ayudando a las empresas mismas percibir un mayor crecimiento y posicionamiento estratégico frente a las demás compañías.

Se debe tener en cuenta que la internacionalización se logra gracias a acuerdos o tratados que se firman entre los países con el fin de permitir la entrada de nuevos productos o servicios a los mercados locales pero además protegiéndolos con políticas internacionales generando una expansión inmediata de las empresas exportadoras e importadoras.

III. METODOLOGÍA

Se presenta un Estudio de Mercado de la fruta exótica Pitahaya amarilla Colombiana, frente al comercio internacional con el fin de determinar el país con mayor puntaje según la ponderación de variables establecidas por la matriz de preselección de países, para la exportación del producto en presentación como fruta entera. Estas variables enmarcan factores como: político, cambiario, tributario, económico, social, ambiental, vial, arancelario, geográfico, monetario, (...); los cuales permiten generar aproximaciones y conclusiones basadas en datos e investigación de carácter global y amplio.

El enfoque utilizado en este artículo es el enfoque mixto teniendo en cuenta que se desea internacionalizar un producto autóctono y exótico llamado pitahaya amarilla que se da en algunas regiones colombianas (Roldanillo – Valle del cauca, Restrepo – Valle del cauca, entre otros) donde se pudo apreciar que gracias a las características, beneficios y producción de esta fruta exótica, tiende a ser muy apetecida por mercados internacionales con fines alimenticios que tienen un sinnúmero de beneficios, y es aquí donde se utiliza el enfoque cualitativo. Ahora bien, para investigar a fondo esta fruta exótica y determinar conclusiones futuras, se encontraron valores y números que explicaban detalladamente la viabilidad de la exportación y la aceptación de los países destinos o mejor, a los países preseleccionados; y es aquí donde encontramos el enfoque cuantitativo, es por esto que se concluyó que el enfoque utilizado es el enfoque mixto. El alcance de la investigación es de tipo Exploratorio toda vez que el problema a investigar ha sido poco estudiado, o la información encontrada requiere de actualización continua por lo tanto sirve para obtener información de los posibles cambios que se generen en el mercado y el impacto del producto a estudiar en otros países.

Teniendo en cuenta lo anterior, se analiza inicialmente un enfoque cuantitativo, gracias a la página investigativa que se utilizó como fuente de información para la preselección de los países los datos generados eran numéricos, teniendo el grado de participación en la importación de la pitahaya amarilla.

En primera instancia, se procedió a generar la búsqueda en Trade Map del producto pitahaya el cual se encuentra en un grupo de productos, bajo la partida arancelaria número: 81090400 y se puede visualizar en el siguiente pantallazo:



Imagen 1. Creada por los autores (2017).Página de consulta de productos en mercados internacionales. Recuperado de: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Trade Map es una página de internet con “una inmensa cantidad de estadísticas comerciales en un formato accesible, fácil de usar e interactivo basado en la Web, Trade Map le

proporciona a los usuarios indicadores sobre el desempeño del mercado o del producto, la demanda, los mercados alternativos y el rol de los competidores.” (TradeMap, 2017)

En esta página se debe crear un usuario, el cual es de sencillo acceso, y así poder consultar una a una las variables macro económicas, políticas y sociales de los tres países con mayor índice de importación para este caso de pitahaya amarilla. Es por ello que en este trabajo investigativo se trabajó con tres países; consultado a cada país las variables dadas en la matriz de preselección de países, la cual va acompañada de una ponderación o calificación dada en peso de importancia y al final se obtiene un país preseleccionado según el mayor peso calificado, siendo este el que mayor probabilidad tiene para incursionar por exportación la pitahaya amarilla.

Según Trade Map y su filtro en datos estadísticos con respecto a la pitahaya se estableció que los 3 países con mayor índice de importación del producto son China, Vietnam y Países Bajos; los cuales serán usados en este estudio de mercado según el método de comparación y así determinar la mejor opción como destino de exportación.

IV. RESULTADOS

El ejercicio académico permitió generar como resultado una matriz que de forma panorámica refleja una serie de datos agrupados y relacionados entre sí. Las variables que se determinaron han permitido inferir comportamientos o posibles acercamientos de la realidad de otros países; claro está, basados en la investigación y datos compartidos a través de redes bibliográficas virtuales, porque es aquí donde se denota la importancia de visitar y afrontar la realidad que vive cada país, especialmente los tres que fueron objeto de estudio, se menciona de esta forma porque en muchas cosas la información encontrada puede ser desviada de la realidad si no se comprueba por el mismo involucrado.

Sin discutir que es una aproximación a la realidad del mundo de negocios internacionales, donde cada vez se va acrecentando la innovación y la competitividad entre empresas que quieren incursionar en el mundo del comercio exterior en búsqueda de expandir su negocio propio incentivando a su vez la economía nacional.

En definitiva, Colombia debe aprovechar el auge de frutas exóticas y tropicales que se presenta a nivel internacional ya que es un territorio potencial para cultivar, debido a su ubicación geográfica y especialmente al clima. Así puede aumentar sus exportaciones y beneficiar a los agricultores y a la economía del país. (CVN, 2016)

Se encontró que la pitahaya posee un amplio valor nutricional y medicinal lo que es equivalente a un producto con beneficios que incrementan las posibilidades de crear impacto en el exterior, si se sabe comercializar.

Por ejemplo en la matriz de preselección de países, se evidenciaron 20 variables las cuales permitieron conocer de una manera más detallada las características económicas de cada país y de esta forma poder evaluarlas con el fin de sacar conclusiones enfocado al objetivo específico que es lograr exportar pitahaya amarilla de manera eficiente y eficaz.

La variable de la tasa de crecimiento de las importaciones fue un punto importante a desarrollar y a concluir debido a que esta determina la variación de la cantidad de importaciones que realiza cada uno de los países preseleccionados entre el periodo 2015-2016, encontrando que tanto Países Bajos como Vietnam representaron una tasa de crecimiento del 4% frente a China lo que dio a entender que estos dos países tienen un potencial grande de importaciones de este producto.

Es importante hablar acerca del estado de las ventas colombianas al exterior, para ello, se consulta en la página del DANE (boletín técnico, marzo 2016). Las ventas externas de productos agropecuarios, alimentos y bebidas presentaron una caída de 30,7% al pasar de US\$626,0 millones FOB en el mes de enero de 2015 a US\$434,0 millones FOB en el mismo mes de 2016. Este comportamiento se explicó principalmente por la disminución en las exportaciones de café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café (-44,3%), flores y follaje cortados (-31,0%) y bananas frescas o secas (-31,5%) con una contribución conjunta de -28,8 puntos porcentuales.

Lo anterior permite conocer un poco acerca de cómo se encuentra el país en tema de exportación para el año 2016. Dando una idea de cómo esta Colombia frente al mundo.

De acuerdo a estudios la Pitahaya amarilla Colombiana tiene un sabor más dulce que la producida por otros países en el mundo, lo cual le genera una ventaja, ya que esto le abre puertas a muchos mercados bien será americanos o europeos, esta fruta es rica en su mayoría en agua, lo que la hace una fruta apetecible, ya que permite también su consumo en diferentes formas, dependiendo del consumidos, la cultura del país.

Colombia es un país rico en muchos aspectos naturales, la tierra colombiana es rica en nutrientes, lo cual contribuye con el sabor que las frutas cosechadas aquí, los pisos térmicos y el clima que hay en Colombia le dan la ventaja de producir fruta en estaciones del año que otros países productores de esta misma fruta no pueden hacer, haciendo que en ciertas épocas la demanda de frutas crezca.



Imagen 2. La Cesta – Frutas y verduras selectas (2017). Pitahaya Amarilla. Recuperado de: http://www.lacestadelafruta.com/index.php?route=product/product&product_id=187

La investigación realizada permite conocer una serie de países los cuales sirven de soporte para conocer la viabilidad de exportar esta fruta en su presentación (fruta entera) a uno de estos países, permitiéndole a Colombia, posicionarse en uno de estos, dándose a conocer y estableciendo nuevas relaciones de negocios que ayuden al crecimiento de la economía del país.

Aunque se debe tener en cuenta que Colombia no es el único productor de pitahaya amarilla, países como Nicaragua (máximo productor en Centroamérica de pitahaya roja.), Colombia (máximo productor de pitahaya amarilla), Ecuador (productor de ambos pitahaya roja y pitahaya amarilla), Vietnam (máximo productor de pitahaya roja en el sureste de Asia), Tailandia, Malasia e Israel, quienes también son productores de pitahaya roja (Malasia e Israel de pitahaya roja de pulpa roja y Tailandia roja por fuera pero de pulpa blanca).

Es importante destacar que también hay países que son grandes importadores de esta fruta, como son China, Vietnam y Países Bajos, siendo China uno de los grandes importadores de esta fruta en el mundo, aunque no precisamente de Colombia, Vietnam por su parte es otro

productor de pitahaya (roja), importa también de forma significativa la pitahaya amarilla del mundo, por otro lado, Países Bajos es el principal importador de esta fruta desde nuestro país, importando casi el 100% de lo que Colombia exporta hacia el mundo.

SAC	Descripción del producto	Países importadores desde Colombia			Colombia exportó hacia el mundo			Países importadores desde el mundo		
		Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2016*	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2016*	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2016*
081000	Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya...	48.913	62.871	50.247	56.982	66.031	67.043	180.483	187.933	184.831
081020	Fresco-maga, blanco y grosellas	0	0	0	0	0	0	2.292	1.989	2.409
081060	Dátiles, frescos	0	0	0	0	0	0	1.191	989	1.194
081070	Cajupú frescos	0	0	0	0	0	0	4.716	6.997	3.308

Imagen 3. Creada por los autores – TradeMap (2017). Consulta de mercados para pitahaya amarilla y frutos exóticos. Recuperado de: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Lo anterior hace a este país uno de los objetivos principales para querer exportar la fruta, A continuación, una tabla que nos muestra, el comportamiento que tuvieron las exportaciones colombianas en general, variación años 2015-2016. Extraída de la página del DANE.

1. COMPORTAMIENTO GENERAL DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro 1. Variación de las exportaciones
Enero 2016/2015^P

Grupos de productos (OMC)	Enero			
	2015	2016	Variación (%)	Contribución a Participación la variación
	(Millones de dólares FOB)			
Total	2.902,8	1.840,4	-36,6	100,0
Agropecuarias, alimentos y bebidas ¹	626,0	434,0	-30,7	-6,6
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.589,0	844,5	-46,9	-25,6
Manufacturas ³	591,4	487,4	-17,6	-3,6
Otros sectores ⁴	96,3	74,5	-22,6	-0,8

Fuente: DIAN. Cálculos: DANE - COMEX

Imagen 5. Boletín técnico exportaciones - DANE (2016).Comportamiento general de las exportaciones. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene16.pdf

En la página del DANE, también es posible encontrar que para el mes de enero del 2016, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 31,6% en el valor FOB total exportado; le siguieron en su orden, Panamá, Venezuela, China, Ecuador, Países Bajos y España. (DANE, 2016)

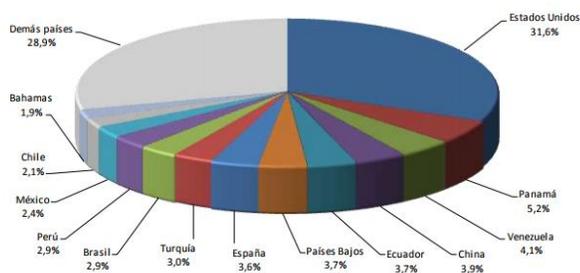


Imagen 6. DANE (2016). Participación porcentual del valor FOB de las exportaciones según el país destino. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene16.pdf

Hoy en día las persona buscan hábitos de vida saludable, y es una tendencia que se ha visto desde hace varios años, en Europa por ejemplo, el consumo de frutas frescas ha aumentado, tanto por mantener una buena salud como por la búsqueda de nuevos sabores, los problemas de como el sobre peso y demás enfermedades relacionadas con los malos hábitos alimenticios, ha hecho que el ser humano se concientice acerca de la forma en cómo se alimenta, queriendo “alargar” su pronóstico de vida, por lo cual muchas personas en el mundo han optado incluso por dar un giro rotundo a sus vidas, el ser humano hoy en día se preocupa mucho por como se ve, aunque esto puede sonar algo más de tipo vanidoso o estético, y si, si se es realista muchas personas se someten incluso a cirugías estéticas con el fin de conseguir la figura deseada, pero el mundo también es consciente de que sino cuida su alimentación y su forma de cuidarse, es por esto que las frutas por ejemplo se han convertido en un elemento casi indispensable en el plato de las personas.

En los gimnasios se ha incrementado el ingreso de personas, ya como se mencionó anteriormente el mundo está cambiando, y las persona hoy en día se preocupan más por tener un estilo de vida saludable, además de un hábito alimenticio óptimo para su salud; aunque hay muchas partes en las cuales se puede hacer ejercicio, el ser humano es un ser que le gusta trabajar en grupo, para muchos los gimnasios ayudan a la motivación para realizar actividades de ejercicio ya que no les gusta hacerlos solo, y al ver a otros hacerlo les genera confianza y motivación, la gente sale de la rutina, libera estrés, hoy en día la mayoría de los gimnasios tienen una atención para el público más personalizada, tanto que, incluso los entrenadores de gimnasios son en muchas ocasiones profesionales en deporte, en acondicionamiento físico, lo cual para muchos es un símbolo de confianza, pues para el caso de muchos hombres, los entrenadores se convierten en su “meta”.

Inclusive se ve mucho que los mismos entrenadores, realicen para sus clientes programas personalizados de acondicionamiento físico, acompañado siempre de dietas, las cuales contienen en su mayoría un alto consumo de proteínas, verduras y frutas, tanto en Colombia como en el resto del mundo hay gimnasios o centros de acondicionamiento físico, lo cual por una parte genera ventaja a la hora de querer exportar frutas de un país a otro, y es aquí donde la pitahaya y las frutas exóticas cumplen un papel fundamental en la dieta de las personas.



Imagen 7. Hola.com (2016). 10 claves emocionales que te ayudaran a perder peso. Recuperado de: <http://www.hola.com/cocina/nutricion/2016052385893/cons-ejos-adelgazar-psicologia/>

En Europa por ejemplo ha incrementado su consumo de frutas en los últimos años, lo cual es “luz verde” para Colombia para el tema de querer exportar frutas, Pitahaya por ejemplo a este continente.

Tendencias de la exportación de fruta:

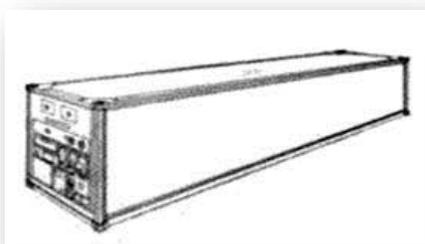
- Las tendencias en el mercado internacional demuestran que los países de la Unión Europea son los mayores consumidores de fruta del mundo.
- Actualmente existe una tendencia generalizada en Europa que busca alcanzar un estilo de vida saludable, en el que los alimentos orgánicos con certificaciones como GLOBALGAP o FAIR TRADE tienen gran importancia.
- Las importaciones de frutas frescas se concentran principalmente en Holanda, Alemania, Francia, Bélgica y Reino Unido donde hay un importante número de consumidores. Sin embargo, también hay una distribución importante hacia el resto del continente en mercados como Dinamarca, Finlandia, Polonia, Portugal, Suecia, Italia, España entre otros. (Procolombia, 2013).

Se debe tener en cuenta también que todo lo que tiene que ver con alimentos, debe cumplir una serie de requisitos sanitarios para que se puedan distribuir y consumir, cada país tiene su política para eso, la pitahaya por ejemplo, para la

exportación debe ir la fruta en excelentes condiciones, limpia, sana, sin heridas, sin espinas y empacadas en cajas que no superen los 13 kg, con un papel especial, lo cual permita que la fruta se conserve en buen estado y llegue al destino final en las condiciones requeridas.

El transporte de la fruta hacia Países Bajos es un tema muy importante, dado que se debe garantizar que la fruta llegue en el estado anteriormente mencionado, es por esto que se utiliza la forma de transporte marítimo, el producto va en cajas de cartón corrugadas y cada fruta va en bolsa individual termo selladas, para que la fruta se conserve dentro del contenedor, el cuál debe tener su propio equipo de generación de frío que permita la conservación de la fruta en buen estado, por contenedor debe ser máximo un peso de 28 toneladas, la temperatura del contenedor debe ser entre 7

– 12



grados centígrados.

Imagen 8. Affari Group (2017). Tipos de contenedores. Recuperado de: <http://www.affari.com.ar/conttt.htm>

Dependiendo de cómo aumenta la distancia de los mercados destinados para la exportación, así mismo, se incrementa la complejidad del sistema de empaque y embalaje requeridos para la distribución de la fruta.

Para esto es necesario que la investigación de mercado que se realiza sea lo más profunda posible, para así conocer las condiciones más adecuadas con las cuales se quiere entrar al mercado europeo.

En cuanto a la parte arancelaria, países importadores como China y Vietnam tienen una restricción arancelaria para la entrada de la fruta al país, bien sea arancel preferencial de 20% y 15% respectivamente y arancel general de 80% y 15%

respectivamente, mientras que Países Bajos, no tiene restricciones de tipo arancelario para que la fruta entre al país, lo cual también genera para Colombia una gran ventaja.

Los Países Bajos son la sexta potencia económica europea y el quinto exportador mundial de mercancías. El país se ha visto afectado especialmente por la crisis internacional y la crisis de la zona euro debido a su dependencia del comercio exterior. Tras dos años de recesión (2012-2013), la economía neerlandesa repuntó desde 2014. El crecimiento llegó a 1,7% del PIB en 2016, apoyado por el dinamismo del consumo de los hogares. La actividad debiera conservar su cómodo ritmo de incremento en 2017.

En 2016, la recuperación económica neerlandesa se fortaleció. La consolidación presupuestaria se prolongó, incluyendo recortes de ayudas sociales, y el saldo público recuperó el equilibrio. Sin contar intereses de la deuda y efectos pro cíclicos, el saldo público es ligeramente excedentario. La deuda pública se redujo y debiera pasar bajo 60% del PIB en 2017.

El sector agrícola representa menos de 2% del PIB del país y emplea a 2% de la población. Los rendimientos son altos y la explotación de la superficie agrícola es intensiva. Cerca de 60% de la producción se exporta, ya sea directamente o a través de la industria alimentaria, lo que convierte a los Países Bajos en el segundo exportador de productos agrícolas del mundo (después de Estados Unidos). (santandertrade, 2017).

Siguiendo con las variables dadas por la MPP, la participación colombiana del producto dio como resultado un 26% en países bajos concluyendo que este producto hace parte de las frutas exóticas más importadas en este país, siendo un objetivo clave a la hora de realizar exportaciones, debido a que hay muchas compañías en países bajos interesadas en la comercialización de dichas frutas para el consumo interno gracias a sus grandes beneficios y aportes nutricionales.

Tabla 1. Tabla de composición de alimentos. ICBF. Sexta edición, 1992. INCAP y FAO

Pitaya amarilla	
Factor Nutricional*	Contenido
Acido Ascórbico	4.0 mg
Agua	85.4 g
Calcio	10.0 mg
Calorías	50.0
Carbohidratos	13.2 g
Cenizas	0.4 g
Fibra	0.5 g
Fósforo	16.0 mg
Grasa	0.1 g
Hierro	0.3 mg
Niacina	0.2 mg
Proteínas	0.4 g
Riboflavina	0.0 mg
Tiamina	0.0 mg
Vitamina A	-U.I.



Imagen 9. COFACE (2017). Niveles de calificación de riesgo según COFACE. Recuperado de: <http://www.coface.com.pe/Actualidad-y-Publicaciones/Publicaciones/2017-Un-ano-de-riesgos-politicos-y-bancarios-para-los-paises-emergentes>.

Como en todos los países, existen leyes para la entrada de productos como el arancel y el IVA, anteriormente ya se había expuesto sobre el arancel para esta fruta exótica; continuando con la investigación existen impuestos que son cobrados cuando se va a comercializar dicho producto, esto es punto determinante a la hora de la expansión de nuevos mercados para compañías nacionales. El IVA que existe para este producto se maneja muy variable en los países como Vietnam y China, pero en países bajos gracias a los tratados multilaterales, le da a Colombia un IVA preferencial del 0% permitiendo una entrada más efectiva y un acceso al comercio internacional de manera más competitiva.

Con respecto a las restricciones técnicas del producto para todos los países se establece según los tres países que es un factor muy equitativo en exigencia toda vez que la pitahaya es un tipo de fruta exótica que requiere mantener en óptimas condiciones especialmente en la conservación para que sea consumido por los habitantes del país destino, éste factor es susceptible especialmente por el transporte y el empaque que influye mucho en que se conserve.

Es importante tener en cuenta que de los tres países con respecto a la población China, inicialmente se puede ver como una potencia en habitantes (1.379.000.000) y demanda para el consumo de la pitahaya, en cambio Países Bajos con (17.018.408) habitantes representa un mayor importación de la pitahaya amarilla puesto que no solo la utilización como consumo, sino que la utilizan para la reexportación hacia otros países, especialmente países europeos.

El riesgo de no pago en los Países Bajos, está representado por la calificación dada por el coface (A2) .se debe recordar que las calificaciones de este tipo están dadas en 8 niveles...

En coface se califica con las primeras letras del abecedario de forma ascendente siendo a mayor letra, representa un mayor riesgo, lo que significa que A2 es una muy buena calificación a tener en cuenta para la exportación de la pitahaya y frutas exóticas desde Colombia

Las ferias en cada país representan una gran oportunidad de expansión y exposición del producto, en donde se destacan sus principales características, además de que se forjan las relaciones comerciales con otros países para mantener el vínculo comercial.

Entonces, se puede decir que Países Bajos en una positiva opción de mercado para Colombia, dado que es un gran importador de pitahaya, bien sea para consumo propio del país o para que sea distribuido en la presentación que desee, ya que el producto se quiere exportar desde aquí de forma: fruta entera, con la pitahaya se pueden hacer muchas cosas, como por ejemplo, mermeladas, compotas, dulces, jarabes, pulpa, cosméticos por las propiedades que tiene, gelatinas, endulzantes y todo lo que se le ocurra a quien la compre, solo es dejarlo a la imaginación.

Gracias al acceso que tienen a los diferentes productos, su alto poder adquisitivo y su disposición para experimentar con nuevos sabores, las grandes ciudades y los centros urbanos son los que presentan un mayor nivel de consumo.

V. CONCLUSIONES

- La mayor calificación en ponderación de las variables fue Países Bajos con un porcentaje del 4.2%
- Países Bajos es el principal importador de pitahaya colombiana, es pequeño en términos de consumo de frutas exóticas, pero es de gran importancia como país importador, toda vez que varias de sus compañías se ha especializado en la comercialización de este producto no sólo en el mercado interno sino para su reexportación hacia otros países europeos.

- El régimen de preferencia arancelaria en Países Bajos incluye 6.600 productos diferentes si son de origen colombiano, entre los cuales se encuentra la pitahaya. Todos estos con arancel cero.
- El riesgo de no pago del país está representado por la calificación A2 siendo una calificación baja que representa un buen índice para ofertar el producto.
- Conocer un poco más acerca de los mercados internacionales, y el papel que juega Colombia tiene en ellos.
- Países bajos, no presenta restricciones de tipo técnico para el producto, lo cual genera ventaja para Colombia, ya que el producto nunca se verá “mal presentado”.

VI. REFERENCIAS

- CVN. (12 de Septiembre de 2016). *CVN*. Obtenido de <https://www.cvn.com.co/frutas-exoticas-colombianas-son-apetecidas-por-mercados-extranjeros/>
- DANE. (01 de 01 de 2016). *DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA*. Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_ene16.pdf
- Procolombia. (01 de 01 de 2013). *procolombia*. Obtenido de procolombia: <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/frutas-frescas>
- Sánchez, G. (2012). *Centro Iberoamericano de Estudios*. Obtenido de <http://www.fundacioncibei.org/la-importancia-del-comercio-internacional-una-breve-referencia-descriptiva/>
- santandertrade. (01 de 08 de 2017). *santander trade*. Obtenido de santander trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>
- TradeMap. (19 de 09 de 2017). *TradeMap*. Obtenido de www.trademap.org/stAbout_TradeMap.aspx?lang=es

VII. CURRÍCULO

Angela Maria Ortiz Ramirez. Técnico Laboral Asistente Administrativo con énfasis en mercadeo y ventas de la Escuela de Gestión y formación Empresarial Dempresa (2013), Técnico Profesional en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2016), Tecnóloga en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), Estudiante activa último semestre Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017) , Estudiante Activa de Seminario de profundización en Mercadeo y Negocios Internacionales Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017). Diplomado en Gestión integral de Seguros del Politécnico Grancolombiano (2016), Componente TIC del Politécnico Grancolombiano (2016), Diplomado en suscripción e indemnización en los ramos de seguros del Politécnico Grancolombiano (2017). Ex Auxiliar de Indemnizaciones Axa Colpatria Seguros S.A. (2012-2015); Actualmente me desempeño como Auxiliar de indemnizaciones de Seguros de Personas de la Zona Suroccidente en la Empresa Aseguradora Solidaria de Colombia (Desde 2015 a la fecha).

Jessica Soto Otero, Técnico Laboral Auxiliar Contable Y Financiero de la Escuela de Gestión y formación Empresarial Dempresa (2013), Técnico Profesional en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2016), Tecnóloga en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), actualmente, Estudiante de octavo semestre Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), Estudiante Activa de Seminario de profundización en Mercadeo y Negocios Internacionales Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), Actualmente Analista Nacional de Servicio, en el Grupo Coomeva, área de Solidaridad y Seguros, desde Junio 2017.

Andrés Felipe Vélez Gaviria, Técnico en electricidad y electrónica del Instituto Técnico Industrial San Juan Bosco (2012), Técnico Profesional en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2016), Tecnólogo en Gestión Empresarial de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), actualmente, Estudiante de octavo semestre Administración de Empresas de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), Estudiante Activo de Seminario de profundización en Mercadeo y Negocios Internacionales Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (2017), Actualmente

Ortiz, A. Soto, J. Vélez, A. (2017)

Técnico en Sistemas en empresa tecnológica Global
Hardware, área de soporte técnico desde febrero 2014.