

Internacionalización y comercialización del fruto mangostán a Europa

Julián Andrés Romero Ribero
Cristian Felipe Quesada Rodríguez
Andrea Stefania Martínez Castañeda

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2019

Internacionalización y comercialización del fruto mangostán a Europa

Julián Andrés Romero Ribero
Cristian Felipe Quesada Rodríguez
Andrea Stefania Martínez Castañeda

Directora
Claudia Paola García Castiblanco

Trabajo de grado para optar al título en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2019

Resumen

El presente trabajo de investigación se elaboró con el fin de establecer y brindar información oportuna y actual a los productores nacionales de frutas exóticas como el mangostán, acerca de las oportunidades comerciales que estos tienen con países pertenecientes a la Unión Europea (UE), teniendo en cuenta el aumento considerable del consumo de este tipo de frutas en estos países, además del acuerdo comercial que rige entre Colombia y la UE. Con el objetivo de hacer crecer el sector agrícola del país con fines de exportación, estableciendo estrategias para la comercialización de este tipo de bienes en diferentes mercados, facilitando el desarrollo económico del sector y del país. Así mismo, se buscó informar a los empresarios colombianos acerca de los potenciales consumidores, estableciendo métodos de ingreso a estos nichos, así como, dar a conocer las ventajas y desventajas que poseen nuestros productores nacionales a la hora de entrar a estos mercados objetivos, obteniendo como resultado la identificación de dos principales países destino: Alemania y Países Bajos.

Palabras clave: Frutas exóticas, Exportaciones, Unión Europea, mangostán, arancel.

Abstract

This research work was developed in order to establish and provide timely and current information to domestic producers of exotic fruits such as mango and mangosteen, about their business opportunities with countries European Union (EU), taking into account the considerable increase in fruit consumption in these countries, in addition to the trade agreement between Colombia and the EU. With the aim of growing the agricultural sector of the country for export purposes, establishing strategies for the commercialization of this type of goods in different markets, facilitating the economic development of the sector and the country. Likewise, it sought to inform Colombian entrepreneurs about potential consumers, establishing methods of entry to these niches, as well as, to publicize the advantages and disadvantages that our domestic producers possess when entering these objective markets, resulting in the achievement of two main target countries: Germany and the Netherlands.

Key words: Exotic fruits, Mangosteen, European Union, Tariff, Export.

Tabla de contenidos

Introducción	7
Planteamiento del problema.....	9
Pregunta.....	10
Objetivos.....	11
General	11
Específicos.....	11
Marcos de referencia.....	12
Estado del arte	12
Marco teórico	15
Metodología de la investigación.....	17
Capítulo I. Características y desarrollo de productos derivados de Mangostán en	18
El Mangostino	20
Características físicas	21
Comercialización.....	23
Colombia – Estados Unidos.	24
Colombia – Europa.....	24
Producción nacional de mangostino.	26
Exportaciones	28
Capítulo 2. Comportamiento de las frutas exóticas en Europa.....	32
Economía.....	32
Características generales del mercado de frutas europeo	36
Tabla 10.	38
Requisitos y Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	41
Medidas según el acuerdo comercial Unión Europea- Colombia	42
Comisión Europea	42
Requisitos fitosanitarios	42
Capítulo 3. Identificación de mercados potenciales y estrategias para lograr la internacionalización de mangostán en Europa.....	44
Principales mercados para comercializar	44

Holanda un gran distribuidor de fruta exótica en la UE	46
El comercio de frutas en Holanda.....	48
Principales importaciones en el país.....	49
Alemania una oportunidad de expandir el mercado de frutas	50
Importaciones de Alemania en el sector de las frutas y hortalizas	52
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Referencias.....	56

Introducción

El presente trabajo expone la investigación que se ha realizado acerca de una de las frutas exóticas de mayor auge en el mundo actualmente, el mangostino, muchas personas lo consumen por sus propiedades medicinales, por salud o gusto. Precisamente este crecimiento ha empujado a varias economías tradicionales a cultivar, producir y exportar este producto. La investigación desea estudiar la viabilidad de la producción y comercialización desde algunas regiones de Colombia, en consecuencia, busca identificar los países potenciales, analizando sus economías, demanda y rutas logísticas para poder identificar todo el proceso de internalización de la fruta exótica.

El principal objetivo es demostrar la oportunidad de exportación del Mangostino a Europa aplicando métodos de investigación cualitativa, exponiendo las principales variables del mercado europeo y comportamiento del continente. De igual manera el trabajo muestra cómo se comportan las exportaciones de frutas exóticas desde Colombia, el crecimiento que ha tenido en los últimos años y los beneficios internacionales que ha adquirido por exportación de la fruta.

En cuanto a la metodología de la investigación se desarrolló bajo un análisis descriptivo y la teoría de ventaja absoluta. La investigación se basa en fuentes secundarias principalmente bases de datos como Legiscomex, cámara de comercio, DANE, y fuentes especializadas de comercio internacional. Las limitaciones a las que se ha visto sometida la investigación es la recolección de información de una fuente primaria como de empresarios o exportadores del sector.

La estructura de la investigación se divide en capítulos, el cual el primero expone las características químicas y físicas del producto junto a la situación actual del mangostino en Colombia. El segundo capítulo refleja el estudio de identificación de países potenciales en Europa, es decir sus características, demanda de frutas, importaciones que realizan, alianzas que tienen y en general las características necesarias para entender al cliente. El tercer capítulo abarca la segmentación del mercado al cuál va dirigido el producto, se desarrolla el perfil del consumidor y finaliza con el planteamiento de la estrategia de exportación en forma detallada.

Para justificar el presente trabajo se puede decir que las exportaciones de frutas exóticas desde Colombia crecen a tasas del 5%, una oportunidad que presenta las exportaciones del mangostino a la unión europea es que tienen un arancel de 0%. Las temperaturas de la región del Tolima son apropiadas para el cultivo, las propiedades físicas y químicas del suelo permiten el desarrollo

efectivo de la fruta. La investigación reveló que se han implementado mejoras en la producción de mangostino, por consecuencia el rendimiento por tonelada ha alcanzado los niveles más altos en los últimos años con el mismo número de hectáreas sembradas se ha alcanzado mayor producción que permite obtener mayor utilidad y capacidad para atender la demanda de los países. Esta investigación permitirá a empresarios o personas interesadas en la siembra de este producto para que tengan información segura para crear su plan exportador y que gracias a este puedan explotar el potencial que tiene el país en el mercado de las frutas exóticas.

Planteamiento del problema

En la actualidad Colombia tiene varios Tratados de Libre Comercio (TLC) suscritos con varios países y bloques comerciales como lo es la Unión Europea, los cuales pueden ayudarle a los productores agrícolas del país a mejorar sus oportunidades comerciales en el exterior, todo esto gracias a los beneficios arancelarios y a las ventajas comerciales que se les brinda a través de estos acuerdos. Además, teniendo en cuenta la ubicación geográfica, topográfica y la amplia variedad de climas, Colombia posee una serie de ventajas competitivas en cuanto a la producción de ciertos bienes como los son las frutas exóticas, (entre ellas el mangostino) las cuales, teniendo en cuenta las tendencias de consumo sano, tiene la posibilidad de conquistar mercados internacionales.

En cuanto al mangostino, es importante en primer lugar entender el significado del mangostán, cuyo nombre botánico es *Garcinia mangostana*, el mangostán es una fruta que se origina en el Suroeste de Asia, su consumo es preferiblemente fresco debido a sus altas propiedades benéficas para la salud y contenido medicinal, además tiene un alto contenido calórico (12% de azúcar). También se puede consumir en jugos y enlatados. Su cáscara tiene propiedades que ayudan a combatir la diarrea y la disentería (Geilfus, 1994).

Por otro lado, el mangostán o también llamada “reina de las frutas” se produce en dos temporadas, la primera se da entre noviembre y febrero, y la segunda va desde el mes de julio a agosto, por lo general da entre 200 y 1500 frutos por año cada árbol, dependiendo la edad del mismo. Los arboles de esta fruta exótica dan fruto a partir del séptimo año después de la siembra y su producción puede durar 100 años. Al igual que el mango, el mangostán se cultiva principalmente en el departamento de Tolima, municipio de Mariquita (Portal Frutícola, 2013).

Según un reciente estudio los países importadores o consumidores de los productos con base en el mangostán son: Holanda, Alemania, Francia, Reino Unido y España. Estos países tienen gusto y aprecian los frutos tropicales o exóticos, por su carácter saludable; el mangostán por ser de esta naturaleza y debido a que en estos países no se da su cultivo es muy apetecida por ellos. Por lo cual estos países europeos se convierten en un mercado potencial de exportación de este producto (OEC, 2017). A su vez los productores colombianos se beneficiarán de importaciones sin gravamen arancelario para bienes e insumos lo que los hará más competitivos a nivel mundial, accediendo a mercados que actualmente en la Unión Europea mantienen el cobro del arancel dependiendo del origen de importación.

Teniendo en cuenta que Colombia es un país fértil y diverso en su fauna y flora, existe todavía la posibilidad de explotar esta riqueza, que en algunos casos no han sido netamente industrializadas debido al poco conocimiento, entre ellas se encuentra el mangostán, debido a que su cultivo requiere un tipo de clima muy especial, su fruto tiene un aroma y sabor peculiar y más que todo posee un gran contenido en proteínas y vitaminas. Es por ello que, en el presente trabajo de investigación, surge la necesidad de dar a conocer los beneficios, los usos, la capacidad de exportación de mangostino y así también las herramientas con las que cuenta Colombia para la comercialización de esta fruta no tradicional y así poder determinar mercados europeos potenciales, teniendo en cuenta que Europa es el mayor importador mundial de alimentos, especialmente de países que se encuentran en vía de desarrollo.

A partir de lo anteriormente expuesto, se considera que existe una buena cantidad de oportunidades comerciales las cuales no están siendo aprovechadas por los productores de frutas nacionales, teniendo en cuenta la existencia del TLC con la Unión Europea, lo que les brindaría ventajas a estos empresarios colombianos frente a otros competidores del mercado.

Pregunta

¿Cuáles son los mercados más atractivos para internacionalizar y comercializar el fruto Mangostán a países europeos y que estrategia de puede emplear?

Objetivos

General

Identificar mercados y establecer estrategias para internacionalizar y comercializar el fruto Mangostán a países europeos.

Específicos

- Analizar la producción y el proceso de cultivo del Mangostán en Colombia y sus principales competidores
- Estudiar el comportamiento del mercado fructífero especialmente el Mangostán en Europa.
- Establecer estrategias para lograr la internacionalización de Mangostán en Europa.

Marcos de referencia

Estado del arte

El sector de las frutas exóticas cuenta con grandes oportunidades en el mercado para Colombia, teniendo en cuenta que es un sector muy joven, ha mostrado en los últimos años evidencia significativa en el flujo de las exportaciones de estos productos al exterior, generando grandes oportunidades económicas y de expansión. Para entender las dinámicas de comercialización del mangostino, es necesario describir y nombrar estudios similares que ya se hayan realizado, por consiguiente, se expondrán investigaciones de varios autores, que, por medio, de sus estudios, pensamiento y participación en procesos ya realizados sobre frutas exóticas, permitan contextualizar la siguiente investigación en aras a la exportación de estos.

Según Benavides (2016) en su proyecto llamado: *“potencialidad de exportación de mangostino liofilizado con destino al mercado farmacéutico de la eurozona”* expone la importancia de diversificar el mercado de frutas exóticas, argumentando la creciente demanda de los países desarrollados por el consumo de productos orgánicos que cuiden el cuerpo humano, esto fomentará el crecimiento de la oferta de las frutas exóticas a nivel mundial. El desarrollo farmacéutico de países desarrollados como Japón y Asia en frutas como el mangostino han potenciado el interés por generar procesos de comercialización de estos, de igual manera, el documento describe las características físico – químicas de estas frutas exóticas, el proceso de extracción de las propiedades de este tipo de frutas al servicio del sector farmacéutico, desde diferentes investigaciones, que muestran los resultados positivos al utilizar las frutas exóticas como el mangostino en este tipo de industria. Por último, expone el crecimiento de los procesos de importación de los últimos años y la gestión aduanera que hay que realizar para lograr procesos de comercialización exitosos a nivel internacional.

Ramírez (2016), del programa de Finanzas y Comercio Internacional, de la Universidad de la Salle (Bogotá-Colombia), realiza un plan de exportación para el consumo del mangostino liofilizado para ser utilizado con fines farmacéuticos en la Eurozona. El documento expone cómo se realizó la exportación del fruto desde Colombia a diferentes países a nivel mundial en los años 2009 a 2014. La investigación se enfoca principalmente en la evaluación de la exportación del

mangostino para producir medicamentos, teniendo en cuenta recopilación, análisis y evaluación de otras investigaciones de mercado, para lo cual se establecieron tres categorías: en primer lugar, determinar la oferta de la exportación a nivel nacional e internacional en cuanto a calidad, volumen y variables. En segundo lugar, caracterizar y clasificar las empresas potenciales para la exportación y producción de los fármacos, a nivel de ubicación, tamaño y venta de productos. En tercer lugar, delimitar el nicho de mercado. La conclusión a la que llega la investigación es que en Colombia se cuenta con una ventaja a nivel regional en cuanto a la producción y comercialización del producto, pero cuenta con muy pocas políticas agrarias para la distribución de frutos exóticos e incentivar a inversionistas para la exportación de los mismos. Así mismo la evaluación del mercado a nivel europeo, lleva a concluir que los laboratorios aun dependen de componentes químicos para la elaboración de productos orgánicos y necesitan de los países productores para la fabricación de fármacos 100% naturales.

Una propuesta más específica de exportación es la realizada por Cortes & Torres (2015), del programa de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomas (Bogotá – Colombia), este proyecto diseño un plan de negocio que permita constituir una empresa para realizar exportaciones de mangostino a países de alta demanda pero poca oferta como lo es Canadá, en el documento se exponen las propiedades físico – químicas de este producto, enfocándolas a alto poder que tiene esté como antioxidante y su naturaleza terapéutica. Dicho plan de negocios, fue diseñado y elaborado por medio de la metodología que utiliza el Fondo Emprender del SENA, construyendo la organización y orientándose por medio de esta entidad en los procesos de exportación, desde un estudio de mercado que les permitiera segmentar los clientes y clasificar la demanda y la oferta, para finalmente realizar un cálculo de gastos, costos, tasa de interés, para una posible financiación y una proyección de ventas a siete años.

Finalmente, Guarnizo, Góngora y Segura (2017), realizan un estudio en la Universidad de la Salle (Bogotá – Colombia), en este se pretende formalizar la empresa Colombia Pulp S.A.S, la cual está pensada para distribuir y comercializar al mercado canadiense (Toronto), frutas exóticas como el Aguacate Hass, el Mangostino y la Gulupa, señalando este tipo de exportaciones como un factor diferencial para ofrecer al mercado, utilizando como estrategia de ventas y comercialización los beneficios en cuanto salud, a nivel ambiental y la calidad del producto ofrecido por las tierras

colombianas, resaltando la importancia de aprovechar el tratado de libre comercio que hay establecido entre Colombia y Canadá.

Para concluir, es importante destacar que el presente proyecto además de analizar información de estudios ya terminados, su intención principal es exponer las características y buscar el potencial que tiene el fruto exótico llamado mangostino en el mercado europeo, e intentar identificar oportunidades de exportación por ser un fruto de gran demanda, de igual forma se debe tener en cuenta que es un producto apetecido por su olor aromatizante entre otros, generando nuevas oportunidades económicas para Colombia.

Marco teórico

El marco teórico que apoya la presente investigación se fundamenta en la teoría de la integración y la teoría clásica de la ventaja absoluta, esta última fue anunciada por Adam Smith (1723-1790), quien postuló que, bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir las mercancías en las que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados como cambio para las importaciones de los bienes que se podrían producir más eficientemente en otra parte.

La misma teoría expone, que cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de producción en términos de mano de obra con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían beneficiados con el comercio y se lograría la eficiencia a nivel internacional, su idea principal es básicamente la de que para que exista comercio entre dos países, uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercian. Que un país tenga ventaja absoluta en la producción de un bien, significa que ese país puede producir una unidad de ese bien con una menor cantidad de trabajo que la usada por el otro país para producir el mismo bien.

Los países exportan aquellos bienes, cuya producción requieren menos trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en cuya producción requieren más trabajo que otras naciones, de ahí que, desde esta perspectiva, el libre comercio internacional es mutuamente beneficioso para los países participantes.

Teniendo en cuenta todo lo anterior y tomando de referencia esta teoría y aplicándola a la investigación se logra apreciar que dadas las condiciones climatológicas, geográficas y medio ambientales, es necesario considerar que Colombia tiene una ventaja absoluta frente al nicho de mercado, que en este caso es la Unión Europea, dado que, por las circunstancias en las cuales se da el cultivo y producción de la naturaleza exótica de la fruta, el cultivo del mangostino en países europeos no es tan factible, lo que por consecuencia da una superioridad a Colombia en cuanto a la producción de este tipo de bienes, siendo está una oportunidad de negocio que debe ser aprovechada, puesto que además de tener la ventaja absoluta, en cuanto a temas de comercio internacional, este tipo de productos tienen un 0% de arancel dentro del mercado de la Unión Europea, esto genera que productores nacionales opten por comerciales estos bienes, obteniendo

beneficios, y de esta misma manera, la competitividad frente a otros productos de esta índole comerciados sea a menor escala (Procolombia, s, f).

Además, de la teoría anteriormente nombrada también se toma como referencia la Teoría de la Integración Económica en donde se trata de conocer y comprender los cambios que se producen como consecuencia de la unificación de los mercados de diversos países en sus distintas fases o grados. Todo proceso de integración económica implica un sistema de discriminación aduanera entre naciones ya que las importaciones de un mismo producto están sujetas a distintos aranceles y barreras dependiendo de que el país de origen pertenezca o no al grupo que se integra. Esto implica que, alguien se beneficia y alguien se perjudica, por tanto, al analizar los efectos de una integración económica, hay que partir de la base de que el objetivo de la integración económica es formar espacios económicos más amplios en los que se puedan aprovechar las ventajas del comercio internacional, como la creciente especialización o el incremento de la productividad.

La integración económica produce cambios en la eficiencia global, es decir, en la capacidad total de producir bienes y servicios que satisfacen necesidades del consumidor, y en la forma de distribución de lo producido, la Teoría de la Integración Económica se centró inicialmente en estudiar los efectos sobre el sistema productivo y en los beneficios y perjuicios que este librecambismo trae consigo (Martínez, 2001).

Aplicando esta teoría a la presente investigación se podría relacionar con la integración económica que tiene en este momento Colombia con la Unión Europea a través de la firma del TLC, sin dejar de lado todo lo que con ello acarrea, pero tomando en consideración que el mangostino no es producido en Europa y que el arancel para este tipo de frutos exóticos es de 0%, se evidencia que dentro del proceso de comercialización de estos tipos de bienes los beneficios son superiores a los perjuicios, lo que da a entender que a través de estas teorías se pueden orientar los procesos de comercialización, con el fin de establecer un estudio de mercado que ayude a diseñar procesos que permitan la internacionalización del fruto en el continente europeo.

Metodología de la investigación

En el presente trabajo de investigación se emplea un método de investigación cualitativo dado que está basado en diferentes investigaciones y opiniones, en donde se establece y se recolecta toda la información posible del tema objeto de estudio y se relaciona con teorías propuestas que buscan orientar el análisis del proyecto investigativo, el presente estudio se enmarcó dentro del siguiente tipo de investigación: Descriptiva.

El tipo de investigación que se aplicó para este estudio corresponde a una investigación de carácter descriptivo y exploratorio. Se dice que es de tipo descriptivo ya que permite describir y poner en evidencia la situación actual de la producción y comercialización del mangostino en Colombia, y así poder establecer mediante la exploración de la producción, las condiciones reales de exportación y desarrollo de este producto, una vez hecho lo anterior poder así determinar el comportamiento de las variables macroeconómicas que proponen los estudios de inteligencia de mercados y establecer la viabilidad de la exportación de este producto en diversos mercados.

La investigación, se circunscribe a un estudio descriptivo, donde la recolección de datos sobre la base de una teoría y de un grupo de investigaciones, ha permitido describir de una manera más objetiva el proceso por el cual se produce el mangostino y por consecuencia a esto se establece la posible internacionalización y comercialización hacia países europeos, a través, de la indagación de información se constituye como mercado objetivo. La información que se recolecta durante la elaboración del presente estudio se hace a través de fuentes secundarias de donde se extrae lo primordial y necesario que permita construir la investigación y definir el proceso de comercio de esta fruta en países europeos.

Capítulo I. Características y desarrollo de productos derivados de Mangostán en Colombia

A nivel general las frutas exóticas se caracterizan porque tienen una apariencia y sabor único, que las hace diferentes a las frutas convencionales, normalmente presentan un sabor ácido y dulce, por estas características mitigan la sed y presentan propiedades medicinales y terapéuticas. Este tipo de frutas tiene un alto contenido de agua, son diuréticas e ideales para el riñón, uno de los usos más frecuentes son los farmacéuticos para mejorar la digestión. Aportan de manera significativa al cuerpo en vitaminas, hierro y calcio. Las frutas más exóticas de Colombia son: la chuva, el tomate de árbol, la chirimoya, el maracuyá, el mango, la granadilla entre otras (Inteligencia de Mercados, 2013).

El presente capítulo tiene por objetivo realizar una caracterización de la producción y comercialización del mangostino, que es una de las frutas exóticas que el país está en capacidad de producir y exportar, con el ánimo de conocer las condiciones nacionales e internacionales del mercado. Legiscomex.com (citado Inteligencia de Mercados, 2013) señala que las principales frutas de clasificación como exóticas en diferentes mercados han sido los siguientes: Uchuva, Gulupa, Granadilla, Pitahaya, Tomate de árbol, Maracuyá, Feijoa, Chirimoya, Árandanos, Mango, de esta manera, se clasifico las frutas con un código arancelario; el código asignado para el mangostino es 0804.50.20.00, esta es la identificación que permite realizar el proceso de exportación, tal cual como se describe en la tabla 1.

Tabla 1.

Clasificación Arancelaria.

No	Posición Arancelaria	Descripción
1	0810.90.50.00	Uchuvas (aguaymanto uvillas) (<i>Physalis Peruviana</i>)
2	0810.90.10.30	Gulupa (maracuya morado) (<i>Passiflora edulis</i> var. <i>Edulis</i>)
3	0810.90.10.10	Granadilla (<i>Passiflora ligularis</i>)
4	0810.90.40.00	Pitahayas (<i>Cereus</i> spp.)
5	0810.90.30.00	Tomate de arbol (lima tomate tamarillo) (<i>Cyphomandra betacea</i>)
6	0810.90.90.10	Feijoa (<i>Acca sellowiana</i> , Feijoo sellowiana)
7	0810.90.10.20	Maracuya (parchita) (<i>Passiflora edulis</i> var. <i>Flavicarpa</i>)
8	0810.90.20.00	Chirimoya, guanabana y demas anonas (<i>Annona</i> spp.)
9	0810.40.00.00	Arandanos rojos, mirtilos y demas frutos del genero <i>Vaccinium</i>

10	0804.50.20.00	Kiwis
11	0804.50.20.00	Mangos y Mangostanes

Nota. Arancel Armonizado de Colombia, Legis S.A. Sustraído de: Inteligencia de Mercados (2013).

Dado que el mangostán o mangostines es una fruta exótica que cuenta con partida arancelaria propia, se encuentra asociada a la partida 0804.50.20.00 – Mangos y Mangostanes; cabe destacar el desarrollo económico que ha tenido en el país permitiendo nuevos emprendimientos asociados a exportar diversos frutos exóticos en diferentes lugares del mundo con el fin de satisfacer las necesidades de otros países en cuánto a la demanda de frutas, en Colombia en los últimos cinco años se ha obtenido un crecimiento bastante amplio en ingresos relacionados a las exportaciones de frutas, encontrando que las frutas con mayor exportación son las que se describen en la tabla 2. El mangostino se ubica en el séptimo lugar de frutas exportadas aportando al PIB US 1,2 millones de dólares, una cifra relativamente alta con unos ingresos considerables que dejan al mercado de las frutas exóticas muy bien ubicado a nivel mundial.

El proceso de exportación de alimentos, productos o bienes tangibles, deben cumplir, con la Ley de la Unión Europea de comercio exterior R 2204/ de 1999, la cual modifica el anexo I del Reglamento (CEE) no 2658 de 1987 del Consejo sobre la nomenclatura arancelaria y estadística y el arancel aduanero común, en este se modifican los títulos, subtítulos, capítulos de las actividades arancelarias determinadas por condiciones generales. El capítulo 8, de esta Ley determina que Las frutas y otros frutos refrigerados se clasifican en las mismas partidas que las frutas y frutos frescos correspondientes. De igual manera Las frutas y otros frutos secos de este capítulo pueden estar parcialmente rehidratados o tratados para los fines siguientes:

a) mejorar su conservación o estabilidad (por ejemplo: mediante tratamiento térmico moderado, sulfurado, adición de ácido sórbico o de sorbato de potasio), b) mejorar o mantener su aspecto (por ejemplo: por adición de aceite vegetal o pequeñas cantidades de jarabe de glucosa), siempre que conserven el carácter de frutas o frutos secos. (DOCE, 12999, p. 45).

De igual manera esta misma Ley señala que el contenido de azúcares, calculado en sacarosa, de los productos incluidos en ese mismo capítulo corresponde a la cifra proporcionada por el refractómetro utilizado según el método previsto en el anexo del Reglamento (CEE) n° 558/93 -y multiplicado por el factor 0,95- a una temperatura de 20 °C.

Adicionalmente aclara que las subpartidas 0811 90 11, 0811 90 31 y 0811 90 85, se entiende por frutos tropicales los guayabas, mangos, mangostanes, papayas, tamarindos, peras de marañón (merey, cajuil, anacardo, cajú), litchis, frutos del árbol del pan, sapolillos, frutos de la pasión, carambolas y pitahayas.

Tabla 2

Las 10 Frutas Exóticas más exportadas desde Colombia

Fruta	Utilidad
Aguacate	US 44,8 Millones
Gulupa o Maracuyá Morado	US 23,5 Millones
Piñas	US 6,3 Millones
Uchuvas	US 3,9 Millones
Limón Tahití	US 1,4 Millones
Granadilla	US 1,2 Millones
Tomate de árbol	US 626 Mil
Mangos o Mangostines	US 622 Mil
Naranjilla de Quito	US 547 Mil

Nota. El Tiempo, exportación frutas exóticas Colombia (2018).

El Mangostino

Aunque el Mangostán o Mangostino no es de origen latino; es catalogada a nivel mundial como la fruta de los reyes o fruta de los Dioses a raíz de su sabor delicioso, peculiar y propiedades medicinales. Cuenta la leyenda que la reina Victoria prometió el título de caballero a cualquier persona que le llevara un Mangostino fresco para ella degustarlo. Sin embargo, nadie logró el cometido pues semanas de largos viajes imposibilitaban que la fruta llegara fresca y gracias al interés del monarca el fruto comenzó a ser llamado: ‘la reina de las frutas’. Desde entonces, lleva consigo este sobrenombre o apodo de selectividad (El Olfato, 2019).

En Colombia esta fruta exótica es cultivada en Mariquita (Tolima), ya que es una fruta que necesita climas cálidos, veranos e inviernos extensos, además de suelos muy fértiles y drenados por su largo y lento proceso de cultivo. Es un árbol de tamaño mediano que crece hasta 10 m de

altura, su sistema radicular consiste en un pivote desprovisto de ramificaciones, las raíces laterales se desarrollan poco, sus hojas son elípticas a ovadas, con una longitud de 10 - 30 cm, los bordes son ondulados, los pecíolos varían entre 1 - 3 cm de longitud. Se ha evidenciado que hay presencia de flores masculinas y femeninas, normalmente pentámeras de color verde. Frutos globosos u ovoides, de cáscara morada y carne blanca; dentro de la cáscara se encuentran de 6 a 8 gajos en tonos pasteles muy atractivos. El fruto posee pocas semillas o algunas veces están ausentes (Asohofrucol, s, f).

El mangostán es ultra-tropical. No puede tolerar temperaturas por debajo de 20°C, ni superiores a 37,78°C. Las plántulas en semillero mueren a 7,22°C; normalmente requiere de alta humedad atmosférica y una precipitación anual de al menos 127 cm, y no resiste largos períodos de sequía. El árbol no se adapta a la piedra caliza y dan mejores resultados en los suelos orgánicos ricos y profundos, especialmente de arena o arcilla laterítica a que este tipo de suelos contiene gran cantidad de hierro, alúmina entre otros minerales. El árbol necesita un buen drenaje y el agua debe estar unos 1,8 m por debajo del nivel del suelo.

Características físicas

El árbol del mangostán es de muy lento crecimiento, erecto, con corona piramidal, alcanza de 6 a 25 m de altura, la corteza de color marrón oscuro o casi negro, con escamas, la corteza interior de color amarillo contiene mucho látex gomoso y amargo. Las hojas de tallo corto y larga duración, ovaladas o elípticas, de tacto similar a un cuero y gruesas, de color verde oscuro, ligeramente brillantes por encima, amarillo-verde y sin brillo abajo, de 9 a 25 cm de largo, 4.5 a 10 cm de ancho. Las hojas nuevas son de color rosa (Okdiario, 2017).

Flores, 4 a 5 cm de ancho y carnosas, pueden ser machos o hermafroditas en el mismo árbol. Las primeras están en grupos de 3 a 9 en la punta de las ramas; tienen 4 sépalos y 4 pétalos en forma de huevo, gruesos y carnosos, color verde con manchas rojas en el exterior, el interior de color rojo amarillento, y con muchos estambres cuyas anteras (parte superior del estambre de la flor que contiene el polen) no tienen polen. Las hermafroditas nacen por separado o en parejas en las puntas de las ramas jóvenes; sus pétalos pueden ser de color amarillento-verdoso con bordes de color rojo o mayormente rojo y se marchitan rápidamente.

Se caracteriza por ser una fruta cerrado por un destacado cáliz en el extremo del tallo y con 4 a 8 restos de estigma triangulares y planos en una roseta, es redondo, morado oscuro a rojo-púrpura y suave externamente; de 3.4 a 7.5 cm de diámetro. La corteza es de 6 a 10 mm de espesor, de color rojo en la sección transversal, púrpura-blanca en el interior y amarga. Contiene de 4 a 8 segmentos triangulares blanco nieve, con una masa jugosa, suave. Las frutas pueden ser sin semillas o pueden tener de 1 a 5 si se han desarrollado plenamente las semillas, ovalada en forma de huevo, algo aplanada, 2,5 cm de largo y 1.6 cm de ancho, que se aferran a la masa. La masa es suave y ligeramente ácida o claramente ácida en el sabor y es aclamado como exquisitamente delicioso Valoy, (Colorado, 2014).

Para el cultivo de este fruto se recomienda un tener un espacio de 10.7 a 12. La siembra se realiza preferentemente en el comienzo de la temporada de lluvias. Los hoyos de siembra se construyen de 1,2 x 1.2 x 1.3 m por lo menos, con 30 días de antelación, se enriquecen con materia orgánica y tierra vegetal y se dejan reposar un tiempo. El árbol joven se coloca con mucho cuidado para no lesionar la raíz y se le da un riego pesado. Se debe mantener con sombra parcial utilizando hojas de palma o por otros medios durante 3 a 5 años. Algunos de los más fructíferos árboles de Mangostán o Magostino crecen en las orillas de arroyos, lagos, estanques o canales donde las raíces están casi constantemente mojadas. Sin embargo, el clima seco justo antes de florecer y durante la floración induce un buen cuajado. Cuando un sitio húmedo no está disponible, deben excavar acequias para que sea posible mantener un adecuado abastecimiento de agua y los árboles se riegan casi a diario durante la estación seca Valoy, Colorado (2014).

Mediante estudios se ha comprobado que los componentes del mangostán o mangostino, ayudan y cumplen con grandes funciones en el cuerpo humano, cumpliendo como fuente antibacterial, antiinflamatoria, antialérgicos y antioxidantes; ya que posee una molécula llamada xantonas con propiedades medicinales que aportarían para tratamientos como:

- Fiebre
- Dolores Musculares
- Coyunturas
- Heridas
- Enfermedades de la Piel
- Infecciones del tracto urinario

- Microbios o Parásitos
- Enfermedades del intestino Grueso

En su piel se encuentra la mayor cantidad de xantonas que es un compuesto químico natural que se encuentra en el interior del mangostino el cual es empleado en diferentes productos del mercado los cuales, junto a los fenoles (componente biológico) protegen el fruto contra insectos, hongos, bacterias y virus (González, Diaz & Periago, 2017).

Teniendo en cuenta las características que se deben tener en cuenta para el cultivo de esta fruta, se encuentra que Colombia, de acuerdo a como lo plantea la teoría de la ventaja absoluta puede promover su cultivo ya que cuenta con las condiciones para ser mucho más eficiente en su producción que los estados europeos, que como se verá más adelante no tienen las condiciones para generar este tipo de productos, aunque sí los consumen.

Comercialización

Entre los países productores de mangostán o mangostino están: Chile Filipinas, Tailandia entre otros, debido a su clima tropical que poseen en ciertas áreas, permiten el cultivo de Mangostán o mangostinos y de los cuales los países fortalecen el procesamiento de esta fruta para la elaboración especialmente de fármacos por la xantonas. Cabe destacar que los países que tienen mayor producción y comercialización son los países orientales basados en las cosechas que desarrollan al año, pero Colombia tiene un punto a favor que es su clima, el proceso de su cosecha y la calidad del producto que se recoge, en la actualidad para Colombia las frutas exóticas son un pilar y están en condiciones para competir con países como Tailandia y la India.

Para realizar una óptima comercialización del mangostán o mangostino, se evidencia que actualmente Colombia cuenta con varios acuerdos comerciales con diferentes países, los cuales son alternativas para la mejora de la economía del país apoyando diferentes proyectos agrónomos entre otros, donde permite exportar frutas exóticas a otros lugares del mundo, con el fin de suplir la necesidad básica del consumidor quién hoy en día se encuentra altamente familiarizado con los productos naturales y generando alta demanda de frutas exóticas en dichos países, en la actualidad Colombia cuenta con los siguientes acuerdos comerciales donde ha exportado frutas exóticas con diferentes beneficios arancelarios, esto permite identificar que los instrumentos comerciales, según

como lo expone la teoría de la integración, favorecen la creación de la comercio entre las naciones firmantes.

Colombia – Estados Unidos.

Con base al acuerdo comercial que cuenta Colombia con Estados Unidos asociado al sector de agroindustria, se encuentra particularmente un beneficio relacionado a la exportación de frutas exóticas, el cuál denomina lo siguiente: Los productos colombianos del sector agrícola y pesquero ingresaban al mercado estadounidense pagando aranceles base entre 0 y 15 por ciento. A partir de la entrada en vigencia del acuerdo, todos los productos de este sector ingresarán con arancel de 0 por ciento (Procolombia, Agroindustria, 2013).

Colombia – Europa.

Actualmente Colombia cuenta con un acuerdo vigente con Europa, que favorece al sector agrónomo en temas asociados a exportaciones, su beneficio es el siguiente: Los productos colombianos del sector frutas frescas pagaban aranceles base entre 0% y 17% o aranceles específicos. A partir de la entrada en vigencia del acuerdo comercial, la mayoría de los productos del sector ingresarán libres de arancel. El 26% de los productos del sector, tales como naranjas, cítricos, entre otros, ingresaran en condiciones favorables.

Siendo el mangostán o mangostino una fruta tan exótica y poco conocida internacionalmente su nivel de aprovechamiento puede llegar a ser casi que por completo, a raíz de que es una fruta a la cual se le puede explotar y sacar tantos beneficios, tendría muy buena acogida en los diferentes mercados destino, por su sabor y combinación con otros ingredientes. Colombia es el noveno proveedor de frutas exóticas en el mundo. Sus exportaciones han presentado un crecimiento notorio en los últimos años, los principales destinos de estas exportaciones de frutas exóticas son: Holanda, Alemania, Bélgica y España. (Procolombia, Agroindustria, 2018).

- Países Bajos
- Alemania
- Bélgica

En la tabla 3 se describen los principales destinos de exportación de fruta exótica de Colombia, siendo la Unión Europea el cuarto mercado más importante de exportación,

convirtiéndose en un nicho potencial de exportación, del 2015 al 2019 se han exportado 167.960 toneladas de las cuales 23.887 han tenido como destino Europa; en ese orden, el 14 % de la producción de exportación ha ido a Europa, cifra que fue evaluada solo para el mercado alimenticio, lo que deja en evidencia una oportunidad de mejora en los indicadores de exportación de mangostino, si se comienza a vender la fruta para otros fines como el mercado farmacéutico y la perfumería.

Tabla 3.

Exportaciones de frutas exóticas: Colombia, destino de las exportaciones 2015 – 2019

Destino	2015	2016	2017	2018	2019
Total de Exportaciones	36,018	31,76	38,02	41,9	20,2
Aladi	9,339	8	2	5	4
Comunidad Andina de Naciones	2,768	7,919	9,846	11,26	7
Mercosur	6,008	2,399	2,759	4	5,24
Union Europea	10	4,971	5,439	3,16	9
Estados Unidos	8	10,28	10,61	4,894	1,57
Venezuela	1,06	6	5	10,67	7
Alemania	496	614	319	4	2,57
Ecuador	1,47	476	473	354	5
Belgica	481	1,2	1,465	449	5,96
Peru	1,148	451	507	1,852	6
Japon	520	1,051	1,138	404	106
Mexico	914	428	557	1,165	242
Resto de Paises	19,91	937	1,537	474	919
	9	16,4	21,4	1,638	260
		2	9	24,89	593
				3	217
					801

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de la Universidad del Rosario, 2018.

La tabla 4 deja en evidencia que en los últimos años desde que se firmó el acuerdo con la Unión Europea, el crecimiento en la exportación de frutas exóticas, teniendo como resultado un incremento del 18% desde el año 2015 a 2018, generando como resultado que los países con mayor demanda por las frutas son Holanda y Alemania; a continuación, se evidenciara una línea del tiempo de las exportaciones realizadas por Colombia de frutas exóticas. (El Espectador, 2018).

Tabla 4.

Exportaciones: Colombia. Según capítulos del arancel

Periodo	Frutos Comestibles Corteza de Agridos o Melones USD
Ene - Dic (2015)	\$ 889.770
Ene - Dic (2016)	\$ 1.036.042
Ene - Dic (2017)	\$ 1.079.111
Ene - Dic (2018)	\$ 1.057.841
Ene - Jun (2019)	\$ 642.572

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de El Espectador, exportación de frutas, (2018).

Producción nacional de mangostino.

El presente apartado describe, el proceso de producción nacional del mangostino del 2009 – 2014, siendo este un insumo importante para entender el mercado de las frutas exóticas a nivel nacional, las cifras descritas a continuación demuestran el crecimiento que ha tenido este sector económico en aras a la exportación de este. El principal departamento donde en Colombia donde se realiza el cultivo del Mangostino es en Tolima, específicamente en Mariquita y lentamente se ha extendido el cultivo ha departamentos como el Quindío y el Valle del Cauca, los más recientes cultivos se han ubicado en el departamento del Meta (Benavides, 2016). En la figura 1, se representa el proceso de producción de mangostino entre intervalos de tiempo entre el año 2009 y el año 2014 determinada por la cantidad de hectáreas sembradas del futo y el rendimiento entre toneladas producidas entre.

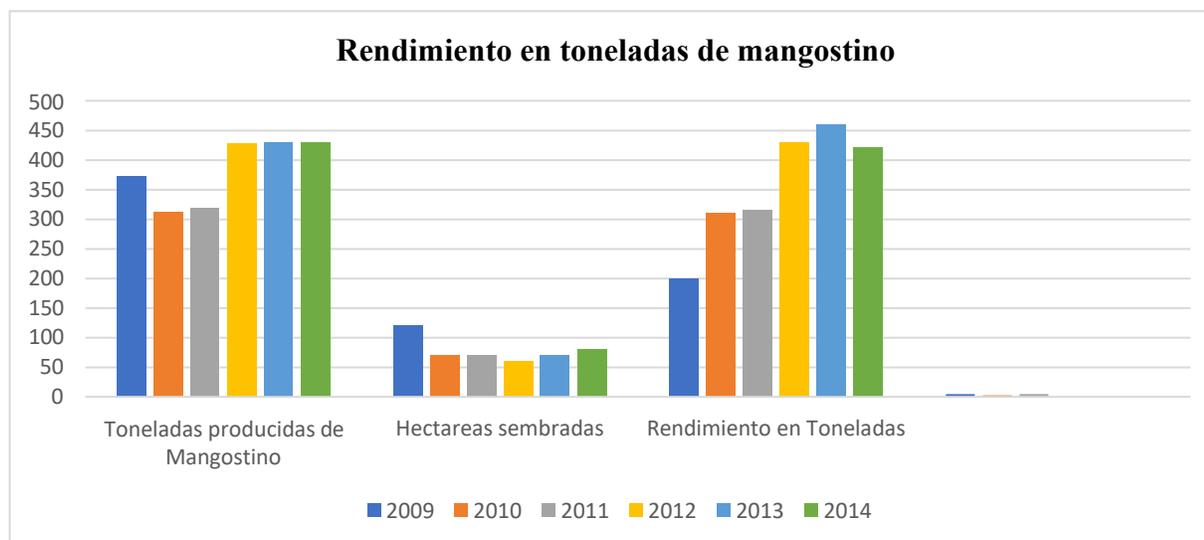


Figura 1. Rendimiento en toneladas del mangostino a nivel nacional. Tabla construida a partir de los aportes de Agronet (2015).

La figura anterior, muestra a groso modo el crecimiento que ha tenido desde el año 2009 el cultivo y la producción en toneladas del mangostino en Colombia, con ello se muestra claramente un fiable proceso para exportar ya que la producción ha aumentado considerablemente. Entre ello, cabe resaltar que tanto el crecimiento como el decrecimiento del cultivo de este depende directamente de la participación que tenga el departamento del Tolima en la producción de este, según lo indica la Sociedad de Agricultores de Colombia, (Benavides, 2016).

Adicionalmente el mangostino apporto a que la producción hortofrutícola tuviera una participación del 26% del total del sector agrícola del 2018, lo cual ubica a este sector como una de los más importantes para el desarrollo de Colombia. (Asohofrucol, 2018). En la tabla 5, se describen las principales líneas hortofrutícolas que han llevado al progreso del sector agro, ubicando al mangostino como el séptimo producto que se ha fortalecido este sector en el 2018.

Tabla 5.

Principales líneas hortofrutícolas del 2018 en toneladas

Cultivo	2017	2018	Crecimiento %	Participacion %
Plátano	\$ 4.316.727	\$ 4.784.400	10	40
Citricos	\$ 1.201.272	\$ 1.201.272	7	11
Piña	\$ 898.980	\$ 1.051.807	17	8
Name	\$ 549.391	\$ 659.269	20	5
Tomate	\$ 418.079	\$ 255.028	-39	4
Aguacate	\$ 396.002	\$ 467.282	18	4
Mango	\$ 315.663	\$ 353.543	12	3

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Asohofrucol, (2018).

Exportaciones

Los primeros registros de exportación de la fruta exótica mangostino datan de 1983, de ahí a la fecha se han observado que las principales empresas de exportación de esta fruta, según Procolombia son Caro y Compañía, Agropiscicola Carolina, Novacampo S.A y Ocati S.A (Benavides, 2016).

En la figura 2, se representa gráficamente la ruta que ha tenido el proceso de exportación de Mangostino, observando principalmente un crecimiento paulatino en la importación del año 2009 al 2011, debido a que aparte del Tolima ingresaron al mercado departamentos como el Meta, la caída reflejada en el año 2012, fue debido a la caída del precio del dólar a la fragilidad diplomática presentada entre Colombia y Venezuela, y la producción masiva de esta frutas por parte de países asiático como indonesia pero a modo general la tendencia a exportar fruta tropical se ha mantenido de manera positiva, siendo un potencial nicho de negocio (Benavides, 2016).

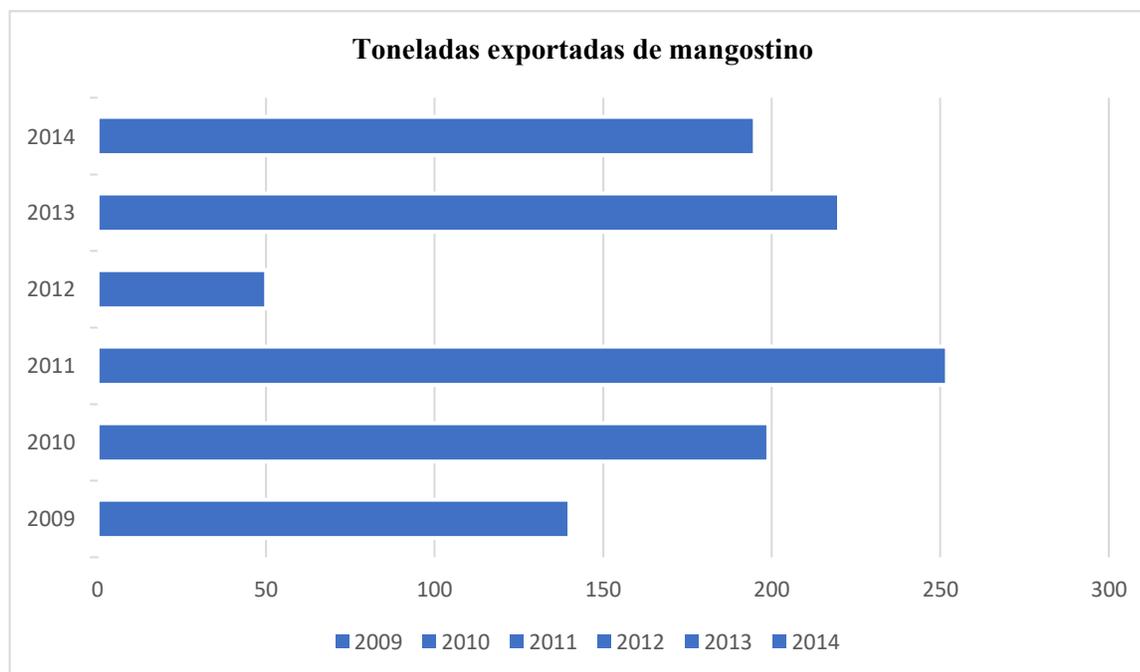


Figura 2. Toneladas exportadas del mangostino a nivel nacional. Construida a partir de los aportes de Benavides (2016).

En el 2018, el comportamiento de las exportaciones de frutas exóticas tuvo un crecimiento significativo; en el primer lugar el aguacate fresco, en un segundo lugar se encuentra la lima tahiti fresca o seca y un tercer lugar se encuentra la exportación de mango y mangostino fresco o seco, esta expansión de este tipo de frutas se debe al incremento de áreas sembradas con respecto al total de las frutas y hortalizas (10% a un 3%), tal como se evidencia en la tabla 6.

Tabla 6.

Principales frutas exportadas medidas en dinero obtenido y toneladas exportadas

Producto	Valor FOB (US\$)			Volumen (Ton)		
	2017	2018	Crecimi. %	2017	2018	Crecimi. %
Aguacate frescos o secos	52.948.122	62.732.101	18%	28.487	30.009	5 %
Lima Tahiti Frescos o secos	12.715.626	23.665.768	86%	13.496	19.510	45 %

Mangos o mangostinos	2.803.361	3.721.664	33%	872	889	2 %
----------------------	-----------	-----------	-----	-----	-----	-----

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Asohofrucol, (2018).

En la figura 3, se representa por medio de barras los principales países a los que se exporta el mangostino, siendo Europa el principal comprador de mangostino. Agronet (Citado en Benavides, 2016) señala que los principales países de Europa a donde llega este producto son los Países Bajos, Francia, Suecia y Alemania, esto es debido al tratado de libre comercio que se firmó con la Unión Europea en el 2013, que deja libre de impuesto arancelarios a este tipo de frutas. De igual manera el impulso que el gobierno brinda a los empresarios colombianos a participar en ferias internacionales ha permitido igualmente el crecimiento. Estados Unidos se ubica en el segundo puesto de los compradores, sabiendo que este país compra la fruta a los países asiáticos. China es el tercer país que más compra este producto y por último India y Canadá.

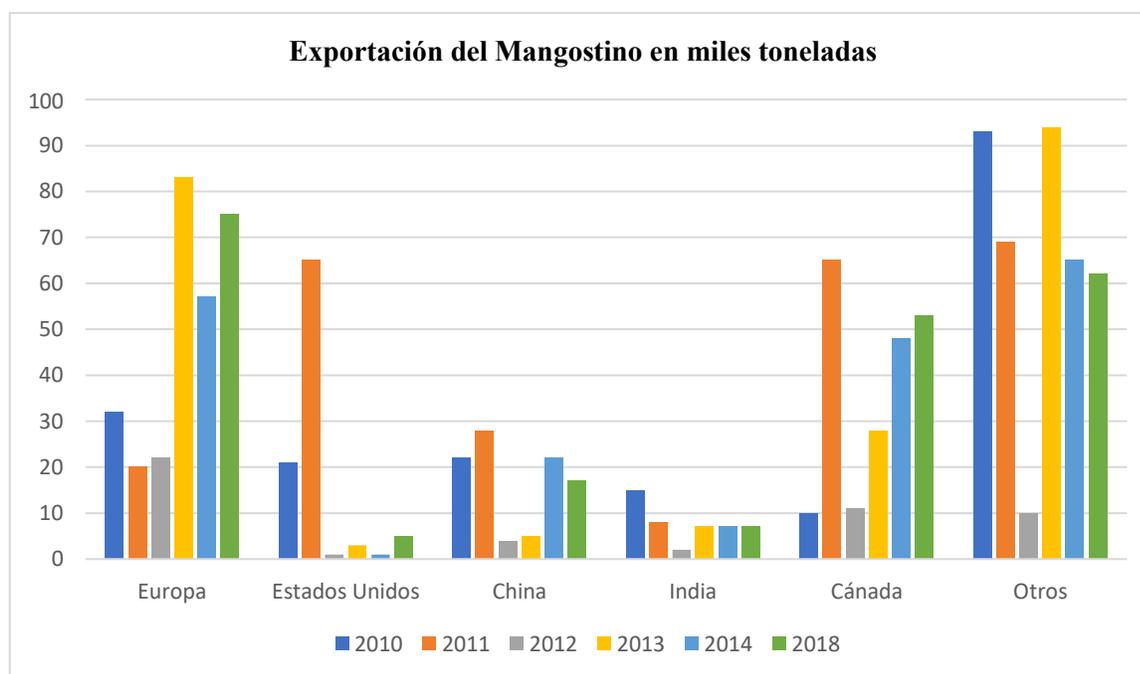


Figura 3. Principales países a los que se exporta el mangostino. Construida a partir de los aportes de Benavides (2016) y Asohofrucol (2018).

La tabla 7. Describe lo que Asohofrucol (2018, p. 19) señala como las proyecciones de crecimiento a 2030:

Dentro de las líneas priorizadas en los planes de negocios del programa de transformación productiva y Asohofrucol-FNFH, se priorizaron siete líneas sobre las cuales se van a direccionar actividades en

pro del incremento de las exportaciones de aguacate Hass, mango, fresa, piña, papaya, cebolla de bulbo y ají. En total se prevé aumentar 110 mil hectáreas en estos siete productos, las cuales generarán alrededor de 133 mil nuevos empleos directos y, en ese mismo sentido, crecerán las exportaciones tanto en fresco como procesado en aproximadamente 637 mil toneladas.

Tabla 7.

Proyecciones de crecimiento a 2030

Producto	Producción (Miles toneladas)	Área sembrada (Miles has)	Empleo (Miles de vacantes)	Exportaciones (Miles tone)
Aguacate	405	31	12	99
Mango	417	26	22	133
Fresa	102	2	20	30
Piña	973	22	22	282
Papaya	252	6	18	60
Cebolla de bulbo	523	19	13	20
Ají	38	4	26	13

Nota. Tabla construida a partir de los aportes de Asohofrucol, (2018).

Analizando las tendencias de crecimiento que ha tenido las exportaciones del sector agrícola en la U.E y otros países, permite concluir que este mercado el cual, con los respectivos Tratados de Libre Comercio, pueden generar alianzas para la exportación del mangostino; esta es la tercera fruta exótica que ha tenido un crecimiento paulatino y análogo con las hectáreas que se siembran. De igual manera, las características organolépticas del mangostino lo han convertido en una fruta necesaria para las dietas de la población europea.

Capítulo 2. Comportamiento de las frutas exóticas en Europa

El presente capítulo describe el mercado europeo de consumo de mangostino, su finalidad y el comportamiento de este producto en el viejo continente. Europa es el segundo continente más pequeño del mundo, por delante de Oceanía. Tiene una extensión de 10.530.751 km². Habitado por alrededor de 735.000.000 millones de personas. En la actualidad está compuesto por 49 países, incluyendo Rusia y Turquía, aunque la mayor parte de sus territorios corresponde al continente asiático. Su distancia máxima de Norte a Sur es de 4.300 km y de Este a Oeste de 5.600 km. Se sitúa en el hemisferio norte. Está unido a Asia, configurando una enorme península dentro de lo que se denomina Eurasia, y debe sus características de individualidad, además de a elementos físicos, a rasgos de orden histórico.

Economía

Aunque en Europa se sigue evidenciando una notoria diferencia entre los países más ricos y más pobres, esto no afecta nada en su economía, ya que ninguno está por debajo de los niveles internacionales de pobreza, por lo anterior se supone que es un mercado muy apetecido por las compañías del mundo, teniendo en cuenta que su poder adquisitivo está muy por encima del nivel de otras regiones del planeta.

La gran mayoría de los países de este continente tienen un nivel relativamente alto de vida comparado con otras regiones del mundo. Pero países como, por ejemplo, Turquía (que tiene una gran extensión en Asia menor y una pequeña extensión en Europa), Ucrania y Hungría se siguen considerando países en desarrollo, pero con un nivel de vida alto en comparación a la mayoría de países del mundo, dado que su PIB per cápita y sus condiciones socioeconómicas se encuentran sobre el promedio mundial.

Las economías europeas más grandes están situadas en Europa Occidental, a excepción de Rusia. En Europa Oriental se sitúan varios países que aún están en vía de desarrollo donde la mayoría son naciones en crecimiento con mercados diversos y ascendentes. Estos países incluyen Albania, Croacia, Polonia, Rumania, Eslovaquia y Eslovenia. Estos mercados tienen un panorama muy variado con culturas bastante diferentes a las de la región occidental de Europa, por lo que se le puede considerar como un mercado totalmente distinto. Los mercados de estas dos regiones varían según una serie de situaciones, siendo la principal la brecha en el nivel de ingresos per cápita de sus países. Las cinco economías más fuertes de Europa según el PIB nominal son Alemania (la cuarta más alta clasificada según el PIB mundial), Francia (la quinta más alta en el ranking mundial), Reino Unido

(la sexta mayor economía del mundo) e Italia (con el séptimo más alto ranking mundial). , lo que superpone a la Europa Occidental frente al costado oriental con un nivel de poder adquisitivo más alto, por lo tanto se hace mucho más atractivo este mercado a la hora de comercializar. (Investigación de Mercado, 2018).

La Unión Europea es el bloque comercial más grande en el mundo: el total de comercio de los países pertenecientes es de US\$18.451 trillones; también, tiene un bloque de 510 millones de consumidores. Hay un crecimiento de los hogares de una y dos personas. A estas personas se les suele conocer como DINK, la cuales se identifican por no tener hijos, además de contar con más de un empleo. Por consiguiente, el interés en estas personas se encuentra en conocer nuevos productos, en general exóticos y beneficiosos para la salud, por lo cual están dispuestas a pagar más.

Además, cada vez hay más habitantes no europeos que quieren encontrar en Europa los bienes que antes consumían en su país de origen (SIS, 2018). Es por esto, que en el año 2013 se firmó el Tratado de Libre Comercio entre el viejo continente (Europa) y Colombia, lo cual ha permitido ampliar la oferta de los productos a exportar, dando como resultado la importancia de establecer los bienes no tradicionales tanto agroindustriales como manufactureros (Castiblanco, Sepúlveda & Rivas, 2018). Este acuerdo ha permitido a ambas partes ampliar su oferta y demanda, pero para nuestro país sobre todo ha conllevado a aumentar sus ingresos provenientes de Europa hasta la fecha.

El TLC con la Unión Europea aseguró beneficios principalmente en el sector agropecuario, protegiendo a gran medida productos como el banano, azúcar, carne de bovino, flores, café y sus productos, aceite de palma, tabaco, frutas y hortalizas. Reina & Oviedo (2011, p.1) señalaron ciertos beneficios:

Teniendo en cuenta la ventaja comparativa que se muestra en los sectores exportadores de Colombia con mayor potencial de crecimiento ante la ratificación del TLC con la Unión Europea se establecen principalmente cuatro agropecuarios (productos animales y vegetales en bruto; café, té, cacao, especias y sus preparados; carne y preparados de carne; verduras y frutas); dos agroindustriales (productos y preparados comestibles diversos; azúcares y preparados de azúcar y miel); y cuatro manufactureros (papel, cartón y sus productos; productos de perfumería, tocador y limpieza; plásticos en formas no primarias; cueros y sus productos). Por otro lado los mercados donde se podría constituir el mayor crecimiento de importaciones de Colombia provenientes de la Unión Europea sobresalen la maquinaria, los equipos, los vehículos de diversa índole, los productos químicos, y el hierro y el acero. Lo anterior confirma lo establecido por la teoría de la integración,

respecto a que la generación de este tipo de instrumentos ayuda a promover y generar crecimiento en las relaciones comerciales.

En la figura 4, se representa gráficamente las utilidades en dólares que se han obtenido tras aplicar el tratado de libre comercio en un intervalo de tiempo definido entre el 2013 – 2018.

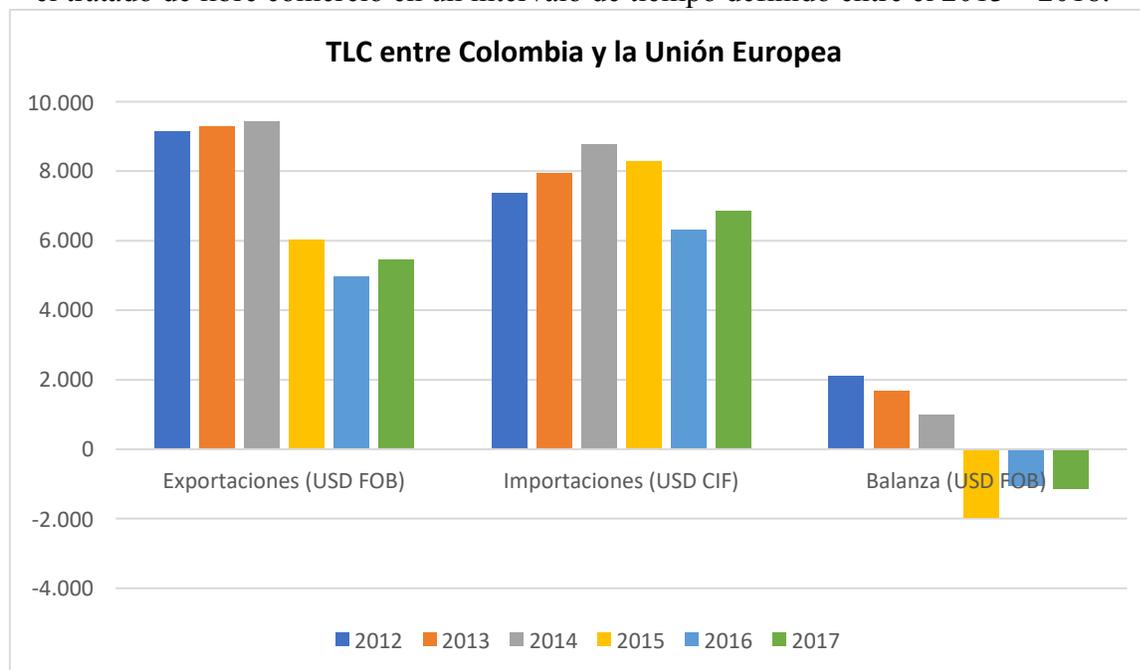


Figura 4. Comercio bilateral entre Colombia y la Unión Europea. Construida a partir de los aportes de ANALDEX (2018).

Tras el periodo analizado del TLC (2012 – 2018) se evidencia que el segundo socio comercial de Colombia es la Unión Europea representando el 14,7% del comercio exterior y ubicándose por debajo de los Estados Unidos con un 26,8% de participación y superando a China el cual tiene un 12,6% y México (5,95%), de igual manera los Países Bajos, España, Bélgica, Italia y Alemania se destacan como los destinos de exportación de mayor relevancia, encontrándose dentro de los veinte destinos donde más se exportó en el 2017. Además, Alemania, Francia, España, Italia y el Reino Unido se posicionan dentro de los veinte países de donde más importó Colombia en el mismo año (Castiblanco, et al, 2018).

En 2013, año en el que entró en vigencia el TLC, las exportaciones colombianas a Europa tuvieron un valor de USD 9.290 millones. Sin embargo, en el año pasado, a pesar de haber crecido en un 10% con respecto a 2016, estas alcanzaron apenas los USD FOB 5.439 millones, un 40,3% menos que en 2012. Este decrecimiento de las exportaciones colombianas a los países europeos es la materialización del efecto que se tuvo por la caída en las exportaciones minero-energéticas.

(Castiblanco et al, 2018)

En la tabla 8, se expresa los principales productos exportados con relación a los ingresos generados por este proceso en dólares, dicho análisis se realiza en el periodo de tiempo comprendido entre el 2013 y el 2017, de igual manera se describe por capítulos y la descripción del producto, de esta información cabe señalar que los tres principales productos exportados son los combustibles minerales, las frutas y frutos comestibles y por último el café, el té, la yerba maté y las especias.

Tabla 8.

Principales productos exportados

Descripción producto	2013	2014	2015	2016	2017
Combustible minerales	7.211	6.967	3.632	2.606	2.935
Fruta y frutos comestibles	591	666	699	818	856
Café, té, yerba, mate y especias	572	831	784	753	699
Grasa y aceites animales y vegetales	103	148	211	207	290
Plantas vivas y productos de la floricultura	118	129	128	125	128
Preparaciones alimenticias diversas	53	45	54	56	56
Azúcares y artículos de confitería	41	48	45	52	55
Fundición, hierro y acero	175	123	66	29	51
Plástico y sus manufacturas	28	36	48	42	42
Minales metalíferos, escorias y cenizas	0	7	26	28	40
Pescados y crustáceos, moluscos y demás.	19	24	18	26	32
Total	9.319	9.441	6.025	4.993	5.467

Nota. TradeMap (2018).

A manera de conclusión, se puede afirmar que la implementación del tratado comercial con la Unión Europea, ha dejado como consecuencia un panorama medianamente proporcionado, A pesar de que la balanza comercial ha pasado a ser deficitaria, el aumento de las exportaciones no minero-energéticas en US\$ 467 millones es prometedor, puesto que se están exportando más productos no tradicionales. A esto se le suma el incremento en los flujos de inversión extranjera directa realizados por la UE en el país.

Características generales del mercado de frutas europeo

La Unión Europea es un mercado con un nivel de vida elevado, que exige calidad en los productos, que está abierto a la comercialización de frutas exóticas tropicales provenientes principalmente de países de sur y centro América, por lo cual denota un mercado atractivo para este sector, teniendo en cuenta que Colombia es el noveno país más exportador de frutos exóticos según un estudio realizado por Procolombia.

En Europa la comercialización de frutas tropicales es principalmente realizada por las grandes cadenas de distribución, las cuales por lo general están bien organizadas, además que disponen de una muy buena infraestructura para su correcto almacenaje, facilitando los medios de distribución hacia el cliente final. Esto hace que el mercado Europeo sea muy estricto a la hora de hablar de calidad y presentación para los productos importados, lo que causa una debilidad a la hora del desarrollo de este mercado, debido a la carencia de tecnología que existe en el país entre los productores de frutas exóticas para llevar un producto de calidad y bien presentado hacia Europa, pero dadas las condiciones óptimas para el desarrollo de esta oportunidad no es un impedimento mayor para la comercialización del arazá en mercados como el alemán o el británico.

Las frutas colombianas son cada vez más apetecidas en el exterior. Por lo menos así se evidenció en MacFrut 2018, una de las ferias de frutas y hortalizas más importantes del mundo, que se realizó recientemente en Italia. En dicha feria, más de 70 empresas tanto procedentes de países europeos como también asiáticos hicieron múltiples pedidos a empresarios colombianos del sector fruticultor por más de 210 millones de euros. Donde principalmente se demandaron frutas como piña, aguacate, mango, gulupa, granadilla, uchuva y banano, entre otras. Las compañías interesadas en las frutas de origen nacional son principalmente de países como Holanda, Italia, Alemania, Francia, España y Emiratos Árabes. Lo que hace que el sector este en constante crecimiento, debido a su popularidad en estos mercados, donde se superpone una oportunidad perfecta para que el sector aumente su

capacidad productora con fines de exportación hacia estas economías, donde no solo es muy apetecida esta mercancía, sino que también es muy bien paga.

En cuanto al número de empresas nacionales, tuvieron participación un total de 25 productoras y comercializadoras de fruta fresca y frutas tropicales, justamente teniendo en cuenta las óptimas condiciones de la compra y venta de estos artículos en dichos países estas se disponen a incrementar su producción para responder a los requerimientos de las compañías extranjeras, aseguró la CEO de la Corporación Colombia Internacional (Revista dinero, 2018).

Ahora bien, las ventas de frutas de Colombia a la Unión Europea alcanzan la cifra de US\$1.036 millones y el mercado de Europa tuvo una participación de 77,2% con un valor de US210 millones, con banano, aguacate, piña, mango, limón y pasifloras como protagonistas. Los países que más demandan los productos del agro colombiano son: Bélgica, Reino Unido, Italia y Países Bajos. (Revista dinero, 2018).

La gran mayoría de los productos colombianos del sector de frutas y hortalizas procesadas tenían aranceles base entre 0% y 26% para poder ingresar al mercado europeo. En cuanto a los demás bienes ingresaban pagando aranceles de tipo mixto. Pero a partir de la entrada en vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea, el 92% de los productos del sector arriban libres de arancel, y el 8% de los productos que contaban con arancel mixto les fue eliminado la parte del arancel ad valorem (impuesto sobre el valor del producto), lo que ha generado un constante crecimiento del sector en este mercado, ya que teniendo en cuenta esto Europa se hace muy atractivo para los empresarios fruticultores del país. En la figura 4. se describen los resultados de las ventas realizadas a países de la Unión Europea, siendo Bélgica, el Reino Unido e Italia los principales países que aportan al crecimiento económico del país, dichas cifras están evaluadas al año 2019.

Tabla 9.

Ingresos en euros de los productos colombianos en la Unión Europea

Ingresos en euros de los productos colombianos en la Unión Europea	
Países de Exportación	Ingresos
Belgica	\$ 120.000.000
Reino Unido	\$ 82.000.000
Italia	\$ 70.000.000

Estados Unidos	\$ 55.000.000
Alemania	\$ 53.000.000
Holanda	\$ 30.000.000
Eslovenia	\$ 20.000.000
España	\$ 10.000.000
Portugal	\$ 3.000.000

Nota. Dirección de impuestos y aduana de Colombia DIAN (2018).

En la Tabla 9 se evidencia la importancia que tiene el mercado europeo para el sector de las frutas y el peso económico que tiene, ya que de los 9 principales destinos de las frutas exportadas por parte de Colombia 8 son países del continente Europeo y pertenecientes al bloque económico de la Unión Europea con la que Colombia tiene adscrito un acuerdo comercial el cual ha permitido potenciar este sector, donde se destaca muy por encima de todos los demás Bélgica con cerca de 117,5 millones de dólares en valor FOB de mercancías del sector frutas exóticas provenientes de nuestro país.

Tabla 10.

Mercado internacional del mangostán en países europeos

País	Cantidades	Peso en kg netos	Peso en Kg Brutos	Valor FOB USD	Valor FOB COP	Valor uni USD
Alemania UE	407	407	446,85	\$ 4.128,20	\$ 12.092.468,90	\$ 27,778823
España UE	24603,5	24603,5	29121,72	\$ 143.929,35	\$ 43.173.404,30	\$ 548,152228
Francia UE	213441,73	213441,73	248878,6	\$ 1.155.991,26	\$ 3.447.952.586,00	\$ 333,626960
Italia UE	8670,9	8670,9	9891,87	\$ 59.226,18	\$ 172.728.559,00	\$ 153,770427
Portugal UE	278,65	278,65	331,34	\$ 1.449,96	\$ 4.275.165,21	\$ 37,609326
Reino Unido Bre	45483,12	45483,12	53315,28	\$ 65.186,96	\$ 203.298.697,00	\$ 90,294533
Suecia UE	1004,2	1004,2	1453,04	\$ 18.062,74	\$ 52.565.473,00	\$ 135,227523
Suiza	6417	6417	7280,68	\$ 70.529,92	\$ 202.560.359,00	\$ 71,886960

Ucrania	56	56	65,68	\$ 534,52	\$ 1.548.066,88	\$ 36,35
Holanda	106705,75	106705,75	126627,93	\$ 432.841,06	\$	\$ 339,48563
UE					1.259.964.001,00	

Nota. Elaboración propia con información obtenida de Legiscomex (2018).

En la tabla 10 Se puede observar el volumen de mangostán exportado desde Colombia hacia países europeos, donde principalmente se destacan Holanda y Francia como principales compradores de esta fruta exótica, seguido del Reino Unido que también tiene una participación alta en la adquisición del mangostán proveniente de nuestro país.

Las tendencias del consumidor europeo muestran sus gustos hacia productos exóticos que representen regiones, la calidad e inocuidad de los alimentos son el aspecto más importante en el proceso de toma de decisión, el consumo responsable es cada día más relevante en Europa, por ello, los productos naturales y saludables que tengan certificaciones de comercio justo, sociales y de protección al medio ambiente tendrán una ventaja en estos mercados (ProColombia, 2015).

Así mismo, la tendencia de consumo saludable en especial de frutas frescas, ha aumentado en los últimos años; el consumo de frutas exóticas presenta un mayor consumo en los países miembros de estados occidentales y meridionales, siendo los Países Bajos uno de los mayores consumidores de estos productos. La diversidad cultural ha impulsado la demanda de frutas nuevas y poco conocidas como lo son: la pitahaya, el mangostán, la uchuva, el mango, entre otras (ProColombia, 2013).

Los países europeos que tienen la principal concentración de importaciones de frutas frescas son: Holanda, Alemania, Francia, Bélgica y Reino Unido. De igual manera, el consumidor europeo se destaca por tener alto poder adquisitivo y disposición para experimentar nuevos sabores y productos (ProColombia, 2013).

Según datos de FAOSTAT (División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) (2015), entre el año 2010 y 2013 los países con mayor producción de mango y mangostán fueron: India, China, Tailandia, Indonesia y México; la producción se centra principalmente en países del sudeste asiático puesto que el fruto tiene origen en esta parte del mundo donde es considerado un manjar. India produce más de 16 millones de toneladas anuales de mango y mangostán. Teniendo en cuenta que la Unión Europea importa estas frutas exóticas principalmente de Latino América y Asia, se destacan los cinco países latinoamericanos con mayor producción los cuales son: México, Brasil, Perú, Cuba y Colombia.

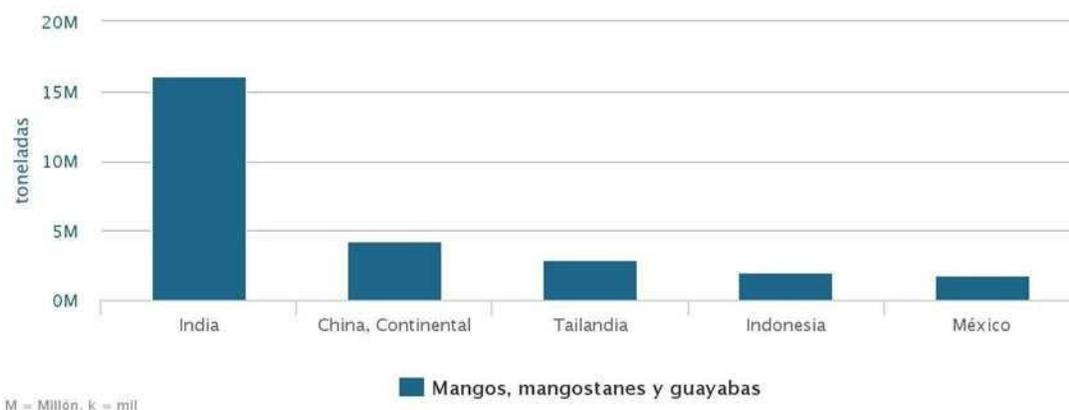


Figura 5. Principales productores de mangos, mangostanes y guayabas. FAOSTAT (2015)

Sin embargo, la competencia para los agricultores colombianos radica en los países asiáticos, cuya producción, según el informe de Asohfrucol y la Cadena Nacional de Mango (2012), es mayor entre los meses de marzo y agosto, y dado los altos volúmenes que colocan en los mercados internacionales que afectan negativamente los precios, países como Colombia pueden enfrentarse ante situaciones que no les permiten competir en dichos mercados, debido a los altos costos de producción y transporte internos; sin embargo, existe otra temporada que son los meses entre octubre y enero, la cual es más favorable para Colombia, por cuanto son meses en los que los países asiáticos no tienen producción.

Es importante resaltar que la partida arancelaria 080450 corresponde a guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos; según datos de Trade Map, las exportaciones de Colombia de estos ítems representaron en el año 2014 el 0,03% de las exportaciones mundiales, el total de toneladas exportadas en el 2014 fueron 124 equivalentes a 725 mil dólares. El principal destino de exportación de estas frutas es Canadá con 251 mil dólares y 48 toneladas. El segundo país al cual van dirigidos estos productos exportados por Colombia son los Países Bajos, pues en ese año se exportaron 224 mil dólares y un equivalente de 26 toneladas. El tercer país preferido como destino de estos productos es Francia seguido de España y Suecia. No obstante, los principales exportadores de mango y mangostán corresponden a México, Países Bajos, Tailandia, India y Brasil.

Por otro lado, con base en datos de Trade Map, las importaciones de los Países Bajos representaron en el 2014 el 10,79% de las importaciones mundiales de estas frutas. Sus

importaciones en ese año fueron de 251.523 miles de dólares que representan 150.095 toneladas, los principales países proveedores fueron Brasil, Perú, Costa de Marfil, España y Estados Unidos; Colombia ocupa el puesto 26 teniendo solo 40 toneladas exportadas en el 2014 que representan 325 mil dólares, mientras que, de Brasil, los Países Bajos importaron 54.659 toneladas equivalentes a 101.187 miles de dólares, seguido de Perú con 41.864 toneladas equivalentes a 52.038 miles de dólares.

Requisitos y Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

En la actualidad, una de las más importantes inquietudes que tienen los países con respecto a los productos que entran a su territorio y que son consumidos por su población, es la salubridad de los mismos y el efecto que estos pueden tener sobre sus consumidores, estas normas y regulaciones sanitarias y fitosanitarias, se hacen con el fin de proteger la salud y estabilidad de los habitantes, sus animales y medio ambiente, basándose en la evaluación del riesgo que podría implicar el ingreso de productos provenientes de otros ambientes al territorio nacional. Teniendo en cuenta lo anterior, cuando se desarrollan este tipo de acuerdos comerciales entre dos países o más, se tienen como medida principal la regulación mediante ciertas medidas sanitarias y fitosanitarias, que protegen la salud de los ciudadanos del país. Es por esto que, con el fin de evitar la obstaculización del comercio y a su vez el realizar prácticas comerciales transparentes y que velen por la salud, del medio ambiente y de las personas, se crean estas medidas sanitarias y fitosanitarias. (ProColombia, 2012)

Considerando lo anterior, debido a que los productos agrícolas tienen múltiples propiedades que pueden ser de sumo cuidado frente a la salud de las personas, las medidas sanitarias y fitosanitarias sirven para guiar a los productores y empresarios agrícolas sobre cómo deben cultivar y producir sus bienes con el fin de garantizar que cumplen la norma, ayudando así a su éxito comercial. Para el caso de los productos agrícolas colombianos que quieran ser exportados hacia la Unión Europea, deben regirse por las leyes definidas en el acuerdo comercial o para este caso por las expedidas por la Comisión del Codex Alimentarius y la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE). (ProColombia, 2012)

Ya hablando específicamente del mangostán como fruta exótica, al momento que esta quiera ser exportada de Colombia hacia países Europeos, los agroindustriales del país deben tener en cuenta, que al momento de comercializar este tipo de bienes agrícolas hacia estos países, deben regirse por las leyes expedidas por la Comisión Europea y la Agencia Autónoma Europea (EFSA), además de

la Dirección General de Sanidad y Consumidores; además por parte de Colombia, existe el Instituto Agropecuario Colombiano (ICA), el cual es el responsable de asegurar mediante acciones la seguridad de la producción agrícola (Procolombia 2012).

Medidas según el acuerdo comercial Unión Europea- Colombia

Mediante el acuerdo comercial de la UE con Colombia, se estableció una sección de medidas sanitarias y fitosanitarias con el objetivo de “proteger la vida de las personas, de los animales y de los vegetales en el territorio de los países, también el Tratado incorpora una sección sobre la aplicación de las medidas sanitarias y fitosanitarias de la OMC, en el cual además de mencionarse los requisitos, se establecen también las explicaciones de los mismos, con el propósito de facilitar el proceso, y llevar a cabo el comercio entre las partes en el ámbito de las medidas sanitarias y fitosanitarias” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012, p.24).

Comisión Europea

La Comisión Europea (CE), es la encargada de regular y velar por la salud y la seguridad de los alimentos, personas y plantas dentro de la Unión Europea, basados en técnicas rigurosas de vigilancia y monitoreo. En cuanto a los bienes alimenticios que entran a la Unión Europea, la CE exige a estos que expliquen claramente como han sido producidos, procesados, empacados y categorizados. Por ello, para lograr exportar frutas hacia la Unión Europea estas deben cumplir las siguientes medidas:

- Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria
- Trazabilidad: los importadores de productos deben identificar y registrar al proveedor en el país de origen (reglamento CE no 178/2002, artículo 18).
- Normas de higiene
- Normas sobre residuos, plaguicidas y contaminantes de y en los alimentos
- Normas sobre alimentos modificados genéticamente, bioproteínas y nuevos alimentos
- Requisitos de comercialización y etiquetado de materias primas

Requisitos fitosanitarios

- Los vegetales y frutas deben tener un certificado fitosanitario expedido por el ICA, autoridad competente en Colombia, país exportador.
- Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la Unión Europea
- Ser importadas por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la Unión Europea

- Notificar a la aduana antes de llegar al punto de entrada

Las normas de la UE se rigen por la Legislación Internacional de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) de la FAO y el acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias de la OMC. Donde se expresa claramente que si el país exportador no pertenece a la unión Europea representa una amenaza, los países miembros de la UE, estos pueden reservarse la aplicación de medidas de emergencia.

Capítulo 3. Identificación de mercados potenciales y estrategias para lograr la internacionalización de mangostán en Europa

En la actualidad frutas como el mango, el coco y la piña se han consolidado en los mercados europeos convirtiéndose en alimentos muy demandados en la población. La tendencia de consumo va en crecimiento constante, los jugos de fruta 100% naturales son un ejemplo de esto, una característica importante es que estos productos son de elevado costo y en consecuencia se han posicionado como productos Premium que son consumidos en los mercados más ricos de Europa. Dentro de las frutas tropicales las más comunes en los países destino escogidos son:

Mango: Es consumido dentro de las mezclas que incluyen frutas tropicales, casi siempre es un producto está presente, aunque cabe resaltar que no es común como jugo de mango.

Piña: Es utilizado principalmente en mezclas de frutas tropicales, de igual forma se comercializa en el mercado esta fruta como jugo.

Banano: Está fruta solo se encuentra presente en el mercado europeo en mezclas.

Gulupa: Es la principal fruta exótica en los jugos. Casi todas las marcas tienen un jugo que incluye esta fruta.

Coco: Es una de las frutas favoritas gracias a sus propiedades nutricionales, ha sido incluido en muchas mezclas. Además, las bebidas de agua de coco, con mezcla de jugos naturales han tenido una expansión significativa, especialmente en el segmento de bebidas saludables y orgánicas (Procolombia 2019).

Las exportaciones de Colombia han demostrado a lo largo de los últimos años un gran avance y una ventaja significativa en los mercados europeos por la comercialización de frutas exóticas, han logrado cada año adquirir más demanda de este continente. El crecimiento positivo de las importaciones de frutas exóticas a Europa quedó reflejado en el MacFruit, el cual es una de las ferias de frutas y hortalizas más importante en el mundo que se realizó en Italia en el año 2018. (Dinero. 2018).

Principales mercados para comercializar

En la actualidad los países que más consumen frutas exóticas en la Unión Europea se encuentra liderado por Italia donde un 86,7% de su población incluye una fruta en su dieta alimenticia diaria seguido por España donde un 77,4% y Luxemburgo con el 72,1%. Los últimos son Letonia (35,1%),

Bulgaria (36,6%) y Lituania (37,2%). La UE tiene como referencia que un 64% de la población consumen fruta diariamente. Las cifras muestran un consumo continuo, las frutas se han consolidado como un alimento necesario para el consumo diario, por esta razón se convierte en un mercado potencial para incursionar con una nueva fruta exótica para los consumidores de estos países. (20 minutos, 2019).

Retomando la información de la feria MacFruit realizada en Italia, Colombia realizó negocios y acuerdos con 70 empresas europeas y asiáticas por aproximadamente 210 millones de euros. Entre los productos que comercializaron fueron principalmente frutas como piña, aguacate, mango, gulupa, granadilla, uchuva y banano, entre otras. Lo más interesante es que las compañías interesadas hacen parte en su mayoría de la Unión Europea y se encuentran países como Holanda, Italia, Alemania, Francia y España.

Teniendo en cuenta los datos expuestos se logra identificar que los mercados potenciales para analizar la comercialización de Mangostan o mangostino son Holanda y Alemania, basados en el consumo de fruta exótica y la cantidad de importaciones de las mismas. Además, Colombia ha generado grandes vínculos comerciales en dichos países generando una gran oportunidad y gran experiencia en estos procesos, de igual forma existe un el tratado de libre comercio con la Unión Europea en el cual son miembros activos estos dos países esto, lo cual genera se una ventaja competitiva de exportación de esta fruta bajo acuerdos preferenciales, sin gravámenes e impuestos, otra razón que convierte a estos países en clientes potenciales para la exportación del Mangostino Colombiano.

Fueron 25 empresas nacionales las que hicieron parte de la feria MacFruit Según la CEO Corporación Colombiana Internacional, las cuales cerraron negocios de exportación de frutas frescas y tropicales, se comprometieron a incrementar su producción para poder abastecer y cumplir con los negocios y las especificaciones pactadas con las empresas europeas. Está feria logró resaltar la gran participación del agro colombiano en mercados extranjeros, el ministro de Agricultura Juan Guillermo Zuluaga al observar el crecimiento positivo de la industria, las empresas y la demanda internacional de frutas tropicales y exóticas, plantea desarrollar estrategias para fortalecer a los productores colombiano, para que crezca la industria y que las exportaciones aumenten de manera exponencial. (Dinero. 2018).

Cabe resaltar que existe mucha competencia ya que Colombia no es el único país que cuenta con

el privilegio de ser productores de frutas exóticas, existen países como Brasil, Perú y Chile que son productores y comercializadores de las mismas o diferentes frutas exóticas que pueden ser únicas en cada país. En el ámbito internacional estos países pasan a ser competencia directa en la exportación, ya que cada país es rico en producción de frutas que pueden ser las mismas como la pera o la fresa, pero que varían y tienen características diferentes en las producidas por cada el país ya sea en su tamaño, textura o sabor. Depende del gusto del consumidor escoger entre las frutas con diferentes características.

Holanda un gran distribuidor de fruta exótica en la UE

Las frutas son uno de los productos con mayor crecimiento en los Países Bajos, debido a que se encuentra relacionada con beneficios asociados con la salud. De esta manera, los consumidores tienen una gran preferencia con añadir frutas y vegetales en su vida alimenticia diaria con el objetivo de mantener un balance positivo en su dieta. Sin embargo, la gran demanda de este país es a raíz de que son uno de los grandes distribuidores de fruta a sus vecinos en la Unión Europea; los holandeses son grandes productores de pera conference, pero frutas como melones, mangos, plátano entre otros no se cultivan allí, por eso recurren a la importación de estas frutas provenientes de países latinos.

Actualmente los grandes comerciantes hortofrutícolas holandeses están creando relaciones y negocios donde desean garantizar a sus proveedores y productores de países lejanos un precio mínimo, ayudas de financiamiento para los equipamientos de los productos después de la cosecha. Además de esto cuenta con dos puertos que son puntos estratégicos para conectar con Europa Ámsterdam y Rotterdam, puertos que cuentan con las instalaciones adecuadas que prestan servicio para cualquier tipo de carga (Procolombia 2018).

Tabla 11.

Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Rotterdam	Cartagena	Directo	11
	Buenaventura	Balboa - Panamá	18
	Barranquilla	Cartagena - Colombia	20
	Santa marta	Directo	11
Amsterdam	Cartagena	Manzanillo - Panamá, Rotterdam - Países Bajos	25
	Buenaventura	Balboa - Panamá, Rotterdam - Países Bajos	21
	Barranquilla	Manzanillo - Panamá	26
	Santa marta	Rotterdam - Países Bajos	15

Nota. Pro Colombia (2018).

En la tabla 11 se encuentra las rutas de transporte para la comercialización del mangostino. Desde la Costa Atlántica existen 5 navieras con 5 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito son de 11 días. La oferta se complementa con 15 rutas en conexión ofrecidas por 9 navieras. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Colombia, Países Bajos, Estados Unidos, Alemania y Jamaica.

Desde Buenaventura hacia los puertos de Países Bajos, no existen servicios directos. La oferta se complementa con 7 rutas, ofrecidas por 6 navieras, con tiempos de tránsito desde 18 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Colombia, Estados Unidos y Países Bajos.

Para la comercialización de esta fruta también se tienen en cuenta cierta documentación que es de vital importancia para poder hacer el ingreso y la distribución del producto en el país destino estos documentos son:

- Factura comercial
- Certificado de origen, el cual es necesario para adquirir el beneficio que ofrece el tratado de libre comercio con la Unión Europea.
- Certificados de bienes sujetos a derechos preferenciales.

- Certificados Fitosanitarios y del ICA, que certifican la calidad de las frutas, son totalmente necesarios ya que son productos para el consumo humano y deben estar calificados y aptos para la comercialización y su debido consumo.

El comercio de frutas en Holanda.

Holanda se ha convertido en una potencia en la comercialización de estos productos ya que en su mayoría lo que importa, de igual forma lo exporta a los diferentes mercados europeos. Las empresas del país han demostrado que son grandes jugadores en la distribución y venta de frutas frescas teniendo un crecimiento entre el 5 % y 7 % desde el 2015 hasta la actualidad; En el 2018 tuvo un crecimiento monetario de 7600 millones de euros aproximadamente en importaciones y 11300 millones de euros en exportaciones con una participación del Reino Unido de 1.200 millones de euros, por lo que el trato (Brexit) que está en proceso entre la Unión Europea y Inglaterra es de gran impacto para los holandeses.

El consumidor local es muy exigente a raíz de su elevado poder adquisitivo y por la gran variedad del comercio, ya que es un mercado muy desarrollado, maduro, saturado y demasiado competitivo. Por esta razón, convencer y llegar al cliente holandés es tarea difícil, pero existe una gran brecha de oportunidades para el mangostino Colombiano en este país. Para ellos es necesario la implementación de estrategias eficientes para impactar y convencer al cliente, creando un valor agregado y diferenciador, ya sea en la experiencia de la importación o en la fruta como tal para poder penetrar el mercado. (Icex 2018).

A pesar de ser un mercado exigente, el consumidor es atraído por productos frescos e innovadores. Los holandeses se sienten comprometidos en el cuidado del medio ambiente, lo cual genera más información para los productores y exportadores colombianos, que deseen llegar a competir en este mercado; deberán crear medidas en sus procesos que contribuyan a la protección del medio ambiente, por medio de prácticas de producción y comercialización con responsabilidad ambiental, acciones que pueden llegar a influir en la decisión de los consumidores de Holanda. (Icex 2018).

En cuanto a su relación con Colombia el pasado año 2018 tras la visita de los Ministros de Salud, Comercio y Educación se establecieron seis acuerdos específicamente en su modelo de comercio,

estableciendo la certificación electrónica para el comercio bilateral y una mejor forma de explotar estas alianzas. Además, de este acuerdo establecieron la cooperación en la salud rural, la forma del manejo del agua y educación (El Colombiano 2018).

Un tema indispensable en estas reuniones es profundizar y agilizar los trabajos en materia de la certificación y documentación electrónica para los alimentos, buscando reducir la emisión de procesos documentales, por una manera más eficaz de realizar la expedición de los mismos. El objetivo es implementar más dinamismo en las actividades comerciales en relación con éstos productos (Portafolio 2018).

Principales importaciones en el país

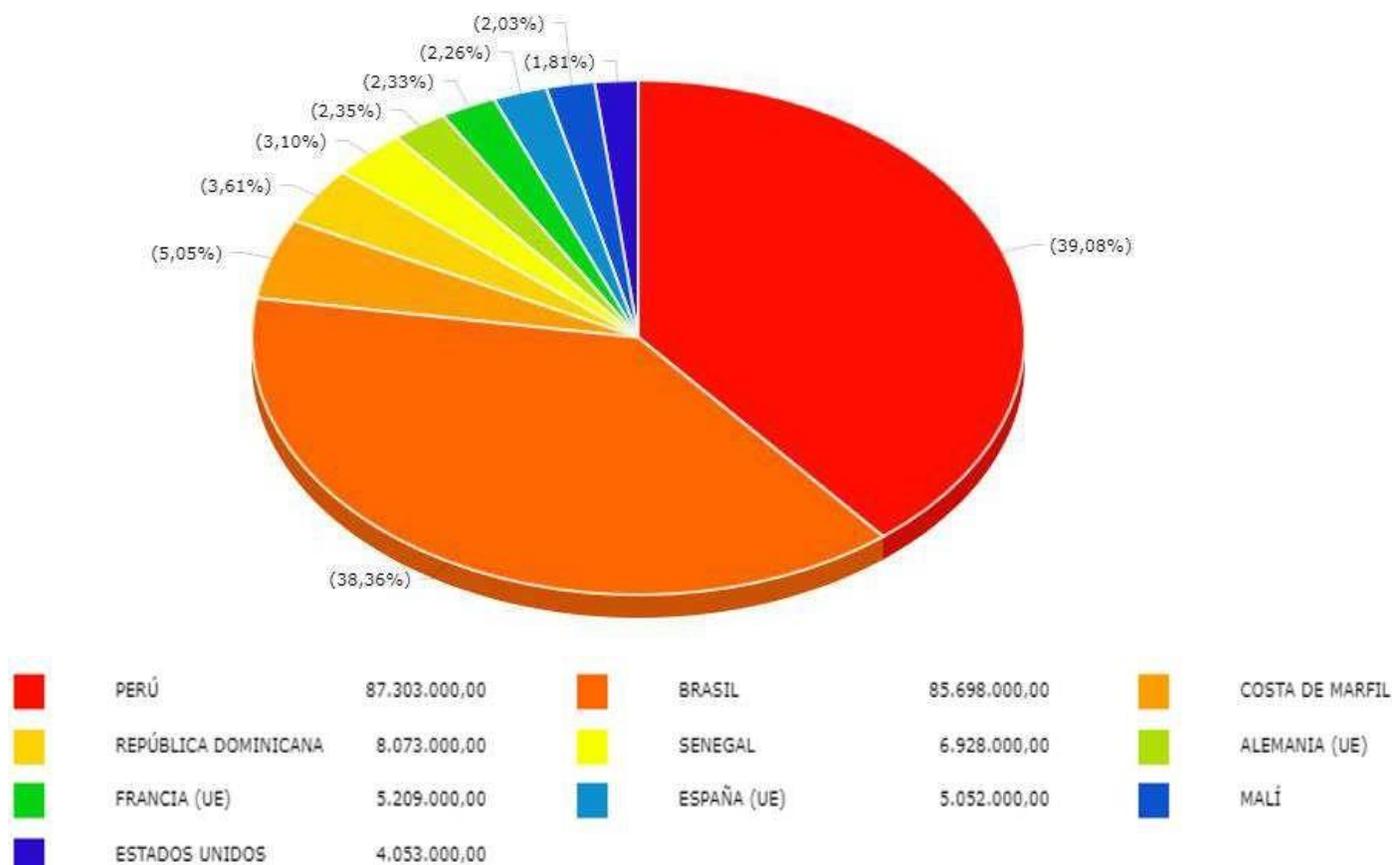


Figura 6. Importaciones de países bajos, legiscomex (2018)

En la anterior grafica se evidencian los principales países origen de las importaciones realizadas por Holanda en el sector de hortaliza y frutas principalmente las que están bajo la partida 08045000-

Guayabas, mangos y mangostanes, donde queda claro que el dominio total de este tipo de frutas está liderado por el comercio latino, que abre puertas a la exportación cuadrada y elaborada.

Alemania una oportunidad de expandir el mercado de frutas

Alemania es un país potencia en la fabricación y comercialización mundial en el área automotriz, mecánica y mecatrónica. Pero en la industria agrícola y de alimentos importa la mayoría de los productos que consume. Esta situación genera grandes oportunidades para Colombia en el sector agro industrial, especialmente en productos potenciales como frutas tropicales (uva, maracuyá, Mangos etc.), pescado y café. En este momento las frutas evidencian una tendencia creciente y positiva. En el primer semestre del 2018, el volumen exportado incremento en un 21 %, obteniendo un total de 53 millones de dólares.

El mercado Alemán en cuanto a las frutas ha estado en crecimiento, la demanda en Alemania ha aumentado en los últimos años, ya que ha crecido el deseo de las familias por una alimentación sana con frutas y vegetales frescos, alimentos con altos niveles nutricionales, que están dispuestos a pagar más por productos de calidad. La relación Colombia alemana es muy prospera ya que si la demanda de frutas sigue en crecimiento, las exportaciones aumentarían y los países demostrarían un auge y crecimiento reciproco. Al aumentar las exportaciones Colombia necesitaría más maquinaria y herramientas que en su mayor seguridad serían alemanas (Quintero 2018).

Actualmente Alemania está atravesando un tipo de recesión por la guerra comercial que lo divide entre sus mayores compradores (China y Estados Unidos), pero esta situación no ha sido no ha disminuido su participación en las importaciones de alimentos, sigue presentando una alta demanda de productos agrícolas especialmente en frutas y vegetales gracias al poder adquisitivo de sus habitantes. Cabe resaltar que el país germano es el país número 1 según el Banco Mundial en el desempeño logístico, lo cual le permite poseer grandes rutas de acceso para distribuir y comercializar los productos producto en su territorio.

Geográficamente Alemania posee una gran ubicación estratégica, agregando su alta calidad y tecnología en infraestructura portuaria cuenta aproximadamente con 60 puertos y sub puertos listos para la llegada y manejo de cargas. Para Colombia existen tres puertos de desembarque estratégicos que son los puertos de Bremen, Bremerhaven y el puerto de Hamburgo.

Tabla 12.

Rutas y frecuencia naviera

Puerto de desembarque	Puerto de embarque	Conexiones	Tiempo de tránsito (Días)
Bremen	Cartagena	Hamburgo - Alemania	16
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, Bremerhaven - Alemania	24
	Santa marta	Cartagena - Colombia, Bremerhaven - Alemania	18
	Buenaventura	Cartagena - Colombia, Bremerhaven - Alemania	20
Bremerhaven	Cartagena	Hamburgo - Alemania	16
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, Hamburgo - Alemania	24
	Santa marta	Cartagena - Colombia, Hamburgo - Alemania	18
	Buenaventura	Balboa - Panamá	19
Hamburgo	Cartagena	Directo	13
	Barranquilla	Cartagena - Colombia	21
	Santa marta	Cartagena - Colombia	15
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	17

Nota. Dirección de información comercial – Procolombia (2016).

En la anterior tabla se evidencia las diferentes rutas que serían usadas dependiendo el tipo de carga, precios, lugar o ciudad en el cual serían trasladadas las mercancía. El puerto de Hamburgo cuenta con una logística que permite conectarse con los demás puestos, lo que lo convierte en el puerto más estratégico y adecuado de desembarque de los productos.

Para el desarrollo importación se solicita documentación específica, que es necesaria para el buen proceso de la operación que permite evitar inconvenientes, como retención de mercancías, pérdida, destrucción entre otros. Los documentos necesarios son

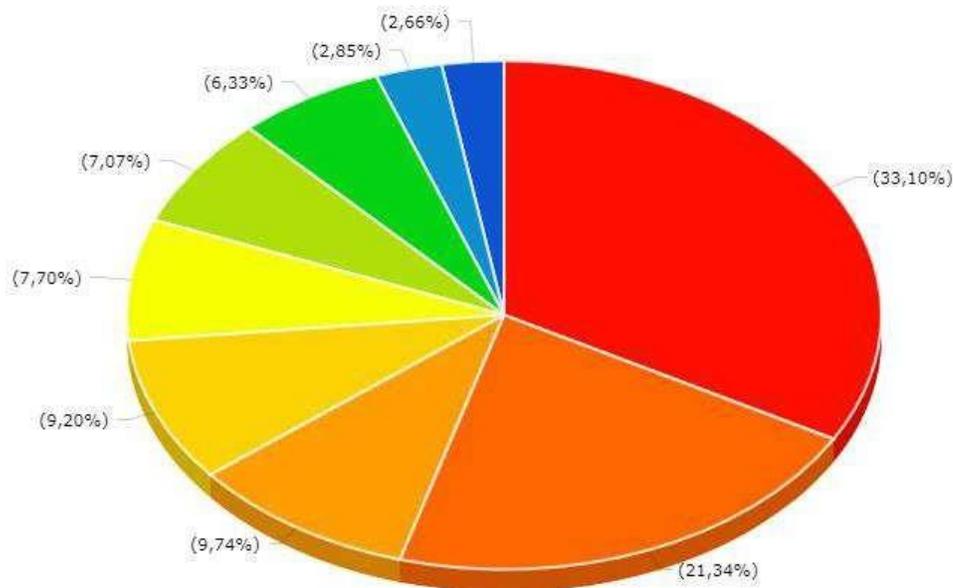
- Factura: dos facturas comerciales, firmada por el transportista, deberá acompañar al envío, el número de licencia de importación.
- Licencia de importación: La importación de mercancías en Alemania está sujeta a cualquiera: la "Declaración" Procedimiento para la importación liberalizado, o el "Procedimiento de Licencia

Individual" para productos comprendidos en las restricciones de cuotas.

- Certificado de origen, el cual evidencia el lugar de procedencia de la mercancía y permite adquirir los beneficios del Tratado de Libre Comercio con La Unión Europea.
- Certificados fitosanitarios e INVIMA, son certificados que brindan la seguridad de que los productos cuentan con toda la reglamentación de calidad y están aptos para el consumo humano.

Las oportunidades que se han abierto en el transcurso de los últimos años para la producción agrícola Colombia son enormes a nivel mundial, el potencial de frutas y hortalizas ha crecido significativamente gracias a este tipo de consumidores. Las alianzas ayudarían a explotar y disparar la producción en Colombia, aumentaría el consumo y se generaría un crecimiento representativo en la economía. Productos como el mangostino, la pitahaya, la uchuva son la muestra de una futura brecha para el crecimiento Colombiano que al ser bien aprovechada por las empresas lograrían mejorar su producción y posición en el mercado internacional, ampliando su visión a las exportaciones, contribuirían a un crecimiento de la industria y del país en general.

Importaciones de Alemania en el sector de las frutas y hortalizas



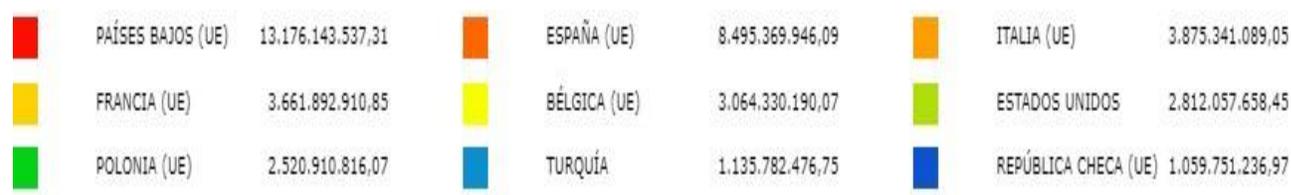


Figura 7. Importaciones de Alemania en el sector de las frutas y hortalizas. Legiscomex (2018)

El anterior gráfico ilustra las importaciones de Alemania de frutas y hortalizas, se idéntica los países proveedores de estos productos. Esta información es muy relevante ya que muestra los países que serían competencia para Colombia en la exportación de frutas a Alemania. Se logra identificar que no hay presencia de países latinos como proveedores de estas frutas, esto se convierte en una oportunidad más para que los empresarios Colombianos entren a incursionar con sus frutas exóticas en este país potencial.

Es preciso aclarar que existen en Colombia grandes empresas que producen y exportan frutas como Westfalia Fruit, Westfalia Fruit, Jardin Exotics S.A, Caribbean Exotics S.A, Frutas Comerciales S.A y muchas empresas más que cuentan con una gran participación en valor FOB en sus ingresos gracias a esta actividad. El presente trabajo va enfocado a ilustrar a estas empresas y a todas las empresas, grandes, medianas y hasta los pequeños productores de fruta exótica Colombiana para que aprovechen la gran oportunidad de exportar a Europa, específicamente a Alemania y Holanda que son los países centrales de la investigación. El Mangostino es el producto potencial del presente trabajo que en el desarrollo del mismo concluye que es una fruta con gran posibilidad de éxito en los mercados ya mencionados anteriormente. En consecuencia a todo lo abordado se afirma que no solo Colombia si no en general los países latinos cuentan con grandes oportunidades en el mercado Europeo. La investigación a través de las teorías de integración y de la ventaja absoluta reveló el potencial del país en el sector agrícola. La investigación se desarrolló bajo la metodología descriptiva y exploratoria por la cual se direcciono el trabajo y se demuestra la viabilidad de estas exportaciones con datos e información.

Conclusiones

El presente trabajo tenía por objetivo el determinar la posibilidad de incrementar las exportaciones de mangostino en algunos países del mercado europeo. Para tal fin, la investigación se estructuró en tres capítulos, en el primero se explicaron las condiciones de cultivo y comercialización de esta fruta. Como resultado se encontró que Colombia cuenta con un clima y condiciones agrícolas que le permiten ser un excelente productor de este bien, lo que dota al país de una ventaja a escala mundial, aunque no se desconoce que el continente asiático es el principal y directo competidor. Sin embargo, si se compara de manera específica con la capacidad de cultivo de esta fruta con los países de la UE, se encuentra que las condiciones no son óptimas para estos últimos.

En el segundo capítulo se demostró que la UE es una zona de integración de constante crecimiento, con la que, a partir de la firma del TLC con Colombia se han favorecido las relaciones comerciales, tal como lo indica la teoría de la integración. De igual modo en este capítulo se logra demostrar la demanda e interés existente en la mayoría de los países de la Unión por el consumo de frutos exóticos como el mangostino, a pesar que en la actualidad lo más importados son los mangos, la piña y la gulupa.

Teniendo en cuenta los datos expuestos se logra identificar que los mercados potenciales para analizar la comercialización de Mangostan o mangostino son Holanda y Alemania, basados en el consumo de fruta exótica y la cantidad de importaciones de las mismas. Razón por la cual, en el último capítulo se establecen los procesos a tener en cuenta para lograr una exportación exitosa a estos países y como resultado se presentan las siguientes recomendaciones.

Recomendaciones

Aumentar las hectáreas de cultivo de mangostino en los departamentos donde las condiciones naturales y ambientales lo permiten, generarán más cobertura a la demanda generada por el consumo del mangostino, aumentando la producción nacional y fortaleciendo así la economía del país desde el sector agrícola.

Los beneficios arancelarios determinados por los Tratados de Libre Comercio han permitido la exportación de productos de consumo local, en este caso específico los productos agrícolas generan una apertura a nivel mundial, que abren nichos de mercados inexistentes en un pasado. Esto ha volcado la mirada del resto del mundo hacia los productos agrícolas de Colombia.

La demanda de los productos agrícolas al resto del mundo, sin duda alguna, es una oportunidad de mejora para optimizar los procesos de producción del sector agrícola de Colombia; por un lado, puede hablarse de mejorar los procesos desde la semi – tecnificación para pequeños y medianos productores, y, por otro, mejorar la calidad de vida de este tipo de productores, desde la inversión pública y privada.

El estudio y análisis del mercado de la Unión Europea permitió analizar el comportamiento en cuanto a la relación oferta – demanda a nivel específico en varios países europeos, lo cual permitió entender y diseñar estrategias de exportación al continente europeo, identificando los principales nichos de mercado; siendo Holanda, los países bajos, Alemania y Francia, las principales naciones donde se consume el mangostino.

La estrategia de penetración de mercado, debe sustentarse desde la segmentación realizada, es por ello, que es más fácil el ingreso del producto por aquellos países que presentan mayor demanda, de igual manera un buen análisis del comportamiento de la sociedad europea puede determinar otros nichos de mercado potenciales; esto depende directamente de la gestión comercial realizada en estas naciones y los beneficios que se comercialicen en este proceso.

Referencias

Asohofrucol (2018). Informe de Gestión de 2018. Fondo Nacional de Fomento Hortífrucolo. Recuperado de: <http://www.asohofrucol.com.co/LeyTransparencia/Informe%20de%20gestion%202018%20FNH.pdf>

Benavidez, D. (2016). Potencialidad de exportación de mangostino liofilizado con destino al mercado farmacéutico de la eurozona. Universidad de la Salle. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/19005/63102072_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cardona A (2018). El ICA lidera plan exportador de frutas exóticas en el Amazonas <http://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/El-ICA-lidera-plan-exportador-de-frutas-ex%C3%B3ticas-en-el-Amazonas.aspx>

Castiblanco C, Sepúlveda M, Rivas C (2017). TLC entre Colombia y la Unión Europea. Analdex. Recuperado de: <https://www.analdex.org/2018/07/26/tlc-entre-colombia-y-la-union-europea/>.

Cortes, C. Torres, A. (2015). Proyecto de Exportación del Mangostino. Universidad Santo Tomas. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2296/Torresandres2015.pdf?sequence=1>

Giacometti, D. Lleras, E (1994). Neglected Crops: 1492 from a Different Perspective. Plant Production and Protection Series, N°26, FAO, Rome, Italy. p.229-237. J.E. Hernádo Bermejo and J. León (eds.). Recuperado de <http://www.hort.purdue.edu/newcrop/1492/myrtaceae.html>.

Gongora, P; Guarnizo, I; Segura, D. (2017). Exportación de pulpa de fruta exótica (mangostino, gulupa y aguacate hass). Universidad de la Salle. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/25184/63122045_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez Coll, Juan Carlos (2001): "Teoría de la Integración Económica" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes, <http://www.eumed.net/cursecon/17/> (23 de septiembre de 2019).

Mora L (2009). Plan de negocios para una empresa productora de frutas exóticas como el arazá, gulupa y guaraná, desarrollando subproductos de la misma. Universidad de la Salle. Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3313/T11.09%20M79pl.pdf?sequence=1>.

OECD (2017). Frutas Tropicales. The Observatory of Economic Complexity. Recuperado de: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/0804/>.

Reina, M; Oviedo, S. (2011). Colombia y el TLC con la Unión Europea. Friedrich Ebert Stiftung en Colombia – FESCOL-. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/08401.pdf>

Pinedo, P.M.; N.F. Ramírez y L.M. Blasco. (1981). Preliminary notes concerning the arazá (*Eugenia stipitata*), native fruit of the Peruvian Amazonia. M.A.A./INIA/IICA. Misc. Pub. 229. Lima- Perú.

Procolombia, Acuerdo comercial Colombia. Unión Europea, Frutas frescas <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/frutas-frescas>

Ramírez, S. (2018). Posibilidad de producción y exportación de frutas tropicales de la región del ariari Colombia a reino unido- Europa. Universitaria Agustiniiana. Recuperado de: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/517/7/RamirezOrtiz-SantiagoAndres-2018.pdf>.

Revista Dinero (2018). Las frutas colombianas se abren paso en el mundo. Visto por última vez, 29 de septiembre 2019. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/exportacion-de-frutas-colombianas-en-2018/258606>

SIS International Research 2018. Investigación de Mercado en Europa <https://www.sisinternational.com/investigacion-de-mercado-en-europa/>.

20 minutos (2019). Los españoles son los terceros de la UE que más fruta comen. <https://www.20minutos.es/noticia/3602913/0/espana-terceros-ue-comen-fruta/>

ICEX (2018). Países Bajos, vocacion commercial. <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mundo/REP2018789866.html>

El colombiano (2018). Colombia y Países Bajos buscan profundizar sus relaciones comerciales. <https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/colombia-y-paises-bajos-buscan-profundizar-sus-relaciones-comerciales-AC8510020>.

Green Yard (2019). Fot a healthier future. <https://www.greenyardfresh.de/beschaffung/sales-and-sourcing>.