TRABAJO DE GRADO PARA OBTAR AL TITULO ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA FRUTA LLAMADA CHOLUPA ORGANICA CON DESTINO AL MERCADO INTERNACIONAL

MARIA ANTONIA SANTOS VÁSQUEZ
Código: D5200228

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
Octubre de 2014
Bogotá, D.C.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA FRUTA LLAMADA CHOLUPA ORGANICA CON DESTINO AL MERCADO INTERNACIONAL

María Antonia Santos Vásquez, Universidad Militar Nueva Granada

RESUMEN

La compañía comercial SANVAS S.A.S está enviando al mercado internacional, una fruta tropical denominada Cholupa. Su acogida en los mercados de Europa, los Estados Unidos y Japón, hasta la fecha, es satisfactoria, pero es necesario incrementar las ventas en su cantidad a los clientes actuales, y en la colocación a nuevos clientes. La revisión de las expectativas de este mercado, nos indican que es necesario ofrecer esta clase de fruta, cultivada orgánicamente.

Para esta investigación, utilizaremos los métodos cualitativo y cuantitativo, en cuanto se complementan y permiten una investigación de carácter integral, ya que ambos contribuyen con aportes significativos al logro del objetivo propuesto.

PALABRAS CLAVE: Cholupa, Orgánica, Ventas, Ampliación, Preferencias.

MARKET RESEARCH CALL FOR FRUIT ORGANIC CHOLUPA BOUND TO INTERNATIONAL MARKET

ABSTRACT

The trading company SANVAS H.S.H. is sending to the international market, a tropical fruit called Cholupa. It´s reception in the European and Japanese markets until today, is satisfactory, but it is necessary to increase the amount of sales to the current customers, and to find new customers. When reviewed the market expectations, indicated that it is important to offer it, as an organically grown fruit.

For this research, we will use qualitative and quantitative methods since they complement each other and as a result, the investigation will be integral, since both contribute significantly whenachieving the objective of the study.

JEL: D2, D4, Q1, Q5

KEYWORDS: Cholupa, Organic, Sales, Extension, Preferences.

INTRODUCCIÓN

La empresa objeto del estudio, ya comercializa la Cholupa en el mercado internacional, pero se trata de esta fruta cultivada por el sistema tradicional, que usa agroquímicos en el control de plagas y enfermedades.

Muchas personas, alrededor del mundo, prefieren las frutas y las hortalizas, con el sello o etiqueta de productos orgánicos certificados, y están dispuestas a pagar hasta un cuarenta por ciento más por su valor. Las personas, buscan protegerse y proteger a sus familias, evitando los contaminantes que llevan los productos agropecuarios, tratados con sintéticos, y que está comprobado, afectan la salud de los consumidores.

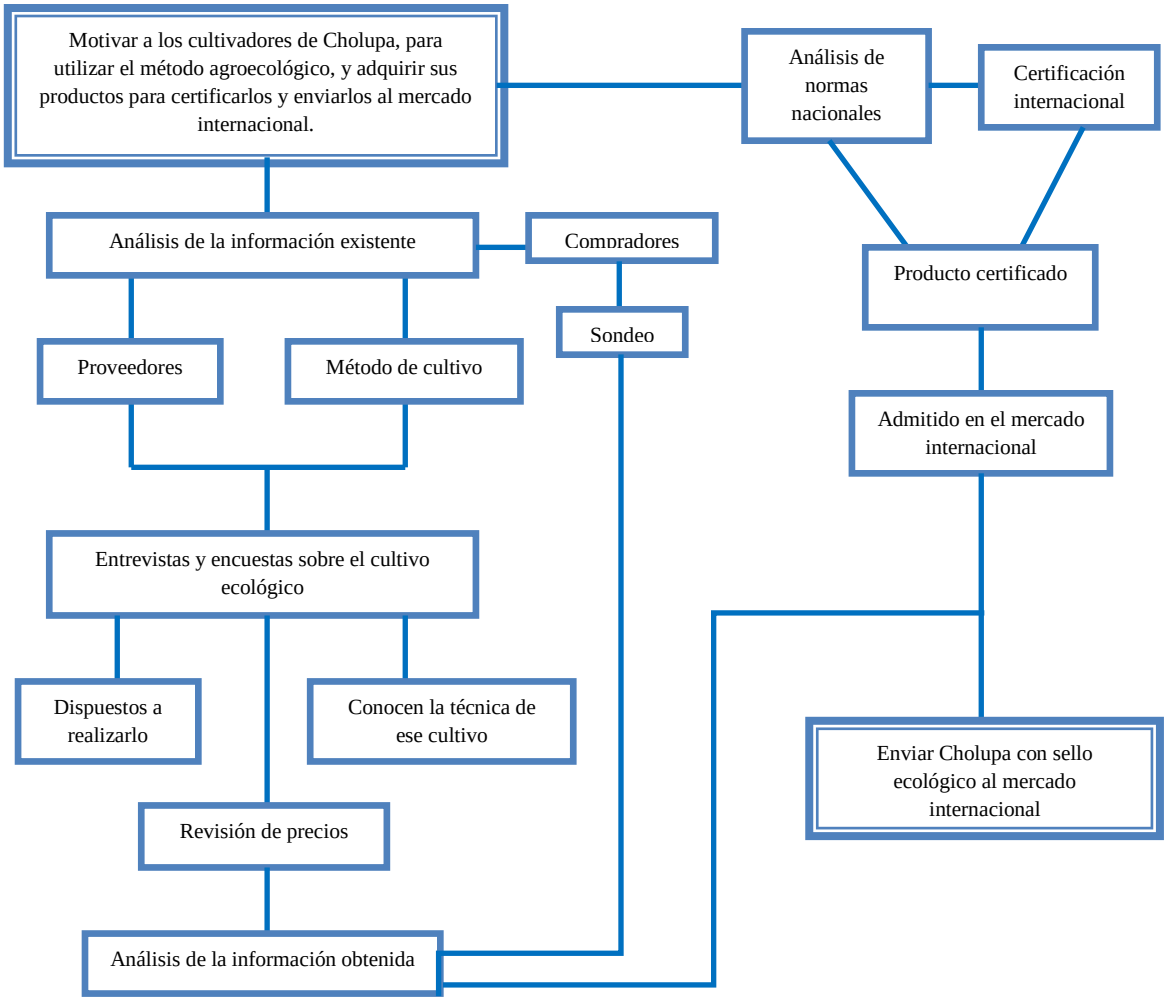
En el caso de Colombia, el gobierno nacional, por normas que debe poner en rigor y controlar el Ministerio de Agricultura, reglamenta la forma de acreditar dentro del llamado "Sistema Nacional de Normalización, certificación y metrología", los requisitos que los productores y comercializadores deben cumplir para que puedan utilizar el sello de ALIMENTO ECOLÓGICO.

A los mercados internacionales, llegan cada día, más productos agroecológicos, creando una mayor presión competitiva sobre los precios y la calidad de los productos. Los estudios con enfoque fenomenológico, dan cuenta de los gustos por estos productos.

La empresa comercializadora SANVAS S.A.S. llevará a cabo una investigación que le permita decidir si tiene proveedores de cholupa cultivada con modelos ecológicos, y si sus clientes actuales, están interesados en adquirirla. El resultado le indicará cómo proceder al respecto, teniendo en cuenta que la empresa SANVAS S.A.S., el único producto que vende es éste.

METODOLOGÍA

Mapa conceptual de la investigación:



La investigación se basará en el método cualitativo que parte de la información actual, más la que obtendremos y después de organizarla y analizarla, la interpretaremos para obtener las soluciones aplicables. En este método cualitativo, tendremos en cuenta el interaccionismo simbólico, para revisar la calidad requerida en el producto. También los enfoques fenomenológico y hermenéutico, para conocer mejor los gustos de nuestra clientela y la interpretación de textos en cuanto a los requerimientos. La investigación de la acción participativa en el mercado, nos indicará la existencia de mercados agroecológicos, que son los que buscamos para satisfacer nuestros clientes. Por el método inductivo, llegaremos a la comprensión y a la solución del problema, que es el fin del trabajo que estamos realizando.

El método cuantitativo, en el cual se parte de la teoría general, y por deducción, nos valemos del positivismo metodológico, para estudiar las distintas variables. En estas variables, debemos tener en cuenta los indicadores, tanto los que ya tenemos, como los que logremos con la investigación y el análisis estadístico.

Como ya lo expusimos en el resumen de este trabajo, los dos métodos se complementan y permiten así realizar una investigación integral.

Para medir las variables que más interesan, a saber: 1º.- La participación de los proveedores y su interés en capacitarse e ingresar en la producción de Cholupa orgánicamente, para comprársela a un mejor precio. 2º. -El interés de nuestros clientes actuales por adquirir el producto producido orgánicamente, con un incremento en los precios. 3° -El estudio de las Normas nacionales e internacionales para certificar y llevar al mercado internacional, este producto.

Según la FAO, la agricultura orgánica, es un sistema de producción que utiliza al máximo los recursos de la finca, dándole énfasis a la fertilidad del suelo y la actividad biológica, y al mismo tiempo, minimizar el uso de los recursos no renovables; y no utilizar fertilizantes y plaguicidas sintéticos para proteger el medio ambiente y la salud humana. Se tienen en cuenta: la selección de semillas, - no modificadas genéticamente- el mejoramiento de plantas, la fertilidad del suelo mediante el reciclaje de materias orgánicas, los métodos de labranza amigables con el ambiente y con la conservación de las fuentes de agua y el control biológico de plagas, enfermedades y malezas.

Muchos países de Europa, Los Estados Unidos y el Japón; están solicitando productos agrícolas que no sean cultivados con químicos, ya que se han advertido los peligros que éstos causan a la salud humana, y por ello están decididos a pagar un mayor valor por un producto con sello ecológico.

Existen ya analizados y producidos en los mercados Nacional e Internacional; una serie de productos biológicos y naturales, como insumos agrobiológicos, que producen el control que requieren las plantaciones, en cuanto a plagas, enfermedades y malezas. Igualmente, ya existen las fórmulas de los abonos que se producen reciclando desechos vegetales y animales, las maneras de plantar de acuerdo a los suelos, sin causar daños graves al ambiente y sin poner en riesgo la salud de los cultivadores y de los consumidores.

Basados en la información actual, tenemos ya un número considerable de nuestros clientes que en nuestra relación comercial, nos han sugerido proveerlos de esta fruta, cultivada orgánicamente. También conocemos algunos de nuestros proveedores, con inquietudes al respecto.

Procedemos a realizar con nuestros proveedores, cultivadores de cholupa, ocho en total; una encuesta - anexo 1 - sobre el conocimiento que ellos tienen al respecto y acerca de su interés para ponerlo en práctica; consistente en participar en una capacitación dictada por el Ica, coordinada y subvencionada por SANVAS S.A.S., durante doce horas; sobre las posibilidades de adquirir en el mercado los insumos requeridos, conforme a la reglamentación expedida por el ICA, y sobre el necesario incremento de precios.

Tabla 1: Resultados de la encuesta a proveedores de Cholupa de la empresa SANVAS S.A.S.

PREGUNTAS		**1**	**%**	**2**	**%**	**3**	**%**	**4**	**%**	**5**	**%**
RESPUESTAS	**SI**	6	75%	6	75%	6	75%	5	62.5%	6	75%
	NO	2	25%	2	25%	2	25%	3	37.5%	2	25%

De los productores encuestados, en total ocho, seis contestaron afirmativamente, lo que corresponde al 75 %, y se obtuvo la información de que si hay interés en los proveedores de Cholupa cultivada ecológicamente.

Con nuestros clientes actuales realizamos un sondeo de opinión - anexo 2 -, acerca de su interés en adquirir este producto con un incremento en los precios, del veinte por ciento, con relación a lo que hemos estado suministrando hasta ahora. En total, vía correo electrónico se les preguntó a 12 clientes, obtuvimos respuesta de 8 y cuatro no contestaron nuestro requerimiento.

Tabla 2: Resultados del sondeo realizado a los clientes

TOTAL DE CLIENTES	**RESPUESTAS**	SI	7	58.3%
		NO	1	8.3%
12		SIN RESPUESTA	4	33.3%

De los clientes consultados, el 58.3% respondió que si le interesa adquirir el producto y con el incremento en el precio.

La información obtenida, nos sirve y es suficiente para tomar decisiones; no obstante, seguiremos haciendo seguimiento al proceso, y llevaremos a cabo las correcciones que requiera.

Las normas colombianas

En Colombia, existe el Programa Nacional de Agricultura Ecológica, atendido por el Comité Interinstitucional de Agricultura Ecológica integrado así:

Ministerio de Agricultura

Ministerio del Medio Ambiente

Instituto Alexander Von-Humboldt – Bio-comercio

Sena

Cámara de Comercio de Bogotá

IICA- ICA- CORPOICA

Secretarías de Agricultura ONGS y otras.

La Resolución No. 1555 del 20 de Octubre 2005, expedida por el Ministerio de Ambiente, que se refiere a la promoción y producción de bienes y servicios limpios.

La Resolución 542 del 2008, se refiere a la reglamentación del Sello Ambiental.

La Resolución 148 de 2006, modificada por la Resolución 035 del 2007, reglamenta el acceso de las entidades de certificación acreditadas dentro del sistema nacional de normalización, certificación y metrología, para autorizar el sello de Alimento Ecológico – anexo 3 -, que debe ser para productos ecológicos al cien por ciento. También se distingue entre los productos agropecuarios primarios y los elaborados.

Resolución ICA 0150 del 2003 Reglamento Técnico de Registro y control de Fertilizantes y acondicionadores del suelo.

Resolución ICA 0375 del 2004 Reglamento Técnico de Registro y Control de Bío-insumos y Extractos Vegetales.

El sello de certificación lo emiten en Colombia:

C.C.I. Corporación Colombia Internacional.

S.G.S. Colombia

Cotecna S.A.

Ecocert.

Ceres

Biotrópico.

Las normas internacionales

IFOAM Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica. Normas Básicas.

Para los países miembros de la Unión europea, se aplica el reglamento número 2092 de 1991, USDA NOP 2000.

Para los EEUU, se aplican las normas Orgánicas nacionales, N.O.S. con la acreditación U.S.D.A.

Para poner la marca de calidad JAS - anexo 4 -, de conformidad con la Ley de Normas Agrícolas, con destino al mercado del Japón, los productos son evaluados por un tercero que se conoce como Organización de certificación registrada O.C.R. Estas evaluaciones pueden ser efectuadas por tres tipos de organizaciones: Deben ser aprobadas por el Ministerio de Agricultura M.A.F.F.

1º. De investigación y pruebas, filiales del Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca. M.A.F.F.

2º. Organizaciones de análisis de gobiernos locales.

3º. Otras organizaciones particulares autorizadas por JAS.

El procedimiento es el siguiente:

Solicitud de certificación. Evaluación de documentos_ Inspección en el sitio_ Evaluación y juicio.

Los productos son sometidos a cuarentena.

RESULTADO

Teniendo en cuenta que la cholupa, exportada por SANVAS S.A.S. durante varios años, ya está posicionada en el mercado internacional, de lo que se trata es de atender solicitudes de sus clientes actuales, determinando la posibilidad de suministrarles esta fruta, cultivada orgánicamente.

Estos requerimientos, que además están acorde con las tendencias de esos mercados en cuanto a frutas y verduras, y por eso, la empresa comercializadora Colombiana SANVAS S.A.S. ha ejecutado un trabajo de investigación, realizando una encuesta entre sus proveedores de la fruta tropical llamada Cholupa, la cual exporta desde hace cinco años; y un sondeo con su clientela; todo orientado a verificar si es factible materialmente y viable económicamente, que el producto se produzca con bío-orgánicos.

La Cholupa es una fruta producida por una planta de la familia de las pasifloráceas, y su polinización es efectuada principalmente por abejas, abejones, y otros insectos chupadores, que se han visto afectados por los insecticidas usados en el cultivo. Este factor ha incidido en la calidad de los frutos, porque el llenado, no es el ideal. Con esta consideración, que conocen plenamente los agricultores, podemos mencionar una de muchas razones por las que conviene usar métodos ecológicos.

Definitivamente, el mercado Japonés, es el que muestra mayor interés en esta clase de oferta.

Otro factor determinante es que los costos de los bío-insumos bajan notablemente comparados con los químicos, y en cambio, la empresa compradora, les incrementa el precio de compra de sus producciones.

La tabulación de la encuesta realizada entre los cultivadores, que son los mismos proveedores, nos muestran que es una buena decisión emprender ese camino comercial.

La respuesta de los compradores en el mercado que atiende esta empresa, es excelente, y no fue ningún obstáculo que se les ofreciera con un incremento en los precios. Esto nos muestra que además de ingresar a esta clase de mercado, la empresa está mejorando sus ganancias.

CONCLUSIONES

La globalización de los mercados, presiona tanto los precios como las calidades, y por ello es de suma importancia, que las empresas productoras y comercializadoras que los atienden, estén poniendo al día sus ofertas, para mantener y mejorar la satisfacción de su clientela.

La investigación realizada nos muestra la conveniencia de atender los requerimientos de la clientela de la empresa comercializadora SANVAS S.A.S. porque no tiene dificultades en la

adquisición del producto y porque va a tener un incremento en las utilidades, tanto de los productores como de la empresa comercializadora.

Es necesario cumplir a cabalidad los requisitos legales y reglamentarios, conforme a las normas de los países de destino, para acceder a los mercados. Para esto, la empresa ya cuenta con la experiencia que le da, haberlos atendido con el mismo producto, cultivado en la forma tradicional, durante cinco años.

Ingresar, atender y mantener, esta clase de mercado, abre enormes posibilidades de ampliación en el número de clientes, y todo dependerá de las gestiones publicitarias, que es necesario emprender.

El seguimiento permanente a la evolución del negocio que se inicia, es factor importante, en la toma de decisiones futuras; bien sea para mantener las fórmulas, para modificarlas o para no seguirlas aplicando.

ANEXOS

Anexo 1**:** Encuesta realizada a los productores

1. ¿Conoce usted la forma de producir Cholupa ecológicamente?
2. ¿Está interesado en ponerla en práctica?
3. SANVAS S.A.S ha coordinado con el ICA una conferencia al respecto, ¿Desea asistir?
4. ¿Sabe usted donde conseguir los bío-insumos para el cultivo orgánico?
5. SANVAS S.A.S adquirirá su producción con un incremento del diez por ciento. ¿Nos venderá así?

PROVEEDOORES	**RESPUESTAS**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
AGRICOLA CAMPOALEGRE	NO	NO	NO	NO	NO
FRUVER DEL HUILA	SI	SI	SI	NO	SI
ANDRES CAMARGO S.A	SI	SI	SI	SI	SI
FRUTAS RIQUISIMAS LTDA	NO	SI	SI	NO	SI
PRODUCTORES CABRERA	SI	NO	NO	SI	NO
ASOCIACIÓN HORTOFRUTÍCOLA DE RIVERA	SI	SI	SI	SI	SI
SEMBRADOS S.A	SI	SI	SI	SI	SI

PROFRUTAS DEL HUILA S.A	SI	SI	SI	SI	SI

Anexo 2: Pregunta realizada a los clientes

Le ofrecemos nuestro producto ahora cultivado orgánicamente con el sello respectivo, con un incremento del 20 por ciento en su precio. ¿Está interesado en adquirirlo?

CLIENTES	**RESPUESTA**
BIOFACH JAPAN	SI
FOODEX JAPAN	SI
SUPER MARKET TRADE SHOW JAPAN	SI
YUKIO HATOYAMA - JAPAN	SI
JPS INTERNATIONAL TRADING. FLORIDA – ESTADOS UNIDOS	SI
AGRIFOOD OPCION LONG, INC. TEXAS – ESTADOS UNIDOS	SI
FRUTAS DIEGO MARTINEZ E HIJOS, S.L. BARCELONA – ESPAÑA	SI
MATIJAS COLD FRUIT CUNDINAMARCA - COLOMBIA	NO
AGROFRUT S.A MEDELLIN - COLOMBIA	SIN RESPUESTA
FRUTAS HORTISO. ALMERIA - ESPAÑA	SIN RESPUESTA
AWETA AMERICAS. CALIFORNIA – ESTADOS UNIDOS	SIN RESPUESTA
JOHN ANDRUS COOPER – ESTADOS UNIDOS	SIN RESPUESTA

Anexo 3: Requisito sello ecológico

“La mayor experiencia y base técnica se refleja en la certificación de productos ecológicos (orgánicos o biológicos), donde la CCI ha sido pionera en el país desde 1994 lo que le ha

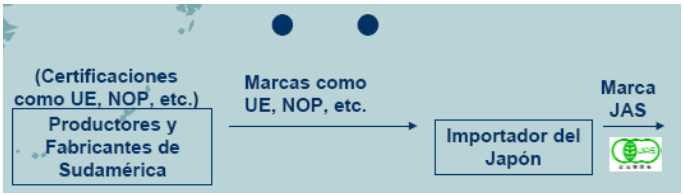
permitido que su servicio se encuentre acreditado y que bajo normas de gestión de la calidad administrativa, operativa y técnica, trabaje de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, tanto a nivel nacional como internacional, proporcionando confiabilidad, seguridad y respaldo a los usuarios del servicio.

El Programa está diseñado siguiendo los aspectos reglamentarios establecidos y vigentes, que como referentes técnicos se encuentran en el ámbito nacional, por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, mediante la Resolución 148 de 2004 y, a nivel internacional realiza su trabajo con base en los reglamentos 2092 de 1991 de la Unión Europea, USDA NOP de 2000, las normas básicas para la agricultura y el procesamiento de alimentos ecológicos de IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica) y por las directrices del Codex Alimentarius para alimentos producidos ecológicamente.

Anexo 4: Método de adquirir el JAS

Los operadores sudamericanos con la Certificación JAS exportan de Sudamérica los productos con la marca orgánica JAS

Si exporta directamente de Sudamérica al Japón, el importador del Japón no puede poner la marca JAS a los productos.



Fuente: JETRO. Japan External Trade Organization

BIBLIOGRAFIA

Codex Alimentarius. Normas Internacionales de los alimentos. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. **Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de** http://www.codexalimentarius.org/codex-home/es/

Corporación Colombiana Internacional. CCI. Sistema de gestión documental. **Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de** http://www.cci.org.co/ccinew/

García, Ronald. Universidad Santiago de Cali. Grupo de investigación en desarrollo económico y economía internacional. (2011, Septiembre). **Recuperado el 23 de Septiembre de 2014, de** http://investigaciones.usc.edu.co/files/CEIDER/GIDEEI-USC%20032.pdf

García, Santiago (2008), Mercadeo Cuántico: Toma de Decisiones para la Alta Gerencia a partir de la complejidad global. Especialización en alta gerencia. Universidad Militar Nueva Granada.

International Trade Center. Normas básicas de la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Biológica IFOAM. (2011, Enero). **Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de** http://www.intracen.org/WorkArea/DownloadAsset.aspx?id=60256.

JETRO. Japan External Trade Organization. **Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de** http://www.jetro.go.jp/

Martínez, Piedad (2006), El Método del Estudio de Caso Estrategia Metodológica de la Investigación Científica. Universidad del Norte.

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Dirección general de industrias y mercados alimentarios. Reglamento comunitario R(CEE) N° 2092/91 (2008, Junio). **Recuperado el 26 de Septiembre de 2014, de** http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/r(cee)2092-1991_tcm7-52770.pdf

Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, presidencia de la Nación. Argentina. Oferta y tendencias de consumo de productos orgánicos en Japón. La experiencia japonesa. (2012). **Recuperado el 30 de Septiembre de 2014, de** http://www.iica.int/Esp/regiones/sur/argentina/Documents/2013/Noticias/Video_CFI/Curcio-Lacaze.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. La Agricultura Ecológica en Colombia. (2006). **Recuperado el 26 de Septiembre de 2014, de** http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/20061110121639_AGRICULTURAECOLOGICAMADR2006.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. Depósito de documentos. Los mercados mundiales de frutas y verduras orgánicas. **Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de** http://www.fao.org/docrep/004/Y1669S/y1669s0b.htm

Moreno, María (2005), La Investigación Cualitativa en Marketing: el camino hacia una percepción social del mercado. Revista Colombiana del Marketing, vol. 4 núm. 6. Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Proexport. Información de mercados. Ficha del país. España. **Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de** http://www.proexport.com.co/sites/default/files/ficha_pais_espana_.pdf

Proexport. Información de mercados. Ficha del país. Japón. **Recuperado el 20 de Septiembre de 2014, de** http://www.proexport.com.co/sites/default/files/ficha_pais_japon_0.pdf

Proexport. Información de mercados. Estudio de productos orgánicos. **Recuperado el 21 de Septiembre de 2014, de** http://www.proexport.com.co/sites/default/files/estudio_organicos_-_efta_1.pdf

SCS Global Services. Standard for sustainability. Certificación Orgánica. Programa nacional Orgánico USDA. **Recuperado el 22 de Septiembre de 2014, de** http://www.scsglobalservices.com/es/certificacion-organica

Striedinger, Martha (2013), Plan de Marketing. Universidad Militar Nueva Granada. Especialización en Alta Gerencia.