

2022

Internacionalización de la guatita colombiana

Daniel Mateo Quito Rueda

Universidad de La Salle, Bogotá, dquito93@unisalle.edu.co

Cristhian Humberto Serrano Quintero

Universidad de La Salle, Bogotá, cserrano40@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio



Part of the [Business Administration, Management, and Operations Commons](#), [Business Analytics Commons](#), [Business Intelligence Commons](#), and the [Business Law, Public Responsibility, and Ethics Commons](#)

Citación recomendada

Quito Rueda, D. M., & Serrano Quintero, C. H. (2022). Internacionalización de la guatita colombiana. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/689

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Finanzas y Comercio Internacional by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Internacionalización de la guatila colombiana

Cristhian Humberto Serrano Quintero

Daniel Mateo Quito Rueda

Universidad de La Salle

Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible

Finanzas y Comercio Internacional

Proyecto Investigativo Disciplinar

2022

RESUMEN

En la actualidad la expectativa de vida de las personas ha aumentado y con esto los índices de fragilidad y enfermedades crónicas. Estas enfermedades se pueden evitar con una dieta sana y balanceada. La guatila tiene diversos beneficios que pueden ayudar a prevenir estas enfermedades y ayudar como complemento a la medicina tradicional, pero al ser denominada como “la papa de pobre” se olvidan estos beneficios y su valor nutricional no se aprecia, dando así que sea su tecnificación sea muy baja y desaprovechando sus atributos.

Por esta razón mediante el análisis del sector nacional se evaluó el potencial que esta tiene de ser exportada, se analizó el crecimiento y la importancia de la medicina alternativa en los mercados internacionales, de esta forma se determinaron los países con un mayor potencial, luego por medio de la recolección de información que se obtuvo mediante bases de datos, se realizó una comparación de los mercados con mayor potencial y se seleccionó el mejor para así, finalmente determinar la estrategia de entrada de la guatila.

Palabras clave: internacionalización, medicina, comercio, salud y potencial.

ABSTRACT

Nowadays, people's life expectancy has increased and with it the rates of fragility and chronic diseases. These diseases can be avoided with a healthy and balanced diet. The guatila has several benefits that can help prevent these diseases and help as a complement to traditional medicine but being called "papa de pobre" these benefits are forgotten, and its nutritional value is not appreciated, thus making its technicality very low and wasting its attributes.

For this reason, through the analysis of the national sector, the potential of being exported was evaluated, the growth and importance of alternative medicine in international markets was analyzed, in this way the countries with the greatest potential were determined, then through the collection of information obtained through databases, a comparison of the markets with the greatest potential was made and the best one was selected to finally determine the entry strategy for the guatila.

Key words: internationalization, medicine, trade, health, and potential.

Contenido

1. Introducción.....	6
2. Marco teórico.....	8
2.1 Teorías de comercio internacional	9
2.2 Internacionalización	10
2.3 Estrategias de internacionalización	11
3. Metodología.....	12
4. Resultados.....	15
4.1 La guatila colombiana	15
4.1.1 Consumo de Guatila en Colombia	16
4.1.2 Producción de guatila en Colombia	17
4.1.3 Medicina alternativa en los mercados internacionales.....	19
4.2 Identificación de países	20
4.2.1 Países que importan hortalizas	21
4.2.2 Principales países a los que Colombia exporta	22
4.2.3 Países seleccionados	22
4.2.4 Variables	23
4.3 Estrategia de entrada de la guatila.....	27
4.3.1 Acuerdos Comerciales entre Colombia y Francia.....	28
4.3.2 Perfil del consumidor	28
4.3.3 Tamaño del mercado.....	28
4.3.4 Tendencia	28
4.3.5 Comportamiento del sector	29

4.3.6 Accesos a Francia.....	29
4.3.7 Canales de distribución	30
4.3.8 Análisis DOFA.....	30
5. Conclusiones.....	32
6. Lista de Referencias.....	33
Anexos	39
Aspectos Macroeconómicos	39
Aspectos microeconómicos	41
Aspectos logísticos	44

1. Introducción

En la actualidad, la globalización impulsa a todos los sectores de la economía a ser competitivos y buscar cómo adaptarse o aportar nuevas ideas que puedan beneficiar a la sociedad. En Colombia la agricultura podría llegar a tener un factor fundamental en diversas áreas no solo en la alimenticia sino también en la medicinal, ya que existen plantas, frutas, hortalizas o flores tradicionales que tienen diversos beneficios a la salud y podrían llegar a tener un potencial en mercados internacionales.

Unos de los mayores problemas que posee Colombia en el sector agrícola es la ganadería extensiva, cultivos improductivos, deforestación acelerada, grandes subsidios ineficientes, dietas que no son saludables y aumento de importaciones (CODS, 2021). Estos problemas afectan a todos los colombianos ya que la agricultura es fundamental, no solo para alimentar a el país, sino que también es una gran fuente de ingresos que se está desaprovechando. En Colombia se desperdician cerca de 9,76 millones de toneladas de comida al año; de las cuales, 6,08 millones corresponden a frutas y verduras, 2,4 millones de toneladas de raíces y tubérculos se pierden o desperdician, lo que representa el 59% (DPN, 2016), además de esto el sector se ha quedado atrás debido a que, mientras se muestra un crecimiento en el sector minero de un 22% para el año 2020, el sector agro solo tuvo un crecimiento del 2.8% para este mismo año, esta conducta se ha mantenido durante los últimos 10 años, lo cual es la pérdida de una gran oportunidad que se tiene por la gran demanda de productos agrícolas (Steiner, 2011). Aun las personas pueden ver el sector agrícola con optimismo ya que es recomendado como uno de los cinco sectores que pueden atraer alta inversión, donde se puede implementar desarrollo tecnológico con una alta rentabilidad, esto es debido a que según estimaciones el crecimiento de la demanda por productos agrícolas seguirá en aumento (Gómez, 2011).

Recordemos también que en Colombia frontera agrícola para cultivar en Colombia es más de 39,2 millones de hectáreas, de las cuales solo se utiliza un 18%, y de uso permanente tan solo 7 millones de hectáreas (López, 2020), lo cual refleja una gran problemática. En la actualidad Colombia cuenta con grandes beneficios y ayudas para el sector agrícola, las cuales promueven la internacionalización de productos y los protegen de posibles riesgos que puedan surgir (Legis, 2021).

Según la OMS el ser humano debe consumir unos 400g diarios de frutas y verduras para obtener beneficios para la salud y nutricionales, y según la misma fuente, 3.9 millones de muertes en el mundo se atribuyen a la falta de consumo de frutas y verduras (OMS, 2019). Así es que los productores de pequeña escala pueden llegar a satisfacer las necesidades de los mercados de la mayoría de los países en desarrollo, una producción relativamente baja, pero aun así existe una clara oportunidad de mejora de estos pequeños productores, utilizando las tecnologías e innovación que son necesarias en cada una de las etapas de la cadena de suministro, se pueden fomentar y aumentar el alcance de los pequeños productores (FAO, 2021). En términos de consumo de verduras, legumbres y nueces, Europa consume 220 g diarios, mientras que en Colombia se tiene un promedio de 50 g diarios de verduras y hortalizas y 94 g de frutas, lo que nos muestra que los países con mayor nivel de ingresos consumen más verduras y frutas que los países en desarrollo (Rodríguez, 2019).

Las frutas y las verduras constituyen una parte importante para la salud del ser humano, Colombia cuenta con producción y disponibilidad, pero cuenta poca selección de diversidad lo que le refleja su malnutrición y los problemas de salud que tienen el país, Colombia está trabajando en mejorar el consumo de frutas y verduras, pero para esto es necesario diseñar estrategias efectivas que permitan la mejora su baja producción y bajo consumo de estas (Rodríguez, 2019).

Además de esto en las últimas décadas la economía alimentaria mundial ha cambiado y esto se ha reflejado en los hábitos alimenticios; se tiene un mayor consumo de alimentos muy energéticos con alto contenido de grasas, en particular grasas saturadas y bajos carbohidratos no refinados (OMC, 2003). Estos nuevos hábitos han traído repercusiones negativas a la salud y la nutrición de las personas, un problema serio ya que estos nuevos hábitos han repercutido en la disminución de las reservas y reducción de la resistencia a los estresores como resultado de la declinación acumulativa de múltiples sistemas fisiológicos que incrementan la vulnerabilidad para resultados adversos de salud, entre los que se encuentran: riesgo de enfermedades agudas, caídas y sus consecuencias (lesiones, fracturas) (Cabrera, 2011).

Por esta razón la investigación busca cómo poder aportar un poco a esta problemática, de ahí que este trabajo va enfocado en el potencial que tiene la guatila con usos medicinales en mercados internacionales. Se escogió esta hortaliza ya que tiene gran importancia para Colombia y ha acompañado su historia. En la actualidad el término utilizado de “papa de pobre” es un término inapropiado ya que hace que se pierda apropiación de esta y olviden los muchos beneficios

que puede traer a la salud y alimentación, en términos alimenticios, puede ayudar a la disminución del colesterol, es rica en aminoácidos y contiene carbohidratos entre otros muchos beneficios. También sus compuestos contribuyen a la prevención de posibles enfermedades crónicas y degenerativas en el organismo humano (Sanabria, 2019).

Todo esto nos hace preguntarnos ¿Cuál es posibilidad de exportar la guatila o choyote colombiano como producto, con fines medicinales, teniendo en cuenta su potencial y el papel que juega la medicina alternativa en el mundo para así poder determinar su estrategia de internacionalización?

Por todo ello y su facultad de desarrollarse en diferentes climas con facilidad, la guatila con usos medicinales puede llegar a tener un potencial en mercados internacionales, en la actualidad la medicina alternativa o complementaria ha tomado fuerza en los últimos años, según la OMS la medicina tradicional de calidad, seguridad y eficacia comprobadas contribuye a asegurar el acceso de todas las personas a la atención de salud (OMS, 2013). Las enfermedades crónicas afectan en diversas áreas de la persona que la sufre, esta propiedad o condición impone en primer lugar lidiar de forma permanente con ella en los espacios físico, psíquico y simbólico de la individualidad (Loraine, 2011), por esta razón los usos medicinales que tiene la guatila podrían llegar ayudar, no sustituyendo la medicina convencional sino complementándola o utilizando se para prevenir posibles enfermedades crónicas o degenerativas.

Esta es la razón por la cual el objetivo trazado es caracterizar el mercado de la guatila colombiana y la importancia que tiene la medicina alternativa, en un mercado internacional esto mediante la ejecución de los objetivos secundarios los cuales son: evaluar el potencial de exportación de la guatila colombiana y la importancia que tiene la medicina alternativa, en un mercado internacional; Identificar los posibles países a los cuales se podría llegar a exportar la guatila con uso medicinal y por ultimo proponer la estrategia de entrada de la guatila con uso medicinal al país que tenga un mayor potencial. para esto, primero se debe conocer qué es la guatila y seguido a esto se deben definir aspectos generales sobre la comercialización internacional lo cual permitirá desarrollar esta investigación.

2. Marco teórico

Esta monografía parte de una serie de teorías de internacionalización junto con teorías de comercio internacional y de evaluación de mercados para así principalmente saber las posibilidades

y el potencial que tiene un producto medicinal derivado de la guatila.

2.1 Teorías de comercio internacional

Para empezar a contextualizar el comercio internacional, empezaremos explicando como el mercantilismo es uno de los primeros movimientos, se puede denominar el conjunto de ideas desarrolladas entre los siglos 16 y principios del siglo 18 las cuales eran reconocidas ya que tenían una fuerte intervención del estado y un gran proteccionismo. Estas ideas consideraban que el bienestar de un estado dependía del capital que pudiera acumular (Exterior, 2019).

A finales del Siglo XVIII y principios del XIX, Adam Smith y David Ricardo empezaron a investigar las causas del comercio internacional y mostrar los beneficios del libre comercio. Adam Smith propuso la teoría de ventaja absoluta, la cual trata de que cada país debía especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja o que se pudieran producir de manera más eficiente que en otros países y traer (importar) aquellos bienes en los que el país no tienen desventaja, mientras que David Ricardo con la teoría de ventajas comparativas establecía que, aunque el país tuviera desventaja con otro país si los costes relativos eran menores el país menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior (González, 2011).

En la actualidad se vive una nueva realidad comercial que impulsa a las empresas y economías a cambiar constantemente y no estancarse, aprovechar las nuevas tecnologías, pueden terminar con los competidores que todavía viven en el de las viejas suposiciones sobre el funcionamiento del mundo (Levitt 1983).

Según el Banco Mundial el comercio es el motor de crecimiento que genera mejores empleos, reduce la pobreza, aumenta las oportunidades económicas e incrementa la economía de un país entre 1 y 1,5 puntos porcentuales, lo cual permite aumentar los ingresos entre un 10% y 20% (Banco Mundial, 2021).

En términos de la globalización, se trata de un desplazamiento más integral e independiente de las economías en la cual un componente primordial es la integración de los mercados y de la producción, el fin de las barreras y un cambio en las tecnologías, pero que puede llegar a tener problemas y peligros (Guillermo, 2000).

Se habla también de la diferenciación de los productos, esto hace referencia a la voluntad que tienen algunos países por proteger sus productos agrícolas y alimenticios para que de esta manera el consumidor pueda escoger con más facilidad y diferenciar el producto de las diferentes

alternativas que se encuentran en los mercados (Martin, 2006).

2.2 Internacionalización

La internacionalización a través de la historia tiene sus cimientos en la teoría clásica del comercio internacional la cual se menciona anteriormente y para profundizar más sobre esto, señala que los países se especializan en aquellos productos los cuales producen con bajo costo, trayendo como consecuencia que el comercio internacional se base netamente en especialización y división del trabajo. Uno de los grandes autores que desarrolló este concepto fue Adam Smith, el cual desarrolló este concepto basado en una teoría muy famosa, la teoría de ventaja absoluta (Cardozo, 2006).

Igualmente, a la hora de hacer estrategias de internacionalización, es primordial examinar acciones las cuales incentiven a la participación en mercados internacionales, por lo cual se deben establecer estrategias que se puedan clasificar como si fueran ya internacionales para que así la implementación de estas sean de gran provecho y ayuda para quienes las pongan en marcha, más sin embargo, se debe tener presente que se pueden llegar a tener dificultades como lo pueden ser costos muy elevados que podrían afectar este proceso (Sarmiento, 2014).

Por consiguiente, las estrategias deben ser una forma de adaptación que buscan lograr los objetivos de una organización, y deben ser planes que hagan que los directivos se hagan cargo de ciertas responsabilidades y riesgos en pro de conseguir los objetivos previamente definidos fundamentándose en proyecciones del futuro e incluyendo medios y acciones para lograr dichas estrategias (Sarmiento, 2014).

Así mismo, según la Cámara de Comercio de Bogotá se establecen 6 pasos claves para un proceso de internacionalización exitoso:

1. Determina el producto o servicio.
2. Determina el mercado y conoce sus exigencias.
3. Evalúa la logística y costeo de la exportación.
4. Establece una estrategia de acceso de mercado.
5. Realiza el contacto comercial.
6. Tramita la exportación y haz el reintegro de divisas.

Según Quiroga (2022), hay 4 requisitos para realizar este proceso de internacionalización: el primero habla sobre la importancia de tener el conocimiento de los clientes o el mercado objetivo; el segundo, se refiere al conocimiento que se debe tener en cuanto a la normativa comercial, ya que cada país maneja sus propias normas; el tercero, es tener conocimiento e información confiable acerca de los socios comerciales y; por último, tener conocimiento de personal cualificado como lo es el asesoramiento de personas especializadas en diferentes áreas.

Adicionalmente, la internacionalización tiene ventajas como aumentar las ventas tanto en un entorno local como internacional, aprovechar los recursos locales para así reducir costos y alargar la vida de un negocio o producto (Clavijo, 2022).

2.3 Estrategias de internacionalización

Los negocios internacionales han estado presentes desde hace siglos con épocas de gran importancia. Sin embargo, lo distintivo de la actualidad es la rareza con que se expandió, la rapidez e intensidad que ha alcanzado en las últimas décadas (Canals, 1994).

De la misma forma, la internacionalización de las empresas es una manera dinámica que a lo largo del tiempo se ha tratado de explicar con modelos teóricos con múltiples enfoques, los cuales se pueden clasificar en métodos tradicionales del proceso de internacionalización o en métodos y modelos alternativos de los cuales surge el concepto de born global el cual se puede definir como las organizaciones que desde su implantación buscan conseguir una ventaja competitiva en cuanto al uso de sus recursos y la venta de sus productos o servicios en diferentes países. Este concepto se enfoca en empresas que a su corto tiempo llegan a ser internacionales (Brenes, 2008).

Así mismo, como la teoría de la ventaja Monopolística o también llamada la teoría de la organización industrial, sugiere que las empresas tengan algún tipo de ventaja competitiva ya sea a nivel tecnológico, a nivel de producción, de comercialización, organización, etc., para que así, puedan tener una ventaja y tengan la posibilidad de competir con otras empresas locales del mismo mercado, ya que posiblemente muchas de estas están mejor establecidas pero al no tener estas ventajas se verán obligadas a desarrollarlas y a su vez, por esto, estarán en desventaja para competir en el extranjero (Brenes, 2008).

La facultad de entrar y competir en los mercados internacionales esta sujeta a la eficiencia

que se tienen con los costes, la estructura de la industria es la que impulsa la competencia y la rentabilidad, no el hecho de si una industria produce productos o servicios, si está empezando o ya tiene tiempo, si es tecnológica o no (Porter, 1990).

Un supuesto básico del que se parte para un proceso de internacionalización es que las empresas primero se desarrollan en los mercados nacionales y que posteriormente pasan a el proceso de internacionalización, es una consecuencia de una serie de decisiones, uno de los mayores obstáculos es la falta de conocimientos y de recursos, estos obstáculos se reducen tomando decisiones que ayuden a el aprendizaje de los mercados y las operaciones en el extranjero (Johanson, 1977).

La Internacionalización es vista como una forma de crecimiento o en algunos casos como la única forma que se tienen de supervivencia, esta se puede producir por múltiples maneras tales como, importación, la cooperación empresarial, la inversión directa en el exterior entre otras (Cano, 2010).

Todos estos referentes teóricos son fundamentales para la realización y desarrollo del proyecto, ya que entenderlos permitirá que la investigación tenga unos objetivos claros, esto a su vez dará como finalidad determinar el potencial de exportación que posee la guatila con fines medicinales.

3. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se tomó un enfoque investigativo cualitativo ya que este tipo de investigación explica y expone con claridad el comportamiento y las características, este enfoque se sustenta en evidencias que se dirige a la descripción profunda de los fenómenos con el fin de comprenderlos y explicarlos mediante la aplicación de diferentes métodos y técnicas (Sánchez, 2019). La intención de este tipo de enfoque es comprender en su esencia inmediata, sin la necesidad de un presupuesto teóricos ni científicos, describiendo los fenómenos detalladamente de los hechos con la finalidad de darles respuesta, un sentido o un propósito (Sánchez, 2019). En este caso las teorías y procedimientos utilizados para así poder entender lo que se quiere lograr y a dónde se quiere llegar con los objetivos propuestos. Así mismo, como se mencionó anteriormente, junto con los datos y conceptos de teorías se recolectará información concerniente a cifras, porcentajes, datos numéricos y demás información para así poder analizar

los datos que vamos obteniendo con respecto al país y desarrollar la estrategia de entrada, dicha información será obtenida y respaldada de bases de datos como lo son Trademap, PROCOLOMBIA, el Banco Mundial, la Cepal, Legixcomex, entre otras; la metodología cualitativa será enfocada a desarrollar el análisis y a explicar la información obtenida para así poder desarrollar las conclusiones y por otro lado, será utilizada para identificar el potencial que tiene la guatila como producto medicinal para ser exportada.

En la primera fase de esta monografía se hizo una investigación teórica la cual tenía como fin obtener información acerca del mercado que puede llegar a abarcar la medicina alternativa en el mundo, ya que como se verá en los resultados, está año tras año ha tomado más fuerza en el mundo y por esta razón por medio de una investigación teórica se quiso conocer todo acerca de este tipo de medicina, por tanto en esta fase se abarcaron temas relacionados a que es la medicina alternativa, que tipos de medicina alternativa existen, cuál es su clasificación, cual es el papel que ha jugado en el mundo en los últimos años, entre otros aspectos, para así poder profundizar más sobre este tema y entrar a ver qué potencial puede llegar a tener un producto de medicina alternativa hecho a base de Guatila para posteriormente, ver su factibilidad en los mercados internacionales e identificar porqué método y estrategia de entrada es factible hacer su internacionalización.

La segunda fase por desarrollar se enfocó en identificar los posibles países a los cuales podría ser exportada la guatila como producto con fines medicinal y complemento de la medicina tradicional, teniendo en cuenta la información anteriormente consultada en la primera fase. Para esto, a los países que hoy en día están usando en mayor cantidad la medicina alternativa, se identificaron los países que más importan hortalizas y a los que Colombia exporta hortalizas.

Se analizaron variables macroeconómicas, microeconómicas y logísticas para poder determinar cuáles pueden ser los mercados con un mayor potencial, se le dio un valor a cada variable dependiendo de la importancia que tenga para la investigación, las cuales son:

- **Macroeconómicas**

encuentran que los factores macroeconómicos afectan la decisión de apalancamiento óptima para la empresa (Bokpin, 2009).

Tabla 1. Ponderación de las variables macroeconómicas

VARIABLES	ASPECTO MACROECONÓMICO
	PONDERACIÓN
PIB	12%

PIB per cápita	13%
Crecimiento del PIB %	10%
Población	8%
Balanza Comercial	10%
Importaciones	12%
Exportaciones	7%
Inflación	12%
Ahorro bruto	8%
Idioma	8%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia.

- **Microeconómicas**

La información pública y privada es esencial para la toma de decisiones de inversionistas a la hora de entrar a un mercado, al tener mayor cantidad de información se podrá reducir las posibilidades de fracaso y brindar un mayor rendimiento (Easley, 2004).

Tabla 2. Ponderación de las variables microeconómicas

VARIABLES	ASPECTO MICROECONOMICO
	PONDERACIÓN
Importaciones	22%
Importaciones desde Colombia	20%
Crecimiento importaciones	15%
Proveedores	17%
Arancel general	11%
Arancel Colombia	15%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia.

Logísticas

Si una Pyme que quiera entrar a un mercado a competir debe tener en cuenta aspectos importantes para reducir y mejorar la rentabilidad estas deben tener un buen manejo en términos de sus costos variables logísticos, los cuales, si se hacen bien y se ajustan a los cambios del entorno nacional e internacional, pueden llegar a originar mayores márgenes de ganancias (Córdoba, 2012).

Tabla 3. Ponderación de las variables logísticas

VARIABLES	ASPECTO LOGISTICO
	PONDERACIÓN
Índice del desempeño logístico	25%
Puertos del país	23%
Tiempo de transito	22%
Plazo de entrega para las importaciones	12%
Ubicación	18%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia.

Para la tercera fase se analizarán diferentes aspectos obtenidos como el tamaño del mercado, perfil del consumidor, la tendencia del producto, sector, posibles canales de distribución y aspectos logísticos para posteriormente realizar un análisis DOFA y así determinar la estrategia de entrada del producto al país seleccionado y su viabilidad.

4. Resultados

De acuerdo con la información obtenida mediante el análisis de datos y conceptos de teorías, se alcanzaron los resultados que responden a los objetivos planteados de la investigación. Para empezar, se mostrará qué es la guatila, sus características, en qué departamentos de Colombia se produce, temperatura y otras generalidades importantes para entender más sobre esta hortaliza.

4.1 La guatila colombiana

Primero, definimos la guatila (choyote) como una hortaliza carnosa de la familia de las cucurbitáceas; tiene forma ovalada y es de color verde, dependiendo de su variedad puede pesar de 200g a 2 Kilogramos (Larousse, 2018), la cual se produce de una planta trepadora conocida como “*Sechium edule*” que proviene de “hitzayotli” que significa calabaza espinosa. La guatila “denominada a su vez como: cidra, cayote, chayoto, papa del aire, gayota o ‘papa de pobre’” (El Campesino, 2021), forma parte de la cultura alimenticia colombiana. Esta hortaliza no solo se da en Colombia, también se da en otros países como México, Guatemala y Ecuador.

En Colombia se da en las regiones de Antioquia, Santander, Cundinamarca, Boyacá, Cauca y Nariño (Sanabria, 2019). Las condiciones para sembrar la deben ser: una temperatura aproximada de 17 a 32°C y una humedad en el ambiente de 80 a 90% y un suelo con un PH de 4.5 a 6,5

(Sanabria, 2019).

La guatila tiene diferentes usos tanto en temas de consumo humano como animal y diversos beneficios en el tema de la salud ya que contiene Vitamina C, proteínas que regulan el colesterol, trae beneficios en la regulación del ritmo cardíaco, contiene vitamina K, contiene altas dosis de fibra dietética, carbohidratos que contribuyen al buen funcionamiento del intestino, regula los niveles de azúcar, combate infecciones, ayuda a evitar enfermedades neuro degenerativas, acidez estomacal y mejora la absorción de vitaminas y minerales (Sana, 2018).

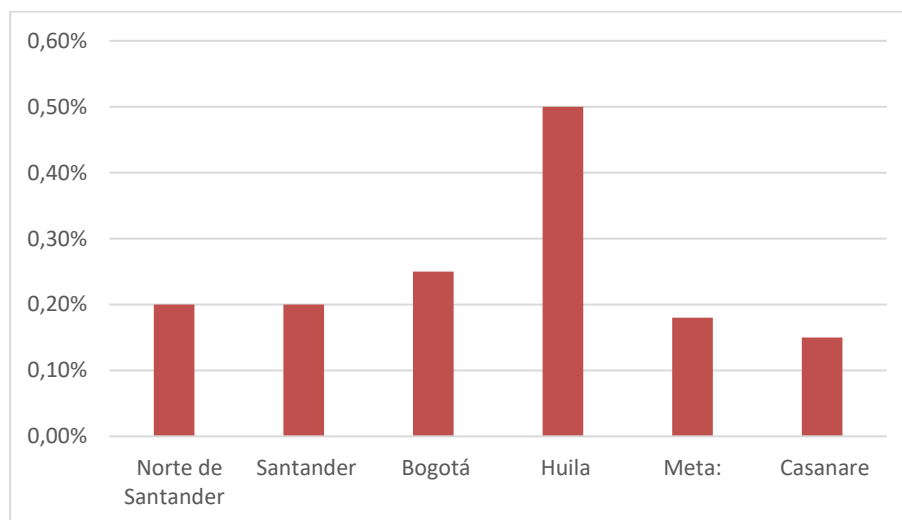
4.1.1 Consumo de Guatila en Colombia

El consumo de verduras en Colombia según la Encuesta de Situación Nutricional en Colombia del año 2005 (ENSIN, 2005) reportó que casi el 28% de la población no consume verduras en su dieta. Los departamentos que más consumen Norte de Santander, Santander, Bogotá D.C., Huila, Meta y Casanare.

Para ser más específico el consumo de la guatila en Colombia es del 0.2% y esta pertenecen al grupo de las 10 verduras con consumos más altos en cantidad, medidos en gramos diarios con una media de 40, la tercera mayor después de pepino De Guiso y la ahuyama.

Analizando los seis departamentos donde se consumen más verduras podemos observar que el consumo de guatila de acuerdo con cada departamento es de:

Figura 1. Departamentos con mayor consumo de guatila en Colombia



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta nacional agropecuaria (ENA) 2019

Como se puede observar el consumo de guatila en Colombia es muy bajo y se encuentra distribuido principalmente en los departamentos del Huila, Bogotá, Santander, Norte de Santander y el Meta.

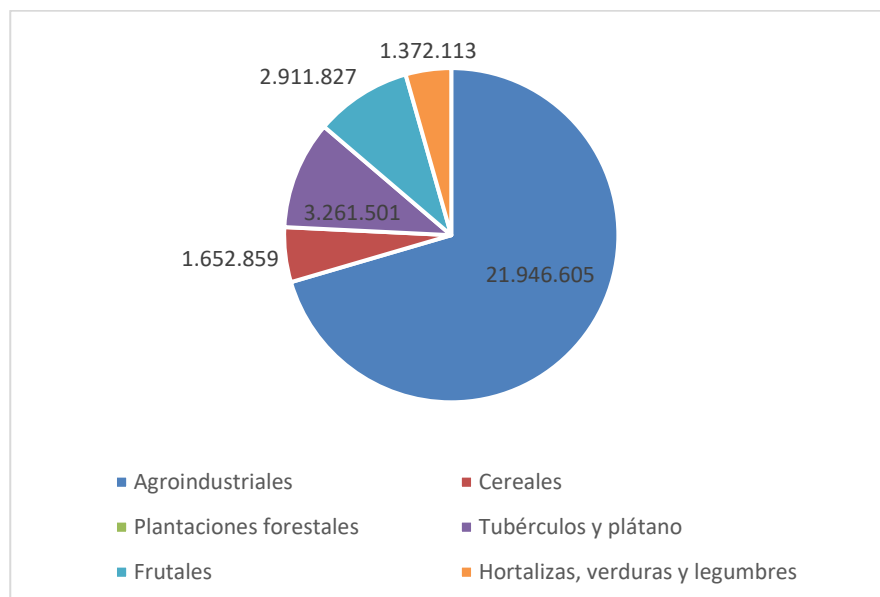
4.1.2 Producción de guatila en Colombia

La producción de guatila en Colombia es muy baja, ya que posee muy pocos cultivos tecnificados que puedan dar un estimado total de cuanto se produce al año o si cumple con las condiciones y buenas prácticas agrícolas que el ICA requiere para su distribución a nivel nacional e internacional. Algunos estimados de la producción de guatila en Colombia nos da que su producción es de 153 toneladas en el departamento de Cundinamarca (Castillo, 2018), lo cual es una cantidad muy baja si comparamos con otros productos hortícolas como la arveja con 100.451 toneladas producidas (DANE, 2015)

Sin embargo, uno de los atributos que posee la guatila es su facilidad para ser cultivada, en Colombia se da en los departamentos de Antioquia, Santander, Cundinamarca, Boyacá, Cauca y Nariño (Sanabria, 2019).

La producción de productos hortícolas en Colombia cada año va en aumento según cifras del DANE y el Ministerio de agricultura y desarrollo rural. A continuación, se analizan las toneladas sembradas en Colombia para el año 2019 con el fin de saber el porcentaje la guatila en el grupo de las hortalizas en comparación con otros cultivos.

Figura 2. Toneladas de cultivos producidos en Colombia para el año 2019



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta nacional agropecuaria (ENA) 2019

La anterior grafica muestra las toneladas que se producen en Colombia para diferentes productos los cuales son:

Agroindustriales: productos agrícolas que se tienen para procesos de transformación tales como, café, palma de aceite, caña para azúcar, caña para panela, cacao, soya, algodón, entre otros.

Plantaciones forestales: Son las superficies que tienen coberturas arbóreas que se han obtenido de forma artificial, mediante plantación o siembra (Corpoboyacá, 2016).

Frutales: Arboles productores de fruta.

Cereales: Son plantas cultivadas por sus granos como, arroz manual, arroz mecanizado, cebada, maíz amarillo, maíz blanco, trigo, entre otros.

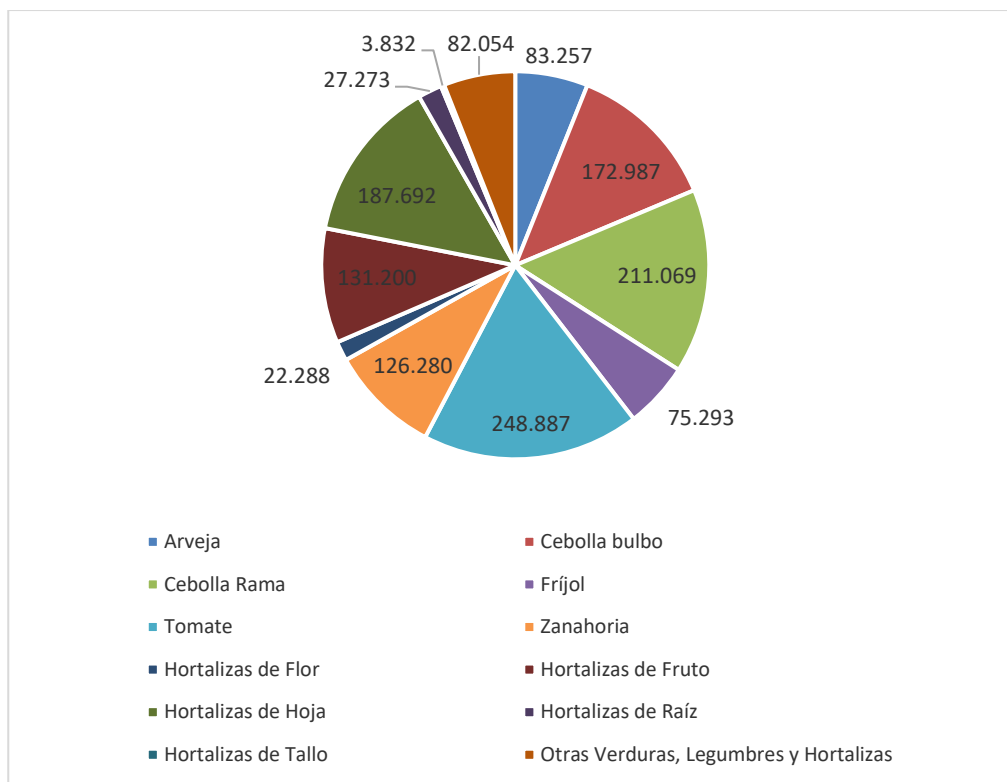
Tubérculos y plátanos: Son tallos subterráneo modificado y engrosado donde se acumulan los nutrientes de reserva y los plátanos provienen son Fruto del platanero y son comestible.

Hortalizas, verduras y legumbres: Conjunto de plantas cultivadas en su mayor parte en regadíos o huertos y se pueden consumir.

Como se observar en la figura 1, del total de toneladas producidas en Colombia el sector agroindustrial es el que más produce con un 70% con un total de 1.690.861 hectáreas utilizadas para esta actividad seguido de plantaciones forestales con un total de 349.843 hectáreas utilizadas, tubérculos y plátanos con 389.658 hectáreas utilizadas, frutales con 319672 hectáreas y por ultimo hortalizas, verduras y legumbres con un total de 109.825 hectáreas, con esto podemos observar que las Hortalizas, verduras y legumbres son las que menos se producen en Colombia.

Para tener una mayor precisión se analizará la producción de verduras, legumbres y hortalizas y la cantidad de toneladas producidas.

Figura 3. Toneladas de verduras, legumbres y hortalizas sembradas en el año 2019 en Colombia



Elaboración propia. Datos: Encuesta nacional agropecuaria (ENA) 2019

La figura 2 muestra el total de toneladas producidas de verduras, legumbres y hortalizas; nos muestra que la mayor cantidad de hectáreas se usan en la producción de frijol con un 36% del total, seguido por la arveja con un 15%, las hortalizas de fruto con un 10%, hortalizas de hoja 8%, otras verduras, legumbres y hortalizas un 7%, cebolla de rama 6%, cebolla bulbo 6%, zanahoria 5%, tomate 4%, hortalizas de flor 2%, hortalizas de Raíz 1% y por ultimo las hortalizas de tallo 1%. De esta figura destacaremos la hortaliza de fruto ya que la guatila hace parte de este grupo, se puede destacar que la cantidad de toneladas producidas es de 14,079.

4.1.3 Medicina alternativa en los mercados internacionales

Podemos definir este tipo de medicina como un tratamiento alternativo con bajo riesgo por el cual se opta en lugar de usar tratamientos estándar; este tipo de medicina tiene varias clasificaciones según el uso que se le dé y su fin. Las más conocidas en la medicina alternativa son para la mente y el cuerpo dentro de las cuales se encuentra la meditación, la biorretroalimentación, hipnosis, yoga, Tai chi, también prácticas de manipulación del cuerpo como masajes, terapia quiropráctica, reflexología, y, por último, dentro de esta práctica también se usan productos naturales como vitaminas y suplementos alimenticios, productos botánicos a base de hierbas,

plantas o partes de plantas (Instituto Nacional de Cáncer, 2021).

A través de los años, este tipo de medicina cada vez más toma lugar en el mundo, como por ejemplo en los países europeos ya que de acuerdo con la comisión europea este tipo de medicina tiene al menos unos 100 millones de clientes anualmente, y se prevé que esta tendencia cada vez más vaya en aumento, puesto que en muchos de estos países se cree que muchas de sus enfermedades no se pueden curar con medicina tradicional, por lo cual optan por esta alternativa. Siguiendo este idea, la medicina homeopática aumentó sus ventas teniendo como principales consumidores a países como Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Bélgica, Reino Unido y Polonia, los cuales en conjunto abarcan el 90% del mercado, esto gracias a que muchos de los europeos aseguran que prefieren buscar alternativas diferentes de las dichas por los médicos para poder curar sus enfermedades o simplemente no quieren tener efectos secundarios a causa de la medicina proporcionada, sin contar los muchos otros que no quedan satisfechos con el servicio médico prestado (BBC News Mundo, 2010). Según El Comercio, igualmente, en Latinoamérica un 37% usa y opta por la medicina alternativa, y en Brasil es donde la población hace más uso de medicamentos sin una cita médica previa, esto se debe a la necesidad de las personas por encontrar una alternativa a sus enfermedades sin obligación de recurrir al médico o incluso muchas veces esto se debe a que la mayoría de la población no puede acceder a los servicios médicos por falta de recursos económicos y por consiguiente les es difícil acceder a la medicina producida por las farmacéuticas.

4.2 Identificación de países

En esta sección se plantean los resultados en cuanto a la selección de los mercados internacionales con potencial para exportar la guatila. Para empezar, se analizarán datos de los países que más importan hortalizas, para determinar que mercados están familiarizados con estas plantas, luego se analizan los países a los cuales Colombia exporta hortalizas así se determinara con que mercados se tiene familiaridad, con esta información y los datos obtenidos sobre la medicina alternativa y los países que están aumentando su consumo, se determinara que país es el que tiene mayor potencial para exportar la guatila con usos medicinales.

Tabla 4. Código arancelario seleccionado para investigar su relevancia en los mercados internacionales y nacionales.

Sección	II	Productos del reino vegetal
---------	----	-----------------------------

Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (Cítricos), melones o sandías
Partida	0809	Damasco (albaricoque, chabacanos), cerezas, duraznos (melocotones) (incluidos los griñones y nectarinas=, ciruelas y endrinas, frescos.

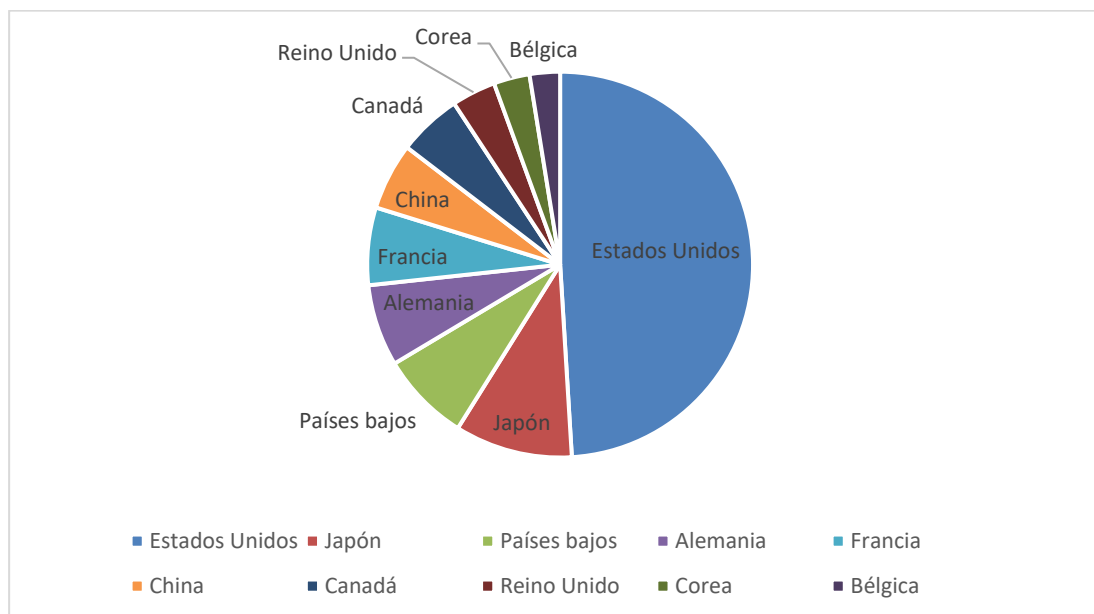
Código	Designación de mercancía
0809.10	Damascos (Albaricoques, chabacanos)
0809.20	Cerezas
0809.30	Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas
0809.40	Ciruelas y endrinas

Tabla 5. Elaboración propia. Datos: DIAN, operación aduanera

Con la información recolectada se usará la partida arancelaria 2008.99.9:

4.2.1 Países que importan hortalizas

Figura 4. Principales países importadores



Elaboración propia. Datos: Trademap

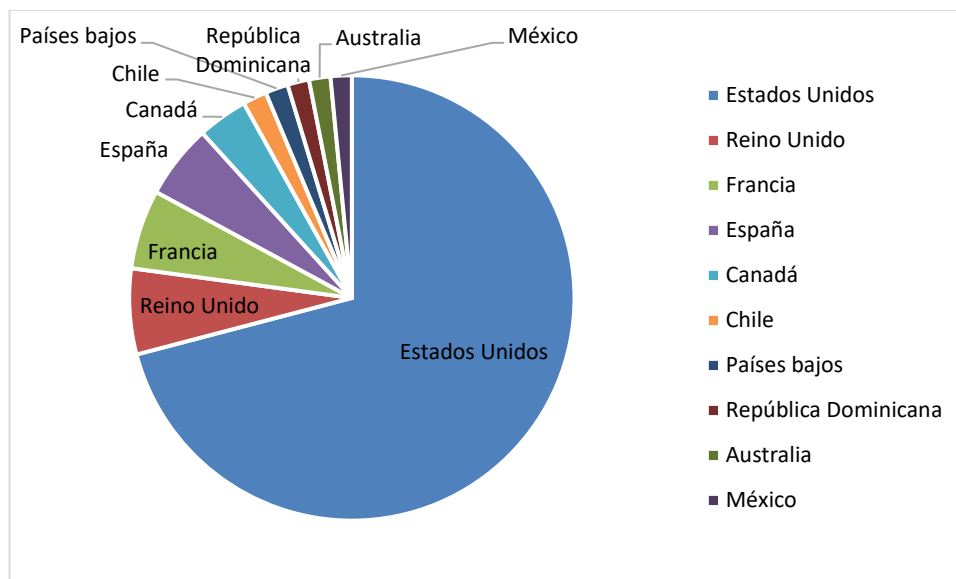
El principal país que importa Hortalizas es Estados Unidos con gran diferencia ya que el valor de las importaciones es de \$1,709,120, seguido por Japón con \$ 343,967, Países Bajos con \$269,107, Alemania con \$239,107, Francia con un total de \$226,559, China con \$195,704, Canadá con \$186,036, Inglaterra con \$128,810, Corea con \$105,272 y Bélgica con un total de \$88,695.

Estos datos nos muestran que América del norte tiene un y algunos países europeos son los mayores importadores en general de hortalizas.

4.2.2 Principales países a los que Colombia exporta

La siguiente grafica muestra los principales países a los cuales Colombia exporta:

Figura 5. Países a los que Colombia exporta



Elaboración propia. Datos: Trademap

Analizando los países a los cuales exporta Colombia, podemos observar que el principal país es Estados Unidos con un total de \$56,290, seguido por Inglaterra con \$4,942, Francia con un total de \$4,577, España \$4,270, Canadá con \$2,901, Chile \$1,383, Países Bajos con \$1,319, Republica Dominicana \$1,245, Australia \$1,235 y México con \$1,218.

4.2.3 Países seleccionados

Teniendo en cuenta los datos obtenidos en Trademap sobre los principales importadores del mundo, los principales países a los cuales Colombia exporta y los datos de los principales países que usan la medicina homeopática se seleccionaron 5 países para seguir el proceso de filtración los cuales fueron:

- Francia
- Reino Unido

- Alemania
- España
- Bélgica

Algunos de estos países Colombia no aparecen en la figura 4, pero se tomaron en cuenta porque abarcan el 90% del mercado homeopático, los cuales pueden ser mercados potenciales por su importancia en dicha medicina como son el caso de Bélgica y Alemania.

4.2.4 Variables

En este apartado se mostrará porque se seleccionó cada variable macroeconómica, microeconómica y logística y cuál fue el criterio para valorarla.

4.2.4.1 Macroeconómicos

PIB: El PIB mide el valor de los bienes finales que se producen en un país en un periodo de tiempo que se puede determinar, es decir son los bienes, servicios producidos por un país dentro de sus fronteras y también se cuentan los servicios de defensa y educación suministrados por el gobierno (Callen, 2008), por esta razón es una variable importante ya que nos permite entender cómo se encuentra el país en lo que respecta a lo económico, por ende, se le da una ponderación del 12%.

PIB Per cápita: Es un indicador o una medida de la riqueza disponible y que se produce en promedio por habitante de un país determinado, teniendo en cuenta factores como lo son la salud, la seguridad, educación y los servicios públicos (Guillermo, 2004), Esta variable nos permite tener una idea del nivel adquisitivo que tenga la población de un determinado país, por tal motivo se le da una ponderación del 13%.

Crecimiento del PIB: Es un indicador que suele usarse para conocer el estado de la economía de un país, cuando este indicador aumenta es una señal positiva y las empresas pueden aumenten los empleos, esto causa que población tenga más dinero para gastar (Callen, 2008), Esta variable nos da una idea de cómo va el país y si es factible entrar en él, a esta variable se le da una ponderación del 10%.

Balanza Comercial de bienes y servicio: Es igual a las exportaciones de bienes y servicios menos las importaciones de bienes y servicios, esto en términos monetario implica la entrada de divisas (exportaciones) menos la salida de divisas (importaciones) (León, 2020), es decir, esta

variable muestra si el país exporta más de lo que importa o, al contrario, esto permite dar una idea de las políticas del país en cuanto al comercio internacional, por tal motivo se le da una ponderación del 10%.

Importaciones: Son la entrada de bienes o servicios a la economía desde otra economía (León, 2020), esta variable da una idea de la cantidad de productos y servicios que compra el país, por consiguiente, se le da una ponderación del 12%, se le dará mas valor a los países que importen más.

Exportaciones: Son la salida de bienes o servicios desde nuestra economía hacia otra economía (León, 2020), esta variable da una idea de la cantidad de productos y servicios compran los países, por consiguiente, se le da una ponderación del 7%.

Inflación: La inflación según algunos autores ocurre cuando el dinero aumenta causando una pérdida de valor de la moneda; según los enfoques financieros la inflación está ligada a las tasas de interés reales como una variable que puede afectar a la inflación directamente; y otros hablan de que la inflación tiene que ver con la oferta y demanda de bienes o servicios (Roca, 1999), con esta variable se puede analizar si el país tiene una reducción de poder adquisitivo, compra o si está aplicando políticas monetarias que impidan o fomenten las inversiones o compras de la población, por esta razón tiene una ponderación del 12%.

Ahorro interno bruto: Es una de las variables macroeconómicas que más debería interesarle a la sociedad, ya que este determina e influye en el futuro económico, en el crecimiento de la renta y la evolución de los empleos y salarios de la sociedad (Guindo, 2010), esta variable es útil para saber si el país está preparado para crisis que puedan suceder o fomente el crecimiento económico, por tal motivo se le da una ponderación del 8%

Idioma: La forma de comunicarnos y dar a entender que características qué tiene el producto a exporta son muy importantes para establecerse en el mercado, Por tal motivo le se le da una ponderación del 8%.

4.2.4.2 Aspectos microeconómicos

Población: La población de un país es importante ya que con esta se puede encontrar el potencial de mercado que se pueda tener. Por tal motivo tiene una ponderación del 8%.

Importaciones: Esta variable se escogió ya que es necesario saber cómo es el comportamiento del país en cuanto a la compra de bienes y servicios de otros países. Conocer esta

información es de suma importancia, por lo cual tiene una ponderación del 22%.

Importaciones desde Colombia: Esta variable es importante para saber cuál es la posición de Colombia en las exportaciones a dichos países, más en concreto si el país tiene importaciones con Colombia del arancel seleccionado (2008.99.9). Conocer el lugar que ocupa el país en los otros mercados es relevante, por ello tiene una ponderación del 20%

Crecimiento importaciones: El comportamiento de las importaciones del producto seleccionado en estos últimos años. Una información útil e importante para conocer si el producto tiene un crecimiento, tiene una ponderación del 15%.

Proveedores: Se determinaron cuáles son los principales exportadores de este tipo de producto ya que es relevante saber cuáles son los países que integran el mercado y como están distribuidos. Este tiene variable tiene una ponderación del 17%, y el país que tiene un proveedor que abarca la mayor parte del mercado fue calificado con 1, mientras que aquel que tiene diferentes proveedores con porcentajes similares tiene una calificación de 6.

Arancel general: Se tuvo en cuenta el arancel general ya que en caso de que se llegue a romper algún acuerdo entre estos países este sería el arancel que empezaría a regir sobre la importación de nuestro producto, por ello tiene una ponderación del 11%, aquellos que tienen el arancel más alto tienen una calificación de 1, mientras que el más bajo tiene una calificación de 6.

Arancel Colombia: Es necesario saber el arancel que se tiene que pagar si realizamos una exportación desde nuestro país, aquellos países que no tienen arancel a este tipo de productos tienen una calificación de 6, mientras que el país que sí tiene arancel fue calificado con una menor nota, para este caso como los países seleccionados son en su totalidad de Europeos se tiene que para frutas y hortalizas serán beneficiados con acceso inmediato libre de aranceles en su gran mayoría, y en algunos otros casos habrá condiciones favorables de acceso al mercado frente a terceros. En cuanto a las normas de origen, las frutas y hortalizas tendrán que ser totalmente obtenidas, y para las preparaciones de estas, 50% tendrán que ser originarias.

4.2.4.3 Aspectos logísticos

Índice de desempeño logístico: Es una herramienta según el Banco Mundial evaluación comparativa creada para ayudar a los países a identificar los desafíos y las oportunidades que enfrentan en su desempeño en logística comercial y lo que pueden hacer para mejorar su competitividad. Este indicador permite realizar una comparación entre los países identificando las

brechas en 5 aspectos claves definidos para construir el índice.

1. Infraestructura.
2. Competencia Logística.
3. Rastreo y Seguimiento a la Carga.
4. Gestión Fronteriza (Aduanas y procesos de exportación e importación).
5. Tiempos asociados al flujo de materiales y/o Mercancías.

Por esta razón le dimos una ponderación del 25% ya que nos parece de suma importancia conocer estos datos de los países a los cuales vamos a llegar. Así mismo, al país que tienen mayor índice de desempeño logístico se le dio una valoración de 6 y al país de menor índice de desempeño logístico se le dio una valoración de 1.

Puertos del país: Esta variable ayuda a conocer cuántos puertos conectados a Colombia hay con respecto a los países seleccionados. Por tal motivo al número de puertos le dimos una ponderación del 25%. Así mismo, a los países que tienen mayor número de puertos se les dio una ponderación de 6.

Tiempo de tránsito: El tiempo de tránsito de las mercancías es uno de los principales indicadores de las exportaciones e importaciones ya que nos ayudan a tener una idea del plazo estimado de entrega, es decir, si las mercancías pueden ser entregadas a tiempo. Los tiempos de tránsito nos ayudan a coordinar y planificar el transporte. Por tal motivo nos parece importante tener en cuenta esta variable y se le da una ponderación del 22%. Igualmente, para dar la valoración a cada país se clasificaron de menor a mayor tiempo de tránsito y se les valoró de 6 a 1 respectivamente.

Plazo de entrega para las importaciones: El plazo de entrega para las importaciones es el promedio del tiempo desde el puerto de descarga hasta que llega al consignatario. Por tal motivo nos parece importante evaluar esta variable dentro del aspecto logístico y así mismo se le da una ponderación del 15%. A los países que tienen menor plazo de entrega se les dio una ponderación mayor.

Ubicación: Esta variable puede influir en los tiempos de tránsito, por tal motivo se le dio una ponderación del 15%. Los países se evaluaron de mayor a menor dependiendo de su distancia al país de origen, Colombia.

4.2.5 Selección del mercado

Las siguientes tablas mostrarán un resumen de los resultados de la valoración de las diferentes variables seleccionadas, mostrando cual es el país que se seleccionó para la entrada de la guatila con usos medicinales, los valores se consiguieron analizando los aspectos usando datos obtenidos en diferentes plataformas como el Banco Mundial, los resultados completos se pueden observar en las tablas anexadas.

Tabla 6. Resultados obtenidos de la valoración

Resultados valoración				
País	Macroeconómico	Microeconómico	Logística	Suma
Francia	38	27	16	81
Reino Unido	38	22	16	76
Alemania	38	20	18	76
España	36	28	16	80
Bélgica	38	23	18	79

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7. Ponderación total

Resultados ponderación				
País	Macroeconómico	Microeconómico	Logística	Suma
Francia	3,84	4,61	3,4	11,85
Reino Unido	3,82	3,72	3,4	10,94
Alemania	3,83	3,35	3,8	10,98
España	3,51	4,73	3,4	11,64
Bélgica	3,86	3,77	3,85	11,48

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla muestra los resultados de la ponderación realizada a los países en cuanto a los diferentes aspectos macroeconómicos, microeconómicos y logísticos que se seleccionaron. Dándonos que el país seleccionado para realizar una entrada a su mercado en un corto plazo es Francia con un valor de 11.85, seguido por España con un resultado de 11,64 el cual puede llegar a ser un mercado a largo o mediano plazo teniendo en cuenta la experiencia que se consiga con la entrada a Francia.

4.3 Estrategia de entrada de la guatila.

Esta sección mostrara la estrategia de entrada de la guatila a un mercado internacional, en este caso Francia al ser el mercado escogido. Se partirá del supuesto que las empresas que quieran

exportar Guatila con usos medicinales son medianas o pequeñas empresas ya que se ha visto que el consumo y siembra de la guatila es muy bajo en Colombia.

4.3.1 Acuerdos Comerciales entre Colombia y Francia

En el 2014 Colombia y Francia Realizaron un acuerdo de Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (APPRI) Este acuerdo, complementa el TLC que Colombia tiene con la Unión Europea.

4.3.2 Perfil del consumidor

La población seleccionada y a la cual se quiere llegar son a los adultos mayores, ya que son la población más afectada por enfermedades crónicas. Un estudio realizado en Montreal determino que 7.4% de 740 adultos mayores a los que se encuestó cumplían los criterios de fragilidad, de éstos 81.8% tenían enfermedades crónicas asociadas y 29.1% dificultad para realizar diversas actividades de la vida diaria (Cabrera, 2011). Con el aumento de la expectativa de vida se deben tener mayores cuidados en la alimentación, como se a determinado en otros estudios el consumo de guatila contribuye a la prevención de posibles enfermedades crónicas y degenerativas en el organismo humano (Sanabria, 2019).

4.3.3 Tamaño del mercado

Francia tienen una población total de más de 67 millones, de los cuales la población mayor de 65 años es de 13.1 millones los cuales representan el 20,3% de la población total, de los que mas de la mitad son mujeres. Se tienen una esperanza de vida media para el año 2019 de 88.8 años y se espera que la esperanza de vida para el año 2040 aumente a los 91.5 años.

4.3.4 Tendencia

Luego de la crisis del COVID-19 se empezó a reforzar la ya existente tendencia hacia la salud y el bienestar, los consumidores prefieren cada vez más optan por consumir alimentos que puedan ayudar y prevenir enfermedades y que les permita mantener un bienestar general. Esta tendencia va de la mano con una creciente desconfianza con los aditivos artificiales y un interés por las características de los ingredientes naturales, lo que favorece el desarrollo de la categoría de alimentos envasados naturalmente saludables. Además de un cambio por dietas que estén basadas en plantas y buscar incluso alternativas de proteína a la carne y productos provenientes de animales. También para tener en cuenta que la población francesa está prefiriendo cada vez más productos naturales que estén libres de pesticidas, transparentes tanto en el origen como sus métodos de procesamiento, esto hace que en la actualidad nueve de cada diez consumidores en

Francia consuman alimentos orgánicos.

4.3.5 Comportamiento del sector

Los principales exportadores a Francia de hortalizas, plantas, frutas y demás partes comestibles de las plantas son países europeos, el principal es Alemania con 13,247 toneladas, seguido por Países Bajos con 10,945 toneladas, Italia con 13,076, España con 11,749 toneladas y en octavo lugar se encuentra Colombia con 3,212 toneladas lo cual representa un 4.3% del mercado.

4.3.6 Accesos a Francia

Los accesos de Colombia a Francia son importantes para determinar el tiempo de llegada de los productos y el costo que pueda tener el flete.

4.3.6.1 Acceso marítimo

Desde Colombia se tienen dos vías marítimas ubicadas en la Costa Atlántica y la Costa Pacífica, los puertos ubicados en la Costa Atlántica son: Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, con tiempos de tránsito directos desde los 18 días. Adicionalmente se ofertan servicios en conexión con tiempos de tránsito a partir de los 16 días. Cuenta con conexiones que se realizan principalmente en puertos de Panamá, Alemania y Países Bajos. Desde la Costa Pacífica, no se presta servicio actualmente. Los servicios actuales salen del puerto de Buenaventura, con conexiones principalmente en puertos de Panamá, Ecuador, Países Bajos y Bélgica, con tiempos de tránsito que van desde los 25 días (PROCOLOMBIA).

4.3.6.1 Acceso aéreo

En el tema del acceso aéreo, Francia posee una buena infraestructura compuesta por alrededor de 30 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros que facilitan la manipulación, los principales son de Gaulle Airport cerca de París, con 108 aerolíneas y 237 destinos, seguido por Nice-Côte d'Azur Airport ubicado en Nice con 48 aerolíneas y 90 destinos, Lyon Saint-Exupéry Airport ubicado en Lyon con 39 aerolíneas y 77 destinos, Marseille Provence Airport en Marsella con 38 aerolíneas y 86 destinos entre otros. Las aerolíneas que prestan el servicio de Colombia hacia Francia son cargueras y de pasajeros con cupos de carga, que salen de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, y Barranquilla hacia ciudades francesas como Paris, Bordeaux, Lyon, Marsella, Niza, y otros seis destinos (PROCOLOMBIA).

4.3.7 Canales de distribución

Los circuitos habituales son los mayoristas-distribuidores tradicionales, los mayoristas especializados, la gran distribución y los minoristas, sin olvidar el e-comercio, siempre ligado a la logística, y la cada vez mayor presencia de empresas como Amazon o Vente Privée. Uno de los más importantes distribuidores en Francia es Carrefour SA, un supermercado que tienen una gran importancia en esta cultura, ya que este país representa el 50% de sus ventas y se posiciona como uno de los líderes del mercado europeo (Kim, 2009). además de esto es el principal distribuidor de alimentos envasados orgánicos y al distribuir los productos en esta superficie los adultos mayores tendrán una mayor confianza, esto permitirá acelerar el ritmo de entrada al mercado y aprovechar nuevas oportunidades como la expansión a diversas ciudades de Francia.

4.3.8 Análisis DOFA

La matriz DOFA es una herramienta que se utiliza para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. Esta matriz provee un buen marco de referencia para revisar la estrategia, posición y dirección de una empresa, propuesta de negocios, o idea (López, 2004).

Tabla 8. Análisis DOFA de la guatila en los mercados internacionales

CATEGORÍAS	RESULTADOS DEL ANÁLISIS COMERCIAL
FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none"> *El consumo de guatila contribuye a la prevención de posibles enfermedades crónicas y degenerativas en el organismo humano pose. *Es fácil de sembrar y no requiere grandes cuidados. * Contiene altas dosis de fibra dietética, carbohidratos que contribuyen al buen funcionamiento del intestino. *Ayuda a controlar los niveles de Azúcar.
OPORTUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> *Con el aumento de alimentos altamente procesados las enfermedades crónicas han

	<p>aumentado causando altos índices de mortalidad en adultos mayores.</p> <p>*La medicina alternativa en particular la homeopática es un complemento a la medicina convencional que la OMC considera útil e indispensable.</p> <p>*Colombia y el ministerio de agricultura y desarrollo rural, apoyan las propuestas de valor y el fomento del agro colombiano.</p> <p>*La FAO promueve el consumo de frutas y verduras para generar al mismo tiempo beneficios económicos, sociales y ambientales.</p>
DEBILIDAD	<p>*No existen plantaciones tecnificadas que puedan producir y abastecer en su totalidad el mercado francés.</p> <p>*Las plantaciones deben cumplir los requerimientos del ICA para poder competir con los diferentes mercados internacionales.</p>
AMENAZA	<p>*El desconocimiento de los cultivadores colombianos sobre las normas que se deben cumplir en Colombia y en Francia para poder exportar.</p> <p>*El cambiar el concepto de “papa de pobre” y fomentar la guatila como una verdura altamente nutritiva que puede llegar a ayudar en la alimentación y salud del ser humano.</p> <p>*Colombia tienen una mala infraestructura que puede causar retrasos tanto a la hora de trasportar lo internamente como en las aduanas.</p>

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

La evidencia recolectada anteriormente nos muestra las características que posee la guatila con usos medicinales en una sociedad que busca solucionar problemas importantes como lo son las enfermedades crónicas, el exceso de colesterol, alimentos sobresaturados, entre otros, una problemática que organizaciones como la FAO intentan solucionar fomentando así el consumo de alimentos beneficiosos para la salud. El campo colombiano puede llegar a producir con facilidad la guatila ya que esta no requiere muchos cuidados y se da en varias regiones del país y aunque su consumo no sea elevado, el gobierno con ayuda del ministerio de agricultura y desarrollo rural puede llegar a impulsar su producción para ser exportado a un mercado internacional, con los beneficios que se mencionaron, la guatila puede llegar a un mercado que está en aumento el cual es el de la medicina alternativa más específicamente medicina homeopática, como un complemento a la medicina tradicional.

El aumento de esta medicina alternativa en países desarrollados presenta una gran oportunidad, en Europa países como Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Bélgica, Reino Unido y Polonia abarcan el 90% del mercado, esto dado a que los europeos buscan alternativas diferentes de las dichas por los médicos para poder curar sus enfermedades o simplemente no quieren tener efectos secundarios a causa de la medicina proporcionada, como resultado de su continuo uso la práctica se ha convertido en parte de la cultura europea. Además de esto, un beneficio que se tiene es el tratado de libre comercio (TLC) que se tiene con la Unión Europea, el cual deja que las frutas y hortalizas sean beneficiados con acceso inmediato libre de aranceles en su gran mayoría, dando así que Europa sea un mercado potencial, es especial a Francia.

Final mente se puede decir que es viable la exportación de guatila de forma directa a Francia, llegando a grandes superficies como Carrefour SA uno de los mas importantes distribuidores de alimentos envasados orgánicos y con una reputación solida en diferentes partes de este país, pero para esto se debe fomentar el cultivo tecnificado de guatila, ya que con la producción actual no se podría realizar ninguna entrada a un mercado internacional y las ayudas del gobierno aunque están, tardaran en ser aplicadas por los pequeños productores, aparte se deben tener claras las normas que se requieren para exportar, Esto se puede realizar con ayuda del ICA y PROCOLOMBIA estas entidades ayudan y contribuyen al desarrollo sostenido del sector agropecuario, pesquero, acuícola y es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero energéticas y la imagen del país.

Por esta razón, aunque la guatila tiene un potencial de crecimiento en diferentes mercados como el medicinal, actualmente no se ve factible la entrada a corto plazo a un mercado internacional.

6. Lista de Referencias

Benassini, M. (2001). *Introducción a la investigación de mercados: un enfoque para América Latina*. Pearson Educación.

Brenes, G., León, F. (2008). *Las born global: Empresas de acelerada internacionalización*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es>

BBC News Mundo (2010, 20 febrero). *La medicina alternativa gana terreno en Europa*. *BBC News Mundo*.
https://www.bbc.com/mundo/ciencia_tecnologia/2010/02/100219_0024_medicina_alternativa_europa_jgmedicina_alternativa#:~:text=Cada%20vez%20m%C3%A1s%20europeos%20acuden,curarse%20con%20los%20tratamientos%20tradicionales

Banco Mundial (2021). *Comercio Panorama general*.
<https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview>

Cabrera R. (2011). *Fragilidad y enfermedades crónicas en los adultos mayores*. Medicina Interna de México <https://www.medigraphic.com/pdfs/medintmex/mim-2011/mim115g.pdf>

Cardona, S, Flórez, C y Salazar, S. (1999.). *Condiciones ideales para lograr la exportación de guatila*. Tecnológico INESPRO.

Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2006). *Teorías de internacionalización*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4780130.pdf>

Cano M. (2010). *Estrategias y Plan de Internacionalización*. Escuela de Organización Industrial.

Clavijo, C. (2022). *Internacionalización: qué es, proceso, estrategias y ejemplos*. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de <https://blog.hubspot.es/sales/internacionalizacion>

Córdoba I. (2012) *Análisis de costos variables logísticos para Pymes*. Escenarios: Empresa y Territorio
https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/306/2/Esumer_analisis.pdf

Combariza A. (2013). *Perfil nacional de consumo de frutas y verduras*, Minsalud
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil->

nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf

Comercio. (2021). *World Bank*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/trade/overview#1>

CCB. (s. f.). *Internacionalización*. Cámara de Comercio de Bogotá.
<https://www.ccb.org.co/Fortaleza-su-empresa/Mejore-su-empresa/Internacionalizacion>

El Comercio. (2016, 13 junio). *El 37% de los latinos utiliza medicina alternativa*.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/salud/estadisticos-latinos-medicinaalternativa-automedicacion-ecuador.html>

Exterior, C. D. C. (2019). *Teorías del Comercio Internacional. Manual de Comercio Exterior*. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de
<https://www.manualdecomercioexterior.com/2018/03/teorias-del-comercio-internacional.html>

Easley D. (2004) Information and the Cost of Capita, *The journal of finance*
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1540-6261.2004.00672.x>

Flórez, A. M. T., & Torres, J. S. P. (2018). *Beneficios para la salud, de alimentos funcionales, producto de la combinación de frutos nativos*. *Boletín Semillas Ambientales*, 12(2), 67-77.

T. Flórez, A. M. Pineda, J. Steven. (2018) *Análisis de la viabilidad de elaboración de un alimento funcional a base de guatila y arazá*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

FAO. (2021) frutas y verduras - esenciales en tu dieta Año Internacional de las Frutas y Verduras 2021 Documento de antecedentes. (2021).
<https://www.fao.org/3/cb2395es/cb2395es.pdf>

González B. (2011). *Diferentes teorías del comercio internacional*. Universidad de Extremadura. <http://vonhumboldt.org/paper/Blanco%20-%20resumen%20teorias%20comercio%20internacional.pdf>

Guillén H. (2004). *Regreso hacia una economía humana: el indicador del desarrollo humano*. <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/61/4/RCE4.pdf>

Guillermo D. (2000). *comprender la globalización*. Alianza Editorial, Madrid.

Guindo P. (2010). *El ahorro interior bruto en los años 2000-2009*. Distribución regional

y provincial del ahorro público y privado https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/218art04.pdf

José, H., Juan, G., Restrepo, C., Nash, J., Valdés, A., Reina, M., Zuluaga, S., Bermúdez, W., Oviedo, S., & Perfetti, J. (n.d.). *La política comercial del sector agrícola en Colombia*. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/161/CFD_No_38_Mayo_2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kotler, P. (1967). *Dirección de Mercadotecnia. Octava Edición, Larousse Cocina*. (2018, December 5). Larousse Cocina. <https://laroussecocina.mx/palabra/chayote-2/>

Kim B. (2009) *Strategic Management for Growth in International Food Retail Market: Case of Carrefour SA*. Hanyang University

Legis, E. D. R. (2021). *La importancia de la importación de bienes*. Legis. <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/importancia-importacion-bienes>

Levitt T. (1983). *The globalization of markets*. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4180851/mod_resource/content/1/Levitt%20Globalization%20Markets.pdf

López, M. (2020). “*Somos un país con mucho potencial agrícola, pero con bastante complejidad social.*” Agronegocios.co; Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/agricultura/somos-un-pais-con-mucho-potencial-agricola- pero-con-bastante-complejidad-social-3064452>

López C. (2004). Auditoría de sistemas informáticos. Dirección Estratégica de Fundación Iberoamericana FUNIBER

Martínez, E. (2020, 22 diciembre). *Qué es el comercio internacional y ventajas para los países*. Thinking for Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/ventajas-comercio-exterior-negocios-internacionales/>

M. León, J. Luis Lewinsohn, J. Sánchez (2020). *Balanza comercial física e intercambio, uso y eficiencia de materiales en América Latina y el Caribe*. FAO https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46526/1/S2000766_es.pdf

El Poder del Consumidor. (2019). *El Poder Del Consumidor*.
<https://elpoderdelconsumidor.org/2019/02/el-poder-de-el-chayote/>

Rodríguez-Leyton, M. (2019). *Desafíos para el consumo de frutas y verduras challenges for the consumption of fruits and vegetables*. Artículo
<https://doi.org/10.25176/RFMH.v19.n2.2077>

Sana, V. (2018, November 27). *¿Qué es la guatila y cuáles son las ventajas de consumirla?* Colombia.com. <https://www.colombia.com/vida-sana/salud/que-es-la-guatila-y-cuales-son-las-ventajas-de-consumirla-212071>

Sanabria, A. (2019). *Efectos benéficos de la guatila (sechium edule) en la salud: compuestos fenólicos y fibra dietaria en la prevención de posibles patologías en el organismo humano*.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77347/1016038437.2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Los%20departamentos%20de%20Colombia%20en>

Sarmiento, S. (2014). *Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes*. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 1, p. 111-138.
<http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>

Vargas, A. (2017). *Investigación de mercados*. Fondo editorial Areandino, Bogotá.
 Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2006). *Medicina complementaria y alternativa*.
<https://www.cancer.gov/espanol/cancer/tratamiento/mca#:~:text=Medicina%20alternativa%3A%20tratamiento%20que%20se,onc%C3%B3logo%20para%20tratar%20el%20c%C3%A1ncer>

Minagricultura. (s. f.). *Normatividad-Leyes*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Paginas/Normatividad-Leyes.aspx>

Minagricultura. (s. f.). *Programa Desarrollo Rural con Equidad - DRE*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. <https://www.minagricultura.gov.co/ministerio/programas-y->

proyectos/Paginas/Borrar_Programa-Desarrollo-Rural-con-Equidad-DRE_Borrar.aspx#:~:text=%E2%80%8BE1%20Programa%20Agro%2C%20Ingreso,las%20desigualdades%20en%20el%20campo.

Johanson J., F. Wiedersheim-P (1975). *The internationalization of the firm*
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x>

Quiroga, M. (2022). *Internacionalización*. Recuperado septiembre 10, 2022, de
<https://economipedia.com/definiciones/internacionalizacion.html>

Zavala, D. I. (2016). *Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño*. *Economía informal*, 397, 61-79.

Anexos

Aspectos Macroeconómicos

ASPECTO MACROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Francia			
PIB	2.937.472,76 millones USD	4	12%	0,48
PIB per cápita	43.518,50	3	13%	0,39
Crecimiento del PIB %	7,00%	4	10%	0,4
Población	67.499.343 miles	4	8%	0,32
Balanza Comercial de bienes y servicios	(-51.442.000,00) miles USD	2	10%	0,2
Importaciones	24,17%	5	12%	0,6
Exportaciones	19,78%	3	7%	0,21
Inflación	0.8%	5	12%	0,6
Ahorro bruto	23%	5	8%	0,4
Idioma	Frances	3	8%	0,24
TOTAL		38	100%	3,84

ASPECTO MACROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Reino Unido			
PIB	3.186.859,74 millones USD	4	12%	0,48
PIB per cápita	47.334,40	3	13%	0,39
Crecimiento del PIB %	7.4%	4	10%	0,4
Población	67.326.569 miles	4	8%	0,32
Balanza Comercial de bienes y servicios	(-29.107.000,00) miles USD	3	10%	0,3
Importaciones	21,78%	4	12%	0,48
Exportaciones	14,68%	3	7%	0,21
Inflación	0,3%	5	12%	0,6
Ahorro bruto	15%	4	8%	0,32
Idioma	Ingles	4	8%	0,32
TOTAL		38	100%	3,82

ASPECTO MACROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Alemania			
PIB	4.223.116,21 millones USD	5	12%	0,6
PIB per cápita	50.801,80	4	13%	0,52
Crecimiento del PIB %	2,90%	3	10%	0,3
Población	83.129.285 miles	4	8%	0,32
Balanza Comercial de bienes y servicios	(197.539.000,00) miles USD	4	10%	0,4
Importaciones	33,37%	5	12%	0,6
Exportaciones	38,32%	3	7%	0,21
Inflación	3%	2	12%	0,24
Ahorro bruto	30%	5	8%	0,4
Idioma	Alemán	3	8%	0,24
TOTAL		38	100%	3,83

ASPECTO MACROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	España			
PIB	1.425.276,59 millones USD	3	12%	0,36
PIB per cápita	30.115,70	2	13%	0,26
Crecimiento del PIB %	5,1%	4	10%	0,4
Población	47.326.687 miles	3	8%	0,24
Balanza Comercial de bienes y servicios	(18.203.000,00) miles USD	4	10%	0,4
Importaciones	29,41%	4	12%	0,48
Exportaciones	26,84%	3	7%	0,21
Inflación	2,2%	3	12%	0,36
Ahorro bruto	22%	4	8%	0,32
Idioma	Español	6	8%	0,48
TOTAL		36	100%	3,51

ASPECTO MACROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Bélgica			
PIB	599.879.025,38 miles USD	3	12%	0,36
PIB per cápita	51.767,80	5	13%	0,65
Crecimiento del PIB %	6,2%	4	10%	0,4
Población	11.587.882 miles	3	8%	0,24
Balanza Comercial de bienes y servicios	(6.776.100,00) miles USD	4	10%	0,4
Importaciones	85,35%	6	12%	0,72
Exportaciones	91,19%	3	7%	0,21
Inflación	4,5%	2	12%	0,24
Ahorro bruto	27%	4	8%	0,32
Idioma	Neerlandés, francés, alemán, inglés	4	8%	0,32
TOTAL		38	100%	3,86

Aspectos microeconómicos

ASPECTO MICROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Francia			
Importaciones (miles de USD)	226,559	5	22%	1,1
Importaciones desde Colombia (miles de USD)	9,731	5	20%	1
Crecimiento importaciones	17,8%	4	15%	0,6
Proveedores	Alemania 14,6%	4	17%	0,68
	Países Bajos 9,8%			
	Italia 8,8%,			
	España 8,5%			
Arancel general	18,4	3	11%	0,33
Arancel Colombia	0	6	15%	0,9
TOTAL		27	100%	4,61

ASPECTO MICROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Reino Unido			
Importaciones (miles de USD)	128,810	4	22%	0,88
Importaciones desde Colombia (miles de USD)	5.426	4	20%	0,8
Crecimiento importaciones	5,11%	2	15%	0,3
Proveedores	India 13,4% Sudáfrica 7,9%	3	17%	0,51
	Francia 7,5%, Corea 6,8%			
Arancel general	18,4	3	11%	0,33
Arancel Colombia	0	6	15%	0,9
TOTAL		22	100%	3,72

ASPECTO MICROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Alemania			
Importaciones (miles de USD)	239,107	5	22%	1,1
Importaciones desde Colombia (miles de USD)	507	2	20%	0,4
Crecimiento importaciones	9,76%	3	15%	0,45
Proveedores	Países Bajos 13,1% Italia 9%	1	17%	0,17
	Australia 8,3% India 6,9%			
Arancel general	18,4	3	11%	0,33
Arancel Colombia	0	6	15%	0,9
TOTAL		20	100%	3,35

ASPECTO MICROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	España			
Importaciones (miles de USD)	87,132	4	22%	0,88
Importaciones desde Colombia (miles de USD)	5,615	5	20%	1
Crecimiento importaciones	21,2%	4	15%	0,6
Proveedores	Francia 15,9% Ecuador 11,7%	6	17%	1,02
	Costa rica 10,1%			
	Alemania 9,2%			
Arancel general	18,4	3	11%	0,33
Arancel Colombia	0	6	15%	0,9
TOTAL		28	100%	4,73

ASPECTO MICROECONÓMICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Bélgica			
Importaciones (miles de USD)	88,695	3	22%	0,66
Importaciones desde Colombia (miles de USD)	2,416	3	20%	0,6
Crecimiento importaciones	17,5%	4	15%	0,6
Proveedores	Alemania 21,6%, Francia 17,4%	4	17%	0,68
	Países Bajos 14,2%, Costa Rica 9,4%			
Arancel general	18,4	3	11%	0,33
Arancel Colombia	0	6	15%	0,9
TOTAL		23	100%	3,77

Aspectos logísticos

ASPECTO LOGISTICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Francia			
Índice del desempeño logístico	3,84	4	25%	1
Puertos del país	4	4	20%	0,8
Tiempo de transito	15 días	4	25%	1
Plazo de entrega para las importaciones	3 días	4	15%	0,6
Ubicación	Europa		15%	0
TOTAL		16	100%	3,4

ASPECTO LOGISTICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Reino Unido			
Índice del desempeño logístico	3.99	4	25%	1
Puertos del país	5	4	20%	0,8
Tiempo de transito	15 días	4	25%	1
Plazo de entrega para las importaciones	3 días	4	15%	0,6
Ubicación	Europa		15%	0
TOTAL		16	100%	3,4

ASPECTO LOGISTICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Alemania			
Índice del desempeño logístico	4,31	5	25%	1,25
Puertos del país	5	4	20%	0,8
Tiempo de transito	14 días	4	25%	1
Plazo de entrega para las importaciones	2 días	5	15%	0,75

Ubicación	Europa		15%	0
TOTAL		18	100%	3,8

ASPECTO LOGISTICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	España			
Índice del desempeño logístico	3,8	4	25%	1
Puertos del país	5	4	20%	0,8
Tiempo de transito	15 días	4	25%	1
Plazo de entrega para las importaciones	3 días	4	15%	0,6
Ubicación	Europa		15%	0
TOTAL		16	100%	3,4

ASPECTO LOGISTICO				
VARIABLES	PAÍS	VALORACIÓN	%	PONDERACIÓN
	Bélgica			
Índice del desempeño logístico	4,13	5	25%	1,25
Puertos del país	8	5	20%	1
Tiempo de transito	15 días	4	25%	1
Plazo de entrega para las importaciones	3 días	4	15%	0,6
Ubicación	Europa		15%	0
TOTAL		18	100%	3,85