Alternativas de acción para ingresar al mercado Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca

Michell Alejandra López Vargas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2021

Alternativas de acción para ingresar al mercado Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca

Michell Alejandra López Vargas

Asesor del trabajo

Jenny Del Pilar Barriga Vargas

Trabajo de grado para optar al título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2022

Resumen

El objetivo principal de este documento es generar alternativas de acción que le permitan a Global Agricultural Trading obtener nuevos clientes en Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca colombiana de una forma más eficiente, por lo tanto, para llevar a cabo estas alternativas primero se realizó una investigación interna a la empresa para conocer sus ventajas competitivas y sus competencias a mejorar, así mismo también se hizo una investigación de mercado de la uchuva fresca de Colombia con el fin de descubrir cuáles son los principales clientes del medio oriente que le compran uchuva fresca a las empresas Colombianas. Y con ello se creó una base de datos la cual contiene información de contacto de las principales empresas importadoras de uchuva fresca de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, además se evidencio el número de población musulmana que hay en los países del medio oriente y en Estados Unidos, los cuales son consumidores de productos con certificación halal en la cual se evidencio que la uchuva fresca en dichos países no requieren la certificación halal ya que no es un producto procesado, también se brindó información de los servicios que ofrecen las cámaras binacionales de los países árabes con Colombia y Estados unidos respectivamente para que aprovechen las ventajas que tienen de poder acceder a ellas y por último se hizo una ardua investigación en la cual se especifica detalladamente los servicios de tres agencias de marketing para realizar con alguna de ellas una publicidad de campaña de búsqueda en línea a través de Google Ads en los 3 países de interés con el fin de darse a conocer y despertar el interés de los clientes potenciales, para finalizar se realizó un presupuesto de los recursos tangibles e intangibles necesarios para llevar acabo cada una de las estrategias las cuales contribuirán a entrar exitosamente a Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar.

Palabras Clave: Exportaciones, importaciones, uchuva fresca, estrategias, marketing B2B, certificado halal, cámaras binacionales, oportunidades de negocio.

Tabla de contenido

1. **Introducción** 5
1.1 **Diagnóstico de la organización** 7
1.2 **Análisis de la información** 8
1.2.1 Ventajas competitivas de la empresa 8
2. **Denominación del proyecto** 11
2.1 Planteamiento del problema 11
2.2 Objetivo General 11
2.2.1 **Objetivos específicos:** 12
2.3 Justificación 12
3. **Desarrollo** 13
3.1 Investigación y Revisión de Mercados 13
3.2 Dofa del mercado Emiratos Árabes Unidos 21
3.2.1 **Debilidades.** 22
3.2.1 **Oportunidades.** 22
3.2.3 **Fortalezas.** 23
3.2.4 **Amenazas** 23
3.3 Base de datos empresas importadoras del medio oriente 23
3.3.1 **Aseguradoras de crédito** 26
3.4 Certificado Halal 30
3.4.1 **Mercado Halal** 32
3.4.2 **Certificado:** 32
3.4.3 **Vigencia** 34
3.5 Cámaras binacionales 34
3.5.1 **Beneficios:** 35
3.5.2 **Cámara binacional árabe- colombiana** 35
3.5.3 **Cámara de comercio Árabe de Estados Unidos.** 37
3.6 Campaña en Google 39
3.6.1 **Agencias de marketing Digital** 41
4. **Presupuesto del Proyecto** 44
5. **Beneficios** 46
6. **Producto Final** 47
6.1 Gantt estrategias para comercializar uchuva fresca en Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar ... 48

7. **Referencias** 54

Introducción

Desde que inicio el capitalismo la palabra globalización tomo fuerza en el mundo, generando que las empresas encuentren oportunidades en los mercados internacionales, sin embargo, se debe tener en cuenta que para entrar a un mercado internacional la normativa, política, cultura y regulación cambia, en el caso de la empresa GAT esto no fue una excepción, es una compañía colombo americana que importa y exporta fruta fresca y deshidratada, la cual aun teniendo presencia en el mercado estadounidense también descubrió oportunidades comerciales exportando a los países del medio oriente.

Después de verificar dichas oportunidades por medio de un estudio de mercado el cual analizó el escenario colombiano durante los últimos 5 años, la fruta que más se exporta hacia los países del medio oriente, teniendo en cuenta el portafolio que maneja GAT y el comportamiento de las importaciones de las empresas de dichos países con el fin de poder tomar la mejor elección de los 3 principales países con más oportunidad de negocio dentro del territorio del medio oriente y con qué fruta la empresa puede empezar a darse a conocer.

A pesar de que las oportunidades comerciales en dichos países son llamativas, ya que el mercado de consumo de ese territorio está en un constante crecimiento durante los últimos años, GAT no ha tenido un total éxito para entrar a este mercado ya que hay factores de falta de información, conocimiento de cultura y diferencia horaria la cual no ha permitido que GAT pueda tener presencia en estos países. Es decir, para que GAT tenga éxito al entrar a dichos mercados la empresa debe estar preparada con estrategias comerciales, técnicas y de marketing que le permitan obtener nuevos clientes en: Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca colombiana de una forma más eficiente.

Este proyecto tiene pertinencia para las empresas que quieran exportar frutas frescas hacia los países del medio oriente, ya que lo que se pretende con esto es ofrecer soluciones y recursos de investigación a las empresas para que puedan exportar uchuva fresca hacia Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, por medio de estrategias que permitan que la empresa supere las barreras comerciales y aumente su competitividad en los mercados mencionados.

Para ello se brindaron 4 alternativas de acción las cuales le permitan a GAT aprovechar las oportunidades de negocio en esos países creando relaciones comerciales que permitan el crecimiento de la compañía, las estrategias son a nivel comercial, certificación halal, cámaras

binacionales entre los países árabes con Colombia, así como con Estados Unidos respectivamente y de marketing por medio de campañas de Google.

La metodología usada fue la de proyectos, donde se elaboró y ofreció una serie de información que fue recolectada a través de bases de datos como: Legis Comex, Trade Map, Muisca Dian y Santander Trade, como también se desarrolló un paso a paso para que se lleve a cabo dichas alternativas con el fin de que la empresa entre de una forma más preparada y eficiente a los mercados de interés.

En conclusión, GAT tendrá a su disposición una base de datos conformada con las empresas importadoras de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, también se identificó que la uchuva fresca no requiere de tener certificado halal para ser exportado en dichos países, GAT cuenta con acceso a dos cámaras binacionales las cuales le dan diferentes beneficios y por último se ofrece publicidad en línea a través de una campaña de búsqueda en Google que resulta ser muy asertiva para realizar marketing B2B que genere conversiones las cuales provoquen que los clientes sean los que pidan información de sus productos.

Diagnóstico de la organización

La empresa Global Agricultural Trading con tipo de sociedad SAS (GAT) es una importadora y exportadora de fruta fresca y deshidratada la cual vende sus productos principalmente hacia el mercado estadounidense; según la página oficial de GAT, fue fundada por la familia Martínez luego de que trabajaran en la industria alimentaria sudamericana desde la década de 1970. Comenzando como distribuidores de caña de azúcar, luego la familia Martínez llegó a Los Ángeles, donde pronto se percataron de la demanda de los productos naturales con los que crecieron en Colombia. Al percibir la demanda del mercado estadounidense, decidieron conformar GAT en Los Ángeles en el año 2007. (Global Agricultural Trading, 2018)

Al conformarse GAT como una empresa de importación y exportación de servicio completo en Los Ángeles, el fundador de GAT, Robinson Martínez, se dio cuenta de la importancia de proporcionar los productos exóticos frescos disponibles en el mercado. Al día de hoy GAT ha crecido hasta tener dos oficinas corporativas, una ubicada en Colombia en la ciudad de Bogotá y otra en Estados Unidos en el estado de Los Ángeles, California, con la finalidad de llegar tanto a los clientes estadounidenses como a los proveedores colombianos. (Global Agricultural Trading, 2018)

Después de transcurrir décadas de experiencia trabajando junto a los productores colombianos, esta empresa en crecimiento siempre se ha enfocado en crear un contacto constante entre las fincas y el comprador, como también ha trabajado en el fortalecimiento para llegar a clientes de diferentes partes como Canadá, Francia, Corea del Sur y Estados Unidos principalmente en los Ángeles.

El catálogo de productos de GAT es bastante amplio, puesto que siempre están innovando su portafolio gracias a las buenas relaciones comerciales que tiene con los productores o también llamados agricultores de américa y al contar con proveedores de frutas en Colombia, Ecuador, Guatemala, Chile, México con los cuales se está trabajando constantemente con el fin de generar productos de calidad y certificaciones en los productos como: USDA (United States Department of Agriculture) y Kosher, el cual significa que es apto o adecuado, puesto que es aceptado para el consumo de los judíos y cumple con las normas establecidas por la religión de estas personas.

Por lo anterior, se puede clasificar el portafolio de productos de GAT en dos: el primero es fresco abarcando productos estrella como la uchuva, pitahaya amarilla y mangosteen los demás

productos son blueberries, curuba, freijoa, granadilla, passión fruit (maracuyá), murtaberries, tomate de árbol, piña orgánica, pitahaya roja con carne blanca y roja, limón persa.

La otra clasificación es deshidratada, en la cual se encuentra productos como uchuva, papaya, pitahaya, piña, banano, mango deshidratado y harina de plátano. También tienen un catálogo de hierbas entre esas están albahaca, hoja de laurel, cebollín, menta, orégano, romero, estragón y por último están los productos de azúcar en los cuales están el piloncillo (panela), azúcar de caña integral, azúcar orgánico, melaza orgánica y blackstrap, sin embargo, es un catálogo que está en constante ampliación por lo que hace poco se empezó a manejar el ñame.

Como se mencionó anteriormente GAT es una empresa que fue conformada por primera vez en Estados Unidos la cual es identificada en dicho país como Global Agricultural Trading Incorporated en California, mientras que la colombiana se ubica en el norte de Bogotá específicamente en Cra 45a # 128C-06 oficina 302, con el fin de tener un mayor acercamiento con sus proveedores para hacer constantes revisiones y visitas a los cultivos verificando el cumplimiento de las normas de dichos cultivos con el fin de garantizar a sus clientes productos de alta calidad (orgánicos) certificados por la dirección de Estados Unidos.

El fin de constituir la empresa en Colombia fue pensado para que la persona de compras estuviera más al pendiente de estos productores y de la búsqueda de nuevos con los cuales se pueda trabajar de la mano y ayudarlos a crecer logrando aumentar las cantidades de producción para exportar y encontrar nuevos productos que sean potenciales para la venta en otros países.

Por último, cabe resaltar la visión de la empresa respecto a su crecimiento la cual menciona en su web oficial posicionarse al 2025 como los pioneros en el mercado saludable de importación no solo en Estados Unidos, sino también en diversificar sus exportaciones a nuevos destinos. Destacando por su calidad y variedad de frutas exóticas, orgánicas y especiales. (Global Agricultural Trading, 2018)

Análisis de la información

Ventajas competitivas de la empresa

Global Agricultural Trading SAS es una empresa que a través de los años ha conseguido un gran éxito por lo cual tiene una alta experiencia en la producción, certificación y venta de productos orgánicos que provienen de países Sur Americanos para exportar hacia Estados Unidos, asegurando relaciones directas con sus productores/ instalaciones y garantizando que tanto los productos

orgánicos como los convencionales vienen directamente de sus fincas a sus clientes en condiciones óptimas.

Por otro lado, la empresa trabaja bajo HACCP, Global GAP y otras auditorias de terceros con el fin de asegurar la calidad del producto a exportar manteniendo su frescura y calidad ya que se comprometen con un proceso de producción orientado al detalle, enfocándose en las frutas exóticas o llamadas en el mercado americano como frutas superfruit, por lo que su proceso de recolección y cuidado a mano asegura exóticos sostenibles durante todo el año.

Además, de los mencionados anteriormente, GAT tiene la capacidad de aumentar su catálogo de productos constantemente ya que tiene buenas relaciones comerciales y con sus proveedores, por ello puede tener frutas disponibles las cuales requiere el mercado cuando en otros países esos volúmenes o pedidos son más bajos para exportar.

Lo anterior, crea una ventana comercial para la empresa en el momento en los que esos países no cuentan con las cantidades para suplir la oferta del mercado, GAT puede vender o exportar hacia Estados Unidos ya que, si cumple con esas cantidades que requiere el mercado en gran cantidad aumentando sus ventas en dichos momentos porque puede entrar con precios competitivos al mercado.

Al no contar solo con productos frescos la empresa puede vender productos deshidratados convencionales orgánicos y azucares en los momentos donde su ventaja comercial no es muy buena ya que su competencia cuenta con cantidades de producción fresca suficiente para suplir la oferta del mercado a precios más accesibles que los de GAT en dichos momentos o cuando la empresa no cuenta con las temporadas de fruta que se requiere o se consume en el mercado, entonces su diversidad suele suplir ingresos económicos que no se pueden conseguir en ocasiones con los productos frescos.

Otra ventaja a destacar es que tiene gran conocimiento del target en el gusto y necesidades del mercado americano específicamente en Los Ángeles donde el consumo en especial de frutas exóticas si son constantes y más si son orgánicos. También cuentan con alianzas estratégicas con transportadoras y empresas de logística las cuales son clave cuando presentan inconvenientes las cargas en el proceso de nacionalización ya que exige almacenar la mercancía por un tiempo más prolongado.

Por otro lado, es importante mencionar las oportunidades de mejora que tiene la empresa, una de ellas es que la compañía consolidada en Colombia tiene 5 años de antigüedad, lo cual conlleva

a que los directivos no tienen un 100% de conocimiento de las normas legales que pide el Gobierno de Colombia por lo cual han tenido que contratar personas con conocimiento en el tema que desarrollen el proceso, generando que su adaptación a la conformación de empresa en este país sea más lenta.

Con lo anterior, cabe mencionar que al ser una empresa americana tiene costumbres laborales diferentes a las colombianas lo cual produce un gran choque cultural entre la empresa y los empleados, lo que resulta en que el tiempo laboral de cada trabajador sea más corto de lo usual ya que la mayoría renuncia al no poder adaptarse a la forma de trabajo de la empresa, generando pérdidas de tiempo y dinero en hacer el reclutamiento y capacitación de los procesos con los trabajadores.

Administrativamente al ser una empresa en crecimiento no tienen master de proveedores o clientes, sino que cuenta con bases de datos de diferentes años y desactualizados los cuales requieren de una recopilación y organización por medio de un master para que la persona de compras o ventas puedan acceder a la información de lo que requieren fácilmente y sin tener que gastar tanto tiempo, al verlo más al detalle también genera gastos para la empresa. Es decir, necesitan sistematizar mucho más sus procesos en diferentes áreas de la empresa para mejorar la eficiencia de sus empleados.

Por último, el cual surgió en una reunión con el gerente general de GAT destacando lo representativo en el campo de negociación internacional consiste en la dificultad que la empresa ha tenido para entrar o comunicarse con el mercado del medio oriente, su interés se llevó a cabo porque tienen una concepción y registros de buenas oportunidades al exportar a países de esa ubicación en específica, mencionando que ya han exportado hace varios años por contactos en Estados Unidos pero al hacerlo independientemente la comunicación es más difícil, por lo que explicar el producto y generar el negocio ha sido un reto para la compañía, un reto que de ser trabajado y superado puede lograr grandes oportunidades comerciales y de crecimiento en GAT.

Por esa razón, de todas las oportunidades de mejoramiento se desarrollará la última mencionada porque tiene un gran impacto en el campo de los negocios internacionales como en la ampliación de su mercado objetivo a exportar, combinando la experiencia de la empresa con nuevos conocimientos que se describirán en este trabajo se podrá generar valor agregado a la empresa y sus potenciales clientes.

Denominación del proyecto

De acuerdo con las oportunidades de mejora y ventajas competitivas descritas anteriormente, se propone una serie de recursos para que GAT pueda aumentar su presencia en 3 países del medio oriente ofreciendo uno de sus productos estrella el cual es la uchuva fresca y para ello se plantearan las siguientes 4 propuestas:

1. Una estrategia en términos comerciales, es ofrecer una base de datos de clientes potenciales del medio oriente que compran a empresas colombianas dicho producto.
2. Otra alternativa es saber cómo se puede adquirir un certificado halal para la uchuva fresca desde Colombia o si el producto es susceptible de tener el certificado ya que la mayoría de la población de dichos países es musulmana, aumentando más la probabilidad de ventas eficientes en ese mercado.
3. Una tercera estrategia es generar acceso a la información de los servicios y ventajas que brindan las cámaras binacionales que tiene los países árabes con Colombia y Estados Unidos respectivamente, facilitando la negociación en dichos países.
4. Una última estrategia es realizar marketing a través de una campaña de búsqueda en Google en los 3 países escogidos, presentando 3 empresas especializadas a fin de generar interés y contacto con nuevos clientes.

Planteamiento del problema

El presente trabajo pretende aportar una serie de recursos para que GAT pueda ingresar a los países del medio oriente, ya que ha presentado problemas en la obtención de base de datos y de diferencia de horario, lo que quiere decir que intentar coincidir los tiempos para comunicarse entre los trabajadores de GAT y las empresas del medio oriente es muy complicado.

Lo anterior hizo desistir los esfuerzos de llegar a ese mercado, desaprovechando la gran oportunidad de negocio en ese territorio. Por lo tanto ¿qué alternativas puede desarrollar GAT para penetrar eficientemente al mercado del medio oriente en Emiratos árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca?

Objetivo general

Identificar alternativas que le permitan a GAT obtener nuevos clientes en Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar con uchuva fresca colombiana de una forma más eficiente.

Objetivos específicos:

- Estructurar la estrategia de email marketing para clientes potenciales que compran uchuva fresca a empresas colombianas.
- Analizar la estrategia de internacionalización de uchuva fresca desde Colombia por medio de la certificación halal en caso de que el producto lo requiera.
- Fortalecer la relación comercial, brindando información de los servicios y estrategias que ofrecen las cámaras bilaterales de los países del medio oriente con Colombia y Estados Unidos.
- Determinar información y la viabilidad para desarrollar una campaña de búsqueda en google en los países del medio oriente a fin de obtener nuevas relaciones comerciales.

Justificación

El siguiente trabajo busca ofrecer soluciones y recursos de investigación a la empresa GAT para que pueda exportar uchuva fresca hacia Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, por medio de estrategias que permitan que la empresa supere las barreras comerciales y aumente su competitividad en los mercados mencionados

A pesar de la viabilidad y oportunidades que hay al entrar en el mercado del medio oriente, esto no ha podido ser aprovechado por la compañía, ya que ha sido difícil el contactar potenciales clientes, conocer su cultura, acceder a información técnica como los requisitos fitosanitarios, beneficios de las cámaras bilaterales y otros, por lo tanto se pretende aportar información con propuestas estratégicas que contribuyan al mejoramiento de la comunicación, acceso a información y certificación en el tema fitosanitario.

De modo que, este estudio busca empezar y aumentar el número de exportaciones de uchuva fresca específicamente en Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar para poder aprovechar las oportunidades que esos mercados ofrece, por consiguiente este es un aporte para que la importadora y exportadora de fruta tenga a sus manos una manera de llevar a cabo su comercialización, producción y/o marketing de una forma más eficiente por medio de conocimientos previos los cuales puedan servir para que la compañía identifique los problemas en los que está fallando en su proceso de introducción a dichos países con la finalidad de que mejore esas fallas con las herramientas correctas para tener éxito.

Desarrollo

Investigación y revisión de mercados

Para iniciar esta revisión se investigó por medio de la plataforma Muisca de la DIAN de Colombia cual es la partida arancelaria de la uchuva fresca en Colombia, la cual se definió que es 08.10.90.50 específicamente, mientras que en los países del medio oriente el sistema armonizado es más general ya que cambia al 08.10.90 ya que no le tienen una clasificación tan especifica como lo es en el caso de Colombia.

A través de la plataforma trade map se encontró que a nivel internacional los 5 principales importadores del mundo en los estudios más actualizados de uchuva fresca, son los siguientes países: China, Países Bajos, Estados Unidos, Arabia Saudita y Hong Kong, lo que quiere decir que entre los 5 importadores más grandes se encuentra uno de los que integran la península árabe el cual tiene la 4 posición (Arabia Saudita) y se convierte en un país muy interesante para exportar dicho producto desde Colombia, también cabe destacar que otros países que hacen parte de la península árabe son interesantes importadores de la uchuva, en los cuales se encuentra en décimo lugar Emiratos Árabes Unidos y en veinte uno lugar Kuwait. (International Trade Centre, 2021)

Por otro lado, también se identificaron a nivel internacional los 5 principales exportadores del mundo en los estudios más actualizados (2020) de uchuva fresca, son los siguientes países: Vietnam, Tailandia, Países Bajos, China y Turquía, cabe mencionar que de los países de Latinoamérica Ecuador está dentro de los 7 primeros exportadores, en décimo lugar esta Estados Unidos y en onceavo puesto esta Colombia con una tasa de crecimiento del 9% lo que quiere decir que este producto está en desarrollo y en un futuro podrá tomar más fuerza. (International Trade Centre, 2021)

Tabla 1

Importadores del mundo de uchuva fresca

No.	País	Valor USD 2016	Valor USD 2017	Valor USD 2018	Valor USD 2019	Valor USD 2020
1	China	756.115	888.267	857.481	918.792	1.176.770
2	Estados Unidos	160.528	192.772	220.463	216.036	243.936
3	Países Bajos	203.490	231.813	247.867	238.083	243.896

4	Arabia Saudita	47.994	49.036	111.227	152.921	188.301
5	Hong Kong	133.913	170.217	152.832	188.759	187.981
9	Emiratos Árabes Unidos	92.529	91.902	71.589	69.898	75.794
21	Kuwait	49.240	26.318	28.543	31.241	31.316
35	Qatar	0	8.899	9.189	9.942	10.571

Nota: Fuente: Trade Map estadísticas del comercio para el desarrollo internacional

En la tabla anterior se pueden identificar varios factores, el primero de ellos es que Estados Unidos es el segundo importador más grande del mundo, otro factor es que Emiratos Árabes Unidos tiene el 9 puesto a nivel mundial, notándose una disminución en sus importaciones en los años 2018 y 2019 sin embargo para el 2020 vuelve aumentar sus cifras en el mercado, por otro lado, a pesar de que Kuwait y Qatar tienen puestos más lejanos sus cifras en los últimos 5 años han tenido crecimiento notable en el mercado.

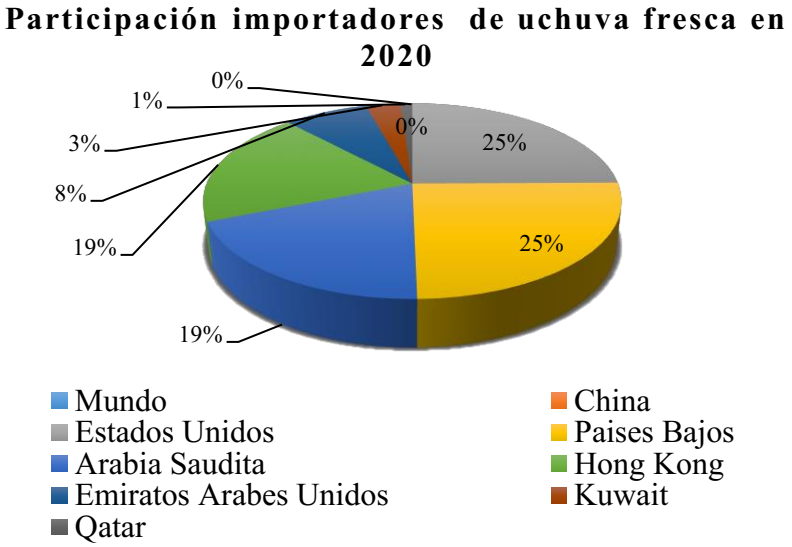

Figura 1. Participación importadores de uchuva fresca en 2020. Trade Map (2020).

El Valor de las importaciones del mundo en USD de uchuva fresca en el año 2020 fue de: $3,577.382, el país de Emiratos Árabes tuvo una participación de: 2,11%, Kuwait el 0,87% y Qatar un 0,29% de la participación de las importaciones del mundo.

Tabla 2

Exportadores del mundo de uchuva fresca

No.	País	Valor USD 2016	Valor USD 2017	Valor USD 2018	Valor USD 2019	Valor USD 2020

1	Vietnam	1.144.740	1.479.306	1.563.283	1.549.394	1.341.076
2	Tailandia	415.410	709.184	640.477	785.921	630.149
3	Países bajos	219.321	236.407	286.543	293.639	338.683
4	China	167.986	126.473	160.001	244.837	252.802
5	Turquía	104.253	97.302	115.029	98.166	126.075
7	Ecuador	10.228	16.345	38.202	69.241	92.677
10	Estados Unidos	62.342	63.370	68.048	69.765	77.878
11	Colombia	57.044	62.041	74.863	80.197	76.931

Nota: Fuente: Trade Map estadísticas del comercio para el desarrollo internacional

El Valor de las exportaciones del mundo en USD de uchuva fresca en el año 2020 fue de: $4.017.059, el país de Vietnam es el que más exporta Uchuva fresca en el mundo, de modo que tiene una participación en el mercado del 33,38% sobre las exportaciones globales, Tailandia cuenta con 15,68%, Países bajos con 8.43%, China con 6,29%, Turquía el 3,13%, Ecuador con un 2,30%, Estados Unidos 1,93% y Colombia una participación del 1,91% en las exportaciones a nivel mundial.

Esta información la cual fue recopilada entre 2016 al 2020 se puede identificar que Colombia ha tenido un constante crecimiento en sus exportaciones de Uchuva a nivel mundial, del año 2016 al 2017 hubo un notable crecimiento de exportación del 9%, mientras que del 2017 al 2018 aumento el 21%, así mismo del 2018 al 2019 siguió aumentado de $74.863 UDS a $80.197USD aumentando un 8% en ese año y por último del año 2019 al 2020 hubo una disminución del -5% lo cual se puede explicar ya que entre esos años empezó la contingencia de salud por el Covid-19 lo cual desestabilizo sobre todo en esos años las exportaciones mientras que los países se acoplaban a los nuevos requerimientos exigidos sin embargo fue una disminución muy pequeña a comparación de exportaciones de otros productos afectados.

A continuación, se presenta un gráfico demostrando la participación de los principales países exportadores de Uchuva fresca, respecto a las exportaciones de todo el mundo.

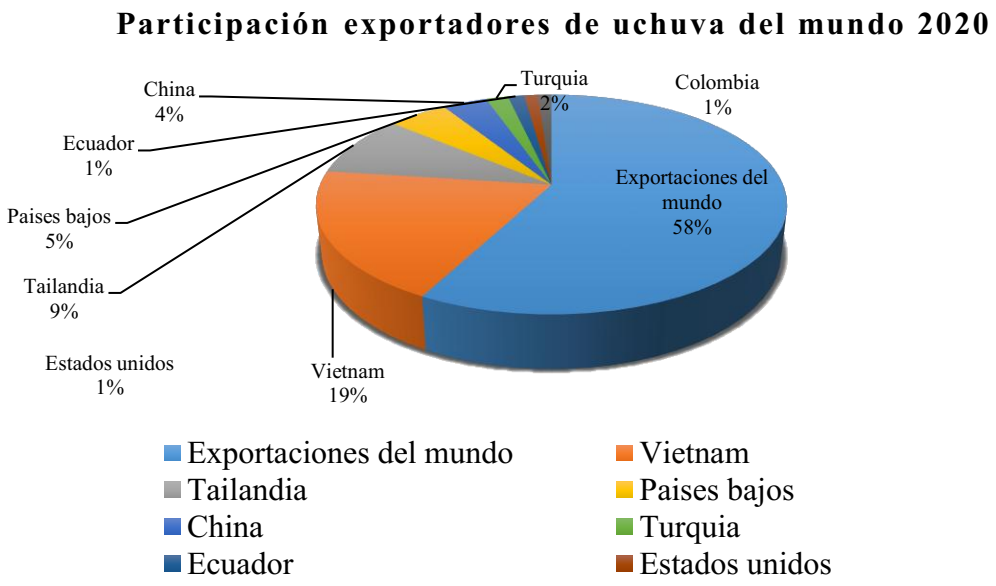

Figura 2. Participación exportadores de uchuva del mundo 2020. Trade Map (2020).

Por medio de la plataforma trade map se descubrieron 3 países del medio oriente a los que Colombia ha exportado más uchuva fresca desde el año 2016 al 2020 y con ello se obtuvieron los siguientes países: Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, destacando que también se ha exportado en una cantidad más pequeña al país de Bahréin, lo que quiere decir que los primeros 3 países mencionados anteriormente serán los mercados claves a los que se quiere ingresar porque en Colombia ya se han hecho exportaciones en dichos países lo cual facilita un poco más obtener la información pertinente para entrar a dichos países. (International Trade Centre, 2021)

En el caso de Colombia con Emiratos Árabes Unidos el valor de las exportaciones desde el año 2016 al 2020 ha ido aumentando significativamente con excepción del último año (2020) con una pequeña disminución a causa de la pandemia de salud Covid-19, ya que tomo a todos los países de imprevisto al empezar a exigirse requisitos con los que no contaban, lo cual conllevo que empezarán a brotar contingencias como el encarecimiento del transporte y la logística, lo cual provoco que las empresas tuvieran que organizarse y adaptarse a la nueva realidad.

Mientras que en el caso de Kuwait y Qatar el valor exportado durante los 5 años de 2016 al 2020 fue en constante crecimiento, aunque los números exportados no son muy grandes, las cifras arrojan un gran aumento en el interés de consumo de la uchuva proveniente de Colombia por los consumidores de los países mencionados anteriormente.

También es pertinente señalar que entre los primeros 3 países a los que Colombia exporta uchuva es a Países Bajos, en segundo se encuentra Canadá y en tercer Bélgica, así mismo destacar el hecho de que Estados Unidos es el 4 principal comprador de Colombia de uchuva fresca información muy importante ya que es el mercado objetivo de la empresa GAT. (International Trade Centre, 2021)

Tabla 3

Principales países a los que exporta Colombia Uchuva fresca

No.	País	Valor USD 2016	Valor USD 2017	Valor USD 2018	Valor USD 2019	Valor USD 2020
1	Países bajos	38.406	40.005	45.924	53.404	51.416
2	Canadá	2.423	2.384	2.992	3.773	4.658
3	Bélgica	1.982	1.388	3.889	4.585	4.574
4	Estados Unidos	1.338	1.795	3.605	2.009	4.014
11	Emiratos Árabes Unidos	454	478	614	751	676
20	Kuwait	1	15	11	28	65
23	Qatar	0	0	0	8	42

Nota: Fuente: Trade Map estadísticas del comercio para el desarrollo internacional

Canadá es el segundo país al que Colombia le exporta su fruta, un dato interesante ya que GAT realiza negociaciones en Canadá, por otra parte, Estados Unidos es el 4 país al que Colombia más exporta uchuva fresca, en el puesto 11 se encuentra Emiratos Árabes Unidos con un constante crecimiento los últimos cinco años en sus mercados, exceptuando el 2020 con una pequeña disminución. Mientras que para Kuwait y Qatar las exportaciones empezaron en el año 2016 y 2017, teniendo un amigable crecimiento hasta el año 2020.

Así mismo, se presenta un gráfico demostrando la participación de los principales países a los que Colombia exporta uchuva fresca, respecto a las exportaciones que realiza al resto del mundo en el año 2020, los principales países de interés en esta grafica son Canadá, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar.

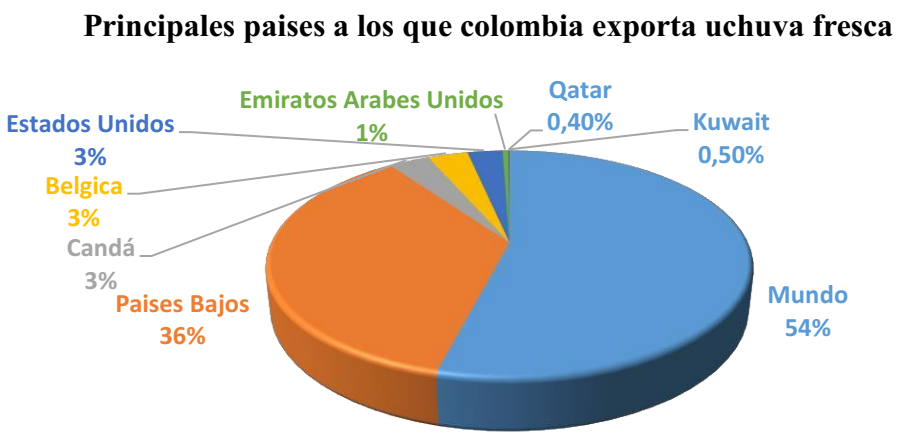

Figura 3. Principales países a los que Colombia exporta uchuva fresca. Trade Map (2020).

Para ejecutar el proyecto es indispensable identificar dos variables muy importantes para entrar a estos mercados, el primero es quienes son los principales exportadores de uchuva fresca de Colombia en el medio oriente y el segundo es quienes son sus principales compradores, esta información se obtendrá por medio de la base de datos de Legis Comex donde se presenta la siguiente información sobre las empresas que exportan desde Colombia:

En total se encontraron un registro de 45 empresas que realizan estas exportaciones en el año 2021, donde se puede acceder a: Nit, razón social, kilos brutos, kilos netos, valor en USD, valor en pesos colombianos, cantidad, participación, valor unitario FOB, peso unitario, entre otros.

De las 45 empresas registradas, las primeras 6 son las siguientes COLOMBIA PARADISE SAS con 4.696.116,74 (valor FOB), en segundo lugar esta OCATI SA, luego CI FRUTIREYES SAS, COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL CARIBBEAN EXOTICS S.A, NOVACAMPO S.A C.I y por sexto lugar se encuentra NOVACAMPO S.A SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL con 2.233.317,56 valor FOB. (Legis Editores SA, 2021)

Cabe destacar que, aunque la información se adquirió a través de la plataforma Legis Comex, esta plataforma recopila la información de las empresas colombianas directamente de la Dirección de Impuestos y de Aduana de Colombia (DIAN) y así lo hace respectivamente con la organización aduanera que tiene cada país. Por lo tanto, en la siguiente tabla se presentarán las principales

empresas exportadoras colombianas de la uchuva en la que los valores de los productos que se describe en la tabla está en valor FOB.

Tabla 4

Principales empresas Colombianas exportadoras de Uchuva

Nit	Empresa	Valor FOB (USD)
9003901417	Colombia Paradise SAS	4.696.116,74
800026845	Ocati S.A	2.629.619,01
830117145	CI Frutireyes SAS	2.495.824,54
800176428	Comercializadora Internacional Caribbean Exotic S.A	2.276.927,85
8301179847	Novacampo S.A	2.233.317,56
8301177840	Novacampo SA Sociedad de Comercialización Internacional	2.233.317,56

Nota: Fuente:Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial

También las principales aduanas de salida del producto en valor FOB y USD son en orden de ascendente a descendente las cuales son: Bogotá, Cartagena, Santa Marta, Cartagena, Medellín como se presenta a continuación.

Tabla 5

Principales Aduanas de Salida de Uchuva en Colombia

Aduana	Valor FOB (USD)
Bogotá	7.779.558,37
Cartagena	6.043.768,76
Santa Marta	5.999.812,31
Barranquilla	4.535,00
Medellín	10,00

Nota: Fuente:Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial

Los principales productos exportados por el sector hortalizas, frutas, cereales, semillas y frutas en Valor FOB, son los que se presentan en la siguiente tabla, resaltando que hay un total de 167 diferentes tipos de productos en los cuales la Uchuva fresca ocupa el sexto lugar con un valor de 19.827.684,44, una cantidad de 3.998.670,81 y una participación del 2,46%. (Legis Editores SA, 2021)

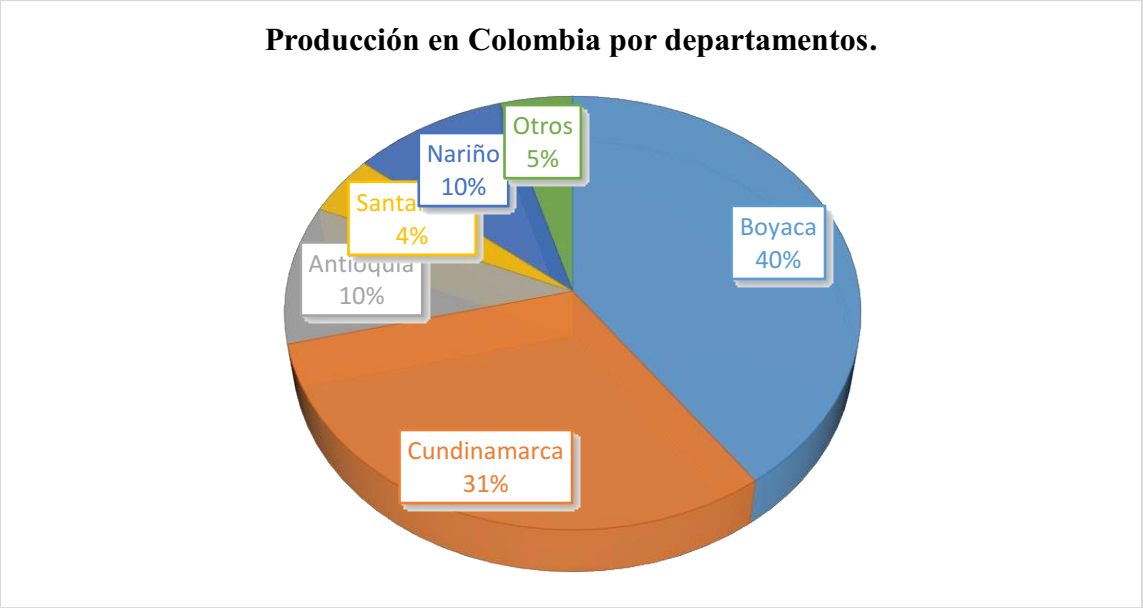

Figura 4. Producción en Colombia por departamentos. Revista Nutrients (2021).

Según las cifras publicadas por el DANE y ProColombia, en 2019 la producción de la uchuva en Colombia se concentró en los departamentos de Boyacá y Cundinamarca con más del 70% de la producción, luego se encuentra Antioquia con el 10,4%, Nariño con el 9,6% y Santander con un 4,4%. (Vaillant, 2021)

Tabla 6

Principales frutas exportadas en Colombia

Codigo	Producto	Valor FOB (USD)
0803901100	Bananas o platanos frescos del tipo cavendish	504.236.833,04
0804400010	Variedad Hass	110.676.101,85
0803101000	Platanos plantains frescos	47.072.774,83
0805502200	Lima- Limon (tahiti)(citrus latifolia) frescas o secas	26.916.462,79
0810901030	Gulupa(maracuya morado) (passiflora edulis varo edulis), frescas	23.273.480,56
0810905000	Uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas	19.827.684,44

Nota: Fuente:Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial

Una importante información de la uchuva para su exportación según la plataforma de la DIAN (Muisca), es que para las exportaciones tiene un gravamen y un IVA del 0%, su régimen es libre y su unidad comercial es el kg, mientras que para la importación de dicho producto su gravamen es del 15% y su IVA es excluida. (DIAN, 2021)

Tabla 7

Producto: Uchuvas (uvillas) (physalis peruviana) frescas

Gravamen	IVA	Régimen	Unidad Comercial
15%	Excluida	L	Kg

Nota: Fuente:Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial

Dofa del mercado Emiratos Árabes Unidos

Debilidades

- Poco tiempo de vida de uchuva
- Poca flexibilidad de tiempo para entregas
- Infraestructura de transporte en bajas condiciones
- Transporte interno elevado

Oportunidades

- Gran capacidad de producción
- Producción todos los meses del año
- Instituciones gubernamentales, privadas y programas que promueven las exportaciones
- Reapertura comercial
- El COVID-19 genero conciencia en la salud y el consumo saludable.

Fortalezas

- Producción uchuva fresca orgánica
- Tendencia y aumento del consumo orgánico
- Respaldo de la sede principal americana GAT Incorporated para confiabilidad en las negociaciones.
- Propios Cultivos de uchuva fresca Orgánica
- Cuenta con los beneficios e información de parte de USA.

Amenazas

- Competencia que maneja economía escala
- Países con mayor producción
- Producción y certificación eficiente de la competencia
- Competencia con posición geográfica estratégica que reduce costos
- Competencia que tenga TLC con Emiratos

Figura 5. Dofa del mercado de Emiratos Árabes Unidos. Elaboración Propia (2022).

Debilidades.

La uchuva fresca cuenta con poco tiempo de vida, además es un producto que exige entregar grandes cantidades constantemente y en los tiempos acordados a lo estipulado con los proveedores ya que no hay mucha flexibilidad de tiempo para hacer las entregas, también la infraestructura en varias de las zonas rurales colombianas de transporte donde se cultiva la fruta no está en buenas condiciones, lo cual no permite el eficiente y bajo costo del transporte interno para hacer entregas a tiempo, para ello se debe trabajar en conjunto con los productores, la comunidad en general de dichas zonas y las instituciones gubernamentales que ayuden para generar beneficios para todas las partes.

Oportunidades.

El país tiene gran capacidad de producción en diferentes departamentos del país, gracias a su clima y posición geográfica lo cual genera que se pueda entregar una oferta constante y en los tiempos acordados con los clientes al tener frutas todos los meses del año, así mismo lo anterior también provoca que la uchuva colombiana sea una de las frutas con mejores propiedades, texturas y sabor al ser cultivadas en tierras fértiles, fuertes y sanas lo cual convierte la uchuva única apetecida por gran variedad de países del mundo.

Por otro lado, Colombia cuenta con variedad de instituciones gubernamentales, privadas y programas que contribuyen a las exportaciones o el acceso a nuevos mercados y a mantenerse en los países en los que ya ha logrado entrar. En detalle las instituciones gubernamentales colombianas que hacen esfuerzos son el ICA, Procolombia, la cámara binacional colombo árabe y programas como CO- nectados que permiten un trabajo en conjunto con las embajadas u oportunidades de exportación con los vuelos humanitarios que envía Emiratos Árabes Unidos ya que al devolverse puede ir cargada con mercancía a precios más económicos.

Por último, la reapertura de sitios turísticos e instituciones como hotelería, restaurantes, escuelas, universidades provocan que la demanda de la uchuva sea mucho mayor ya que se amplía los canales para poder ofertar el producto, así mismo el COVID-19 género que las personas se preocupen más por su salud lo cual consumir dicha fruta es algo que incluyen en sus comidas, además de que la uchuva fresca para Emiratos Árabes Unidos no requiere de certificación Halal al ser un producto fresco que no ha sido procesado.

Fortalezas.

GAT cuenta con producción de uchuva fresca orgánica certificada, así mismo se evidencia la tendencia y aumento del consumo del mercado en la compra de alimentos saludables y aún más le da valor al ser orgánicos al contar con sus aportes nutricionales y funcionales, por otro lado la empresa cuenta con el respaldo de GAT Incorporated la cual es la sede principal Americana generando confianza a sus clientes potenciales al empezar a realizar negocios, así mismo cuenta tanto con los beneficios que ofrece el gobierno y las instituciones gubernamentales de Estados Unidos como con la información pertinente para la tecnificación de certificaciones, requisitos, y exigencias que se estén pidiendo a nivel global y como ultima fortaleza es importante destacar que GAT empezó adquirir sus propios cultivos de uchuva fresca orgánica, reduciendo costos para ser más competitivo en el mercado.

Amenazas.

Una de ellas son las empresas o competencia que manejan economías a escala o de países que tienen una mayor producción ya que cuentan con más herramientas de tecnología para los cultivos reduciendo costos y facilitando el acceso a los demás mercados que consumen este producto al contar con las certificaciones y requisitos que son exigidos por cada país en un menor tiempo, otra amenaza es que hay países con una ventaja en su posición geográfica que les facilita la logística y reducción de costos en las exportaciones a Emiratos Árabes Unidos como lo es Tailandia el cal cuenta con una distancia a emiratos de 4938Km, mientras que Colombia tiene una distancia con Emiratos de 13.582 Km y para terminar, los países competencia que tengan tratado de libre comercio con Emiratos pueden ser favorecidos en la cuota a exportar o dándoles prioridad de negociación por dicho TLC, por lo tanto hay que trabajar en mantener la calidad en su tamaño, sabor, textura y producción orgánica de la fruta para que sea una ventaja competitiva frente a la competencia.

Base de datos empresas importadoras del medio oriente

La presentación de la base de datos de la primera estrategia se encuentra en un archivo Excel como un anexo, este contiene un alto número de datos el cual se puede manejar y plantear mejor en el formato especificado anteriormente, el excel está dividido en 6 pestañas, las primeras dos indican la base de datos de Emiratos Árabes Unidos y la otra es una tabla dinámica con los

compradores de dichos países, luego las otras dos especifican lo mismo, pero señalando el país de Kuwait y las últimas dos pestañas indican el país de Qatar.

En cuanto al contenido de la base de datos esta tiene las siguientes pestañas: usuario, código de usuario, nit del exportador, razón social del exportador, dirección del agente de aduana, razón social del importador, correo electrónico, teléfono y dirección de la página web de los importadores, lo que quiere decir que dicho documento también sirve para identificar a que clientes le está vendiendo la competencia, que cantidades está exportando y al precio que lo están vendiendo a los importadores.

Por lo tanto, también se puede conocer información como la dirección del importador, código de partida del producto en este caso la uchuva, peso en kilos netos, país de destino, departamento procedente de la fruta, lugar de salida, la vía de transporte, el Valor FOB vendido en dólares y el precio unitario FOB en dólares por peso neto.

Ahora se presenta el valor FOB en dólares comprado por algunas de las principales empresas importadoras de uchuva de los Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar a Colombia entre los años del 2019 al 2021.

Tabla 8

Importaciones de Emiratos Árabes, Kuwait y Qatar de Uchuva de Colombia.

País	Empresas Importadoras	2019 (FOB USD)	2020 (FOB USD)	2021 (FOB USD)
Emiratos Árabes Unidos	Fresh Fruit Company Vegetables and fruit trading LLC	5974	6417	10413
	Sunbeam International	1574	3272,28	7235,2
Kuwait	Star Fruit Foodstuff	768	1848	1848
	Suma Fruits International	0	1236	1960
Qatar	Paramount Agricole Co	45,05	138,8	444,6
	Thamar Lebanese	4	105	907,54

Nota: Fuente: Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial

En la tabla 8 se determina un incremento en las importaciones de uchuva colombiana fresca dentro de los años 2019 al 2021 en las empresas de los países Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y

Qatar estas cifras demuestran el crecimiento de estos mercados con las dos empresas de cada país, las cuales fueron seleccionadas de las demás compañías que se encuentran en el anexo de la base de datos.

En el caso de Emiratos Árabes la empresa Fresh Fruit Company vegetables and Fruit Ttrading LLC incremento del año 2019 al 2020 el 7,42% y del 2020 al 2021 aumento el 62,27%, También el panorama de la empresa Sunbeam International es favorable ya que del año 2019 al 2020 su incremento fue de 107,90% y del 2020 al 2021 fue de 359,67%.

En las empresas de Kuwait hay un notable incremento, ya que la empresa Star Fruit Foodstuff tuvo un crecimiento del 140,625% del 2019 al 2020 mientras que del año 2020 al 2021 mantuvo la misma cifra, por otro lado, en la empresa Suma Fruits International para el año 2019 no tuvo ninguna importación, pero en el año 2021 la cifra es de $1.236 USD mientras que del año 2020 al 2021 la cifra aumentó un 58,57%.

Por ultimo las empresas del país de Qatar también revelan resultados positivos para posicionarse en un mercado potencial para la venta de las uchuvas frescas de la empresa GAT, ya que la empresa Paramount Agricole Co aumento el 208,10% del año 2019 al 2020 y durante el 2020 al 2021 aumento el 220,31% y para finalizar la empresa Thamar Lebanese también arrojo cifras de crecimiento del 2,52% dentro del 2019 al 2020 y en el año del 2020 al 2021 el aumento fue de 763,80%.

Dentro del anexo de excel de base de datos de clientes potenciales de los 3 países en los que se enfocó el proyecto, en Emiratos Árabes Unidos se encuentra la empresa Al dahra Agriculture, la cual tiene un formulario en su página web oficial donde hay una pestaña de proveedores en la que se puede registrar la empresa para poder hacer negocios o licitaciones con ellos.

También es importante destacar que con la información de la base de datos, GAT puede empezar hacer proyecciones de inversión y/o ganancias con los valores y cantidades de las empresas colombianas que ya exportan uchuva, Al Dahra Food Llc el cual es uno de los importadores o clientes de una de la competencia que hasta el momento adquiere un peso de 351 kilos netos, lo cual le genera una entrada en Valor FOB de $1.404 USD, lo que quiere decir que en caso de que GAT logre hacer una negociación con Al Dahra Food Llc y se llegue a un acuerdo en el cual para empezar negociaciones ellos hagan un pedido del 50% del valor que ellos normalmente importan,

los ingresos para GAT serian 702 USD entregandoles una cantidad de 351 kilos netos, teniendo en cuenta que esto solo se esta proyectando con 1 empresa de las muchas que hay en la base de datos.

Es importante mencionar que, aunque la investigación de mercado de cada uno de los países arroja resultados positivos los cuales generan confiabilidad para que GAT empiece hacer conexiones comerciales con todas o algunas de las empresas presentadas en el documento de excel de base de datos, es importante no dejar ningún cabo suelto en el proceso de estas comercializaciones.

Aseguradoras de crédito

Evitar cabos sueltos es tener en cuenta que lo que se pretende es generar herramientas que permitan verificar el potencial y las ventajas competitivas de entrar a dichos mercados, además de generar aumento en las ventas de GAT con nuevos clientes para su historial, lo que quiere decir, que al ser empresas nuevas e internacionales con las que la empresa GAT no ha trabajado, puede exponerse a riesgos como: que no le hagan cumplimiento del pago de las facturas o de algún compromiso pactado en la negociación.

Con el fin de cubrir estos riesgos se postularán 3 empresas en Colombia las cuales son aseguradoras de facturas de ventas nacionales e internacionales, esto significa que estas empresas se dedican a hacerle un estudio financiero al cliente antes de cerrar el negocio comercial con GAT.

Esto se realiza con el fin de verificar que el cliente tenga la suficiente liquidez de cubrir los gastos que genera su pedido, como también verifica el cumplimiento en los pagos de sus compromisos. Lo cual genera más confianza para realizar la negociación entre las dos partes y se disminuyen riesgos dentro de la empresa. Así mismo en caso de que todos los estudios hayan salido perfectos y aun así se dé incumplimientos en los pagos de la factura estas empresas deberán desembolsar de un 50 a un 80% del valor total de la factura según sea definido en el seguro que adquiera GAT.

A continuación, se presentarán 3 empresas aseguradoras de crédito en Colombia, la primera es Finaval SAS (finanzas y avales), su dirección de página web es: https://www.finanzasyavales.com en la que se encuentra la siguiente información, teléfono: (320) 338 3889 y correo electrónico

contacto@finanzasyavales.com, tiene varias sedes en las principales ciudades de Colombia incluyendo Bogotá ubicada en la Auto Norte No 103 - 34 Oficina 904.

En Finaval SAS ofrecen diferentes servicios los cuales son: confirma, el cual es un servicio en el cual se puede hacer un estudio al cliente del afiliado, con este servicio se puede validar la identidad del cliente con el que se pretende hacer negociaciones comerciales, conocer el cumplimiento de pagos, medir el nivel de riesgo, verificar sus ingresos para saber cuánto crédito le puede otorgar, como validar los datos de contacto. (Sell- U, 2021)

Otro servicio es el de cobranza y por ultimo está el Aval (seguro) de títulos valores el cual es una garantía en el que el avalista se hace responsable con su afiliado a responder por el cumplimiento de los pagos y en caso de no cumplir con estas obligaciones el cliente del afiliado, el avalista deberá responder, para ello existen 3 tipos de seguro, el primero es el aval, el segundo el aval corporativo y el tercero el aval de descuento de cartera, en su carta aval garantiza el 100% del valor aprobado , el reembolso se hace en 15 días y manejan infraestructura tecnológica. (Sell- U, 2021)

La siguiente empresa es Solunion una empresa internacional en el mercado colombiano, su página web es: https://www.solunion.co/ y el teléfono de contacto: +57 4 604- 4440145, la oficina principal está ubicada en la ciudad de Medellín en la Cl. 7 Sur #42-70 oficina 815 y tiene sedes en diferentes ciudades del país incluyendo a Bogotá.

Esta aseguradora de crédito cuenta con 3 principales servicios, los cuales son: el recobro, soltec-crédito, el cual es un sistema online donde se puede hacer la gestión de toda la información relacionada con la póliza sin tener que salir de la oficina en la cual se puede acceder 24 horas todos los días, donde se puede tener control total tanto en la consulta como en la gestión. (Solunion, 2021)

El tercer servicio se llama Grade en la cual brinda información para conocer la veracidad de lo clientes en diferentes aspectos ya que permiten conocer la calificación de más de 40 millones de empresas de todo el mundo según los impagos que presentan, lo que quiere decir que evalúa el riesgo de la posibilidad de que no cumpla con el pago de la negociación el cliente con el que se pretende negociar, evaluándolo en una escala del 1 al 10 desde un riego bueno hasta un riesgo fallido, dicha información se actualiza constantemente lo que quiere decir que se muestran los

resultados que tienen la empresa actualmente con el fin de tomar decisiones más eficientes al momento de negociar. (Solunion, 2021)

A su vez maneja diferentes clases de seguros créditos, en los cuales en caso de que el cliente incumpla el pago de la factura la aseguradora hace la gestión de recobro de forma amistosa y si es necesario por la vía legal, además de indemnizar a la empresa afiliada según lo acordado en la póliza, los seguros de crédito son: póliza interna y de exportación, póliza compromiso, póliza CAP/CAP+, póliza Py, póliza uno en las que cada una especifican detalladamente que incluye cada una. (Solunion, 2021)

Los beneficios que ofrece son: una atención personalizada, acompañamiento en las operaciones comerciales ofreciendo un estudio de los clientes acerca de su capacidad financiera como la de endeudamiento, estabilidad financiera para prevenir que los clientes incumplan sus pagos y ayuda en la apertura de nuevos mercados gracias a que cuenta con un servicio global.

La tercera aseguradora de crédito se llama Coface su página web es: https://www.coface.com.co la cual genera una herramienta para evitar el riesgo por el impago de los compromisos de las facturas. La sede está ubicada en Calle 91 N°11 – 29 edificio 91.11 Piso 5 en la ciudad de Bogotá, los teléfonos de contacto son: +57 6016231632 y 6016231631 y su correo de contacto es atencionalcliente.colombiaoface.com

Coface se encuentra a nivel internacional directamente o a través de sus socios comerciales permitiendo tener un alcance de aproximadamente 200 países. Es importante mencionar que la aseguradora tiene cobertura en los 3 países de interés los cuales son Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar. (Coface, 2021)

Esta empresa ofrece varios servicios a sus clientes entre ellos está el aseguramiento de las ventas en los cuales tiene diferentes servicios como: tradeliner, seguro de crédito coface global solutions, seguro de crédito para multinacionales, topliner, seguro de crédito globalliance (+topliner), cofamove y seguro de crédito globalliance el cual consiste en una póliza flexible en la que puede asegurar sus operaciones localmente o las de exportación, brindando información de la evaluación del riesgo deudor y la opinión de crédito rating del cliente con el que se pretende negociar. (Coface, 2021)

El último servicio mencionado se adapta a empresas pymes hasta multinacionales, con el fin de recuperar las facturas que no le lleguen a pagar e indemnizarlo en tal caso de que nunca le sean remuneradas, además de eso también maneja otros servicios como recuperación de cartera, evaluación de mercados y evaluación de proveedores con el fin de tomar las mejores decisiones reduciendo tiempos y costos en el proceso de su relación comercial. (Coface, 2021)

Por último, se presenta la superintendencia de sociedades la cual es un organismo en el cual el presidente de la república puede inspeccionar, vigilar y controlar las empresas de todos los sectores ya sean extranjeras, empresas unipersonales y cualquier otra que este conformada, aunque su base de datos aun no contiene todas las empresas del mundo, si cuenta con una gran cantidad lo cual funciona para obtener información importante respecto a proveedores o competencia. Su página web es: https://www.supersociedades.gov.co

En cuanto a los datos de contacto los teléfonos son: 601 220 1000 o 01 8000 114319 , están ubicados en varias ciudades del país como a Medellín, Manizales, Cali, Bucaramanga y Bogotá, su dirección es Avenida el Dorado No. 51-80, sus correos son notificacionesjudiciales@supersociedades.gov.co y webmaster@supersociedades.gov.co, así mismo su horario de atención es de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm.

Aunque la superintendencia de sociedades tiene varias funcionalidades como presentación de estados financieros, módulo de insolvencia MI, audiencias virtuales, informes económicos y financieros, acciones del gobierno nacional para el sector empresarial, guías y tutoriales supertips, registro único nacional de factores, también maneja una herramienta interesante la cual se encuentra dentro de su página web en la sección supervisión societaria, luego se desprenden varias pestañas en donde se debe acceder en la parte de asuntos económicos y societarios para luego ir al botón de sistema integrado de información societaria. (Contoso Corporation, 2022)

Después de entrar al botón mencionado anteriormente se abre una nueva ventana donde aparece un buscador de sociedades, allí se pondrá el nombre o el NIT de la empresa que se quiere investigar, luego de eso aparecerá información financiera de la empresa como: vita 360 donde aparecen diferentes categorías una de ellas es la situación financiera donde aparece activos, pasivos y patrimonios, otra categoría es resultado integral donde aparece el ingreso y la ganancia, también aparecen indicadores de prueba acida y endeudamiento. (Contoso Corporation, 2022)

También se puede utilizar la categoría de flujo de efectivo donde se encuentra datos como: activos de operación, activos de inversión, activo de financiación además tiene la función de poder comparar una empresa con otra, mostrando los datos anteriormente mencionados de las dos empresas, algunos de estos datos son: activos, pasivos y patrimonios.

Certificado Halal

Para la segunda estrategia, la cual consiste en tener el certificado Halal para la uchuva fresca, se inició buscando información en la plataforma Muisca de la DIAN sobre los documentos soporte que son exigidos para la exportación de la uchuva fresca, los cuales son los siguientes 3 opcionales:

1. Certificado de Exportación - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos, este trámite es previo y electrónico.
2. Certificado de no obligatoriedad – Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos y Alimentos, este trámite es previo y electrónico.
3. Certificado fitosanitario- Instituto Colombiano Agropecuario, este trámite es en el embarque/desembarque y no es electrónico.

Según la investigación e información dada por Halal Certifications Services Colombia la uchuva fresca no requiere tener certificado Halal para ser exportada hacia los países de emiratos árabes unidos, Qatar, Kuwait ya que los alimentos o productos a los cuales se les exige dicho certificado son a los que son procesados, sin embargo en este documento se ofrece la información de este certificado en caso de que la empresa GAT quiera exportar Uchuva deshidratada, pulpa o sumo de uchuva en un futuro.

Por otro lado, cabe mencionar que significa el certificado HALAL, para ello es importante mencionar que la palabra halal en árabe significa permitido, legal y aprobado desde la perspectiva religiosa que contiene el Corán, palabra que se usa para permitir no solo alimentos sino a cualquier producto o servicio, por lo que para que dicho producto o servicio se halal debe cumplir con la normativa islámica que se encuentra en el Corán, la normativa que exige es país destino y las costumbres islámicas (Ouazzani, 2020)

Según la FAO en 1997 para que los productos sean halal deben cumplir con los requisitos de la ley islámica, los cuales son:

- No tener en su composición nada que sea ilícito para la ley islámica
- Su proceso de elaboración, preparación, transporte y almacenaje debe utilizar las herramientas y medios que estén excluidos de todo lo ilícito con arreglo a la ley islámica
- No haber tenido contacto con un alimento que no cumpla con los requisitos anteriores durante su proceso de elaboración, preparación, transporte y almacenaje
- Los productos pueden ser elaborados, preparados y almacenados en un mismo local donde se produzca alimentos no HALAL siempre y cuando se tomen las medidas y precauciones necesarias para que no tenga contacto con esos productos "no halal"
- Los productos pueden ser elaborados, preparados y almacenados en un mismo local donde se produzca alimentos no HALAL siempre y cuando se hayan notado procedimientos de limpieza según la ley islámica. (Ouazzani, 2020)

Así mismo, la palabra antónima de halal es haram, la cual significa las cosas que son prohibidas dentro de ellas en el ámbito de productos son los siguientes, según Halal Certification Services Colombia:

Porcina / cerdo y sus derivados, los animales no sacrificados adecuadamente según el método islámico o muertos antes del sacrificio, bebidas alcohólicas y estupefacientes, los animales carnívoros y aves de presa, la sangre y sus subproductos, los alimentos contaminados con material de las categorías anteriores. Como también los alimentos que contienen ingredientes como la gelatina, enzimas, emulsificantes y sabores son cuestionables, debido a que el origen de estos ingredientes o componentes de los mismos, puede ser haram. (Services, s.f.)

Los productos permitidos (halal) son los siguientes según el diario del exportador: vegetales como verduras, frutas, frutos secos, legumbres, cereales y derivados aceites, azucares, colorantes, espesantes, harinas, jugos. Animales como (animales de rebaño y aves de corral) sacrificados y fabricados según la ley islámica y derivados aceites, grasas y subproductos. (Mondragon, s.f.)

Lácteos como crema de leche, mantequilla, suero, queso y yogurt, huevos de aves y sus derivados, miel y vinagre, procedentes del mar como algas, mariscos, pescados y derivados como aceites, bebidas no embriagantes que contengan ingredientes permitidos, productos especiales de vegetal como enzimas, cultivos lácteos, vitaminas, de origen mineral, en textiles, farmacéuticos y cosméticos. (Mondragon, s.f.)

Mercado Halal

Según datos publicados por halal Colombia los productos con esta certificación han aumentado y está en crecimiento abordando a un 1,6 billón (22,32%) de musulmanes del mundo, como también las personas que cuidan y son más pensantes respecto a su salud y prefieren consumir alimentos donde se fabriquen y procesen de una forma más sana y cuidadosa para el humano. (Services, s.f.)

Se especifica en halal Colombia la oportunidad que hay de comercializar o exportar productos con certificación ya que hay una gran población musulmana distribuida por el mundo de la siguiente forma:

Más de 9 millones de musulmanes en América del Norte, más de 32 millones en Europa, 9 millones en Inglaterra, 8 millones en Alemania, 5 millones en Francia, 3 millones en Italia y Bélgica, 3 millones en España, 3 millones otros países en Europa, más de 300 millones en África, cerca de 200 millones en el Medio Oriente, más de 800 millones en Asia y un poco más de 500.000 personas en COLOMBIA. (Services, s.f.)

Certificado:

Este es un proceso donde un ente certificador acredita que los productos que ofrece alguna empresa sean aptos para que los consuman los musulmanes, por lo tanto, dicho ente certifica que el producto ha sido elaborado con los procesos e insumos permitidos por la ley islámica, a continuación, se presentara la representación gráfica del certificado.

Figura 6. Certificado halal. Pueblos patrimonio de Colombia. (2020)

¿Qué entidades avalan en Colombia la certificación Halal?

En Colombia hay varias certificadores Halal, entre ellas hay 3 opciones viables, la primera es el centro de certificación Halal, Colombia Halal una certificadora creada hace 10 años para acceder a esta certificadora se adjunta el siguiente link de página web: http://colombia.mercadohalal.com.

La segunda opción es hacerlo por medio de la cámara binacional árabe- colombiana la cual ayuda u ofrece abundante información para entrar a los países que hacen parte de esos mercados

como da el beneficio de adquirir certificados como lo es el Halal, para acceder a esta cámara que certifica se adjunta el siguiente link de la página web: https://www.ccac.com.co.

La tercera opción y más recomendada es Halal Certifications Services Colombia el cual es su nombre comercial, (Fambras Certificación Halal SAS Colombia), ya que es líder en la certificación de alimentos una de las más grandes y especializadas en Colombia, sus sedes se encuentran en diferentes ciudades de Colombia como: Cali, Barranquilla, Medellín y Bogotá D.C específicamente en Calle 100 #10-59, sus teléfonos son: (+57) 813.1616, (+57) 310.323.2323, (+57) 310.322.4921 y su email de contacto es: info@HalalCol.com

Se adjunta el siguiente link de la página web: http://www.halalcol.com, también se puede contactar a la empresa por medio de la pestaña en su página web (contacto), este contiene un formulario donde se puede especificar el servicio que se requiere o se puede usar el botón (obtenga certificación).

Contactando la certificadora, explica que la uchuva fresca no requiere certificado Halal ya que no es un producto procesado, a pesar de ello si GAT llega a tener interés en exportar la uchuva en presentaciones procesadas como la fruta deshidratada, en sumo, pulpa, mermelada, etc.

El número 310 3232323 contestan fácilmente y también se puede escribir por WhatsApp, además el mejor correo para pedir una cotización formal del producto que se quiere certificar es el siguiente: admin@fambrashalal.com.co el cual es el correo del Director administrativo actualmente el Sr Khaldoun Barakat el cual dijo que el valor de una certificación podría oscilar entre 8.000 USD, sin embargo hay que pedir la cotización formal para un precio exacto.

Para iniciar el proceso de registro y cotización la certificadora necesita la siguiente información: Cámara de comercio (actualizada), RUT vigente, fichas técnicas, adobos y fertilizantes, procesos de saneamiento, almacenamiento, mantenimiento y un diagrama de flujo. Después de enviar esta información se podrá dar una posible cotización teniendo en cuenta que su costo es anual.

El proceso general para obtener el Halal de esta certificadora es el siguiente según Halal Certifications Services:

1. Solicitud de Certificación
2. Recibimiento de Documentación
3. Auditoria de Certificación

4. Acciones Correctivas
5. Evaluación/ Respuesta

Por medio del botón (obtenga certificación) se empieza el primer paso para el proceso del certificado en el formulario de solicitud, el cual pide la siguiente información: nombre de la empresa, nombre del contacto principal, correo electrónico, teléfono de la empresa, dirección de la empresa, ciudad, productos de la empresa, sitio web, mensaje, preguntas o comentarios.

A continuación, se presentará algunas de las condiciones que piden las certificadoras para obtener el certificado, como lo menciona el Centro de certificación Halal Colombia:

La Solicitud de auditoría "halal" diligenciada en PDF u online, lista de los productos a certificar, flujo-gramas de los procesos del producto a certificar, fichas técnicas de los productos, certificado "kosher" o "Halal" en caso de uso de gelatinas, enzimas, aditivos de origen animal, etiquetas en PDF o JPG de los productos, fotos de los productos en archivos PDF o JPG, un comprobante de pago de la transferencia, entrega de un informe técnico de la planta y en caso de tener ya certificados orgánicos se entregan con el fin de facilitar el proceso de certificación. (Colombia, s.f.)

Luego de entregar los documentos requeridos, se debe aceptar la auditoria para la inspección de los productos, se debe realizar un informe especificando el proceso en la elaboración y producción, debe ser muy detallado ya que este se tendrá en cuenta para la aprobación del certificado. (certificado, s.f.)

Para que un producto con certificación halal pueda ser comercializado y distribuido, sus empaques deben ser halal y este debe estar visible, tampoco puede estar al contacto de productos o insumos ilícitos según lo estipula la ley islámica (certificado, s.f.)

Vigencia

Esta certificación tiene vigencia de 1 año para productos generales que sean procesados, pero durante este tiempo se deben permitir visitas cortas de la entidad que lo certifico, para rectificar que los procesos se estén cumpliendo tal cual como lo exige la ley islámica. (colombiana, s.f.)

Cámaras binacionales

Para la tercera estrategia, se pretende ofrecer información de cámaras binacionales entre Colombia - medio oriente y otra entre Estados Unidos - medio oriente, para ello es importante definir que es una cámara binacional.

Las cámaras binacionales según lo señala el Grupo Bancolombia son organizaciones privadas y sin ánimo de lucro, creadas por un grupo de empresarios de dos países los cuales mantienen relaciones comerciales entre sí con el fin de que esta comercialización sea un proceso más sencillo para ellos y para los demás empresarios que quieran hacer negocios entre los dos países. (Grupo Bancolombia, 2021)

Beneficios:

El grupo Bancolombia afirma que las principales ventajas de ser parte de una cámara binacional es tener acceso a espacios de negociación e inversión, obtener apoyo para el desarrollo de las ideas de negocio, las empresas se están contantemente actualizando de conocimiento, fomenta la participación en eventos internacionales como: ferias, seminarios, ruedas de negocio, conferencias, capacitaciones, otra ventaja es que podrá acceder a espacios de networking y coworking como también los negocios en el exterior son promocionados. (Grupo Bancolombia, 2021)

Por otro lado, los alcances de la cámara binacional expuestos por el Grupo Bancolombia consisten en que estas cámaras hacen papel de mediación entre los países que las conforman y las entidades gubernamentales, sin embargo estas no pueden hacer o cambiar normas que estén hechas por los estados gubernamentales de los países relacionados, vigilan los intereses de las partes que lo conforman en su actividad comercial, fomentan el crecimiento económico, social, cultural de ambos países y promueven el comercio exterior entre ellos mediante misiones comerciales. (Grupo Bancolombia, 2021)

Cámara binacional árabe- colombiana

En Colombia existe una única cámara binacional que conecta a Colombia con los países del medio Oriente llamada cámara binacional Árabe Colombiana (CCAC), es una entidad privada sin ánimo de lucro según su página oficial fue fundada en febrero del año 2009 con la iniciativa de aumentar las negociaciones comerciales, turismo e inversión entre Colombia y los 22 países que hacen parte de la liga árabe.

Por lo tanto, a través de los años han trabajado arduamente para expandir sus relaciones comerciales con el mundo árabe mediante asesorías, participación a eventos, misiones comerciales, culturales y académicas con el respaldo de los miembros que hacen parte de las cámaras de comercio árabes sur americanas.

En la página oficial de la CCAC manifiestan su razón de ser la cual se manifiesta que pone a disposición de Colombia y los países del medio oriente sus conocimientos técnicos y culturales

generando herramientas que funcionen para consolidar relaciones comerciales fuertes entre ambas culturas.

Además de mencionar que su misión es crear canales de entendimiento entre los árabes y colombianos con el fin de promover pilares comerciales, culturales y de turismo entre estas dos culturas, adicionalmente nombran sus principales objetivos los cuales son los siguientes:

- Ser el intermediario de una comunicación estratégica entre Colombia y el mundo árabe.
- Conformar mercados y nuevas oportunidades de negocio que beneficien tanto a Colombia como a los países árabes.
- Motivar el desarrollo de proyectos de cooperación, con la meta de generar oportunidades en pilares académicos, culturales, comerciales, industriales, turísticas, inversión, tecnológicas y de experiencia.
- Dar el verdadero concepto árabe en Occidente.

Por lo tanto, es importante mencionar los servicios que ofrece esta cámara bilateral los cuales son tres principales, el primero es el acompañamiento para el visado de documentos; la CCAC certifica a los importadores el origen de las mercancías que están importando mientras a los exportadores la autenticidad de dichos documentos requeridos para la exportación.

Lo anterior, fomenta la legalidad en los papeles generando a la importación y a la exportación el cumplimiento en los requisitos que exigen los compradores en los países árabes. A continuación, se presentarán los siguientes documentos obligatorios para las transacciones comerciales, los cuales son: la factura comercial, certificado de origen emitido por la DIAN, certificado de salud o fitosanitario expedido por el ICA/INVIMA, el certificado HALAL siempre y cuando el producto lo requiera, lista de empaque y otros que sean pedidos por el comprador.

El visado o aprobación de documentos en la Cámara de comercio árabe colombiana (CCAC) toma de 2 a 3 días hábiles después de eso se debe legalizar los documentos de exportación ante la embajada del país árabe destino por medio de sus alianzas ofrece un acercamiento con la embajada que necesite, el tiempo de dicho procesamiento y legalización varía según la embajada.

Cabe destacar que la CCAC aparte de ofrecer asesorías para el cumplimiento de los requisitos de exportación también realiza capacitaciones sobre la cultura de negocios de los países árabes, brinda contactos de dichos países para hacer potenciales negociaciones y como se mencionó anteriormente ofrece ayuda para que las empresas obtengan el certificado Halal.

Además de todos esos servicios también ofrece misiones culturales por medio de viajes turísticos para que los participantes tengan una experiencia vivencial de la cultura de las personas que viven en estos países árabes en ámbitos de familia, vida, negocios, religión, comportamiento y la forma de relacionarse con el entorno, así mismo ofrece misiones comerciales los cuales ofrecen a los participantes poder explorar los mercados árabes y poder conocer la cultura en su forma de negociación por medio de una agenda especializada que permite generar interacciones con potenciales compradores de dichos países.

Igualmente, hay misiones académicas en donde también se realizan viajes pequeños en los que los participantes son alumnos y docentes de universidades principalmente de programas de negocios internacionales, comercio exterior y arquitectura con el fin de tener un mayor aprendizaje según el enfoque o interés del viaje que se tiene seleccionado.

Actualmente según la CCAC se está realizando la Expo Dubái 2020 siendo un evento mundial que se realiza cada 5 años, la cual tiene 190 países participantes y visitantes de todo el mundo, su ubicación esta vez es en Emiratos Árabes Unidos (Distrito Dubái Sur), esta expo es una gran puerta a encontrar oportunidades de negocio, ofrece espectáculos en vivo, celebraciones globales, arte y cultura, expo talks es decir, conferencias, comidas, pabellones, comercio y tiendas con el fin de ampliar sus contactos y potenciales clientes de países árabes y todo el mundo.

Ser parte de esta Expo es muy sencillo accediendo a la página oficial de la CCAC, ir hacia la pestaña Expo 2020 y al final de la hoja tienen un formulario con el fin de recibir más información por parte de la cámara Colombo árabe, Viajar al expo por medio de la CCAC tiene varios beneficios entre ellos esta tener organizada la agenda, logística, transporte, hoteles, como la asesoría y visitas especiales que la Cámara puede conseguir.

Cámara de comercio Árabe de Estados Unidos.

La página web oficial de esta cámara es: https://www.usarab.com, la cámara de comercio central estadounidense Árabe (USACC) está ubicada en Dupont Circle, 1330 New Hampshire Ave, NW Suite B1, Washington, DC 20036, su número de contacto es (202) 468- 4200 y su página web oficial es: http://usarab.com/, mientras que la oficina de legalización queda en Maryland 1615 Bay Head Road, Suite 100, Annapolis MD 21409, su número de contacto es (410) 3491212 y su página web es: http://usarab.us/ con la misión de ayudar a la comercialización de USA y los países árabes.

Ofrece certificación de la embajada de documentos de envió como el certificado de origen y la factura los cuales son aceptados en línea (pdf) para su proceso en la mayoría de embajadas, también hace autenticación de documentos comerciales de Estados unidos y las embajadas de los países árabes, además pone el sello de la cámara de comercio según lo exigen dichos países.

Pueden dar o poner el sello gracias a que la USACC es oficialmente reconocida por la liga árabe para colocar dicho sello, esto es importante ya que si se exportan productos sin este sello hacia los países árabes puede que tengan problemas en la aduana hasta que se lo pongan. Así mismo los contratos de servicios requieren el sello para poder registrarse en las cámaras árabes extranjeras, a cada sello se le designa un único número y su veracidad se puede ver en línea a través de la página oficial de la USACC, el precio de este es de 35 USD por certificado.

Tanto la factura como el certificado de origen deben firmarse y autenticarse por un notario y el resto de documentos deben ser autenticados por el departamento de Estados Unidos, después los documentos se envían por correo a la oficina de legalización de Maryland para que sean procesados el mismo día que fueron recibidos, asimismo el sistema inteligente de la USACC notifica al cliente cuando reciben los documentos a la oficina y cuando son enviados de nuevo.

Los precios para el sello y autenticación de los documentos explicados anteriormente se encuentran distribuidos según los países en la página oficial de la USACC, algunos de estos países ya tienen tarifas fijas como en otros se puede calcular el valor de estos poniendo el valor de la factura comercial que se tendrá para el país elegido, con esto el precio en Kuwait de solo una factura o un certificado de origen está en $155 USD pero si se necesitan ambos su valor es de 335 USD se pueden enviar por PDF por medio del servicio postal FedEx, los días hábiles del proceso son de 6.

El precio en Kuwait de la factura o certificado de origen se debe calcular en la página según el valor de la factura, estos documentos se pueden enviar por PDF por medio del servicio postal FedEx, y los días hábiles del proceso son 16. Y por último el precio en Kuwait de la factura o certificado de origen también se debe calcular en la página según el valor de la factura, estos documentos se pueden enviar por PDF por medio del servicio postal FedEx, y los días hábiles del proceso son 8.

En la pestaña C/O (Certificate of Origin) & C/I (Comercial Invoice) de la página oficial de USACC se encuentran los documentos para diligenciar en formato pdf, estos servicios y documentos son para exportadores, fabricante, transportistas y otras empresas que necesiten de

dicho sello , estos documentos comerciales significa que es un documento de los exportadores con el fin de que identifiquen sus productos y su estatuto oficial a través de un organismo que pueda certificar y que a su vez sea reconocido , por los tanto estos documento acompañan a los productos vendidos a las oficinas gubernamentales del país árabe de destino. Además del certificado de origen y factura como documentos comerciales también está la lista de empaque y el certificado Halal.

A su vez la forma de pago para autenticidad y obtención del sello es muy sencillo ya que se pueden hacer pagos por cheque de la empresa ya que la USACC puede facturar o también se puede hacer por medio de tarjetas como Amex, MasterCard o Visa, la factura se paga en la misma página oficial de la USACC colocando el número de factura y de ahí se genera el proceso para hacer el pago.

Cabe mencionar que aparte de gestionar los tramites mencionados anteriormente la USACC también busca minimizar los errores en diligenciamiento de los documentos los cuales pueden generar problemas relevantes a los exportadores estadounidenses, también brindan servicios que abarquen todas las necesidades del mundo comercial como asesoría sobre el certificado halal, e incentivan la mejora de las negociaciones con los clientes de los países árabes.

También realiza la traducción de documentos oficiales hasta la legalización de documentos comerciales diferentes, también generan asistencia en el proceso de exportación alimentos por medio del certificado halal, fundo planes para la comunicación y comprensión de la cultura árabe a través de una reunión anual entre los miembros de la cámara de comercio árabe de EE.UU, como el proyecto de la USACC el cual es generar una política y un sistema para que los lazos comerciales ya conformados mediante misiones sean confiables y permanente durante el tiempo.

Campaña de búsqueda en Google

La cuarta y última estrategia es hacer una campaña en google en los 3 países en los que se enfoca el proyecto, para ello es importante determinar algunos datos como el idioma en el que se debe hacer, palabras clave, determinando que lo que se pretende es conectar con posibles potenciales clientes de supermercados, wholefoods y grandes almacenes que compren fruta exótica.

Según Santander trade, en los Emiratos Árabes Unidos su idioma oficial es el árabe, sin embargo, su idioma de negocios es el inglés, lo que conlleva hacer la campaña en los dos idiomas para abarcar a más personas, en el caso de Qatar es el mismo panorama de Emiratos, ya que su idioma es el árabe, pero, en los negocios se usa el inglés y por último esta Kuwait en las mismas condiciones. (Export Entreprises S.A, 2021)

Así mismo se identificó la siguiente información de relevancia, según lo señala Santander trade para llamar a Emiratos Árabes Unidos se debe marcar +971, los usuarios de internet son de 85,0 por 100 habitantes y un 97,7 de la población tiene acceso a la electricidad, por otro lado para llamar a Qatar se debe marcar +974, los usuarios de internet son de 88,1 por 100 habitantes y un 97,7 de la población tiene acceso a la electricidad y por ultimo para llamar a Kuwait se debe marcar +965, los usuarios de internet son de 79,2 por 100 habitantes y un 97,7 de la población tiene acceso a la electricidad. (Export Entreprises S.A, 2021)

Con la información anterior se determina los siguientes datos, la campaña se aconseja que se haga en Ingles y árabe o si GAT lo prefiere solo inglés, pero se aconsejan los 2 idiomas ya que al ver la información en árabe puede crear un lazo de interés del cliente potencial, poniendo a consideración y valor agregado su idioma oficial, como también se puede determinar que la decisión de hacer una campaña en google en esos países es lógica ya que la mayoría de la población cuenta con Internet y acceso a luz.

A continuación, se hará una breve explicación del funcionamiento de Google ADS, el cual debe partir de una estrategia la cual sea lo suficientemente fuerte para llevar a cabo una exitosa campaña, lo que quiere decir que esta estrategia puede considerarse como un ecosistema, el cual contiene los siguientes elementos: una segmentación, anuncio, landing, conversión, una página de gracias o contacto, automatización y un seguimiento.

En este caso hay 2 elementos muy importantes, el primero es la segmentación en el cual se determina cuáles serán los términos de búsqueda es decir los Keywords, la segmentación también puede determinar el aparecimiento en las búsquedas que se hagan para encontrar a la competencia, lo cual es una estrategia importante para el mercadeo B2B.

Otra importancia de la segmentación es el hecho de que por medio de banners y campañas de display pueda aparecer en páginas web muy concurridas por los consultantes como periódicos importantes, blogs con alto tráfico etc.

Por otro lado, están los anuncios los cuales son con lo que se decide aparecer o mostrarse en las plataformas cuando el mercado objetivo use las keywords que fueron elegidas. A demás la landing es una página con una sola pestaña en la cual se encuentra la información sintetizada de lo que se quiere ofrecer, sin embargo, en esta landing debe tener en su contenido las keywords que son utilizadas tanto en el nombre del anuncio con en las keywords para la segmentación como también debe fortalecer el llamado a la acción para aumentar la interacción.

Google Ads search acostumbra a ser la estrategia que más funciona para generar conversiones, la conversión quiere decir que la campaña se hace con el fin de obtener algo a cambio como más clics en la página web, obtener más ventas por medio de la petición de más cotizaciones, completar un formulario, generar el aumento de impresiones o sea aparecer continuamente en las búsquedas que requiere a través de un demo, reunión, webinar, descargar un documento o consultas gratis.

Otra parte importante para hacer el estudio de la segmentación de las palabras clave frente a los términos de búsqueda los cuales se pretende que el buscador encuentre, se hace por medio de 4 opciones los cuales son óptimos para buscar las mejores palabras clave para la campaña.

El primero es el: Planificador de palabras clave, el cual se encuentra en la página para generar la campaña, también está el predictivo de google, el cual es hacer búsquedas de google y ver los predictivos que salen antes de terminar las palabras que se están digitando, por otro lado, esta como se mencionó anteriormente tener conocimiento de los nombres de la competencia para aparecer cuando se hagan búsquedas de ellos y por último determinar los términos de la industria que conozca.

Por último esta la automatización el cual es un envió de email de marketing que tiene como finalidad obtener más tasa de apertura e interacción ya que el usuario debe estar esperando algo de la página de la compañía a la cual ingreso, con el fin de mantener a los buscadores interesados y de filtrar los intereses de cada uno, así mismo el seguimiento se debe hacer a través del registro desde la landing para hacer seguimiento a las siguientes interrogantes como el usuario fue ¿contactado? ¿se le hizo seguimiento? ¿compro algún producto o servicio?

Agencias de marketing digital

Para ello se recomiendan 3 empresas que se dedican hacer marketing digital haciendo apertura al mercado nacional e internacional gracias al poder que tiene internet, el cual permite intercomunicar entre ciudades y para este caso entre países por medio de una campaña de google ADS la cual se direccionara una estrategia de mercado B2B, en la cual se debe tener rigurosidad en la segmentación de dicha campaña ya que es un negocio que se hace entre empresas.

La primera empresa se llama crear imagen de agencia digital, tiene sedes en Bogotá, Medellín, Miami, Canadá, los números de contacto son: (+57) 1 3000 400 – 305 7451366 y el email para contactar es info@crearimagen.com.co, la ubicación de Bogotá es: Cra 24# 83A-30, es una empresa con un amplio portafolio de servicios y experiencia en el mercado.

Uno de los planes más solicitados dentro de su portafolio es, el de marketing avanzado, google adwords en la cual se realiza hasta 2 campañas por mes en google, Facebook e Instagram, como también se realiza un diseño y segmentación según los ideales que requiera la empresa como también la definición, administración y optimización para buscar excelentes resultados.

A demás el paquete incluye posicionamiento orgánico, administración de redes sociales, webmaster es decir página web como dominio, hosting y hasta 2 campañas de correo masivos con una capacidad de 43.000 correos, tanto la campaña de google como lo mencionado anteriormente de 2´200.000 mensuales, esta opción es viable porque además de incluir una buena estrategia de google adwards también incluye otros servicios que contribuyen a que la campaña funcione de una manera más óptima.

En segunda opción esta ZAV- Agencia de transformación digital, es otra empresa de Marketing muy preparada para realizar la cotización se hace una llamada telefónica con el equipo de trabajo, la propuesta que ofrecen incluye un taller de planeación estratégica, diseño de piezas gráficos, landing page es decir una página de aterrizaje para captar registros, también ofrece realizar un montaje, administración, ordenamiento, optimización en los medios de google, Facebook y LinkedIn, reuniones mensuales de seguimiento.

El valor de la inversión se desglosa en el taller de planeación estratégica en una sesión de 1 hora, además de incluir el kit de 4 piezas gráficas para pauta digital, el desarrollo de una landing page y la configuración de los medios que se seleccionen como LinkedIn, Facebook este paquete en el primer mes tiene un costo de $4’890.000 + IVA.

Del segundo mes en adelante es la gestión de la pauta digital como el montaje, administración, optimización y retargeting, reuniones mensuales para una dedicación de 14 horas/mes, como ajustes o mejoras de las piezas gráficas y la landing page su valor del segundo mes al sexto es de: 3´240.000 + IVA, la forma de pago es 50% anticipado y 50% al hacer la entrega, el contrato será por mínimo 6 meses.

La tercera empresa y más recomendada es Clicnovo su página web es: www.clicnovo.com, mientras su teléfono de contacto es (+595) 981 118 783 y el correo en el cual se puede comunicar es norepy@clichost.online, esta agencia de marketing tiene experticia en el desarrollo de estrategias de marketing digital incluyendo la creación de campañas de google Ads, a su vez maneja varios servicios en su portafolio en diferentes categorías de los servicios de marketing.

En la categoría de google Ads manejan diferentes planes entre ellos están los básicos, Premium, platinos y planes personalizados, para este caso se recomienda adquirir el plan básico b el cual compone los servicios de 315 números de clics, 13500 impresiones, 1 campaña, 1 anuncio por campaña para 1 total de anuncios, renovación de anuncios mensual.

También incluye extensión de llamada, ubicación, atención por email, gestión y revisión de palabras clave mensual, inclusión de palabras sugeridas por el cliente, análisis del sitio web, email informativo e informes de estadísticas mensuales, este plan tiene un costo de 114,90 USD cada mes lo cual equivale a un aproximado de $446.118 pesos colombianos.

A pesar de ser una empresa de Uruguay, la comunicación para la adquisición del plan y el desarrollo es constante y eficaz a través de correos, llamadas o video llamadas según lo requiera el cliente, también se hacen las reuniones y apoyo de soporte que sean necesarios para llevar a cabo el proyecto. Esta empresa se convierte en una de las mejores elecciones ya que tiene una ventaja competitiva en el precio de sus planes considerando la gran experiencia que tiene en el mercado, al ser algo nuevo que se quiere implementar en GAT se recomienda empezar con algo puntual, eficiente y a buen costo, lo cual lo brinda Clicnovo.

Tabla 9

Comparación de las 3 agencias de marketing

Agencia	**Servicio**	**Valor**
Crear imagen de agencia digital	- 2 campañas por mes en google, Facebook e Instagram. - 1 diseño y segmentación según lo requerido para las campañas. - Definición, administración y optimización de la campaña. - Posicionamiento orgánico. - Administración de redes sociales. - web máster es decir página web como dominio y hosting. - 2 campañas de correo masivos con una capacidad de 43.000 correos.	2´200.000 COP mensuales

ZAV- Agencia de transformación digital (Primer Mes)	- Taller de planeación estratégica (1 hora). - Kit de 4 piezas gráficas para pauta digital, - Landing page - Configuración de los medios que se seleccionen como LinkedIn, Facebook.	$4’890.000 COP + IVA
Segundo Mes al sexto	- Gestión del montaje, administración, optimización y retargeting, - Reuniones mensuales - Ajustes o mejoras de las piezas gráficas y landing page.	$3´240.000 COP+ IVA
Clicnovo	- Servicios de 315 números de clics - 13500 impresiones - 1 campaña - 1 anuncio por campaña para 1 total de anuncios, - Renovación de anuncios mensual. - Extensión de llamada, ubicación, atención por email. - Gestión y revisión de palabras clave mensual, inclusión de palabras sugeridas por el cliente, - Análisis del sitio web, email informativo e informes de estadísticas mensuales.	$446.118 COP mensuales

Nota: Fuente: Elaboración propia

Presupuesto del Proyecto

Para llevar a cabo este proyecto se requiere de gestores que lo ejecuten como de recursos físicos y financieros, por lo tanto, a continuación, se desglosaran dichos recursos y gestores para el desarrollo de las 4 estrategias.

En el caso de la primera estrategia se requiere una persona que haga uso de las bases de datos que se entregaran en el proyecto para hacer contacto con los posibles clientes, es decir, hacerles llamadas, enviarles correos del catálogo de productos, agendar posibles citas para dar a conocer la empresa y los productos que ofrece, como también de hacer las respectivas cotizaciones de las aseguradoras de cartera para que estudien financieramente las empresas del medio oriente con las que posiblemente se quieren crear conexiones comerciales.

Esta persona que estará a cargo de desarrollar estas tareas deberá estar en un tiempo mínimo de 6 meses para ver resultados y con el fin de que la persona también termine su pasantía, puede ser practicante de negocios internacionales o carreras afines, la cual cuente con un nivel de inglés B2 ya que es la herramienta principal que debe tener para poder comunicarse con los posibles clientes y para ello se aconseja un salario de $900.000 pesos colombianos.

Lo que quiere decir que para llevar a cabo el desarrollo de esta estrategia se necesitara 5´400.000 pagándole al practicante $900.0000 pesos por mes, además de necesitar recursos físicos como un teléfono con minutos internacionales, un escritorio con computador para enviar email y llevar acabo el seguimiento a los clientes potenciales, también una agenda en la cual se hagan anotaciones de información importante e indicaciones del superior del paso a seguir.

Para la segunda estrategia hasta el momento no se requiere de ningún recurso ya que lo que se pretende es exportar uchuva fresca, a lo cual en los 3 países del medio oriente de este trabajo no piden certificado halal ya que este certificado lo exigen cuando el producto es procesado, en caso de que Global Agricultural Trading identifique una oportunidad de negocio exportando uchuva deshidratada, ya que es uno de los productos que manejan de su portafolio u otro producto como mermelada o pulpas, la información presentada en la estrategia 2 servirá para llevar acabo ese proceso.

Sin embargo, no es el caso, por lo tanto los recursos para esta estrategia será de cero, hasta que sea utilizada, pero si fuera el escenario, su valor constará del pago a un practicante por mes de 900.000 durante el proceso de la avaluación del certificado lo cual puede ser de 3 a 6 meses a esto se le debe añadir lo que se le debe pagar a la empresa por generar el apoyo para obtener el certificado lo cual es alrededor de $8.000 USD , pero este valor se define según el procesamiento de la fruta que lleve a cabo, además de un escritorio, computador, teléfono y agenda.

En la tercera estrategia el recurso también depende de una persona que investigue y diligencie la información necesaria para ser parte de las cámaras bilaterales o en su caso gestione todo lo necesario para que GAT haga parte de las actividades y servicios que estas ofrecen, se recomienda que sea la misma persona que realice la primera estrategia y así haga tareas de las dos estrategias simultáneamente.

Para la cuarta alternativa los recursos prioritarios son dinero y tiempo, porque es una campaña de búsqueda en google ads en donde se debe hacer un seguimiento a la empresa experta de que la campaña es lo más óptima para llevar a cabo los resultados que se buscan, económicamente para

esta estrategia se recomienda invertir 114,90 USD mensual durante mínimo 6 meses para notar resultados óptimos, lo cual equivale a un aproximado de $2’676.708 COP.

Finalizando el presupuesto integrando las 3 estrategias, excluyendo la del certificado halal ya que se pretende exportar uchuva fresca y no procesada, genera un total para el desarrollo del proyecto de $8’076.708 COP el cual compone el pago del practicante para desarrollar tanto la primera como la tercera estrategia y el pago por el servicio de campaña de google Ads a la agencia digital clicnovo.

Para terminar, se debe tener en cuenta que el tiempo para llevar a cabo este proyecto en su totalidad será de 6 meses con el fin de tener buenos resultados y generar reportes para ejecutar un control de la eficiencia y funcionalidad con la persona que este manejando el proyecto.

Beneficios

Los beneficios los cuales obtendrá GAT a través de este proyecto es lograr ampliar su portafolio de clientes, crear nuevas conexiones comerciales o logísticas con empresas de los 3 países planteados en dicho trabajo. Otro beneficio es poder hacer negociaciones confiables con nuevos clientes a partir de estudios financieros los cuales verifiquen la viabilidad de hacer la negociación con la empresa interesada.

Además, GAT tiene la oportunidad de conocer empresas certificadoras halal con el fin de poder comercializar otros productos como la uchuva deshidratada o en otras presentaciones ampliando su portafolio de productos a ofrecer.

Así mismo dicha certificación puede aumentar el target de sus clientes potenciales ya que la certificación no solo funciona para consumidores de los 3 países mencionados, sino que también a ser Estados Unidos un país con tanta variedad cultural a raíz de la migración, hay un gran porcentaje de la población musulmana, la cual consume productos con certificación halal siendo una gran oportunidad de negocio para GAT.

Obtener información y acceso a dos cámaras binacionales, con la ventaja de poder usar los servicios de las dos, gracias a su constitución y presencia en ambos países, reducir tiempo en procesos documentales y tener la oportunidad de ser orientado en nuevos procesos como certificaciones, documentos exigidos explícitamente por alguno de los países del medio oriente a los que se pretende exportar o en conocer y tener información de primera mano de posibles nuevas normas, cambios legales, restricciones requeridos o expedidos por dichos países.

Por medio de una campaña de Google, GAT puede darse a conocer y generar nuevas oportunidades de negocio en los países del medio oriente en momentos que no lo pueda hacer tradicionalmente por medio de llamadas telefónicos ya que la diferencia de horario es considerable, lo cual dificulta un poco este proceso.

Es decir que la funcionalidad de la campaña es mantener la comunicación entre ambas partes sin estar presente, ya que si alguna empresa está interesada tendrá a su disposición llamadas de acción las cuales están sistematizadas para conectarlo directamente con las fuentes principales de servicio al cliente, ya sea un formulario, inicio a una conversación en WhatsApp o él envió de un correo, generando reducción de tiempo en la búsqueda de dichos clientes convirtiéndolo en algo más efectivo.

Obtiene gran cantidad de información de contacto de empresas para las diferentes estrategias planteadas, al tener gran variedad de elección, GAT puede escoger las empresas que más crea viables para llevar a cabo el proyecto. Además de que estas estrategias las puede llevar acabo un practicante el cual este supervisado y en constante seguimiento por el gerente general, aportando al programa de practicantes que maneja la empresa y a la versatilidad de desarrollar el proyecto.

Producto Final

El producto a entregar según el objetivo planteado es generar alternativas de acción para ingresar al mercado Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar, exponiendo estrategias que le permitan a GAT ingresar a dichos países con la uchuva fresca de una forma más eficiente, como su nombre los indica son herramientas para que GAT pueda cumplir dicho objetivo.

Por esa razón a GAT se le entregara una base de datos en Excel de las principales empresas importadoras de Uchuva fresca de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar que le compran a Colombia con información de teléfonos, correos y páginas web de contacto , aparte tiene tablas las cuales tienes indicadores donde se ve el comportamiento del mercado a nivel mundial en los últimos 5 años y de los tres países en los últimos 3 años, así mismo también se presenta las principales salidas de Aduana que usa Colombia, la principal competencia que tiene GAT y los principales productos exportados por Colombia.

Se le presenta a GAT 3 empresas aseguradoras de crédito, con toda la información de contacto y los servicios de interés que ofrecen, sin cotización ya que los precios varían según la cifra de la factura que se quiera asegurar. Aparte se enseña la superintendencia de sociedades de Colombia con toda su información de contacto y acceso, la cual se puede usar gratuitamente a través de

internet y hacer estudios financieros de gran variedad de empresas con las que posiblemente se pretende hacer negocios.

También GAT tendrá a disposición la información de contacto de empresas certificadoras halal en Colombia y en Estados Unidos, sabrá los documentos, el proceso y precio requerido para llevar a cabo la certificación, además de contar con información de contacto para acceder a las ventajas y servicios que ofrece las cámaras bilaterales de Estados Unidos y Colombia con la cámara árabe respectiva.

Por otro lado se presenta el paso a paso para llevar a cabo una campaña de búsqueda en google Ads eficiente y las herramientas utilizadas en este proceso, encima se presentan 3 agencias de marketing digital con su respectiva información de contacto, especificación detallada de todo lo que comprende los servicios ofrecidos, durante cuánto tiempo con su respectiva cotización y para finalizar se entrega un presupuesto del tiempo en que se culminará el proyecto, los recursos económicos y tangibles para desarrollarlo, como la persona encargada de manejarlo.

Gantt estrategias para comercializar uchuva fresca en Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar

N°	**Proyecto**	**Mes**	**Mayo**				**Junio**				**Julio**			
		Semana	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	Estrategia de base de datos de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar.	Revisar y rectificar las bases de datos de los 3 países del trabajo.	P											
		Llamar, enviar correos, generar reuniones y hacer seguimientos de la base de datos de Emiratos Árabes Unidos.		**P**										

		Llamar, enviar correos, generar reuniones y hacer seguimientos de la base de datos de Kuwait				**P**								
		Llamar, enviar correos, generar reuniones y hacer seguimientos de la base de datos de Qatar.						**P**						
		Presentar resultados de las reuniones o posibles negociaciones con los contactos de las bases de datos.								**P/ R**				
		Contactar y escoger a la aseguradora de crédito.									**P/ R**			
		Estudiar a los clientes potenciales financieramente con la aseguradora elegida.											**P**	
		Determinar con Mr. Robinson el proceso a seguir con los clientes estudiados												**P/ R**
N°	**Proyecto**	**Mes**	**Agosto**				**Septiembre**				**Octubre**			
		Semana	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41

2	Estrategia de cámaras binacionales de Estados Unidos- y Colombia con la cámara árabe respectiva.	Revisar la información de contacto y servicios de la cámara binacional árabe colombiana.	**P**											
		Revisar la información de contacto y servicios de la cámara binacional árabe Estadounidense.	**P**											
		Seleccionar y presentar los servicios de la cámara Colombo Árabe		**P**										
		Determinar los servicios a los que quiere acceder GAT con Mr. Robinson		**P/ R**										
		Planear y presentar qué servicios se pueden usar de la cámara binacional árabe estadounidense para facilitar la documentación de exportación de GAT.			**P/ R**									
3	Estrategia campaña de Google Ads.	Comparar y elegir la agencia de marketing.	**P**											
		Iniciar contacto y propuesta con la agencia .	**P/ A**											
		Programar y hacer reunión con la agencia y equipo GAT.		**P/ A / R**										
		Ejecución del plan propuesto por la agencia.			A							P	P	
		Informar la gestión y ejecución de la propuesta.											A /P	

Trabajo T	
Extensión de tiempo de entrega	
Límite de tiempo de entrega	

Responsables

Practicante	P
Agencia de marketing	A
Robinson	R

Figura 7. Elaboración propia. (2022)

Conclusiones

GAT tiene gran oportunidad para entrar al mercado del medio oriente en los países de Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar ya que las exportaciones desde Colombia hacia esos países han estado en constante aumento los últimos 5 años teniendo en cuenta que la principal salida de aduana se hace desde Bogotá en vía aérea.

Es viable que GAT entre a estos países ya que aparte de contar con informes de que el mercado está en constante crecimiento también hay gran variedad de empresas de cada uno de esos países los cuales han incrementado su interés en la compra de uchuva fresca de Colombia, así mismo estos países tienen un poder adquisitivo alto lo cual genera un aumento en la utilidad que se pretende exportar.

Ingresar a estos países es eficiente ya que el idioma que usan para hacer negocios es el inglés el cual es el idioma que maneja perfectamente GAT, sus posibles clientes podrán tener mayor confiabilidad de hacer negocios con la empresa ya que está respaldada con la compañía de GAT Incoporated ubicada en Estados Unidos, así mismo GAT podrá reducir riesgos económicos a través de aseguradoras de crédito las cuales permitirán hacer un estudio financiero a su cliente potencial antes de realizar negocios y en caso de que no se cumplan las obligaciones de pago tendrá la remuneración por medio de la reclamación de las pólizas adquiridas.

GAT cuenta con una gran ventaja competitiva la cual es su amplio catálogo de productos frescos y deshidratados que tiene para ofrecer, además cuenta con varios productos orgánicos los cuales están en constante aumento de consumo. Cabe destacar que la uchuva fresca que se pretende

exportar no requiere de certificado halal ya que no es un producto procesado lo que quiere decir que reduce tiempo y costos a la empresa gracias a que no es exigido, Sin embargo, al certificarse en Halal para la uchuva deshidratada la empresa incrementara la cantidad de sus consumidores no solo en los países árabes sino también en los extranjeros musulmanes que se encuentren en Estados Unidos.

GAT tiene el beneficio de poder acceder a 2 cámaras binacionales que son: la Colombo americana y la cámara de comercio central estadounidense árabe, lo cual le generara mayor apoyo en conocimiento de mercado y diligenciamiento de documentos requeridos por parte de los países del medio oriente.

Además se recomienda la cámara Estadounidense árabe en temas de diligenciamiento de documentos, sello y autenticación de las facturas y de los certificados de origen, ya que dentro de la plataforma se puede hacer desde él envió de documentos hasta el pago por la autenticación, reduciendo tiempo y costos en el desarrollo de esto, mientras que la Colombo árabe funciona muy bien en el conocimiento de ferias y eventos que se realizan en diferentes sectores económicos de interés de los países árabes incluyendo el de la Agricultura

GAT cuenta con la ventaja competitiva de producir uchuva fresca en Colombia, el cual es un país que gracias a su ubicación geográfica y clima cuenta con una alta producción todos los meses del año, generando que pueda exportar en grandes cantidades como lo exige en el mercado ya que su producción solo en el departamentos de Boyacá y Cundinamarca en el año 2019 fue del 70%, además de tener una ventaja competitiva respecto a su competencia ya que al tener esas condiciones de producción la fruta es más exquisita en cuanto tamaño, color y sabor, sobresaliendo como una de las mejores y preferidas frutas por los países del mundo.

Con la informacción de la base de datos, GAT puede empezar hacer proyecciones de inversión y/o ganancias con los valores y cantidades de las empresas colombianas que ya exportan uchuva, AL DAHRA FOOD LLC el cual es uno de los importadores o clientes de una de la competencia que hasta el momento adquiere una cantidad de 351 peso en kilos netos, lo cual le genera una entrada en Valor FOB de $1.404 USD, lo que quiere decir que en caso de que GAT logre hacer una negociación con AL DAHRA FOOD LLC y se llegue a un acuerdo de que para empezar negociaciones ellos hagan un pedido del 50% del valor que ellos normalmente importan, los ingresos para GAT serian 702 USD entregandoles una cantidad de 351 kilos netos, teniendo en cuenta que esto solo se esta proyectando con 1 empresa de las muchas que hay en la base de datos.

Incluir marketing digital por medio de campañas en Google ads es una acción muy necesaria ya que estamos en un mundo digital, el cual el internet y las redes sociales se han convertido en unos de los principales canales de comunicación no solo para relacionarse entre personas naturales sino también entre empresas ya sea para empezar o cerrar negocios.

En Conclusión el desarrollo de campañas de búsqueda en los 3 países de interés es eficiente ya que la mayoría de sus poblaciones tienen acceso a internet, las empresas importadoras de la fruta colombiana de dichos países cuentan con páginas web, lo que quiere decir que existe el uso de Google para realizar marketing B2B en esos países con el fin de tener presencia digital lo cual genera una oportunidad para que GAT se dé a conocer con nuevos posibles clientes aun sin estar llamándolos directamente sino generando conversiones las cuales provoquen que los clientes sean los que pidan información de sus productos.

Referencias

certificado, M. (s.f.). *mi certificado.net*. Obtenido de mi certificado.net: https://micertificado.net/colombia/certificado-halal/

Coface. (2021). *Coface for trade*. Obtenido de Coface for trade: https://www.coface.com

Colombia, C. d. (s.f.). *Colombia Halal*. Obtenido de Colombia Halal: http://colombia.mercadohalal.com/

colombiana, C. d. (s.f.). *ccac.com*. Obtenido de ccac.com: https://www.ccac.com.co/

Contoso Corporation. (2022). *Superintendencia de sociedades*. Obtenido de Superintendencia de sociedades: https://supersociedades.gov.co

DIAN. (2021). *Muisca Dian.* Obtenido de Muisca Dian: muisca.dian.gov.co

Export Entreprises S.A. (21 de 11 de 2021). *Santander Trade Markets*. Obtenido de Santander Trade Markets: https://santandertrade.com

Global Agricultural Trading. (1 de 01 de 2018). *gat-global*. Obtenido de gat-global: https://www.gat-global.com/

Grupo Bancolombia. (2021). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de Bancolombia: www.bancolombia.com/

International Trade Centre. (2021). *Trade Map.* Obtenido de Trade Map: https://www.trademap.org/Index.aspx

Legis Editores SA. (2021). *Legis Comex.* Obtenido de Legis Comex: https://www.legiscomex.com

Mondragon, V. (s.f.). *diario de exportador.com*. Obtenido de diario del exportador : https://www.diariodelexportador.com/2017/02/lo-que-necesita-saber-sobre-la.html

Ouazzani, I. C. (2020). *Sector halal. conceptos, areas, certificación y casos empresariales.* Universita Oberta de Catalunya.

Sell- U. (2021). *Finaval*. Obtenido de Finaval: https://www.finanzasyavales.com

Services, H. C. (s.f.). *halalcol.com*. Obtenido de halalcol.com: http://www.halalcol.com/halalcol/aboutus.html

Solunion. (2021). *Solunion somos impulso*. Obtenido de Solunion somos impulso: https://www.solunion.co

Vaillant, F. (2021). Uchuva: una de las frutas exóticas con grandes propiedades nutricionales. *Nutrients*, 17.