



**CARACTERIZACIÓN DE LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN E
INVESTIGACIÓN, IDENTIFICACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MISMOS A
NIVEL INTERNACIONAL PARA ESTADOS UNIDOS EN LA CATEGORÍA
PRODUCTOS SUPERFOODS.**

AUTORES

JUAN JOSÉ ECHEVERRY CAMPO

JUAN DIEGO CHAVARRIAGA GACHAM

DIRECTOR DEL PROYECTO

JORGE ENRIQUE CORREA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

MERCADEO INTERNACIONAL Y PUBLICIDAD

SANTIAGO DE CALI

2021

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
1. Los Súperalimentos	6
1.1 Contexto Colombia	7
1.2 Contexto Estados Unidos	8
2. Marco teórico	9
3. Descripción del problema / Oportunidad	12
4. Metodología	13
5. Objetivos	13
5.1 Objetivo general	13
5.2 Objetivos específicos	13
6. Capítulo 1: Los súperalimentos y los sistemas de distribución	14
La Quinoa	14
Los arándanos	15
6.1 Sistemas de Distribución	15
6.1.2 Sistema de Distribución Tradicional	15
6.1.3 Sistema de Distribución Vertical	16
6.1.4 Sistema Horizontal de Distribución	17
6.1.5 Sistema de Distribución Multicanal.	18
7. Canales de distribución	18
7.1 Tipos de canales de distribución	19
7.1.2 Canales de distribución para productos de consumo - B2C	19
7.1.3 Canales de distribución para productos industriales - B2B	20
8. Capítulo 2: La distribución de los súperalimentos	21
8.1 Tendencias de consumo de la quinoa	22
8.1.2 Demanda de la quinoa en Estados Unidos	22
8.2 Proceso de cultivación de la quinoa	23
8.3 Normativas para exportación de súperalimentos (Enfocado a: Quinoa y los arándanos)	25

8.4 La quinua en el canal B2B	26
8.5 Empaque	26
8.6 Intermediarios	28
8.7 Red de distribución para la exportación de quinua desde el canal de distribución B2B.	29
9. Tendencias de consumo de los arándanos	30
9.1 Los arándanos en Estados Unidos	31
9.2 Proceso de cultivación de los arándanos	32
9.3 Los arándanos en el canal B2C	32
9.5 Red de suministros para la exportación de arándanos desde el canal de distribución B2C.	36
10. Recomendaciones	36
11. Conclusiones	37
12. Bibliografía	38

Resumen

En el transcurso de los últimos años se ha incrementado el interés por consumir alimentos que contengan muchos beneficios para el cuerpo humano, como consecuencia de lo anterior se ha incrementado la demanda de los superalimentos a nivel mundial, los cuales poseen grandes concentraciones de antioxidantes, grasas saludables, minerales y vitaminas. Estos compuestos tienen un potencial nutritivo que ayuda a mantener el cuerpo sano. Actualmente uno de los países que más demanda este tipo de productos es Estados Unidos, país donde han sido creados la mayoría de estos; en cuanto a países como Australia, Canadá, Alemania y Reino Unido, a lo largo de los últimos 5 años se ha incrementado la comercialización de estos productos. Debido a lo anterior se puede llegar a realizar el siguiente cuestionamiento; Colombia, país donde se producen la mayoría de los superalimentos, ¿Puede aprovechar la oportunidad que le ofrece este mercado potencial de empezar a exportar este tipo de producto con la ayuda de las alianzas internacionales que tiene? La presente investigación tiene como finalidad responder esta pregunta mediante una inteligencia de mercados que precise y analice las variables que influyeron en la construcción de la pregunta problema, dentro de las cuales están los siguientes cuestionamientos: ¿Cuáles son los canales más óptimos de distribución para este tipo de productos?, ¿De qué manera se comporta el mercado norteamericano?, ¿Cuál será el sistema de distribución y exportación más adecuado para enviar los superalimentos hacia Estados Unidos?, ¿Cómo es el proceso de producción y exportación de los súper alimentos desde que son cultivados hasta que llegan al cliente final?, entre otros.

Palabras Clave: Superalimentos, comercialización, alianzas internacionales, portafolios de exportación, productos orgánicos, antioxidantes, vitaminas, minerales.

Abstract

In recent years there has been an increase in interest in consuming foods that have many benefits for the human body, as a result of which the demand for superfoods worldwide has increased, which have high concentrations of antioxidants, healthy fats, minerals or vitamins, food compounds that have a nutritional potential that helps keep the body healthy. Currently one of the countries that demand this type of products is the United States, where most of these have been created, in terms of countries such as Australia, Canada, Germany and the United Kingdom, the marketing of these products has increased over the past five years. Due to the foregoing it is possible to realize the following questioning; Colombia, country where the majority of superfoods are produced, Can you take advantage of the opportunity offered by this potential market to start exporting this type of product with the help of the international alliances that you have? The present research aims to answer this question, through a study that specifies and analyzes the variables that influenced the construction of the problem question, within which are the following questions: What are the most optimal distribution channels for this type of product? How is the North American market behaving? what will be the most appropriate distribution and export system to send superfoods to the United States? How is the process of production and export of the super foods from which they are grown until they reach the final customer? Among others.

Keywords: Superfoods, commercialization, international alliances, export portfolios, organic products, antioxidants, vitamins, minerals.

Introducción

Superalimentos – tendencias

La creación de nuevos estilos de vida va ligada con el descubrimiento de nuevas propiedades proteicas, vitamínicas y de minerales de alimentos que no son muy conocidos. Las personas están constantemente en la búsqueda de alimentos con un alto valor nutricional y están dejando de lado los alimentos con conservantes artificiales, cambiándolos por alimentos totalmente naturales, dado que la fibra, los antioxidantes, las vitaminas y minerales contribuyen a un mejor desarrollo del organismo. Esta búsqueda e interés de buenos alimentos por parte de las personas, ha generado que se cree un nuevo mercado donde la demanda es alta tanto en empresas como en personas que buscan súper alimentos bien sean como productos procesados y terminados como en materias primas.

En el informe que se expondrá a continuación se definirán los alimentos que se clasifican como “superalimentos”; sus atributos y el crecimiento del consumo de estos como consecuencia del aumento de la demanda del mercado a nivel global, nacional y departamental. Todo lo anterior con el fin de determinar un sistema de distribución óptimo para la exportación y comercialización de superalimentos, (específicamente quinua y arándanos) desde Colombia hacia los Estados Unidos mediante los canales B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer).

1. Los Súperalimentos

Los súperalimentos o superfoods por su significado anglo, son alimentos que se escuchan cada vez con más frecuencia gracias a las tendencias de sana alimentación que empiezan a

marcar la época. Los superfoods son alimentos que tienen una cantidad de extra minerales y vitaminas y vitaminas que ayudan a reforzar el sistema inmunológico y que, a su vez, combaten el envejecimiento (Cervera, 2019, párr. 2). De hecho, estos peculiares alimentos contienen variedad de antioxidantes que ayudan a prevenir el cáncer, grasas saludables para proteger el cuerpo humano de enfermedades cardiovasculares, fibra para evitar y prevenir la enfermedad de la diabetes y asimismo contribuir para combatir problemas de digestión.

Cervera (2019) también afirma que los superfoods concentran más vitaminas, minerales, nutrientes y energía que otros alimentos en igual cantidad. Es importante ilustrar que hay muchas comidas, entre vegetales, legumbres y frutas que son consideradas superfoods gracias a su aporte nutricional, sin embargo, en el marco de este análisis de mercado; se trabajará solo con dos de ellos, que son la quinua y los arándanos. Más adelante se especificará y se ilustrará la razón por la cual se trabajarán con estos dos. A continuación, se expondrá una lista que, según Solís (2018) son considerados como indispensables en las dietas diarias: Té verde, Quinua, Cacao, Brócoli, Chía, Arándanos, Frutos secos, Kale, entre otros.

1.1 Contexto Colombia

Colombia hasta el año 2018 contaba con 54.871 especies registradas, de las cuales 30.436 son vegetales (Colciencias, 2018), cabe resaltar que muchas de estas especies registradas son consideradas súper alimentos gracias a su variado contenido de compuestos bioactivos naturales terpenoides (carotenoides y esteroides); compuestos fenólicos (flavonoides como los fitoestrógenos o la quercetina, el flavonoide más habitual en la dieta) y compuestos azufrados) que poseen innumerables propiedades que influyen en la actividad celular y en los mecanismos fisiológicos; con efectos beneficiosos para la salud. (Revista El Quindiano, 2018, “Colombia, una despensa natural de los denominados súperalimentos”, párr, 2.)

Es importante destacar que en muchas ocasiones todas estas tendencias sobre la buena alimentación se tergiversan con modas creadas a partir de un movimiento global, según (Von Loebell, 2016) pionero de la comida orgánica en Colombia afirma para una columna del periódico El Tiempo que “en Colombia la mayoría de la población no sabe aprovechar y no le da el valor necesario a los súper foods que son cultivados en el territorio nacional” (Periódico El Tiempo, 2017, “alimentos con más seguidores que las estrellas de rock”, párr. 4.)

El territorio nacional cuenta con muchas zonas geográficas que gracias a la variedad de climas que abarcan el país, permiten que se siembran gran diversidad de alimentos, sin embargo, existe un margen de error en el que la industria agrícola de Colombia y las asociaciones de cultivadores no siempre realizan fertilizaciones y cultivos en las zonas adecuadas, es decir muchos departamentos no aprovechan su potencial para cultivar ciertas semillas que pueden cosecharse de una mejor manera.

1.2 Contexto Estados Unidos

Estados Unidos es un país que posee una economía sólida, fuerte y estable, de hecho, en términos económicos posee el puesto número uno en el PIB mundial, no obstante, en términos geográficos y demográficos es uno de los países más extensos y poblados de la tierra, sin embargo este proyecto se centrará específicamente en dos ciudades del Estado de Florida, las cuales son Miami y Orlando, debido a que estas cuentan con factores necesarios para la comercialización de estos tipos de productos como lo son: Logística, canales y los medios de transporte. Para esta investigación se realizará un estudio del consumo y de la demanda de súper alimentos en las dos ciudades anteriormente mencionadas. Es necesario traer a colación datos y cifras que involucren contextos actuales de la distribución, comercialización y consumo de la quinua y los arándanos en dichas localidades geográficas

para comprender el comportamiento del mercado. Estos dos superalimentos cuentan con una gran presencia en los diferentes canales y tienen características que llaman la atención de los consumidores como lo son: sus diferentes usos, sus beneficios y su precio.

En Estados Unidos hay una creciente preocupación respecto al consumo de alimentos artificiales que conllevan a aumentar las cifras de obesidad en una alta proporción de la población, por lo que los superalimentos se han visto beneficiados gracias a las innovaciones en la alimentación, el costo de la atención médica y las tendencias de los cambios en los estilos de vida contemporáneos.

Por otra parte, en el año 2018 el mercado mundial de superalimentos se estimó en 137.000 millones de dólares y se previó desde ese mismo año que el crecimiento en el mercado sería de manera exponencial. Durante el año 2020, el brote del COVID-19 supuso un contexto positivo para los fabricantes de superalimentos gracias a la creciente demanda de bienes de consumo masivo, sin embargo, esta situación ha provocado un cambio en las actividades como las operaciones de la cadena de suministro, las operaciones de los proveedores, la comercialización de productos, entre otros. Las restricciones a las exportaciones y el acaparamiento por parte de los países importadores, afectaron la disponibilidad y los precios de los superalimentos. (Mordor Intelligence, 2020, párr, 5.)

2. Marco teórico

Son muchas las ocasiones en las que se ha escuchado hablar de una ventaja competitiva o de un valor agregado, Michael Porter mencionó en su teoría de la ventaja competitiva que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y

mejorar” (Porter, 1990). Prueba de ello, son los países que se han consolidado a lo largo de la historia como potencias mundiales gracias a sus notables desempeños y calificaciones en campos de innovación, ciencia, desarrollo, crecimiento de industria, exportaciones e importaciones de materias primas para desarrollar productos transformadores en una nueva industria.

Como se mencionó al inicio de este trabajo, las tendencias de alimentación en el mundo han cambiado con el pasar de los años marcando cambios significativos según las generaciones de cada época, por ejemplo, la revista *Quality Assurance and Food Safety* (2018) afirma que “son los millennials los que traen una nueva concepción de la alimentación basada en la simplicidad”. De ahí, los súperalimentos entendidos como “productos de alto contenido en nutrientes” Torres, M. (2016, septiembre). Súperalimentos de siempre, tendencias de hoy. *Bioeco Actual*, (34), p. 2-3. irrumpen de manera eficaz en la vida de las personas que optan por llevar una vida saludable, de este modo, la demanda mundial de consumo de súperalimentos se ha visto incrementada en los últimos años.

No aprovechar la oportunidad de mercado que se abre gracias a la exigencia del consumidor por demandar súperalimentos es despreciar e ignorar ganancias relevantes para un proceso que viene generando un cambio, por lo tanto, los países que poseen una serie de recursos climatológicos y geográficos aptos para la siembra de súperalimentos, deben enfocarse en penetrar este mercado futurista para comercializar estos nuevos “commodities”. Entre tanto, a este proceso se le suman las exportaciones, que de una forma específica se definen como “la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países” (INEGI, 2011).

Por todo lo anterior, para la elaboración del presente trabajo, se logró identificar un mercado potencial como oportunidad de iniciar exportaciones desde Colombia a Estados Unidos de súperalimentos seleccionados (quinua y arándanos), dado que Colombia es rica en diversidades de suelos, subsuelos y climas, y Estados Unidos demanda gran cantidad de súperalimentos per cápita como consecuencia de poseer una numerosa población. Con la finalidad de seguir los lineamientos trazados y alcanzar los objetivos propuestos para este trabajo, se optó por trabajar con un enfoque basado en mercadeo, al mismo tiempo, se utilizó la investigación de mercados como herramienta principal para la toma de decisiones en cuanto al direccionamiento del proyecto. La investigación de mercados se define como “el diseño, recolección, análisis e informes sistemáticos de datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización” (Kotler, 2012). Así pues, mediante esta metodología se podrá crear una red de suministros, entiéndase como “el proceso de planificación, puesta en ejecución y control de las operaciones de la red de suministro con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente con tanta eficacia como sea posible” Sunil Chopra and Peter Meindl (2006). Asimismo, estudiar, analizar y decidir sobre las tendencias de consumo de los superfoods en Estados Unidos, específicamente en las ciudades de Miami y Orlando, Florida.

Es necesario precisar que durante todo el análisis de mercado, se estudiarán a fondo los canales de distribución que, según Kotler (1990) es un “conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de hacer que un producto o servicio esté a disposición del consumidor o del usuario de negocios”, lo anterior con el objetivo de poder determinar de qué forma se distribuirán y comercializarán los súperalimentos seleccionados para el proceso de exportación desde Colombia hacia Estados Unidos.

En resumen, aclarando las anteriores definiciones conceptuales basadas en autores, y explicando la metodología a utilizar, se ejecutará el presente análisis de mercado en la categoría superfoods. Este análisis tiene relevancia dado que estudiará un mercado nuevo, considerado como potencial para Colombia, e identificará la manera más adecuada de exportar los dos súperalimentos seleccionados (quinua y arándanos) y así establecer una red de distribución considerando los procesos tanto agrícolas como logísticos.

3. Descripción del problema / Oportunidad

Penetrar un nuevo mercado que está sin explorar como consecuencia de la creciente demanda de determinado producto, es entrar en un mar de incertidumbre donde se podrán encontrar diversos riesgos y oportunidades. El mercado de los superalimentos en todo el mundo se ha visto como una nueva oportunidad para invertir gracias a las mega tendencias globales de iniciar un estilo de vida saludable tal como se mencionó anteriormente.

Una alimentación más saludable y responsable traerá consigo beneficios para el ser humano, el medio ambiente y la economía, pues cabe resaltar que, con miras hacia un futuro, se busca tener un ciclo más sustentable para poder vivir. Por lo anterior, este mercado de superalimentos se presenta como una oportunidad gracias a la demanda que existe en Estados Unidos, de hecho, casi nueve de cada 10 estadounidenses (86%) están interesados en aprender más sobre los alimentos que tienen beneficios para la salud más allá de la nutrición básica, conocidos como superalimentos / alimentos funcionales. Dado que las semillas de chía y quinua son libres de gluten por naturaleza y los consumidores de los países europeos y

estadounidenses están adoptando dietas sin gluten, el valor de las importaciones ha aumentado a un ritmo más rápido para satisfacer la demanda interna de impulso de la industria minorista, la industria de procesamiento de alimentos, e industria de servicios alimentarios. (Mordor Intelligence, 2020, párr, 9.).

4. Metodología

Para el presente trabajo se realizó una investigación de mercados secundaria (inteligencia de mercados) con el fin de determinar los canales óptimos para la exportación de la quinua y los arándanos como superalimentos a trabajar.

5. Objetivos

5.1 Objetivo general

- Identificar y construir el sistema de distribución óptimo para la exportación de quinua y arándano desde Cali, Colombia a Estados Unidos específicamente a las ciudades de Miami y Orlando ubicadas en el estado de la Florida.

5.2 Objetivos específicos

- Definir la red de suministros para la comercialización y exportación de la quinua para el canal B2B (Business to Business) y de los arándanos para el canal B2C (Business to Consumer) hacia las ciudades de Miami y Orlando ubicadas en el estado de la Florida en los Estados Unidos.
- Investigar sobre las tendencias de consumo de la quinua y los arándanos en las ciudades de Miami y Orlando ubicadas en el estado de la Florida en los Estados Unidos.

- Investigar sobre los canales de distribución para la quinua y los arándanos en las ciudades de Miami y Orlando en el estado de la Florida en los Estados Unidos.
- Definir la logística necesaria para la exportación de la quinua y los arándanos desde Cali, Colombia Estados Unidos específicamente a las ciudades de Miami y Orlando Florida.

6. Capítulo 1: Los súperalimentos y los sistemas de distribución

Para el inicio del presente capítulo, se hará énfasis en repasar los conceptos principales de forma específica de los sistemas de distribución, asimismo de los canales de distribución. A la vez, se suscitará el uso de los dos súperalimentos escogidos para exportar.

La Quinua

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2016) afirma que “la quinua es un cultivo andino domesticado hace miles de años por las antiguas culturas de la región andina de Sud América”. Se le puede llamar quinua o quinoa, es una hierba de la que generalmente sale una semilla, pero que a su vez se clasifica como un grano integral. La quinua es originaria de los Andes, por tal razón, los países andinos (Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, Chile y parte de Argentina) cultivan esta semilla. “La quinua es un recurso alimentario natural de alto valor nutritivo, cuya importancia es cada vez más reconocida en la seguridad alimentaria, para las generaciones presentes y futuras” (FAO, 2016)

Este superalimento se destaca además de sus propiedades nutritivas y dietéticas, por adaptarse a los climas más extremos en zonas calientes y frías. No obstante, la quinua “tiene el potencial de reducir la dependencia de otros alimentos básicos como el trigo y el arroz” (FAO, 2016).

Los arándanos

Los arándanos, también conocidos coloquialmente como bayas, son pequeños frutos que pertenecen a la familia de los frutos del bosque. Estos pequeños frutos, son considerados una de las frutas más saludables del planeta gracias a su alta concentración de antioxidantes que combaten el envejecimiento prematuro neutralizando los radicales libres, no obstante, combaten inflamaciones, son buenos para el corazón, la vista, la memoria y en dietas de pérdida de peso (Penelo, 2018).

En el camino que le queda a este análisis de mercado, se ilustrará y se expondrán razones de peso por las cuales el arándano fue escogido como superalimento a exportar.

6.1 Sistemas de Distribución

Un sistema de distribución consiste en el conjunto de acciones y actividades que se realizan para que los productos o servicios lleguen al consumidor final, cabe añadir que el éxito de las ventas también dependerá de un buen diseño de este sistema y del control que se lleva sobre él. Hacen parte del sistema de distribución; los canales de distribución. Existen varios tipos de sistemas de distribución.

6.1.2 Sistema de Distribución Tradicional

Este sistema comienza con un producto o varios, luego estos se los venden a un mayorista para que estos se lo vendan al minorista y este acabe vendiendo el producto al consumidor final. Cabe resaltar que todos estos intermediarios que aparecen en este sistema son

independientes, es decir cuentan con sus propios intereses y desean cada uno aumentar sus utilidades.

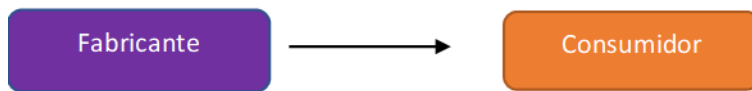


Figura 1. *Esquema del sistema de distribución tradicional.* Fuente: Elaboración propia.

6.1.3 Sistema de Distribución Vertical

En este sistema los productores, mayoristas y minoristas se encuentran unificados, es decir son del mismo dueño y tienen intereses y objetivos en conjunto. Generalmente tienen contratos entre ellos para la ejecución de las tareas que cada intermediario debe realizar, es por esto que todos están en el mismo lineamiento y se encuentran en constante interacción. Existen varios tipos de Sistema de Distribución Vertical.

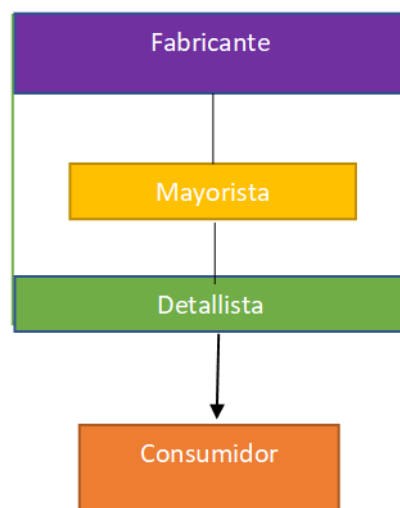


Figura 2. *Esquema del sistema de distribución vertical.* Fuente: Elaboración propia.

- Sistema Vertical Corporativo: En este tipo de sistema las acciones de producción y distribución son integradas por el mismo dueño.
- Sistema Vertical Contractual: En este tipo de sistema existen compañías independientes que se encargan unas de la parte de producción y otra u otras realizan la distribución del producto. Es importante mencionar que las compañías independientes se unen para aumentar las ventas y que las actividades que realizan son bajo el seguimiento de contratos.
- Sistema Vertical Administrado: En este sistema el poder y las decisiones son tomadas por parte de los miembros más dominantes que se encuentren dentro del canal, no existen relaciones contractuales y el canal dominante puede dirigir y liderar a los demás

6.1.4 Sistema Horizontal de Distribución

Dentro de este tipo de sistema dos empresas o más se juntan para aprovechar nuevas oportunidades de marketing en el algún mercado. Las compañías crean alianzas para unir ya sea recursos financieros, de marketing o de la parte de producción para lograr metas y objetivos en conjunto.

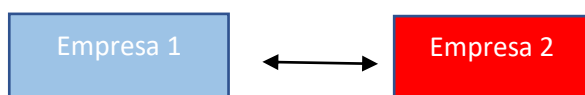


Figura 3. *Esquema del sistema de distribución horizontal.* Fuente: Elaboración propia.

6.1.5 Sistema de Distribución Multicanal.

En este tipo de sistema la empresa utiliza dos o más canales para llegar a diferentes segmentos de clientes, cabe señalar que los diferentes tipos de consumidores requieren de diferentes medios para llevarles el producto.

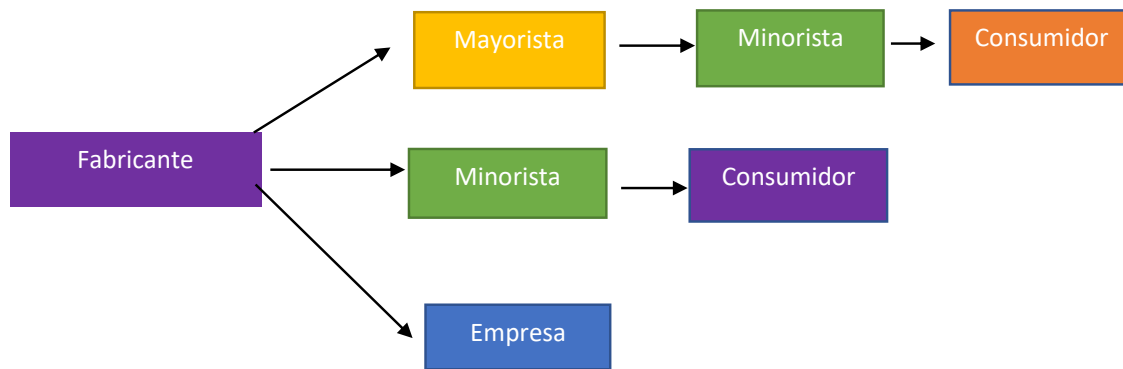


Figura 4. *Esquema del sistema de distribución multicanal.* Fuente: Elaboración propia

7. Canales de distribución

Los canales de distribución son los medios que ayudan a los productos o servicios a llegar al consumidor final. En los canales existe una constante interacción entre el productor, intermediarios y consumidor final que ayuda constantemente a darle valor al producto o al servicio ofrecido. Los canales de distribución ayudan a tomar decisiones importantes para la comercialización del producto, también aportan a la financiación del producto y en ciertos momentos reducen los costos de los productos cuando facilitan el almacenamiento de estos. Asimismo, estos canales aportan a la fijación de precios de los productos, además son de gran valor en las áreas de ventas y marketing dentro de una empresa, puesto que ayudan al posicionamiento de las marcas y generan fuerza de ventas en los productos. Por todo lo

anterior es importante saber de qué manera llevar el producto al consumidor final teniendo en cuenta los objetivos de cada empresa. Cabe resaltar que el éxito de algún producto o servicio también estará determinado por la gestión que se haga dentro de cada de canal de distribución.

7.1 Tipos de canales de distribución

A continuación, se identificarán los distintos tipos de canales de distribución que existen, así como sus características, pros y contras.

7.1.2 Canales de distribución para productos de consumo - B2C

Este tipo de canal, se caracteriza por dividirse a su vez en cuatro tipos de canales, además por establecer una relación B2C (Business to Consumer) donde en muchas ocasiones la empresa lleva sus productos hacia el cliente final sin necesidad de intermediarios, sin embargo, en los tipos de canales que vamos a estudiar a continuación hay excepciones, donde la empresa sí hace uso de intermediarios para llevar su producto hacia el cliente final.

- **Canal directo:** En este canal no existen los intermediarios, es por eso que, el fabricante desempeña o cumple las funciones de marketing como lo son la distribución, flete, almacenaje, entre otros. En este canal el fabricante impulsa sus ventas mediante compras por correo, catálogo, ventas por teléfono, entre otras.

- **Canal detallista:** Dentro de este tipo de canal si existen intermediarios que se clasifican en detallistas y minoristas, es decir, tiendas especializadas, supermercados, hipermercados, almacenes, entre otros más.
- **Canal mayorista:** En este tipo de canal, el fabricante opta por distribuir su producto haciendo uso del intermediario mayorista, canal que se encarga de vender productos al por mayor para el detallista, o para revendedores. Dentro de este canal es conveniente vender productos de alta demanda dado que muchas veces para las compañías es complicado hacer llegar estos productos a todos los consumidores de forma directa.
- **Canal agente:** De los tipos de canales, este, es el que más intermediarios posee, pues de los intermediarios pasa a los mayoristas y de este último a los detallistas. Este canal es conveniente utilizarlo cuando se trata de pequeños fabricantes o microempresas que no poseen la capacidad económica para llevar a otro nivel la fuerza de ventas, mediante este canal el fabricante usa un intermediario que reúne varias marcas de diversos fabricantes para llevar a cada canal especializado su producto correspondiente.

7.1.3 Canales de distribución para productos industriales - B2B

Dentro de este tipo de canal hay cuatro divisiones de tipos de canales que se podrá ver a continuación, cabe resaltar que en este canal existe una relación B2B (Business to Business)

- **Canal directo:** En este canal la relación que existe es sumamente directa, aquí los fabricantes optan por comprar materia prima para la producción a otras empresas

fabricantes. Aquí, los fabricantes hacen uso de su propia fuerza de ventas para ofertar sus productos a otros clientes industriales.

- **Canal industrial:** Este tipo de canal cuenta con un intermediario que en este caso son los distribuidores industriales, es utilizado por fabricantes que comercializan productos de mediano valor y que no tienen capacidad económica para contratar un personal de ventas. Se puede decir que los distribuidores industriales cumplen funciones iguales que las de un mayorista.
- **Canal agente-intermediario:** Dentro de este tipo de canal los agentes intermediarios simplifican el proceso de ventas facilitando a los productores y fabricantes a encontrar clientes industriales para establecer negocios y tratos comerciales.
- **Distribuidor industrial:** En este canal existen tres niveles de intermediarios, se puede hablar de que las funciones consisten en que el agente facilite la venta de productos y la del distribuidor industrial es almacenar y guardar los productos hasta que son realmente necesitados por usuarios industriales.

8. Capítulo 2: La distribución de los súperalimentos

Para el primer capítulo del presente trabajo, se analizaron los sistemas y canales de distribución, asimismo, se conceptualizó de forma muy breve acerca de lo que son los arándanos y la quinua. Por tanto, para el inicio de este segundo capítulo, es pertinente mencionar que se realizará un análisis más a fondo, sobre los beneficios, usos, siembra y cuidado de los súperalimentos escogidos, para que de esa forma, se pueda demostrar y concluir cómo será el proceso de exportación mediante los canales que se utilizarán para los

súperalimentos. Por consiguiente, se estudiarán también, las tendencias de consumo que rodean la demanda norteamericana de arándanos y quinua específicamente en las ciudades de Miami y Orlando, Florida.

8.1 Tendencias de consumo de la quinua

Estados Unidos alberga una población de aproximadamente 331 millones de personas, al ser la potencia número uno a nivel mundial, importa y exporta de manera descomunal, según sean sus intereses. Al tener tanta influencia sobre la economía mundial, este país establece tendencias que posteriormente, son copiadas en diferentes partes del mundo, siendo esto así, ha sucedido lo mismo con la inclinación de alimentarse bien e implementar superfoods en las dietas de alimentación diarias de una gran proporción de la población.

A continuación, se hará un estudio para indagar sobre la demanda de la quinua en Estados Unidos.

8.1.2 Demanda de la quinua en Estados Unidos

Basándose en un informe reciente de IndexBox, se obtuvieron estas cifras sobre el mercado de la quinua en Estados Unidos:

- En el año 2018 en Estados Unidos consumió 29.000 toneladas de quinua, asimismo entre los años 2017-2018 este país obtuvo la mayor tasa de crecimiento de consumo de este superalimento.
- Este país en el año 2018 fue el mayor importador en el mundo con un volumen de importaciones de aproximadamente 34.000 toneladas de quinua, las cuales representan aproximadamente el 40% de las importaciones totales.

- Estados Unidos representa el mercado más grande para la quinua importada del mundo con un valor de 87 millones de dólares, las cuales corresponden al 41% de las importaciones mundiales.

8.2 Proceso de cultivación de la quinua

El cultivo de la quinua es un proceso que consta de varias fases que dependen de variables importantes, mismas que se deben tener en cuenta para hacer un buen proceso de cultivación y cosecha. La quinua es poseedora de un rasgo característico que juega a favor de quienes la cultivan y es que, según datos relevantes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura este superalimento se cultiva en Sud América en zonas geográficas que van desde el nivel del mar hasta los 4.000 m.s.n.m., en zonas con precipitaciones de 0 a 1000 mm, en suelos de diferentes texturas y con un rango de pH que fluctúa entre 4 a 9. En un rango de temperaturas debajo de cero a más de 30°C (FAO, 2016).

A continuación, en la figura 1, se puede apreciar los departamentos que, dentro del territorio nacional, son los mayores productores de quinua por área sembrada según un informe del Ministerio de Agricultura de Colombia.

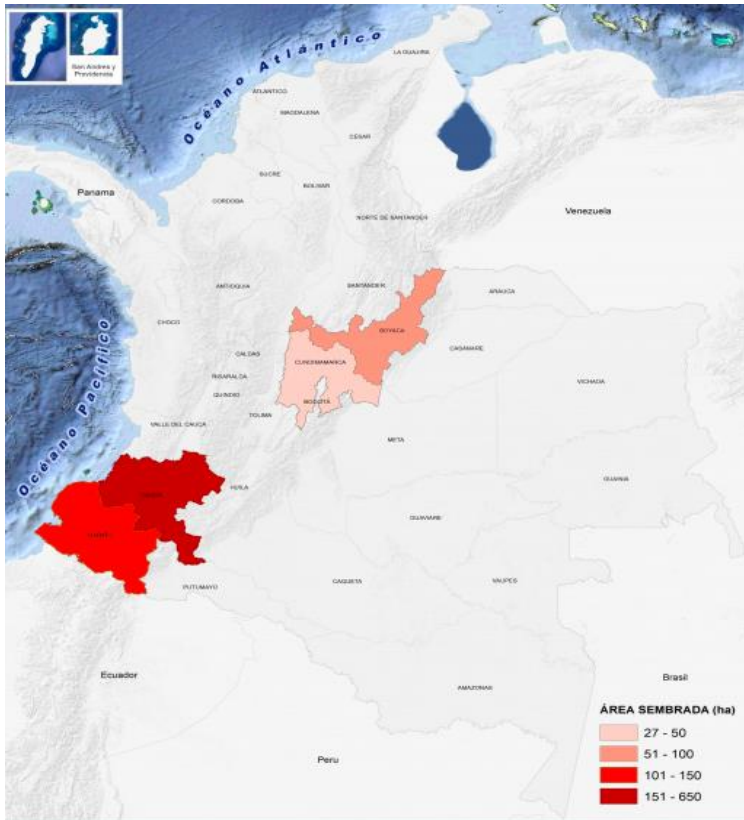


Figura 5. Área sembrada y área cosechada del cultivo de quinua en departamentos colombianos. Fuente: Ministerio de Agricultura, (2017).

Datos Cosecha Quinua como mercado potencial en crecimiento en Colombia según el Ministerio de Agricultura.

- El área que tiene el departamento de Nariño para la cosecha de la quinua es de 681 hectáreas.
- La variedad de la quinua que se cosecha en el departamento de Nariño es la Tunkahuan y es ecuatoriana.
- El rendimiento de la cosecha en el departamento de Nariño es de 2 toneladas por cada hectárea.
- La producción total del departamento de Nariño es de 1200 toneladas.
- El 25% de la producción de quinua en el país se hace en el departamento de Nariño.

En suma, trayendo a colación todas las cifras, datos, recomendaciones, zonas y lugares que fueron pesquisados y recogidos para el entendimiento del proceso de la cultivación de quinua en Colombia, se optó por escoger el departamento de Nariño como lugar para cultivar la quinua que se exportará hacia Estados Unidos, entra tanto, debido a la situación actual que atraviesa Colombia consecuencia del paro nacional, el departamento del Cauca que se tenía previsto como principal zona de cultivo, se descarta. A pesar de que es el departamento más cercano a la ciudad de Cali de los cuatro que cultivan quinua, la situación es un poco compleja en temas de logística, y agricultura, esto por factores exógenos que tienen que ver con comunidades de esa región.

8.3 Normativas para exportación de súperalimentos (Enfocado a: Quinua y los arándanos)

Es necesario que al momento de exportar de un producto se tenga en cuenta las normas y leyes tanto del país que sale el producto como en el que entra. Las siguientes normas y leyes son de suma importancia para la exportación en Colombia, en este caso de la quinua: Ley marco 7 de 1991, Res-599 del 1998, Res- 005109 de 2005, Decreto 4765 de 2008 y el Decreto 539 de 2014 .Las siguientes normas y leyes deben ser tenidas en cuenta cuando los alimentos que se exportan tienen como destino Estados Unidos: Ley contra el bioterrorismo, Registro de instalaciones alimentarias, Notificación de alimentos importados, Establecimiento y Mantenimiento de registros, Detención Administrativa, Sistema de Gestión de Inocuidad de Alimentos, Etiqueta de los alimentos, Colorantes y aditivos Permitidos (Ministerio de Salud, 2014), (ICA, 2008), (INVIMA, 2005)

8.4 La quinua en el canal B2B

Durante el desarrollo de todo este trabajo se investigó de manera constante sobre los sistemas y canales de distribución con el objetivo de poder definir el canal más apropiado para la exportación de la quinua, cumpliendo así los objetivos específicos y por ende el objetivo de la investigación.

Después de una serie de investigaciones donde se recopilaron datos y cifras actualizadas, tanto de Colombia (país exportador) como de Estados Unidos (país importador), se procederá a definir la logística necesaria para iniciar el proceso de exportación bajo los parámetros indicados, asimismo se definirá la red de suministros; que dentro de este subpunto tratará sobre la utilización del canal B2B para la exportación de la quinua.

Como se mencionó al inicio del capítulo 2, la quinua es un superalimento que se destaca por crecer tanto en zonas templadas como cálidas, de igual manera, se le puede dar distintos usos ya sean industriales o alimenticios. De ahí, se eligió exportar quinua de manera business to business, dado que existen gran cantidad de clientes potenciales.

8.5 Empaque

Haciendo uso del conocimiento sobre los cuidados y condiciones climáticas que requiere la quinua en el pos cultivo, se definirá a continuación el empaque correcto para el almacenamiento del producto después de la recolección.

Debido a las características del producto es adecuado almacenar la quinua en un empaque que la mantenga bajo las condiciones correctas. Por ende, se hará uso de un empaque de plástico de polipropileno, tipo Doy que contenga zipper, ya que este es utilizado en productos

alimenticios, de igual importancia, es un empaque que cuenta con características relevantes para la quinua, dado que este tipo de producto necesita protección contra la humedad y el sistema de resellado con zipper empacado al vacío evita que líquidos indeseables traspasen y lleguen hasta el producto, asimismo, preserva la quinua por bastante tiempo.

Para cuestiones económicas, este tipo de empaque es rentable dado que tiene un bajo costo de producción. En cuanto al contexto de merchandising este tipo de empaque es adaptable a cualquier etiqueta, diseño, sellos y estampados. Su presentación viene en 500 o 1000 gramos y puede reutilizarse para un nuevo uso.

Posteriormente en la imagen 4 se mostrará el prototipo de empaque a utilizar:



Figura 6. *Prototipo de empaque para la exportación de quinua.* Fuente: (La Vaquita Express)

Una vez escogido el empaque para almacenar la quinua en lo que será la exportación desde Cali hacia Miami, es importante señalar que se use un cierto tipo de caja con características esenciales para el producto. Estas cajas se utilizarán en el viaje desde el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón de Cali, hasta el International Miami Airport.

Las cajas a utilizar, serán de cartón corrugado tipo C de forma rectangular, ya que estas cumplen con los estándares que se requieren para cumplir la meta establecida para el número de productos que se exportarán. Estas cajas poseen una capacidad de almacenamiento de 25 kilos, y se puede aprovechar al máximo esa capacidad.

8.6 Intermediarios

Se hará uso de distintas etapas para que el proceso de exportación sea óptimo desde la siembra hasta la venta con el cliente final.

- **Proceso de Exportación y comercialización de la quinua**

Para iniciar este proceso, es necesario aclarar cada fase, desde la cosecha hasta el empaquetado del producto. Después de cosechar y recolectar la quinua en la ciudad de Pasto, Nariño, se procederá a contratar un operador logístico que, en este caso será Linkarga S.A.S (empresa que opera en Cali) para el transporte de la quinua, desde Pasto hasta Cali, específicamente el lugar donde se empaquetará el producto. El operador logístico, de igual forma se encargará de transportar la mercancía empacada hasta el aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón de la ciudad de Cali. Cabe aclarar que una vez la mercancía esté en el aeropuerto, ya estará totalmente empacada tanto en las cajas recomendadas anteriormente como en los Doy pack de polipropileno.

- **Ruta de acceso aérea**

Una vez la carga esté en el aeropuerto de Cali, se contratará la empresa DHL como operador logístico para el respectivo traslado desde Colombia hacia Estados Unidos. DHL se encargará

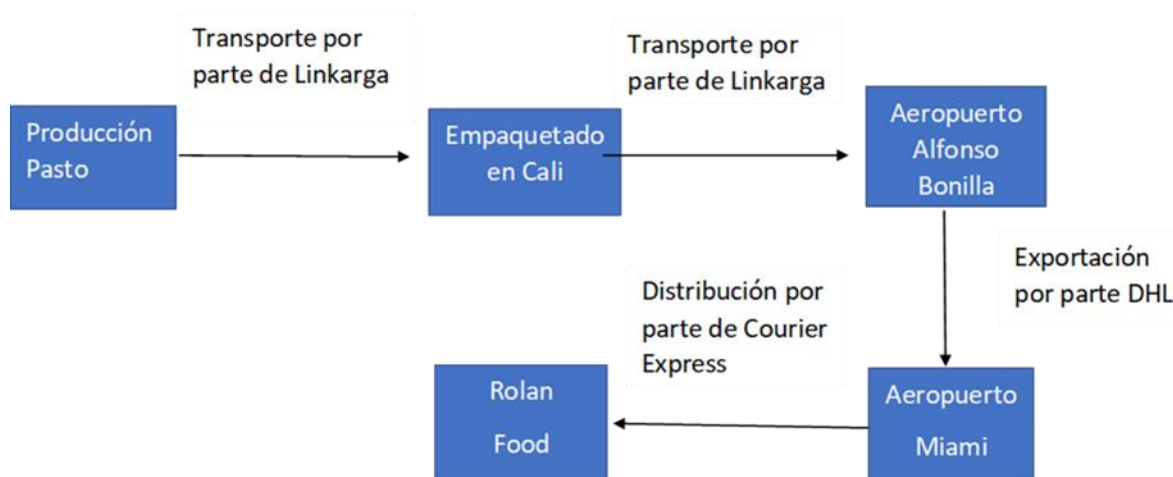
de los requerimientos de aduana que sean necesarios para que el producto salga del territorio nacional y de los aranceles para que entre a territorio estadounidense. Al trabajar en un canal B2B, dependerá del número de pedidos industriales la cantidad de pallets que viajen con cajas en su interior.

- **Entrada a Miami, recogida y distribución**

La empresa Courier Express, jugará un papel fundamental, pues será la encargada de recoger la mercancía en el aeropuerto de Miami y distribuirla para los canales seleccionados, en este caso el canal B2B. De la misma forma, dentro de los clientes potenciales está Roland Food, empresa que importa aproximadamente 1500 productos de muchas partes del mundo, esta empresa se encarga de procesar materia prima para ofertar un portafolio de comidas muy variadas. Courier Express brinda un servicio completo que no discrimina si se trata de un canal B2B o B2C, esta empresa se encarga de verificar que el producto se encuentre con la verificación FDA para obtener el prior notice, documentos que son indispensables para evitar problemas con la entrada de alimentos a Estados Unidos.

8.7 Red de distribución para la exportación de quinua desde el canal de distribución B2B.

Figura 7. *Esquematización de la red de distribución para la exportación de quinua mediante el canal B2B.* Fuente: Elaboración propia.



9. Tendencias de consumo de los arándanos

Según la revista InfoAgro, Estados Unidos es el principal productor, consumidor, exportador e importador de arándanos en el mundo y junto a Canadá abarcan el 90% del área productiva total, a pesar de que esto sea así, para Colombia esto representa una oportunidad debido a que Estados Unidos importa de manera considerable esta fruta para suplir la demanda comercial tanto en exportaciones como a nivel nacional, es por esto que requiere de otros países que le surtan esta fruta. No obstante, Estados Unidos pierde capacidad de oferta durante las temporadas primaverales y de verano, debido al cambio estacional de clima el país requiere de importaciones que logren suplir la demanda del mercado.

En el gráfico 6 se podrá apreciar una comparación desde el año 2010 hasta el año 2019 de importaciones que Estados Unidos realizó en temporadas de primavera - verano.

U.S. fresh-market blueberry imports from top 5 countries of origin show a decade of growth

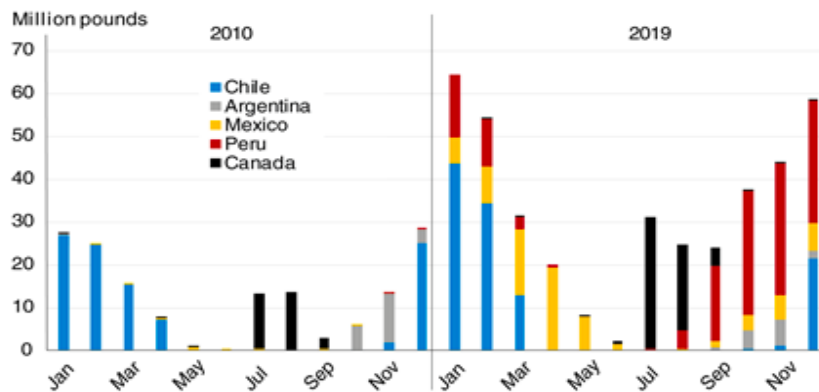


Gráfico 1. *Importaciones de Estados Unidos de arándanos frescos procedentes de cinco países principales durante una década de crecimiento.* Fuente (USDA, 2019).

Los Estados de California, Texas, New York, Illinois y Florida son los principales consumidores de arándanos en los Estados Unidos, los Estados antes mencionados representan el 36,9% del consumo total de arándanos en el país (businesswire, 2020, párr. 7).

Como consecuencia de todo lo anterior, y haciendo uso de los datos y cifras que fueron investigados, las exportaciones al Estado de la Florida representan una oportunidad para el nuevo sector de exportación de arándanos en Colombia debido a que el consumo en el Estado de la Florida posee un porcentaje alto a nivel nacional.

9.1 Los arándanos en Estados Unidos

- Estados Unidos representa un mercado de aproximadamente de 275 millones de consumidores.
- Las ventas de los arándanos en el 2019 subieron un 8,7%, a su vez el número de libras vendidas aumentó un 20,7%.
- El consumo per cápita de los arándanos entre los años 1994-2014 creció un 600%.

- La cuota de importaciones de los arándanos Estados Unidos pasó de un 44% en el año 2005 a aproximadamente un 60 por ciento en 2018.
- Estados Unidos representa el 67% mundiales de este superalimento.

9.2 Proceso de cultivación de los arándanos

Durante este sub punto que corresponde al proceso de cultivación de los arándanos, se evaluarán todas las fases necesarias por las que este fruto pasa para poder ser recolectado y que tenga la mejor calidad.

Para la cultivación de este fruto, es necesario seguir al pie de la letra pasos que son relevantes para poder llevar a cabo una buena cosecha y así recoger un producto de calidad.

Los arándanos crecen en zonas geográficas que tengan un clima frío y templado, generalmente requieren entre 400 y 1200 horas de frío, por ello, una zona geográfica donde haya verano reducirá la calidad de la fruta y favorecerá a la propagación de hongos. Hay que tener en cuenta que la distancia entre cada cultivo de planta tiene que ser de 3 metros, asimismo la plantación deberá tener una densidad estimada de entre 2000 a 2500 planta/hectárea.

Para concluir, el departamento de Nariño, área geográfica seleccionada para el cultivo de arándanos, cuenta con el clima adecuado y las condiciones climáticas requeridas para iniciar un proceso de cosecha de este fruto. Cabe resaltar que las temperaturas en el departamento de Nariño oscilan entre los 16°C a 26°C durante todo el año.

9.3 Los arándanos en el canal B2C

A diferencia de la quinua, los arándanos tienen usos que pueden inclinarse más hacia un proceso de venta directa con el cliente y no tan industrializado, aunque, esto no quiere decir que no se pueda vender como materia prima para elaborar y ofertar alimentos procesados. Sin embargo, por su condición natural, estos frutos requieren un cuidado más especializado que

la quinua, su característica de ser un fruto que crece en clima frío hace que dependa de esta condición climática para preservar su calidad, ahora, se tiene que tener en cuenta que los arándanos viajarán a una región que se caracteriza de un clima tropical como lo es la Florida. En suma, realizando un análisis y tomando los datos y cifras encontrados a lo largo de este trabajo, se decidió trabajar mediante un canal B2C con este tipo de producto.

A continuación, se hablará sobre el proceso dentro del canal B2C de los arándanos.

9.4.1 Empaque

Como se mencionó anteriormente, los arándanos deben estar en condiciones climáticas moderadas que les permitan conservar su calidad y consistencia, un margen de error mínimo en cuanto a la temperatura de conservación, podría alterar el sabor del producto e incluso dañarlo. Uno de los puntos más críticos para la prolongación de la vida de pos cosecha de arándanos es la temperatura, la cual debe ser manejada desde el huerto al momento de la cosecha mediante el uso de sombreaderos o el desplazamiento rápido a los lugares de embalaje (packing) donde existe un control de temperatura. Si las condiciones de cosecha no permiten un traslado rápido y frecuente de los frutos al packaging, se recomienda cubrir las bandejas con materiales que permitan reflejar el sol evitando el aumento de temperatura de la fruta (Blueberries consulting magazine, 2018, párr. 10).

Para la selección del empaque se tuvieron en cuenta todos esos factores que se mencionan anteriormente. Normalmente muchos arándanos se exportaban en empaques de polietileno con la finalidad de reducir peso, sin embargo, le restaba beneficios dado que la condensación

y otras variables exógenas que venían como consecuencia del calor, les restaba calidad a las frutas.

Por lo anterior se decidió trabajar con un empaque que fue desarrollado recientemente que incorpora una tecnología especial, pues está hecho a base de poliamida, este material permite conservar la frescura en envíos a granel a largas distancias.

Posteriormente en la figura 11 se ilustra el empaque.



Figura 8. *Prototipo de empaque para la exportación de arándanos.* Fuente (Blueberries consulting magazine, 2018)

Es pertinente aclarar, que después de la cosecha y llegada al packing, son necesarios sistemas eficientes para lograr una rápida remoción del calor de campo previo al almacenamiento y llegar a una temperatura de entre 0 y 1 °C que es la recomendada para el almacenamiento y transporte. (Blueberries consulting magazine, 2018, párr. 12).

9.4.2 Intermediarios

A pesar de que se esté trabajando en el canal B2C, el proceso de exportación de los arándanos desde Colombia hacia Estados Unidos es muy similar al proceso de exportación de la quinua, pues cuenta con la misma red de transporte y los mismos operarios logísticos, a diferencia de

que, para el transporte nacional como el internacional, se tendrá que hacer uso de una cadena de frío para preservar el producto en lo que se empaca y en lo que se demora en llegar hasta el cliente final. En este sistema de distribución se contará con más canales como los retails, ya que se va llegar hasta el consumidor final y hay muchas alternativas para llegarle al mismo.

9.4.3 Retails para el canal B2C

Se ofrecerá el producto en supermercados tanto en la ciudad de Miami como la de Orlando como lo son: Milam's Market, Presidente Supermarket, Walmart, Publix ,Aldi. Es importante aclarar que al tener presencia en lugares donde van un gran tráfico de personas ayudara aumentar el consumo del producto.

- Health Store

El producto estará presente en este tipo de tiendas especializadas como lo son: GNC Live Well , Healthland, Beehive Health Food Store. En este tipo de tiendas van consumidores que se satisfacen totalmente con lo que ofrece el producto.

- Ventas por Internet

El producto será ofrecido por una página web, optimizando el proceso de adquisición del producto y de su forma de pago. También tendrá presencia en páginas web que tienen gran cantidad de consumidores de este tipo de alimentos tales como Shop Organic, Amazon y Ebay. Finalmente será ofrecido el producto por Marketplace en la red social de Facebook, ya que en los últimos años han aumentado las personas que utilizan este canal digital.

9.5 Red de suministros para la exportación de arándanos desde el canal de distribución B2C.

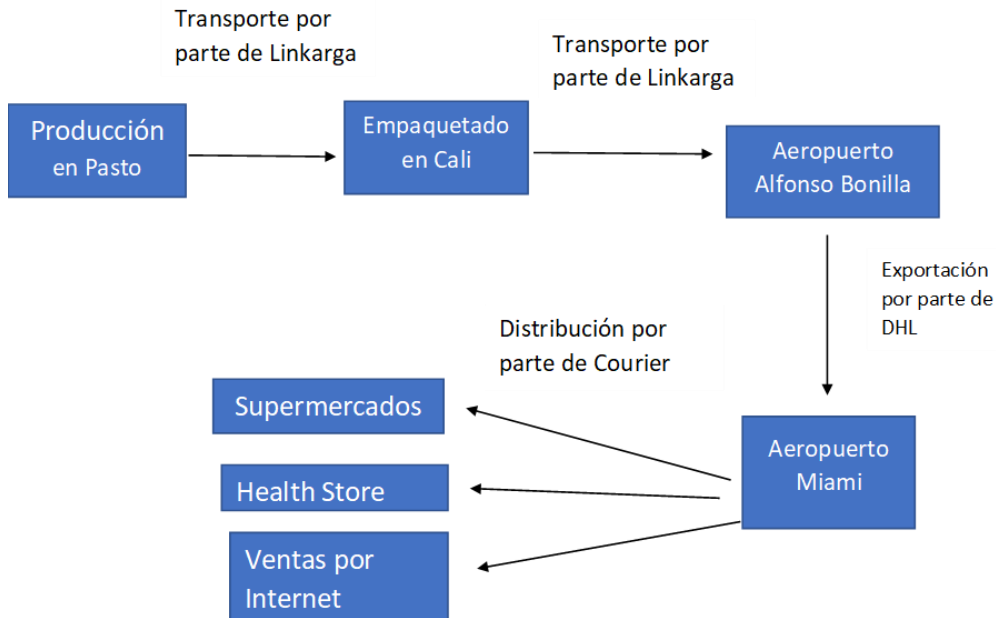


Figura 12. Esquemización de la red de suministros para la exportación de arándanos para el canal B2C. Fuente: Elaboración propia.

10. Recomendaciones

En suma, se recomienda que el Gobierno de Colombia brinde mayor apoyo a las pequeñas industrias que en la actualidad están sacando provecho de un nuevo mercado que les brinda la oportunidad de crecer y aportar a la economía nacional haciendo uso de sus recursos. Cabe resaltar que al momento de exportar un superalimento es importante identificar los cuidados que debe tener para no dañar su calidad en el proceso de exportación. Asimismo, es de gran importancia reconocer los canales más óptimos para ofrecer este tipo de productos, ya que al pasar los años los consumidores aumentan y exigen muchos medios para poder comprar el producto. El empaque es vital para realizar procesos de exportación, para poder así reducir

costos y no afectar el estado del producto. Finalmente, para que el proceso de exportación cumpla los objetivos planteados por la empresa, se deberá conocer todas las leyes, los requerimientos y normas que tienen tanto el país en el que sale el producto como en el que entra.

11. Conclusiones

Cada vez son mayores los cambios y las transformaciones en las tendencias de la humanidad. Los súperalimentos consisten de una lista extensa de múltiples alimentos, por ello, analizar y estudiar el comportamiento de cada uno es necesario para entender más allá de su composición biológica; su oportunidad económica, que abre las puertas a un mercado global que busca mejoras continuas mediante tendencias de buenos hábitos.

Tanto la quinua como los arándanos son dos súperalimentos que poseen diversos beneficios y usos de preparación, por ende, fue crucial entender de qué manera se le puede sacar mayor provecho, esto con el fin de entender cuál es la mejor manera de comercializarlos y darlos a conocer al mundo entero. Es notable como de frutos tan simples y semillas pequeñas pueden salir múltiples productos que dividen en muchas partículas cada beneficio que un súperalimento posee.

La quinua es un pseudocereal que, mediante un extenso análisis, logró demostrar diversas formas de preparación y aporte nutricional, para posteriormente comercializarlo mediante un canal B2B debido a que muchas industrias lo emplean como materia prima para procesarlo y de ahí elaborar muchos productos que después se comercializarán. En cuanto a los arándanos, por su condición de ser más propensos a daños en su composición se decidió comercializarlos mediante el canal B2C para que estén en varios canales de distribución como los retails.

Estados Unidos, a pesar de ser la potencia más grande del mundo, brinda oportunidades de explorar un nuevo mercado y favorecer al crecimiento en la tasa de exportaciones de los países sudamericanos. Las ciudades de Miami y Orlando, Florida, aportan un gran porcentaje a la economía estadounidense, los estilos de vida y las variables que influyen sobre la cultura de estas ciudades, favorecen las exportaciones, además de ser ciudades costeras, claro está.

12. Bibliografía

- (Blueberries consulting magazine, 2018, párr. 12). Obtenido de :
<https://blueberriesconsulting.com/>

- (Businesswire, 2020, párr. 7). *United States Blueberry Market Growth, Trends, and Forecasts Report 2020-2025 with Covid-19 Impact Analysis*. Obtenido de <https://www.businesswire.com/news/home/20200917005386/en/United-States-Blueberry-Market-Growth-Trends-and-Forecasts-Report-2020-2025-with-Covid-19-Impact-Analysis---ResearchAndMarkets.com>
- (Cervera, 2019, párr. 2). *¿Qué son los superalimentos?* Obtenido de: <https://flaxandkale.com/blog/los-superfoods-o-superalimentos>
- (Colciencias, 2018) (Revista El Quindiano, 2018, “*Colombia, una despensa natural de los denominados súperalimentos*”, párr, 2.). Obtenido de *los denominados súperalimentos*”, párr, 2.). Obtenido de: <https://www.elquindiano.com/noticia/10414/colombia-una-despensa-natural-de-los-denominados-superalimentos>
- (INEGI, 2011). *Exportaciones, ¿qué son las exportaciones? Por qué surgen las exportaciones?* p. 2 obstáculos a las exportaciones p. 3 Obtenido de: [https://docplayer.es/15598920-Exportaciones-que-son-las-exportaciones-p-2-por-que-surgen-las-exportaciones-p-2-obstaculos-a-las-exportaciones-p-3.html#:~:text=Las%20exportaciones%20son%20la%20venta,pa%C3%ADses%20\(INEGI%2C%202011\).&text=Las%20exportaciones%20surgen%20cuando%20a,el%20extranjero%20su%20producci%C3%B3n.](https://docplayer.es/15598920-Exportaciones-que-son-las-exportaciones-p-2-por-que-surgen-las-exportaciones-p-2-obstaculos-a-las-exportaciones-p-3.html#:~:text=Las%20exportaciones%20son%20la%20venta,pa%C3%ADses%20(INEGI%2C%202011).&text=Las%20exportaciones%20surgen%20cuando%20a,el%20extranjero%20su%20producci%C3%B3n.)
- (Kotler, 2012) *Fundamentos de marketing*. Sexta edición. Editorial Pearson. México D.F.
- (Ministerio de Agricultura, 2017) Obtenido de: <https://www.agronet.gov.co>
- (Mordor Intelligence, 2020, párr, 5.) Obtenido de: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/superfoods-market>

- (Penelo, 2018). *Arándanos: propiedades, beneficios y valor nutricional de unas bayas muy sanas*. Obtenido de: <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180710/45783544503/arandanos-frutas-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>
- (Periódico El Tiempo, 2017, “*alimentos con más seguidores que las estrellas de rock*”, párr, 4.). Obtenido de: <https://www.eltiempo.com/salud/superalimentos-que-estan-de-moda-107030>
- (USDA, 2019). Obtenido de: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/168917/nutrients>
- Bioeco Actual, (34), p. 2-3. *Superalimentos: energía natural*. Obtenido de: https://www.bioecoactual.com/wp-content/uploads/PDF2016/bioecoactual_septiembre_16_cas.pdf
- Indexbox (2019) Obtenido de: <https://www.indexbox.io/>
- KOTLER, P. (2012) *Fundamentos de marketing*. Sexta edición. Editorial Pearson. México D.F.
- MyperuGlobal (2013). *Estudio de mercado internacionales de la quinua*
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2016).
- Porter, m. (1990). *ser competitivo*. estados unidos: libro harvad bussines
- Quality Assurance and Food Safety (2018) Obtenido de: <https://www.qualityassurancemag.com/article/building-into-2020/>
- Santos Martínez, T. L (2019). *Mercado Potencial Quinua* (Tesis de Pregrado, Universidad Agustiniiana) Obtenido de: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1214/SantosMartin ez-Tania-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Solís (2018). *Estos son los diez 'superalimentos' que no pueden faltar en tu día a día.*
Obtenido de: <https://www.elcomercio.es/sociedad/diez-superalimentos-pueden-alimentos-diarios-vida-sana-20180927163729-nt.html>
- Sunil Chopra and Peter Meindl (2006). Supply Chain Management. 3° Edition.
Pearson/Prentice Hall.