

**ANALISIS DE LOS MERCADOS PRIORITARIOS EN PRODUCTOS ORGANICOS
COLOMBIA - ALEMANIA**

PRESENTA

Valentina Noriega Machado

Julio Cesar Mercado Acevedo

PRESENTADO A

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

PRIMER PERIODO

2021

Tabla De Contenido

Pregunta de Investigación	2
Objetivos	3
Objetivo General.....	3
Objetivo específico	3
Justificación.....	3
Marco Teórico	4
Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.

Pregunta de Investigación

¿Cómo se puede posicionar y expandir la presencia de los productos Orgánicos en Alemania?

Problema de Investigación

Que tan competitivo puede ser el producto colombiano en el mercado alemán.

Descripción del problema

En Colombia actualmente se encuentra con gran variedad de empresas calificadas, reconocidas, y especializadas en la comercialización y distribución de productos orgánicos. A pesar de que es una modalidad que se ha ido popularizando en el país. Por otro lado la mayoría de negocios del sector agrícola están constituidas sin hacer previa a la investigación del medio, con respecto al mercado potencial y los productos que se pueden ofrecer por lo que su permanecen en el mercado puede ser corta

Tal vez su variedad, precio, calidad e innovación todo esto se ve reflejado en el incremento del valor del artículo y por lo cual se debe realizar un estudio de negocios con el fin de que existan consumidores potenciales de este producto.

Es por esto que surge el problema competitividad de los productos orgánicos, falta de estrategias y de medios de promoción de su producto que lleguen al consumidor, así como falta de potencia en el mercado internacional por poca incursión en las exportaciones, es así donde nace el principal meollo del asunto, en el que debe entrarse a considerar qué hace falta para un posicionamiento real y una expansión en el mercado agrícola de este producto que representa una nueva alternativa de consumo

Obejtivos

Objetivo General

Identificar que productos son los más competitivos en el mercado agrícola alemán

2.2 Objetivos Específicos

2.2.1 Identificar las principales ciudades de consumo de productos orgánicos en Alemania

2.2.2 Determinar la modalidad de exportación de Colombia – Alemania para los productos orgánicos

2.2.3 Determinar los productos orgánicos de gran impacto en la sociedad

Justificación

La importancia de este proyecto de investigación radica en el interés de obtener resultados que permitan tanto una contextualización y recomendaciones para los productos orgánicos con la que se realizará el estudio, , con conclusiones que irán desde el encuentro de debilidades y amenazas del sector a nivel internacional como estrategias para un posicionamiento adecuado en base a los productos orgánicos en el país, obteniendo ventajas competitivas y el desarrollo de empresas para ganar una trayectoria que le dé una estancia en el mercado con éxito.

Así como también, se hará un breve repaso sobre las ideas de competitividad en el mercado internacional teniendo como referencia de los productos orgánicos colombianas que sobresalen en las exportaciones. Todo esto ya que, hoy en día los negocios internacionales mueven el mundo y están en una constante interconectividad, y aunque llegar al top es difícil, el incursionar a nivel global brinda herramientas de aceleración y crecimiento del mercado, por esto queremos llegar con el estudio un profundo conocimiento sobre las etapas de cada departamento que compone una empresa de inicio a final para extraer las fortalezas y debilidades, buscando ofrecer un plan de acción amplio con varias opciones internacionales que disminuya el riesgo y se pueda ser más competitivo ya que importar y exportar hoy en día es más sencillo.

Posicionamiento y expansión de mercado en el país Y esto será un gran aporte para las empresas agricultoras en Colombia, además dado que el comercio de este producto ha venido teniendo un crecimiento significativo, es momento de realizar acciones que aumenten su valor, ya que aunque va en crecimiento, aun se cuenta con muy baja presencia en el país, que han logrado posicionarse comuna cuota de mercado más alta que las multinacionales que manejan la industria en Colombia, y sobre todo en el departamento foco de estudio como es Santander, donde es casi nula la industria desarrollada en la región, así que será de gran importancia encontrar las herramientas que permitan un posicionamiento en relación al contexto y la cultura del departamento.

Es así como con este proyecto conformado por unas partes interesadas en la investigación se está generando información que se verá aplicada en un corto y mediano plazo, el cual se espera ténganos resultados positivos en el incremento de mercado, siendo beneficioso para la región ya que al aplicarse en la vida real, se estaría contribuyendo en el desarrollo del departamento, su competitividad y podría convertirse este mercado en un atractivo más de la región.

Marco Teórico

En la presente pasaremos por los términos de competitividad, investigación de mercados y posicionamientos de marcas, así como la importancia de la exportación y de la implementación de estrategias en los mercados con un enfoque en los productos orgánicos. En primer lugar, Las empresas en el ámbito empresarial sin importar el sector empresarial que sea, se dedican a la fabricación y comercialización de productos y servicios. Pero para que haya fluidez entre los ingresos y gastos, las empresas deben implementar estrategias que le permitan asegurar la relación de los objetivos mencionados anteriormente; es por ello que para tomar decisiones en la implementación de un nuevo producto y servicio, las empresas primero se dedican a conocer los gustos y los puntos de vista de los clientes en la escogencia de los productos y servicios que prefieren. Estos métodos de recolección de datos se realizan por lo general a través de indagaciones mediante la escogencia de un instrumento de recolección de datos, que permiten evaluar los gustos y las expectativas de los consumidores sobre el ideal de un producto o servicio que prefiera

Los productos orgánicos han venido tomando cada vez más fuerza, sin embargo, según Fedeorgánicos, el gremio que agrupa a productores y comercializadores de productos orgánicos, aseguró que el país está rezagado frente al resto del mundo en el cultivo de este tipo de alimentos. Pese a que Colombia tiene 54.000 hectáreas para el cultivo orgánico, tan sólo hay cinco productos de este origen que circulan constantemente en el mercado.

En ese sentido, Ruth Rodríguez Andrade, docente de Zootecnia de Unisalle, considera importante conocer la definición de qué es realmente un producto orgánico, “usamos la definición del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural que define la producción orgánica como un sistema que promueve la producción ambiental, social y económicamente sostenible de alimentos. Y para el comprador del supermercado, debe saber que llamamos orgánico a un alimento libre de pesticidas, transgénicos y químicos“ Ruth Rodriguez Andrade (2019)

También podemos recalcar que “Algunos de los problemas más importantes que actualmente enfrenta la agricultura en general son la erosión y la pérdida de fertilidad de los suelos. Tradicionalmente, residuos orgánicos han sido incorporados a suelos agrícolas para aumentar el contenido de materia orgánica y como fuente de nitrógeno para los cultivos. Sin embargo, frecuentemente esta aplicación no es realizada en forma adecuada, atendiendo a las características del suelo y al estado de descomposición de los residuos orgánicos, lo que puede provocar una serie de daños en la salud del ecosistema, como la salinización de los suelos, la lixiviación de sustancias fitotóxicas y el escurrimiento de nitratos y fosfatos a

mantos acuíferos y a cuerpos de agua superficiales. Una alternativa para la disminución del impacto ambiental del uso de estos desechos son el compostaje y el vermicompostaje, procesos que permiten la producción de materiales de interés agrícola y de comercialización viable: la composta y la vermicomposta, productos estables que pueden tener diversas aplicaciones de interés agrícola como abonos, enmiendas y sustratos orgánicos. La incorporación de dichos abonos orgánicos es una práctica que está cobrando cada vez más importancia por sus comprobados efectos benéficos en las propiedades físicas, químicas y biológicas de los suelos agrícolas. “Ofelia Adriana Hernández-Rodríguez (2020)

También indican que no existe evidencia contundente de que los productos orgánicos sean más nutritivos que los convencionales. O que, como en el estudio de Smith-Spangler, aun cuando existan diferencias altamente significativas a favor de los productos orgánicos, por ejemplo, en el contenido de fósforo, las diferencias son pequeñas como para causar efectos clínicos reconocibles. Al mismo tiempo, otros estudios muestran lo contrario: existe amplia evidencia de la superioridad nutricional de los productos orgánicos. Algunos de estos estudios son publicados por investigadores universitarios o por activistas conocidos en el movimiento orgánico como, por ejemplo, el Organic Center. Como lo dice “Mientras que cierta parte de la comunidad académica sostiene que, en términos nutricionales, no hay gran diferencia entre la agricultura ecológica y la producción convencional, numerosas investigaciones están acumulando evidencia de lo contrario. A esto hay que sumar los efectos benéficos desde el punto de vista social, cultural y económico, tanto para agricultores como para consumidores “ Roberto Ugas (2020)

En el presente estudio de investigación se ha abordado el tema de los alimentos orgánicos, indagando sobre los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores verdes, definiendo un perfil de consumidor y precisando la postura que tienen estos consumidores con respecto a los factores mencionados anteriormente y la actual oferta de productos ecológicos. La sociedad actual es cada vez más exigente con respecto al cuidado del medio ambiente, premia las prácticas empresariales como la Responsabilidad social empresarial, por lo que es cada vez más importante dar énfasis a áreas como el marketing verde. Desde dicha perspectiva, el interés por parte de la sociedad hacia los alimentos orgánicos, nace en la actualidad de la creciente preocupación de las personas por el cuidado del medio ambiente y una mayor conciencia por los daños causados en la naturaleza, derivados de un mal uso de los recursos “las variable que influyen en la decisión de compra de un alimento orgánico son: el precio, el producto, la plaza y la promoción.” Mc Donnell Bernabé, Paul Reginald Yáñez Rogers, María Adelaida (2008)

Bibliografía

Ruth Rodríguez Andrade (2019) RESTO DEL MUNDO EN EL CULTIVO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

<https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-esta-rezagada-frente-al-resto-del-mundo-en-el-cultivo-de-productos-organicos-2816288>

Mc Donnell Bernabé, Paul Reginald; Yáñez Rogers, María Adelaida;(2008) Alimentos Orgánicos: ¿Qué es lo que busca el consumidor verde?
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108469>

Roberto Ugás (2017) La agricultura ecológica nutre mejor al campo y a la ciudad
<http://www.leisa-al.org/web/index.php/volumen-30-numero-4/1072-la-agricultura-ecologica-nutre-mejor-al-campo-y-a-la-ciudad>

Sánchez Castañeda, Javier (2017) Mercado de productos agrícolas ecológicos en Colombia<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22709>

Katarina lopez porras (2011) El mercado de productos organicos: oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense
https://www.tec.ac.cr/sites/default/files/media/doc/el_mercado_de_productos_organicos_0.pdf
