

EXPORTACIÓN DE CARDAMOMO  
ANTIOQUEÑO A ISRAEL

Presentado por:  
ANDREA CAROLINA CORREA  
JENIFFER OROZCO SEPÚLVEDA

Profesor:  
VLADIMIR ALVAREZ ROJAS

Asignatura  
OPCIÓN DE GRADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
MERCADERO INTERNACIONAL  
BELLO, COLOMBIA  
2020 -II

## Contenido

Dedicatoria .....	4
Resumen .....	5
Palabras Claves.....	6
Abstract.....	7
Keywords.....	8
Introducción.....	9
Planteamiento del Problema .....	11
Tema general: .....	11
Tema específico:.....	11
Definición del problema: .....	11
Enunciar el problema.....	12
Formular el problema .....	13
Pregunta General: .....	13
Preguntas Específicas: .....	13
Justificación.....	14
Objetivo General .....	16
Objetivos Específicos .....	16
Marco teórico.....	17
Metodología.....	21
Descripción del producto.....	23

Descripción del país .....	25
Inteligencia de mercados .....	31
Tamaño del mercado .....	31
Descripción de los principales demandantes del mercado .....	34
Análisis de proceso de distribución.....	35
Figuras .....	39
Matriz Pest.....	39
Matriz DOFA del producto (Cardamomo).....	39
Diagrama de Gantt.....	41
Mezcla de Marketing.....	42
Producto.....	42
Precio.....	42
Distribución (Plaza).....	43
Comunicación (Publicidad).....	44
Estrategias y Tácticas .....	45
Estrategia de Crecimiento por Desarrollo de Mercados.....	45
Estrategia de Liderazgo en Costos .....	45
Alianza Estratégica con Guatemala.....	46

Tipo de Segmentación ..... 47

Referencias ..... 48

## **Dedicatoria**

Este trabajo de grado es dedicado a nuestros familiares más cercanos, pues en los momentos más difíciles, de angustia y desesperación, aparte de apoyarnos también nos alentaron para dar lo mejor de sí mismas, y aunque durante este proceso tuvimos altas y bajas siempre encontraron la forma correcta de motivarnos a continuar este camino tan importante para nuestra realización académica.

Agradecemos además a todos los docentes, especialmente a Vladimir Alvarez, pues con su conocimiento, apoyo y paciencia hicieron de nosotras unas profesionales capacitadas y unas personas íntegras.

## Resumen

La finalidad de este proyecto es plantear estrategias de mercadeo sobre la introducción de cardamomo antioqueño en el mercado israelí; puesto que, a pesar de ser un fruto muy cotizado, no se le ha dado la importancia que merece.

La metodología para la realización de este trabajo de grado fue un método deductivo y el tipo descriptivo, analizando la importancia que posee el cardamomo como producto para exportar e investigando más a fondo como Colombia podría incrementar su participación en este mercado.

Inicialmente se escogió como país a exportar Israel, debido a que está dentro de la lista de países con mayor consumo de cardamomo, además las relaciones entre los dos países son estables pues actualmente ambos cuentan con un TLC vigente desde el año 2019, donde uno de sus acuerdos provee un mayor beneficio en el sector agrario para Colombia. También como factor fundamental se tuvo en cuenta la participación de los competidores en el mercado, en este caso Guatemala, como mayor exportador de esta especia en el mundo.

Al finalizar este trabajo se recomienda estrategias para conseguir una entrada exitosa del cardamomo colombiano al mercado israelí, de manera que a largo plazo se pueda acceder con mayor facilidad a otros países del Medio Oriente potencialmente demandantes de la especia.

## Palabras Claves

- Mercado
- Cardamomo
- Colombia
- Antioquia
- Israel
- Especia valiosa
- Competencia
- Cultivo
- Estrategias de mercadeo
- Cultura
- Tratado de libre comercio
- Exportación

## **Abstract**

The purpose of this project is to propose marketing strategies on the introduction of Antioquian cardamom in the Israeli market; since, in spite of being a highly valued fruit, it has not been given the sufficient importance it deserves.

The methodology for this degree work was the deductive method and the descriptive type, analyzing the importance of cardamom as a product for export and further researching how Colombia could increase its participation in this market.

Initially Israel was chosen as the country to export, because it is within the list of countries with the highest consumption of cardamom. In addition, the relations between the two countries are stable because both have a FTA in force since 2019, where one of its agreements provides greater benefits in the agricultural sector for Colombia. The participation of competitors in the market was also a fundamental factor, in this case Guatemala, the largest exporter of this spice.

At the end of this work, strategies were recommended to achieve a successful entry of Colombian cardamom into the Israeli market and that in the not-too-distant future other countries with greater consumption in the Middle East will be more easily accessible.

## Keywords

- Market
- Cardamom
- Colombia
- Antioquia
- Israel
- Valuable spice
- Competence
- Cardamom culture
- Marketing strategies
- Culture
- Free trade agreements
- Exportation

## Introducción

El cardamomo, actualmente una de las especias más valuadas en el mundo, originada hace miles de años en el sur de Asia, donde a lo largo de los años ha sido utilizada para acompañar las comidas, y que se ha convertido en un ítem indispensable en las cocinas del Oriente Medio, tanto así que ahora ha obtenido un valor cultural en muchos de esos países. El mercado del cardamomo se ha hecho más y más grande, generando millones de ganancias cada año, por tal motivo Colombia recientemente ha visto la oportunidad de ingresar en dicho mercado, puesto que es uno de los pocos países que poseen determinadas condiciones climatológicas y suelos con características y cuidados especiales para lograr cultivar este fruto; por lo que la Cooperativa Agroindustrial del Suroeste Antioqueño está intentado promover el cultivo de cardamomo para lograr mantener y superar la demanda ya existente y atendida de países como Arabia Saudita, Siria y Pakistán, así mismo, lograr en un futuro la expansión a más países del mundo.

La metodología que se emplea para el desarrollo del trabajo es el método deductivo partiendo desde el cardamomo como un fruto costoso y muy demandado en el mercado Europeo y Africano, llegando al desarrollo del entorno para una correcta exportación, así pues, tomando en cuenta las características del cardamomo antioqueño y los factores que posee Israel como país de destino. El proyecto utilizará un estudio descriptivo, para conocer la situación actual de los dos países y demás hechos que pueden afectar o favorecer la comercialización del producto, seleccionando fuentes confiables de páginas web, repositorios y estudios previos con temáticas similares.

El contenido del siguiente trabajo parte inicialmente de la explicación de cuál es la problemática que se está planteando y el porqué de la misma, se mencionara la principal

competencia en este sector y como está dominando el mercado, además se tendrán en cuenta varias teorías administrativas, logísticas y de mercadeo, que ayudarán a guiar la trayectoria del proyecto. Para el análisis de la situación es importante la recolección de información sobre Israel, el cardamomo y el tamaño de su mercado, logrando desarrollar las estrategias y tácticas que facilitarán la realización de un próspero proceso de exportación.

Colombia carece de información acerca del consumo de cardamomo a nivel internacional, por ese mismo motivo ha sido una tarea complicada involucrarse en tal mercado, ya que específicamente en este campo, el país es relativamente inexperto en comparación con otros productos agrícolas exportables actualmente. Además es importante que Colombia se habrá paso en este mercado que continuamente genera grandes ingresos y así, poder aprovechar las relaciones comerciales que hay actualmente con países de alto consumo de cardamomo como Israel.

En cuanto al ámbito académico este trabajo representa un proceso retador el cual exige poner en práctica gran parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de la tecnología, donde permite comprender mejor todo el desarrollo que se requiere para ingresar a un mercado internacional, asimismo, este proyecto contribuye a futuras investigaciones profesionales o académicas relacionadas con la especia u otro producto similar que se quiera exportar a Israel, pues es un documento que recolecta y analiza información acerca de la multiculturalidad y otros factores que tal país posee.

## **Planteamiento del Problema**

**Tema general:** El cardamomo y su introducción.

**Tema específico:** Impacto en las exportaciones de cardamomo que tienen las pymes antioqueñas a Israel.

**Definición del problema:** poco conocimiento sobre la introducción del cardamomo antioqueño al mercado de Israel.

## **Enunciar el problema**

Según el periódico (MONEC, 2019) “el cardamomo es uno de los productos con mayor crecimiento, que ocupa el quinto lugar dentro de los 25 principales bienes exportables”. También es conocida como una especia utilizada para diversos fines, en los que se encuentra la medicinal y la gastronómica, del mismo modo es una especia fundamental en las cocinas del Medio Oriente y Europeas, sin embargo, la escasez de este producto es significativa, debido al gran aumento de la demanda en los últimos años y la poca participación de otros países exportadores de dicho producto; esto ha hecho posicionar a Guatemala como el principal exportador a nivel global ascendiendo en el año 2019 a US\$432,8 millones.

Además, dentro de los mercados Colombianos no es muy bien conocido y mucho menos consumido, es por eso que no se le da la importancia necesaria que debería tener dicha especia, pues los cultivadores colombianos no poseen el conocimiento necesario e ignoran su futuro potencial exportable.

En este caso, se enfatizó en el mercado Israelí, debido a que actualmente ambos países cuentan con un tratado de libre comercio en el que Colombia se ve beneficiado en diversos factores como los arancelarios. Así mismo, con tal acuerdo bilateral se pretende fortalecer los emprendimientos nacionales con la intención de elevar la presencia de productos colombianos en tal mercado, diversificando los productos que actualmente ya se exportan como los agrícolas, agroindustriales e industriales.

**Formular el problema**

**Pregunta General:** ¿Cómo introducir a los mercados israelíes el cardamomo antioqueño?

**Preguntas Específicas:** 1- ¿Cómo son las relaciones comerciales entre Colombia e Israel?

2- ¿Cuál es la demanda de cardamomo en el mercado israelí?

3- ¿Cuanta es la capacidad de producción de cardamomo en las pymes antioqueñas?

## Justificación

La realización de este trabajo tiene como foco principal el posicionamiento del cardamomo dentro del top tres de las especias más costosas del mundo y el aumento significativo que ha tenido la demanda en contraposición con la oferta en los últimos años en países del Medio Oriente tales como Arabia Saudita, Emiratos Árabes, Israel, Bangladesh e incluso países europeos como Inglaterra. Otro factor relevante es que este mercado está casi en su totalidad monopolizado por Guatemala, quien es el mayor productor y por ende mayor exportador de esta especia a nivel global.

Por otro lado Colombia no tiene el conocimiento necesario con respecto a la evolución que ha tenido este mercado y tampoco cuenta con la experiencia suficiente sobre la exportación de cardamomo a este tipo de países. Por el contrario, una ventaja competitiva que posee el país es que es uno de los pocos lugares que produce y comercializa cardamomo, específicamente en el departamento de Antioquia en pueblos como Támesis, Valparaíso, Fredonia, Jericó, entre otros; en los cuales según el departamento administrativo de planeación Antioqueño suman un total de 90 hectáreas cultivadas a lo largo de Antioquia como se muestra en el siguiente recuadro:

Productos	Área total hectáreas	Área en producción hectáreas	Volumen de producción en toneladas	Rendimiento toneladas por hectárea
Aguacate (3)	11.160,70	8.089,60	132.914,30	40,31
Algarrobo	0,00	0,00	0,00	0,00
Banano (1)	37.675,60	37.075,10	1.234.983,51	94,70
Borojó	85,50	70,00	182,00	2,60
Brevo	22,50	20,00	132,75	6,64
Cacao	21.247,10	16.201,30	11.357,77	0,70
Café	133.075,80	114.448,30	198.838,28	1,74
Caña	37.130,10	34.218,10	148.543,78	4,34
Cardamomo	90,00	90,00	101,00	1,12
Caucho	8.271,10	1.429,00	1.300,00	0,91

Información Extraída (Departamento Administrativo de planeación, 2017).

Debido a la situación que se evidencia actualmente se identificó la oportunidad de expandir la participación colombiana en mercados como Israel, puesto que recientemente se puso en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Colombia e Israel.

### **Objetivo General**

Plantear estrategias de mercadeo sobre la introducción del cardamomo Antioqueño en el mercado Israelí.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar las relaciones comerciales existentes entre el acuerdo bilateral de Colombia e Israel.
2. Conocer la demanda requerida de cardamomo en Israel y verificar cual es la capacidad productora de las pymes Antioqueñas.
3. Analizar la viabilidad de la exportación de cardamomo Antioqueño al mercado Israelí.

## Marco teórico

“Con base en la teoría de Administración Científica de Frederick Winslow Taylor de 1911 y sus cuatro ejes principales correspondientes a la planeación, preparación, control y ejecución” (Jiménez, 1978), es de suma importancia saber para el presente caso la falta de información sobre la introducción del cardamomo Antioqueño en mercados extranjeros especialmente en Israel, es ampliamente notable y de gran necesidad debido a que actualmente el desconocimiento del mismo, no permite dimensionar el potencial que podría tener el cardamomo Antioqueño en este nuevo mercado, pues acompañado de estrategias adecuadas y un análisis detallado del mercado es posible establecer que impacto tendría la exportación de cardamomo de las pymes Antioqueñas a Israel.

Del mismo modo, según (Aguero, 2018), “las relaciones humanas son importantes para obtener un mejor clima y entendimiento del ambiente”, en efecto, anteriormente se comentó el poco conocimiento que posee la región Antioqueña al exportar o introducir cardamomo en países del medio oriente como Israel, al igual que, la nula claridad de la cultura, religión, política y datos relevantes para que la negociación con dicho país sea exitosa.

“Una de las teorías del comercio internacional identifica nítidamente al país densamente poblado de empresas que gozan de ventajas absolutas intersectoriales, es decir, empresas capaces de producir el mismo bien con menores costes unitarios que sus rivales” (Guerrero, 1996). Pues, en la actualidad, Colombia no reconoce la importancia del cardamomo como material de exportación, ignorando que dicha especia es una de las más costosas del mundo y posee un crecimiento exponencial año tras año aumentando su demanda, sin embargo, específicamente Antioquia dispone la ventaja de ser uno de los pocos lugares a nivel mundial que cultivan y

comercializan el cardamomo, esto se traduce como un mérito con respecto al mercado del cardamomo, debido a que con la llegada de la especia proveniente de Antioqueña, la oferta de este producto aumentaría significativamente. Para (Buendía, 2013) “toda ventaja comparativa proviene de la especialización de la producción de aquellos bienes o servicios en los que su costo comparativo sea relativamente menor”. Puesto que el cardamomo antioqueño proviene de pymes ubicadas en el suroeste del departamento, y donde se poseen las condiciones del clima y sus suelos; se puede considerar que es un territorio totalmente apto y rentable para el cultivo del mismo.

Además, para la creación de estrategias con índole exportadoras de cardamomo Antioqueño a Israel es importante tener en cuenta diferentes variables mercadológicas, como el producto, la distribución, el precio, la comunicación y la fuerza de venta, pues para obtener un resultado exitoso es fundamental contar con la sincronización en estos cinco pilares. Sin embargo, los canales de distribución juegan un papel crucial a la hora suplir efectivamente la necesidad del consumidor final, y en la que finalmente se logra a través de propuestas de valor. (Kotler & Armstrong, 2003).

Por otro lado “La «nueva» teoría del comercio internacional, que en un marco de competencia imperfecta señala causas alternativas y beneficios del comercio que no guardan relación con las diferencias entre países” (Gonzáles, 2011). Por lo cual, también se tiene en cuenta la oportunidad que representa los beneficios del tratado de libre comercio con Israel para la exportación del cardamomo antioqueño, donde se elimina hasta el 98% de aranceles para este tipo de productos, por lo que si se lograra la introducción del cardamomo proveniente de Antioquia a Israel podría convertirse en una escala creciente de exportación en Colombia y la oportunidad de fortalecer lazos comerciales entre las dos naciones.

Además, según Kenichi Ohmae y el modelo de las 3C'S (Corporation, Customer and Competitors), en la que respectivamente se posicionan las pymes Antioqueñas, el mercado Israelí y Guatemala (el mayor país productor del cardamomo en el mundo) formando un “triángulo estratégico” con el fin de obtener una sólida combinación de ventajas comparativas entre sí, y en el que después de un respectivo análisis y ejecución de este, el desempeño de las pymes pueda ser igual o en un futuro superior en relación a su competencia (Guatemala). (Bravo & Willchez, 2012). Por consiguiente “Paul Krugman sostiene que parte del comercio internacional es explicado por la existencia de la competencia imperfecta y de economías de escala crecientes” (Aguirre, 2014), así que de darse una exitosa negociación en el mercado Israelí, proporcionaría a Colombia, y al mercado Antioqueño la posibilidad de convertirse en un serio competidor en el mercado de cardamomo y ascender como un exportador a gran escala.

Del mismo modo las pymes Antioqueñas dedicadas al cultivo de la especia deben tener en cuenta al momento de realizar el proceso exportador, que la logística competitiva busca altos niveles de servicios con costos bajos (Ballesteros & Ballesteros , 2004) en lo que cada factor determinante en cuanto a la logística es crucial para el satisfactorio posicionamiento de las pymes en Israel.

Por lo tanto, “Roberto Bloch expone la trilogía logística, donde señala tres elementos fundamentales para la correcta ejecución en factores de exportación; como la rapidez, la eficiencia y la seguridad, en la que al momento de coordinar estos elementos adecuadamente se obtiene una mayor competitividad en cuanto a la cadena logística para las empresas exportadoras” (Avendaño & Silva, 2018) y por consiguiente experiencia y capacidad para mantener y abrir nuevos mercados. Sin embargo, en la Teoría de las Restricciones descrita por primera vez por (Goldratt, 1994) da a entender que la principal razón para que una empresa no

tenga ganancias ilimitadas es por las restricciones o "cuellos de botella". De esta manera, se reconoce la actual inexperiencia de las pymes Antioqueñas, la carente infraestructura, el desconocimiento acerca de la respectiva documentación y entre muchos otros cuellos de botella que impiden la eficiencia logística y aumenta los costos de exportación, por eso, resalta la importancia de la planeación de estrategias para un mejoramiento continuo a partir de las ventajas y debilidades de la empresa en su gestión logística.

## **Metodología**

El método de investigación para este proyecto fue el método deductivo partiendo del gran valor que ha tenido el cardamomo a nivel internacional, de tal forma que el cardamomo proveniente de Antioquia es una buena opción para el mercado israelí, debido principalmente al tratado comercial vigente entre los dos países, que puede concluir en el desarrollo favorable y viable de un proceso de exportación.

En esta investigación el tipo de estudio que se utilizó fue el descriptivo, puesto que a lo largo del proyecto se ocupa la descripción del entorno, como lo son los cultivos ubicados en el noroeste de Colombia, y el país de destino al que se prevé impactar como es el caso de Israel, de ahí se parte a los diferentes elementos y/o componentes que pueden ser tanto beneficiosos como perjudiciales al momento de comercializar el cardamomo antioqueño, como lo es el gran impacto económico del producto internacionalmente, la falta de producción en masa del país con respecto esta semilla, la monopolización del mercado por parte de Guatemala, etc.

Los instrumentos utilizados para el desarrollo de este trabajo investigativo fueron en su mayoría fuentes provenientes de internet como artículos de revistas y periódicos, informes de fuentes respaldadas por estadísticas, estudios anteriores relacionados a este tema, además de páginas web que contienen datos relacionados tanto nacionales como internacionales.

Todas las fuentes anteriormente mencionadas fueron de vital importancia para el desarrollo de este proyecto, donde se obtuvo información fundamental acerca del crecimiento exponencial del cardamomo, el proceso que se lleva a cabo en los pueblos aledaños de Antioquia para el cultivo de la especia, y quien se encarga de la comercialización del producto, también se tomó en cuenta informes recientes acerca de los países que más importan cardamomo, y las relaciones

políticas y comerciales que cada uno tiene con Colombia, y de esta forma escoger el país más apto para realizar el proceso de exportación, en la que con base a la información recolectada el país más indicado fue Israel.

## Descripción del producto

El nombre científico del cardamomo es *Elettaria cardamomum* y a nivel global existen diferentes tipos, tales como el cardamomo negro y el de Madagascar, sin embargo, el cardamomo verde es el más común gastronómicamente hablando en los países europeos y en el Medio Oriente. (hablemos de alimentos , S.f)

La vaina del cardamomo es de color verde y fina, llena de semillas negras en su interior; su sabor es intenso, cítrico, con un punto picante y dulzón. Se utiliza tanto en elaboraciones saladas como dulces, condimentando platos como curris, arroces, panes o pasteles. Es uno de los ingredientes que tradicionalmente se utilizan para aromatizar bebidas como el masala chai (bebida típica de la India a base de té y especias) o el café turco.

El cardamomo se desarrolla en un clima húmedo y lluvioso, sin embargo el suelo no puede estar encharcado, pues la planta se marchita, además requiere de una temperatura constante entre los 18°C y 22 °C. (Redondo, 2018)

Por consiguiente, la obtención de las semillas es un paso primordial a la hora de cultivar la especia, debido a que dichas semillas son el producto en sí. En cuanto a la semilla, es importante tener en cuenta que su vencimiento es rápido y al momento de sacarlas de la vaina se deben poner a secar a la sombra y plantarlas en menos de 15 días.

Las semillas de cardamomo son empleadas en la actualidad, tanto enteras como molidas y no solo añade aroma y sabor a comidas y bebidas, sino también utilizada desde años atrás como remedio natural. Se emplea comúnmente para la parte digestiva, para aliviar la bronquitis, el asma y otras patologías respiratorias, del mismo modo brinda energía al consumirlo en bebidas e

incluso algunas personas lo fuman para potenciar sus beneficios. Además dicen que la semilla combate los gérmenes de la boca y como consecuencia, el mal aliento. (Eco Inventos , 2020)

En el proyecto actual se tiene la semilla entera como producto de exportación cuya partida arancelaria es: 0908310000.

**“Propiedades del cardamomo:** Por cada 100 gramos de cardamomo tenemos:

- 68 gr de carbohidrato.
- 28 gr de fibra.
- 10 gr de proteína.
- 6 gr de grasa”.

(Mannise R. , 2019)



Imágenes Extraídas de (Mannise & Mannise, 2019), (García, 2013)

## Descripción del país

Gracias al portal web (Datosmacro, 2020), el cual se encarga de recoger datos estadísticos sobre la economía y demografía de varios países, se logró obtener la información general del país al que se pretende ingresar:

Israel es un estado situado en el Oriente Próximo, ubicado en la ribera suroriental del mar Mediterráneo. Limita al norte con el Líbano, al este con Siria, Jordania, Cisjordania, al oeste con el mar Mediterráneo y la Franja de Gaza, y al suroeste con Egipto. Tiene una extensión de 20.770 Km<sup>2</sup> y 273 Km en costas.

Israel, con una población de 9.136.000 personas, se encuentra en la posición 98 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una alta densidad de población, con 402 habitantes por Km<sup>2</sup>.

### Factor Económico

Israel es la **economía número 30** por volumen de PIB. Su deuda pública en 2017 fue de 188.958 millones de euros, con una deuda del 60,41% del PIB. Su deuda per cápita es de 21.694€ euros por habitante.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida, también permite conocer datos relacionados con las finanzas de cada país como la producción económica, el valor del mercado, la tasa de empleo, etc. y dependiendo del resultado del mismo será un factor importante para que otros países decidan invertir allí. En el caso de Israel, en 2019, fue de 39.698€ euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 22 del ranking, esto

implica que el país posee un buen nivel de vida en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita. (datosmacro, 2020).

En adición con esto, la (Embajada de Israel en España, 2019) asegura que “Israel es un país industrializado, cuya producción se basa, en una intensa y sofisticada labor de IyD y en la aplicación de procesos, maquinaria y herramientas altamente tecnificados. Esto es resultado de un proceso de desarrollo muy rápido e intenso”.

### **Factor Social**

Un estudio que realizó (OECD, 2019) evaluando el nivel de vida que poseen los israelíes, como indicadores de vivienda, ingresos, empleo, comunidad, educación, medio ambiente, compromiso cívico, salud satisfacción, seguridad y balance vida-trabajo, concluyó que en general, los israelíes están más satisfechos con su vida que el promedio de la OCDE. Al pedirles que calificaran su satisfacción general ante la vida en una escala de 0 a 10, los israelíes le otorgaron una calificación promedio de 7.2, cifra mayor que el promedio de la OCDE de 6.5.

“Alrededor del 92% de los israelíes viven en zonas urbanas. Muchas modernas ciudades, que combinan lo antiguo con lo nuevo, han sido construidas en sitios conocidos desde la antigüedad. Después de la independencia se crearon varias nuevas “ciudades de desarrollo.” (Masuah, 2017)

También es importante mencionar que “En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva muestra el nivel de vida de sus habitantes.” (datosmacro, 2020).

### **Factor Político**

“Israel (nombre oficial: Estado de Israel) es un estado basado en una democracia parlamentaria, excepto en los territorios palestinos.

Los líderes políticos en el poder son el Presidente Reuven Rivlin (desde 2014) y el Primer Ministro Benjamín Netanyahu (desde 2019)”. (Export Entreprises SA, 2020).

Recientemente cientos de manifestantes se presentaron mientras el primer ministro Benjamín Netanyahu, estaba concediendo un discurso para conmemorar a un líder israelí, alegando su disconformidad en contra del mandatario. La revista (Itón Gadol Latinoamérica, 2020) afirma que “Los manifestantes han estado realizando protestas regulares contra Netanyahu, exigiéndole que renuncie a su juicio por cargos de soborno, fraude y abuso de confianza, así como por su manejo de la pandemia de coronavirus”.

### **Proceso de Paz**

A nivel internacional, además de las tensiones persistentes con los Territorios Palestinos, aumentó el riesgo de un conflicto con Irán y sus aliados tras el asesinato (por orden del presidente de Estados Unidos Donald Trump) del poderoso general iraní Ghassem Suleimani. A través de su mandato, Netanyahu ha convertido a Irán en una prioridad, acusando a Teherán de querer desarrollar armas nucleares, comparando el país a la Alemania nazi y presionando a los administradores de Estados Unidos para que no firmen el acuerdo nuclear de 2015, y luego pidiendo que se retiren de él, todo esto también se desemboca por las recientes medidas que ha tomado Estados Unidos al proclamar a Jerusalén como capital de Israel, provocando aún más tensiones entre los dos países, debido a que este acto no es bien visto por los mandatarios israelíes. Israel ha lanzado cientos de misiles a Siria en los últimos años, apuntando a milicias apoyadas por Irán, al igual que suministros enviados por el Hezbollah del Líbano para apoyar a

las fuerzas de Bashar al-Ásad. El riesgo de un conflicto entre Israel y el Líbano ha aumentado: la escalada del conflicto entre Estados Unidos e Irán aumenta la posibilidad de que el Hezbollah libanés realice ataques contra Israel. (Export Entreprises SA, 2020).

### **Factor Cultural**

“Israel es un país antiguo y nuevo a la vez, pero de mucha actividad cultural, desarrollada por su población muy heterogénea. Han contribuido a crear una cultura que forja una identidad propia, aunque preservando la singularidad de setenta comunidades diferentes”. (Embajada de Israel en España, 2019)

Gracias a la organización (Masuah, 2017), la cual se encarga de recolectar información acerca del país para informar a jóvenes judíos de América Latina y España, es posible saber que:

“Después de la independencia se crearon varias nuevas “ciudades de desarrollo”, como Carmiel y Kiriath Gat, para albergar las masas de inmigrantes que llegaron al país en aquellos años, ayudar a dispersar la población por todo el país y promover una economía rural y urbana estrechamente relacionadas entre sí, llevando la industria y los servicios a zonas hasta entonces deshabitadas”.

Sin embargo “Siendo una sociedad mayoritariamente de inmigrantes, la expresión creativa de Israel ha absorbido múltiples influencias culturales y sociales diferentes, combinando tradición e innovación, se esfuerza por mantenerse entre el particularismo israelí por un lado y el universalismo por el otro” (Embajada de Israel en España, 2019).

La sociedad israelí es altamente heterogénea, debido al gran porcentaje de inmigrantes que llegaron al país hace años. Un 80% son judíos, un 15% son musulmanes, un 3% cristiano y un

2% druso y otros. (Embajada de Israel en Chile, 2018) Por lo que la diversidad de la población en un factor fundamental para comprender la idiosincrasia del país. Adicionalmente, en el grupo mayoritario existe una gran diversidad, pues los judíos han llegado a Israel provenientes de todo el mundo. En todo caso, la diversidad y libertad social y religiosa está garantizada por ley.

Israel es el hogar de una población muy variada, con trasfondos étnicos, comunitarios, religiosos, culturales y sociales muy diversos, con respecto a lo que no muchos saben Israel es un país que permite a sus habitantes expresarse libremente, a pesar de todos los conflictos políticos que este tipo de acciones han generado en países cercanos. La Cultura en estos países es previamente definida por sus ideologías, sin embargo constantemente están en búsqueda de una identidad cultural que se logra expresar por medio de una creatividad en amplios componentes tales como el arte, el teatro, la danza, festivales anuales etc.

### **Religión**

La religión países del Medio Oriente es un factor altamente importante, sobre todo en un país como Israel, reconocido a internacionalmente como fuente de varias religiones. Por lo que (datosmacro, 2020) concluye que:

“En Israel el 95,5%, un altísimo porcentaje de la población, se declara creyente. El 73,1% de la población del país practica el Judaísmo, así pues se trata de la religión más seguida por su población.

En segundo lugar por número de creyentes se encuentra el Islam, con un 19,99% de la población que lo profesa”.

### **Factor Tecnológico**

“La política de Israel en materia de ciencia y tecnología persigue, como la de muchos países pequeños, el objetivo bien definido de mejorar su capacidad competitiva. En ciencia, estimula el establecimiento de centros de excelencia en torno a científicos destacados, manteniendo a la vez un buen nivel de calidad en un amplio espectro de campos científicos (Embajada de Israel en España, 2019). Israel ha sido uno de los países que más ha avanzado en materia de tecnología, incluso Tel Aviv, la segunda ciudad más poblada de Israel, ha logrado ser catalogada como una de las ciudades más avanzadas del Oriente Medio, y con todo eso Israel procura mantenerse a un nivel elevado por medio de la concentración en un número limitado de áreas.

El porcentaje de israelíes que se dedican a investigación científica y tecnológica, así como el porcentaje del producto interno bruto (PIB) invertido en investigación y desarrollo (IyD) son de los más altos del mundo” (Embajada de Israel en España, 2019).

### **Actualidad**

Actualmente con el Covid-19, pandemia que ha afectado a todo el mundo y que ha colapsado en gran parte la economía debido a los masivos contagios en países importantes en materia de exportación, se informa que “Hoy Israel también tiene ejemplos que ofrecer al resto del mundo, pero en sentido contrario. Sus cifras son muy ilustrativas. A día de hoy, el país está registrando alrededor de 500 nuevos contagios diarios por cada millón de habitantes.” (Webedia, 2020).

## Inteligencia de mercados

### Tamaño del mercado

Israel es un país del Medio Oriente con 9.136.000 habitantes, “considerado como el país más avanzado del sudoeste de Asia en cuanto a desarrollo económico e industrial” (Marulanda, 2017) situado a lo largo de la costa este del Mar Mediterráneo, lo que lo hace un lugar con amplia conectividad terrestre y marítima, uniendo continentes como Asia, África y Europa y recibiendo a lo largo de la historia grandes olas de inmigración procedentes de más de 120 países. “De modo que Israel en sí no es una sociedad de fusión, sino más bien un mosaico formado por diferentes tipos de poblaciones que coexisten dentro de un estado democrático” (Legis, 2013).

Como sociedad multiétnica, multicultural, multirreligiosa y multilingüe, Israel presenta numerosas divisorias de segregación, sin embargo, tal país comprende las características propias de su población y a su vez toma de allí las mejores cualidades para dar soluciones a problemáticas que a lo largo de la historia en países del medio oriente se han dado, por consiguiente “Prom Perú resalta el ambiente con el que cuenta Israel a la hora de hacer negocios, diciendo que es el segundo mejor de la región después de Emiratos Árabes en este ámbito” (Marulanda, 2017).

Si bien Israel es conocido a nivel global por su diversidad tanto cultural como religiosa también se destaca en su papel gastronómico, debido a que posee una serie de ingredientes exóticos en cada uno de sus platos “Las cocinas globales están sirviendo para que haya un

creciente interés en especias, hierbas, frutas y vegetales de otras latitudes como Japón, Corea, Filipinas e, incluso, del África Subsahariana y de Oriente Medio (Murcia, 2019).

A pesar de lo dicho anteriormente, Israel no tiene la capacidad de abastecer la necesidad que poseen en cuanto a recursos agrarios, por lo que depende en gran medida de las importaciones que realizan, en la que concretamente el 97% del volumen total, provienen de países en vías de desarrollo.

En este caso el cardamomo aunque es una especia originaria del sur de la India, Guatemala es uno de los mayores productores y exportadores de la misma como se ha dicho anteriormente y a nivel general se estima que el mercado crecerá a una tasa compuesta anual en los próximos 8 años y alcanzará los millones de dólares en 2026.

Tanto es así que según un informe realizado por (Banco de Guatemala, 2016) expone cuales son los 25 principales destinos a los cuales Guatemala exporta cardamomo, donde Israel se encuentra en el decimoquinto puesto en esta lista y se muestra que su consumo para el año 2016 fue 3,118.18 miles de dólares.

**25 principales países destino de las exportaciones de Guatemala, producto Cardamomo**  
Miles de dólares

Años	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
<b>Total</b>	<b>308,101.59</b>	<b>296,881.85</b>	<b>250,346.64</b>	<b>217,508.72</b>	<b>240,027.62</b>	<b>243,288.44</b>	<b>156,751.37</b>
EMIRATOS ARABES UNIDOS	53,435.24	39,684.54	44,969.57	42,242.39	65,957.25	77,286.68	21,759.63
ARABIA SAUDITA	114,368.76	100,721.81	84,351.15	65,947.03	72,897.04	70,679.41	48,903.89
BANGLADESH	5,069.79	11,341.00	10,761.35	6,791.34	11,202.25	12,208.53	13,226.48
JORDANIA	4,940.99	9,814.01	8,356.00	18,746.89	10,793.40	9,789.17	7,468.06
PAKISTAN	17,299.67	18,135.52	17,088.17	7,263.69	8,987.61	8,877.08	7,319.79
SIRIA	22,512.20	30,328.13	14,198.44	5,953.03	7,629.49	8,297.56	5,360.46
KUWAIT	9,192.34	10,779.66	7,661.93	5,906.05	4,985.60	6,312.69	3,477.73
EGIPTO	5,600.23	5,439.69	6,234.77	5,331.85	8,082.83	6,009.54	4,911.76
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	8,202.96	9,276.28	5,975.46	5,267.91	4,425.07	5,280.74	3,225.81
INDIA	4,870.35	8,093.16	12,417.23	15,491.22	7,782.68	4,610.53	2,207.26
SUDAN	0.00	485.51	752.86	1,767.64	1,728.52	4,170.31	4,096.36
REINO UNIDO	4,283.32	4,871.94	3,212.67	2,781.86	3,413.22	4,000.42	2,179.33
SINGAPUR	21,194.16	6,779.17	6,479.01	7,883.57	6,610.11	2,999.16	2,489.07
ALEMANIA	6,005.56	6,743.70	3,630.30	3,476.76	1,819.90	2,311.48	1,613.30
ISRAEL	4,755.77	6,574.41	5,353.85	4,898.37	4,327.92	2,243.69	3,118.18
NEPAL	0.00	0.00	51.84	0.00	3,955.63	1,827.03	4,491.10
JAPON	4,438.13	3,657.75	2,800.24	1,729.34	2,010.52	1,693.52	1,310.76
PAISES BAJOS	4,514.20	7,164.38	3,387.28	3,596.91	3,276.25	1,635.62	1,998.75
IRAK	271.29	0.00	0.00	0.00	0.00	1,527.44	7,104.56
MALASIA	3,694.07	1,738.44	1,253.48	1,170.60	1,766.65	1,450.58	1,208.81
QATAR	2,895.30	2,073.74	907.76	2,860.20	98.80	1,276.31	685.19
LIBANO	769.49	1,829.38	1,687.53	1,483.74	1,215.56	1,179.20	1,086.44
SUECIA	2,755.07	2,818.72	952.30	677.20	1,215.76	1,150.27	190.27
TURQUIA	0.00	70.00	78.01	75.25	371.32	818.50	2,332.28
FRANCIA	449.24	972.75	598.54	333.41	714.33	720.40	319.10
Resto países	6,583.46	7,488.16	7,186.90	5,832.47	4,759.91	4,932.58	4,667.00

\*cifras al mes de agosto

Fuente: Banco de Guatemala

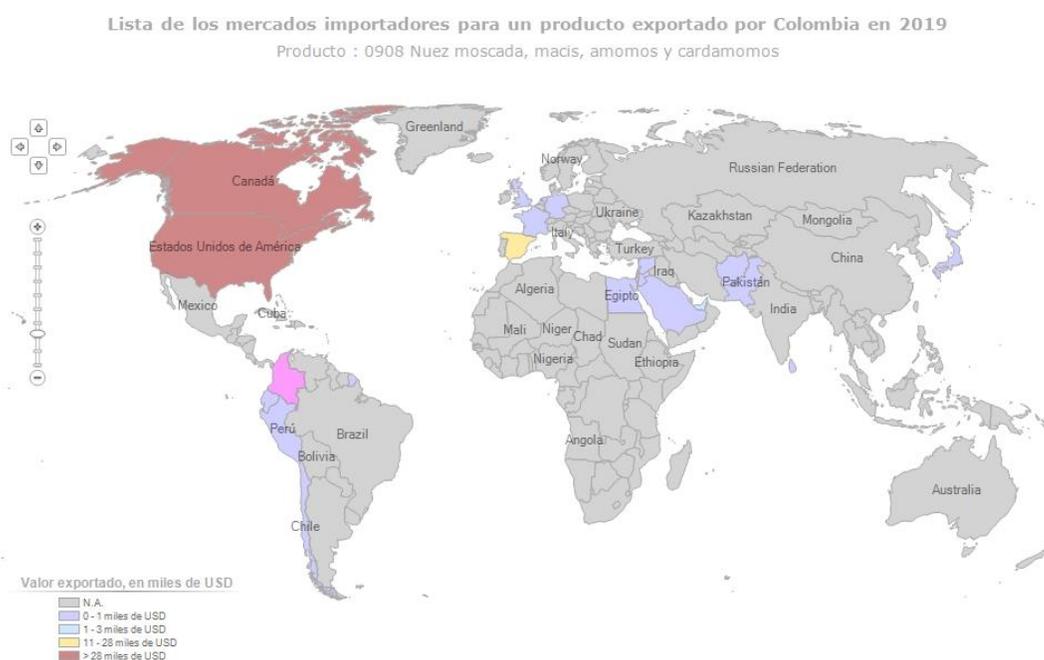
En cuanto a las principales empresas y cadenas que comercializan cardamomo en Israel se encuentran:

- GRUPO DANI
- Synthite Industries
- N C Bhojraj & Company (NCBC) india
- Everest Spice
- IMEXA
- ROYAL SPICES
- McCormick & Company (MKC)
- Cardex

- Kautilya Commodities
- South Indian Green Cardamom Company (SIGCC)
- Shufersal

## Descripción de los principales demandantes del mercado

En el siguiente mapa se indica cuáles son los mercados globalmente hablando más importantes para la exportación de cardamomo por parte de Colombia, donde uno de los países señalados con una mejor oportunidad de mercado es Israel:



Información extraída de (Trade Map, 2020) Centro de Comercio Internacional.

Gracias a las tradiciones ancestrales y a la mezcla de culturas gastronómicas que rigen dicho país el cardamomo se ha vuelto un producto necesario en la canasta familiar, pues a la hora

de condimentar y agregar sabor a gran parte de los alimentos es visto como la primera opción, “las especias han sido durante siglos un bien de lujo que permiten convertir una simple ensalada o sopa en un exclusivo manjar. (Cisternino, 2018). Además, es claramente necesario en el sector gastronómico, en lugares como restaurantes y no solo para la preparación de comidas saladas, sino también al momento de elaborar postres, bebidas e incluso preparaciones con fines medicinales.

Así mismo, nos encontramos en un mundo globalizado, en el que las tendencias juegan un papel fundamental a la hora de estimular y enriquecer las necesidades de turistas, segmento de gran relevancia en Israel, pues solo el año 2019 abrió sus puertas a 4,55 millones de turistas “Al afán aventurero de los consumidores más jóvenes se une también la fusión de culturas, en una población multicultural que acoge con satisfacción el legado de sus países de origen y el afán de fusión del resto de europeos.” (Murcia, 2019).

### **Análisis de proceso de distribución**

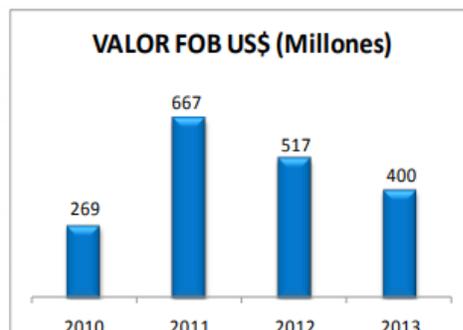
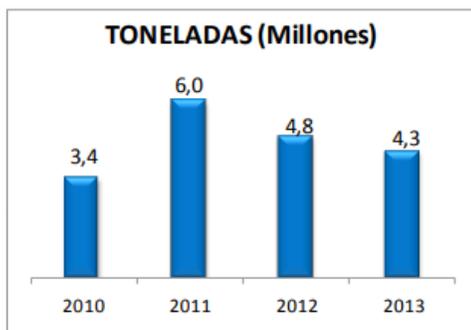
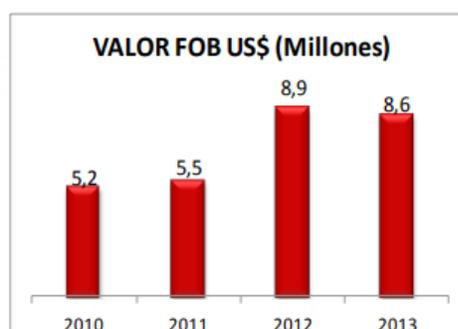
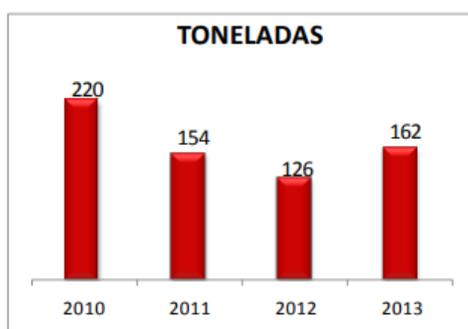
La ventaja que tiene Colombia con respecto a la importación del Cardamomo es que no posee necesidad alguna de importación de materia prima para cultivar esta semilla, puesto que todos los requerimientos los provee del mismo país. Sin embargo, en el siguiente gráfico se evidencia la disminución en materia de exportación a países potencialmente demandantes del fruto:



Información Extraída de (Trade Map, 2020)

Es por eso que al momento de hacer la exportación a Israel es necesario estudiar el INCOTERMS más viable para la naturaleza de la negociación, al igual que el medio de transporte y demás aspectos que contribuyen a un proceso exportador exitoso.

Para este proceso de distribución se utilizaría la exportación por vía marítima, puesto que económicamente es más rentable por el tipo de producto, las dimensiones que se planean exportar y la localización del país de destino.

*Marítimo**Aéreo*

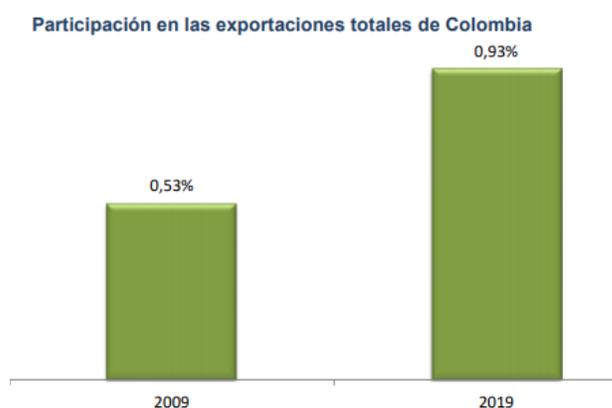
Información extraída de (ProExport Colombia, 2014) Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones.

También se tiene como referencia la experiencia exportadora que ha tenido con anterioridad la Cooperativa Agroindustrial del Suroeste Antioqueño a países del Medio Oriente, donde (Hernández, 2007) explica que:

“Esta empresa ha impulsado la producción de cardamomo y ha permitido convertir en realidad los planes de exportación.” Donde también se agregó que “El año pasado se exportaron 98 mil kilos de cardamomo seco, diez contenedores a Arabia Saudita, uno a Pakistán y ocho a Siria y además “el sirio que compra el

producto nos está pidiendo cinco contenedores mensuales: comentó el gerente de la Cooperativa”.

En concordancia con la información presentada anteriormente se evaluó que el incoterm escogido es el FOB (Free On Board), donde el exportador está en su obligación de colocar la mercancía en el buque, dentro del puerto previamente establecido con el comprador. Gracias a la información obtenida en un documento realizado por el Ministerio de Comercio Exterior de Colombia, donde afirma en el siguiente cuadro que la participación en las exportaciones totales de Colombia hacia Israel han crecido en la última década y que la mayoría de exportaciones realizadas se hacen por medio de este incoterm.



Exportaciones	Miles de USD	Part. %
Carbón	335.077	91,6
Café	16.385	4,5
Demás industria liviana	3.185	0,9
Esmeraldas	2.772	0,8
Maquinaria y equipo	2.565	0,7
Resto	6.008	1,6
<b>Total exportado a Israel (FOB)</b>	<b>365.993</b>	<b>100,0</b>

Información extraída de (Ministerio de Comercio, 2020)

## Figuras

### Matriz Pest

Fuente: Creación Propia, según información web.



### Matriz DOFA del producto (Cardamomo)

<p style="text-align: center;"><b><i>Debilidades</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere temperaturas constantes entre los 18° y 22° C, con buena humedad ambiental y con precipitaciones constantes, por lo que no es posible la expansión de cultivos a nivel nacional.</li> <li>• Es necesario tener precaución con las medidas de riego de suelos y su debido drenado, ya que no tolera suelos pantanosos o anegados, por lo que la textura arcillosa no es recomendable</li> <li>• Nula innovación en el producto.</li> <li>• El departamento de Antioquia es incapaz de producir el cardamomo en grandes masas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><i>Oportunidades</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El promedio de importaciones del producto en el exterior es alto.</li> <li>• Tiene cabida en la industria alimenticia y farmacéutica.</li> <li>• La demanda a nivel global es exponencial en contraposición con la oferta.</li> <li>• Es una de las especias más costosa del mundo.</li> <li>• La cultura israelí reconoce el cardamomo como un producto infaltable en la gastronomía, pues es utilizada en la comida étnica.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><i>Fortalezas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es resistente a muchas plagas y su semilla se recoge durante todo el año, por espacio de unos 45 días.</li> <li>• El cultivo de cardamomo es beneficioso para el terreno, pues aporta mucha materia orgánica al suelo.</li> <li>• No propicia la destrucción de las cuencas hidrográficas y el desgaste del suelo, pues su método de siembra no requiere talas y quemas.</li> <li>• Se potencializa el empleo y la actividad agricultora en pueblos antioqueños.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><i>Amenazas</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guatemala es el primer productor de cardamomo a nivel mundial y actualmente abastece a los mercados más importantes del mundo.</li> <li>• Poca infraestructura vial a nivel nacional/altos costes de peajes.</li> <li>• Grupos al margen de la ley y cultivos ilícitos.</li> <li>• Fenómenos naturales como cambios climáticos.</li> </ul>

Fuente: Creación Propia,

## Diagrama de Gantt

DIAGRAMA DE GANTT																		
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	RECURSOS	INDICADOR DE SEGUIMIENTO	TIEMPO(SEMANAS)														
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Inteligencia del producto y demanda en el exterior	Dpto Marketing	Tecnológicos	Informe de situación actual del producto y países con mayor consumo	■	■													
Investigación del mercado Israelí	Dpto Marketing	Tecnológicos	Matriz PEST	■	■													
Evaluación de riesgos, costes y recursos	Dpto Marketing, Dpto Financiero Dpto logístico	Tecnológicos	Indicadores de rentabilidad			■	■	■										
Selección y análisis de contactos comerciales en Israel	Dpto Marketing	Tecnológicos	Lista de contactos				■	■	■									
Análisis de competencia	Dpto Marketing	Tecnológicos	Informe estadístico de los principales competidores de Israel					■	■	■								
Segmentación de clientes	Dpto Marketing	Tecnológicos	Cuadro con el tipo de segmentación						■	■								
Desarrollo de Marketing MIX	Dpto Marketing	Tecnológicos	Informe de producto, precio, plaza, promoción							■	■	■						
Términos de negociación con socios elegidos después del análisis previo	Dpto Comercial	Tecnológicos	Cotizaciones								■	■	■					
Medios de pago	Dpto Comercial, Dpto Financiero	Tecnológicos	Compra venta									■	■					
Adecuación del envase, etiqueta	Dpto Comercial, Dpto logístico	Tecnológicos y financieros	Producto de exhibición										■	■	■	■		
Gestión aduanera: (TLC, INCOTERMS, aranceles, papelería, logística)	Dpto Comercial, Dpto logístico	Tecnológicos, Financieros	Documentación										■	■	■	■	■	■
Recolección y embalaje del producto	Dpto logístico	Tecnológicos, Humanos y Financieros	Informe de validación del producto														■	■
Transporte vía terrestre hasta el puerto de embarque	Dpto logístico	Tecnológicos, Humanos y Financieros	Comprobante del inventario de la mercancía															■

Fuente: Creación Propia.

## **Mezcla de Marketing**

### **Producto**

El cardamomo es una especia de uso diario en lugares como el oriente medio y en el caso de Israel es una semilla esencial especialmente para el sector gastronómico, es por eso que tal especia será exportada sin algún tipo de transformación, debido a que son empleadas por chef's o amas de casa de manera totalmente natural “Las semillas se venden dentro de sus cápsulas naturales, que las protegen y hay que extraerlas de ellas antes de utilizarlas” (Espín, 2010) pues prefieren el producto de dicha manera en comparación con el cardamomo en polvo (molido), ya que gran parte de los consumidores aseguran que el sabor no es el mismo y sus platos no tienen el olor característico que posee cuando utilizan la semilla natural. Y aunque las especias “caducan” en la mayoría de ellas simplemente su caducidad está relacionada a la pérdida de propiedades como el olor intenso, color o sabor sin embargo siguen siendo aptos para el consumo humano.

### **Precio**

El precio es un factor fundamental a la hora de ingresar el cardamomo de modo exitoso a dicho país, debido a que actualmente el precio es elevado y tiende a ser volátil. “Su cotización se ha disparado desde mayo de 2018 al pasar de las 895,5 rupias indias por kilo (11,08 euros) a las 1.603 rupias por kilo actuales (19,83 euros)”. (Gutiérrez, 2019). Puesto que todo es debidamente proporcional a la cantidad de toneladas que sea capaz de producir Guatemala e India. Según el periódico (Presanca, 2008) “después de seis años de bajos precios, el cardamomo tocó niveles

impresionantes, motivado por la reducción de las cosechas de la India y de Guatemala (el mayor productor del mundo).” Además la innovación también juega un papel primordial, pues, es necesario comprender que la comida de los antiguos israelitas se basó en varios productos que aún juegan un papel importante en la cocina moderna israelí como lo es el cardamomo y por ende es bastante difícil presentar una versión diferente del producto que ya conocen y están acostumbrados, por lo cual para ser potencialmente diferenciados es imprescindible jugar estratégicamente con los precios.

### **Distribución (Plaza)**

En Israel a parte de cocinar en casa, muchos alimentos étnicos están ahora disponibles en los mercados callejeros, grandes cadenas de supermercados, plazas de mercado y tiendas en las que el cardamomo es un fruto bastante demandado, pues es usualmente consumido como complemento alimenticio, mezclándolo con café, clavo y azúcar en la preparación de una bebida que denominan Gahwa. Inicialmente se tiene previsto exportar la semilla entera en presentaciones individuales de 5 kilo cada una en paquetes, envueltos en una bolsa plástica, para después colocarlas en cajas de cartón personalizadas con el idioma del país que importe el producto, de manera que sea fácil de comercializar en grandes superficies. En este caso “La cadena de distribución comercial por lo general es bastante sencilla: mayoristas, minoristas. Los importadores casi siempre actúan como mayoristas y tienen sus propios almacenes y establecimientos, en algunos casos incluso con venta directa al público (Showrooms) ” (Espín, 2010).

## **Comunicación (Publicidad)**

Dentro de este orden de ideas, es relevante tener en cuenta que dicha especia es un producto denominado como necesario dentro de la canasta familiar en esta región del mundo, sin embargo, en la actualidad está tan generalizado y subestimado este producto, que no se cree necesario realizarle su debida publicidad en medios tradicionales, y aunque es bastante efectivo en otro tipo de negocio, para el mercado del cardamomo no sería idóneo, debido a esto lo más óptimo sería realizar la publicidad a través de sitios web, entendiendo el nicho de mercado, pues la población israelí es denominada una de las más evolucionadas en materia tecnológica, teniendo como base que “El sector de la publicidad en Internet corresponde a 543,7 millones USD. La publicidad en búsquedas reúne más de la mitad del gasto total (284,1 millones USD).” (Banco Santander, 2020)

## **Estrategias y Tácticas**

### **Estrategia de Crecimiento por Desarrollo de Mercados**

En países del medio oriente, el mercado del cardamomo ya es bien conocido, puesto que es un producto utilizado constantemente para fines medicinales, pero sobretodo reconocido por sus usos en la cocina como parte de su cultura. Por lo cual esta especia en Israel no es un producto novedoso, ya que se ha utilizado por varias décadas para condimentar sus platos, sin embargo, el cardamomo proveniente de Colombia no es muy reconocido por las empresas o supermercados que se encargan de la distribución de esta especia, debido a que el mayor exportador como anteriormente se ha mencionado es Guatemala, por lo que la principal estrategia sería introducir el producto, tomando provecho de las principales ventajas que posee el acuerdo bilateral entre Colombia e Israel en cuestión de productos agrícolas y las tensiones políticas que se han generado recientemente entre Guatemala e Israel.

### **Estrategia de Liderazgo en Costos**

El cardamomo es un producto valioso, además de que esta especie hace parte de un tema cultural en la cocina de Israel, aunque últimamente se ha reducido su consumo, porque se ha notado un notorio incremento en su precio, por lo que tanto las empresas y supermercados distribuidores como los consumidores finales en estos momentos están buscando precios bajos. Esta situación es muy positiva y beneficiosa para el ingreso del comercio del cardamomo Colombiano, ya que con el TLC que se tiene con Israel, el cual exime del 97% de los aranceles a productos agrarios; el cardamomo proveniente de Antioquia puede ingresar con mayor

facilidad e impactar positivamente al mercado Israelí, ya que permitiría que el producto entre al país con un precio inferior al que ya se tenía establecido por Guatemala.

### **Alianza Estratégica con Guatemala**

Guatemala tiene una trascendencia importante en el mercado del Cardamomo, ya que de este país depende la mayor parte de la producción y exportación de la semilla a nivel mundial, por lo que cuando hay una escasez en los cultivos por parte de este país, todo el mercado se ve afectado, sobre todo en el precio del producto que incrementa en gran medida y las pérdidas económicas son abismales porque son muy pocos los países que pueden suplir estas cantidades. Una opción para el cardamomo Antioqueño sería realizar una alianza estratégica con Guatemala para que ayude a proveer cierta cantidad de mercancía cuando sea necesaria, y así evitar que se produzcan problemas de producción a corto y largo plazo.

## Tipo de Segmentación

<b>Psicografía</b>	Personas hogareñas, arraigadas a su cultura y con intereses culinarios, las cuales disfrutan de cocinar y condimentar sus platos en casa.
<b>Por Ventajas o Beneficios</b>	Favorece una mejor digestión de los alimentos, estimula el apetito, desintoxica el organismo, ayuda a prevenir las caries, combate el mal aliento.
<b>Edad</b>	15 - 65 años
<b>Nivel de Ingresos</b>	Los ingresos deben de ser de al menos un SMV (1.233,4 €), puesto que el producto se ha está valorizando mucho, por lo cual su precio ha incrementado en los últimos años.
<b>Ciclo de Vida</b>	Solteros, con hijos, sin hijos; casados, con hijos, sin hijos.
<b>Geografía</b>	Israel, en ciudades como Tel Aviv, Jerusalén, Haifa, Rishon, etc.  Almacenes de cadena como Shufersal y ROYAL SPICES.

## Referencias

- Aguero, J. O. (2018). *TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN: UN CAMPO FRAGMENTADO Y MULTIFACÉTICO*. Buenos Aires.
- Aguirre, C. (2014). *La contribución de Paul Krugman a la disciplina económica y su impacto en el quehacer global*. Lima: Conexión Esan.
- Avendaño, E., & Silva, H. (2018). Análisis de los cuellos de botella en la logística internacional de las Pymes de confecciones en Colombia. *redalyc*, 510-536.
- Ballesteros, D., & Ballesteros, P. (2004). La Logística Competitiva y la Administración de la Cadena de Suministros. *Scientia Et Technica*, 201-206.
- Banco de Guatemala. (2016). *Informe Ejecutivo del Cardamomo*. Ministerio de Economía.
- Banco Santander. (2019). *FISCALIDAD EN ISRAEL*. Export Enterprises.
- Banco Santander. (2020). *ISRAEL: COMO LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Export Enterprises.
- Bravo, O. G., & Willchez, W. M. (2012). *Plan estratégico aplicando el modelo de las tres C's como guía competitiva para las PYMES en telecomunicaciones*. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana.
- Buendía, E. A. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*.
- Cisternino, A. (2018). Mezclas de especias: una pizca de magia. *Sumum*.

datosmacro. (2020). *Israel*. Expansión. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/>

Datosmacro. (2020). *PIB de Israel 2020*. Copyright Datosmacro.com.

Departamento Administrativo de planeación. (2017). *Áreas sembradas, cosechadas, volumen de producción y rendimiento de algunos cultivos permanentes, en Antioquia. Año 2017*.  
Gobernación de Antioquia.

Eco Inventos . (2020). Beneficios, usos y propiedades medicinales del Cardamomo. *Eco Inventos*

Embajada de Israel en Chile. (2018). *embassies.gov.il*. Obtenido de  
<https://embassies.gov.il/santiago/Pages/default.aspx>

Embajada de Israel en el Salvador. (2019). *embassies.gov.il*. Obtenido de  
<https://embassies.gov.il/>

Embajada de Israel en España. (2019). *embassies.gov.il*. Obtenido de  
<https://embassies.gov.il/madrid/Pages/default.aspx>

Embajada de Israel en Panamá. (2020). *embassies.gov.il*. Obtenido de <https://embassies.gov.il/>

Enlace Judío México. (7 de Junio de 2017). *Enlace Judío*. Obtenido de  
<https://www.enlacejudio.com/>

Espín, M. F. (2010). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CARDAMOMO A EGIPTO PERIODO 2010 - 2020* . Quito.

Export Entreprises SA. (Septiembre de 2020). *SantanderTrade*. Obtenido de

<https://santandertrade.com>

Fundación Embajada Abierta. (20 de Noviembre de 2019). LA SITUACIÓN POLÍTICA EN

ISRAEL. *Embajada Abierta*.

García, C. (20 de Septiembre de 2013). *CatalunyaPlants*. Obtenido de

<https://www.catalunyaplants.com/>

Goldratt, E. (1994). *What is this Thing Called the Theory of Constraints, and How should it be implemented?* Great Barrington: North River Press.

González, R. (2011). DIFERENTES TEORÍAS DELCOMERCIO. *ICE*, 103.

Grupo Banco Mundial. (2019). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>

Guerrero, D. (1996). *LA TÉCNICA, LOS COSTES, LA VENTAJA ABSOLUTA Y LA*

*COMPETITIVIDAD*.

Gutiérrez, I. (27 de Enero de 2019). ¿Por qué los futuros del cardamomo están cerca de tocar máximos históricos? *La Información*.

*hablemos de alimentos* . (S.f). Obtenido de *hablemos de alimentos* :

<http://hablemosdealimentos.com/c-especias/el-cardamomo/>

Hernández, M. C. (18 de Marzo de 2007). El cardamomo se exporta desde el Suroeste. *El*

*Mundo*.

Itón Gadol Latinoamérica. (2020). Los manifestantes han estado realizando protestas regulares contra Netanyahu, exigiéndole que renuncie a su juicio por cargos de soborno, fraude y abuso de confianza, así como por su manejo de la pandemia de coronavirus. *Itongadol*.

Jiménez, W. (1978). *INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA TEORÍA ADMINISTRATIVA*.

México: Fondo de Cultura Económica.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Ciudad de México: Pearson Educación.

Legis. (10 de Julio de 2013). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/>

Mannise, R. (23 de Septiembre de 2019). *Ecocosas*. Obtenido de <https://ecocosas.com/>

Mannise, R., & Mannise, V. (23 de Septiembre de 2019). *Ecocosas*. Obtenido de <https://ecocosas.com/>

Marulanda, S. (2017). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/>

Masuah. (2017). *Masuah Portal del Judaismo en Israel*. Obtenido de <https://www.masuah.org/>

Ministerio de Comercio. (2020). *Oficina de Estudios Económicos ISRAEL*. Mincomercio.

Ministerio de Defensa de Israel. (2019). *GUÍA DE PRODUCTOS DE SEGURIDAD INTERIOR Y DEFENSA CIBERNÉTICA DE ISRAEL 2018-19*. SIBAT.

Ministry of Economy and Industry. (2017). *Ocho claves del éxito de Israel en innovación*.  
Revista El Medio.

MONEC. (18 de Noviembre de 2019). El cardamomo vive uno de los mejores momentos. pág. 1.

- Murcia, J. L. (2019). Las tendencias étnicas resucitan las especias y aditivos naturales. *Distribución y Consumo* , Vol. 1.
- OECD. (2019). *OECD Better life Index*. Obtenido de <http://www.oecdbetterlifeindex.org/>
- ONU. (2018). *En solo un año, Israel redujo a la mitad las bolsas de plástico encontradas en el mar*. UNEP.
- Otto, C. (2016). El milagro de Israel: así es la fórmula que lo convirtió en el nuevo Silicon Valley. *LA VANGUARDIA*.
- Presanca. (2008). *Cosecha nacional de cardamomo, al alza*. San Salvador: Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamerica.
- ProExport Colombia. (2014). *PERFIL DE LOGISTICA DESDE COLOMBIA HACIA ISRAEL* .
- Redondo, J. (2018). Cómo cultivar el cardamomo y qué tipo de planta es . *ELBLOGVERDE.COM*.
- Trade Map. (2020). *Gráfico de los siete principales importadores de cardamomo colombiano en el mundo desde 2015*. Centro de Comercio Internacional.
- Trade Map. (2020). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2019*. Centro de Comercio Internacional.
- Webedia. (2020). Las lecciones de Israel, el país que ha pasado de ejemplo a patito feo en la lucha contra el virus. *Magnet*.
- World Wide Inflation Data. (2020). *Inflacion de Israel* . HomeFinance.

