

Estrategia de internacionalización de follajes colombianos hacia Francia

Angie Paola Matiz Villarraga

Kevin Fabian Beltrán Barbosa

Lina Lucia Bernal Ramos

Universitaria agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D, C

2019

Estrategia de internacionalización de follajes colombianos hacia Francia

Angie Paola Matiz Villarraga

Kevin Fabian Beltrán Barbosa

Lina Lucia Bernal Ramos

Directora:

Claudia Paola García Castiblanco

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D, C

2019

Agradecimientos

Los autores expresan sus más sinceros agradecimientos a:

La directora del proyecto de grado Claudia Paola García Castiblanco, quien con sus conocimientos y experiencia nos guio y nos acompañó en todo el proceso de investigación.

A nuestras familias por el apoyo incondicional que nos han brindado.

Resumen

Los follajes colombianos son caracterizados por ser uno de los más distribuidos en los países con mayor demanda a nivel internacional, ya que cuenta con ventajas en el cultivo; esto permite tener una gran variedad de especies y una excelente calidad en la producción. En este trabajo se buscó analizar la viabilidad de ampliar la internacionalización de los follajes colombianos hacia Francia, bajo los parámetros de la investigación cualitativa, basado en la recolección de información y generar una conclusión, partiendo de la teoría de la integración económica se hizo un análisis del acuerdo que hay entre Colombia y la Unión Europea, y principalmente en la relación comercial entre Colombia y Francia debido a que este país fue el objetivo para desarrollar la idea de internacionalización, para ello se realizó el estudio del mercado francés, el estudio del consumidor, y que tanto importaban este producto, de este modo basado en el modelo de internacionalización Way Station se pudo elaborar una estrategia de internacionalización.

Palabras clave: Follajes, Internacionalización, Importación.

Abstract

Colombian foliage is characterized by being one of the most distributed in countries with the highest demand at international level, because it has advantages in cultivation; this allows to have a great variety of species and excellent production quality. In this work we sought to analyze the viability of the internationalization of Colombian foliage to France, under the parameters of qualitative research, based on the collection of information and generate a conclusion, based on the theory of economic integration an analysis of the agreement that exists between Colombia and the European Union, and mainly in the commercial relationship between Colombia and France because this country was the objective to develop the idea of internationalization, for this the study of the French market, the study of the consumer was, and how important this product was, so based on the internationalization model Way Station, an internationalization strategy could be developed.

Keywords: Foliage, Internationalization, Import.

Tabla de contenidos

1.	Introducción.....	11
2.	Planteamiento del problema	13
2.1	Formulación del problema.....	14
2.2	Objetivo general	14
2.3	Objetivos específicos	14
3.	Marcos de referencia	15
3.1	Estudio del arte	15
3.1	Marco teórico.....	18
3.2	Teoría de la integración económica.....	18
3.2.1	Tipologías de integración económica.....	19
4.	Metodología.....	¡Error! Marcador no definido.
5.	Capítulo I. Sector floricultor y de follajes en Colombia.....	24
5.1	Proceso productivo	24
5.2	Principales países exportadores e importadores	26
5.3	Instituciones que promueven el desarrollo del sector.....	34
6.	Capítulo II. Exportación de follajes colombianos al mercado francés	36
6.1	Países de la Unión Europea con los mayores niveles de importaciones de follajes.....	36
6.2	Acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea.....	37
6.3	Participación de follajes colombianos en el mercado francés con la entrada en vigencia del TLC	38
7.	Capítulo III. Estrategia de Internacionalización.	46
7.1	Planeación estratégica e investigación de mercados	46

7.2 Selección de mercado	46
7.3 Problemas y contingencias	49
7.3.1 Logística francesa.....	49
7.3.2 Accesos vía marítima en Francia.....	50
7.3.3 Documentación requerida en Francia.....	51
7.3.4 Logística en Colombia.....	52
7.3.5 Transporte marítimo en Colombia.....	52
7.4 Canales de distribución.....	53
7.4.1 Canal especializado	53
7.4.2 Mercado no especializado	54
7.4.3 Principales comercializadoras de follajes en Francia	54
8. Conclusión.....	56
9. Referencias	57

Lista de tablas

Tabla 1. Principales exportadores de flores en el mundo, últimos 5 años, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP. (2019)	23
Tabla 2. Principales importadores de flores en el mundo, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	25
Tabla 3. Tipos de flores y follajes con el mayor número de exportaciones en Colombia, elaboración propia con datos recopilados de ICA (2019)	26
Tabla 4. Empresas con mayor exportación de flores y follajes en Colombia, elaboración propia con datos recopilados de BACEX (2018)	30
Tabla 5. Países con el mayor balance de importaciones de follajes dentro de la unión europea, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	33
Tabla 6. Valor de exportaciones de follajes desde Colombia a la Unión Europea antes de la entrada en vigencia del TLC, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	36
Tabla 7. Valor de exportaciones de follajes colombianos a la Unión Europea después de la entrada en vigencia del acuerdo, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	36
Tabla 8. Valor de las importaciones de follajes de Francia de sus principales proveedores antes de la entrada en vigencia de TLC con Colombia, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	37
Tabla 9, Valor de las importaciones de follajes de Francia de sus principales proveedores después de la entrada en vigencia del TLC con Colombia, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	38
Tabla 10. Valor importaciones de follajes de Francia desde Colombia, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	39
Tabla 11. Valor importaciones de follajes de Francia desde Bélgica y Holanda, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	40

Tabla 12. Principales proveedores de follajes de Belgica, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)40

Tabla 13. Principales proveedores de follajes de Holanda, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)41

Tabla 14, Desempeño logístico francés, elaboración propia con datos recopilados de PROCOLOMBIA (2015)47

Tabla 15, Tiempos de transito de puertos colombianos a puertos franceses, elaboración propia con datos recopilados de PROCOLOMBIA (2019)48

Lista de figuras

Figura 1. Principales importadores de follaje en el mundo, elaboración propia con datos recopilados de TRADE MAP (2019)	26
Figura 2. Especie Ruscus. Rumhora S.A.S (S,f).....	28
Figura 3. Especie cocculus, Rumhora S.A.S (S,f).....	28
Figura 4. Especie Leucaedron,Rumhora S.A.S (s,f).....	29
Figura 5. Cenas francesas, La deco de Jeanne (s,f).....	44
Figura 6. Decoración matrimonios tropicales de Francia, la deco de Jeanne (S,f).....	44
Figura 7. Diseño tropical para menú, la deco de jeane, (S,f).....	45
Figura 8. Cumpleaños infantil al estilo francés, Save the Deco, (S,f).....	45

1. Introducción

Los follajes son partes específicas de plantas conformados por tallos y hojas de diferentes tamaños y formas llamativas, los cuales son utilizados para arreglos florales y logran que estos arreglos sean más llamativos, sin embargo, también son utilizados sin necesidad de tener algún tipo de flor. La floricultura en Colombia es muy importante debido a su buena producción y ahora bien su comercialización, resaltando en el mercado exterior por alcanzar las exigencias del mercado y ofrecer una gran variedad en estos productos.

Sin embargo y como se verá más adelante, pese al posicionamiento que ha logrado el país como el segundo exportador más importante de flores, las ventas de follajes al extranjero son aún muy discretas, existiendo múltiples destinos que pueden ser potencializados, aprovechando beneficios como los tratados de libre comercio firmados en los últimos años. Es por tal razón, que el presente trabajo se propone hacer una revisión del comportamiento actual de las exportaciones de follajes, de manera particular en Francia, uno de los principales compradores de este producto en Europa y el mundo, y de esta forma establecer una estrategia que permita ampliar el acceso al mercado en este destino.

Esta investigación es cualitativa y descriptiva. En este sentido, su desarrollo se basa en la caracterización tanto del sector como del mercado y, con base en los resultados alcanzados se pretende establecer la estrategia óptima que permita mejorar la participación de las exportaciones colombianas en Francia.

Para alcanzar el objetivo propuesto, la investigación se dividió en tres etapas que corresponden a los tres capítulos que se presentan en el presente documento. El primero corresponde a la caracterización de sector, comprende información acerca de las flores y follajes en general, el proceso productivo del follaje, los principales países exportadores e importadores este producto con el objetivo de identificar competidores y mercados, los diferentes tipos de follaje que se producen en Colombia y los que más se exportan, empresas con mayores exportaciones de este producto y las instituciones que promueven su desarrollo.

El segundo capítulo analiza la situación actual de las exportaciones de follajes colombianos a la Unión Europea, a través de la Teoría de la Integración, se pretende determinar si el acuerdo ha tenido efectos positivos sobre las ventas de este producto y de esta forma aclarar el panorama

respecto a las posibilidades de aumentar la exportaciones a esta zona y en particular al mercado francés, teniendo en cuenta las particularidades de este país.

Finalmente en la última parte y con el apoyo del modelo de internacionalización de Way Station se establecen una serie de actividades que comprenden la estrategia definida para ampliar la participación colombiana en el mercado de los follajes en Francia. Por lo que a continuación, para dar inicio al presente trabajo de grado, se realiza todo el planteamiento del problema y se establecen los marcos de referencia.

2. Planteamiento del problema

Los follajes son un término que denominan los botánicos para designar a las ramas y los tallos que tienen hojas abiertas y llamativas (Rozier, 2018) estos son utilizados para la confección de bouquet entre otros arreglos florales, corresponden a las hojas con pecíolo, ramas en topes y terminales, tallos y algunas flores con pedúnculo, se emplean generalmente para las ramas u hojas (Rocha Nieto, 2010)

Las actividades florícolas en Colombia se iniciaron a mediados de la década de los 60s, cuando los costos y condiciones de producción del sector permitieron encontrar elementos altamente competitivos respecto a otros actores del comercio mundial (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015). De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural MADR la producción nacional de flores y follajes para el año 2013 correspondió a 224.504 toneladas y un rendimiento de 33,03 ton/ha, por su parte, los principales departamentos productores de flores y follajes en el mismo año fueron: Cundinamarca con el 73% del área total sembrada en el país, seguido de Antioquia con el 25% y por último los departamentos de Boyacá y Risaralda con 1% cada uno.

Según el líder mundial de comercio internacional presenta los principales exportadores de follaje los cuales son: Países Bajos (\$230millones), Estados Unidos (103millones), Italia (97,6millones), Dinamarca (95,1 millones), y en cuanto a sus principales importadores tenemos a Países Bajos (314millones), Alemania (169 millones), y Francia con (54,1millones). (The Observatory of Economic Complexity, 2017)

El mercado francés es uno de los países de la Unión Europea que demanda gran porcentaje de productos del sector floricultor, además el tipo de consumidor francés se caracteriza por una amplia base de consumidores diversos, sofisticados, impulsivos y compradores frecuentes. Lo anterior se puede relacionar con el consumo de estos prestigiosos productos ya que ayudan a dar un toque de delicadeza y de diseño sofisticado al estilo natural.

Sin lugar a dudas el TLC firmado con la Unión Europea beneficia directamente la internacionalización de los follajes hacia Francia ya que es otorgado el 0% de arancel según Procolombia (2017) haciendo así mismo un producto competitivo en el mercado.

2.1 Formulación del problema

¿Qué tan viable es aumentar la internacionalización de los follajes colombianos a Francia y cuál es la mejor estrategia a aplicar?

2.2 Objetivo general

Establecer oportunidades de negocio para ampliar las ventas de follajes colombianos en Francia y establecer una estrategia de internacionalización.

2.3 Objetivos específicos

- Analizar el sector floricultor colombiano.
- Estudiar el mercado potencial de Francia en cuanto a la utilización de follaje.
- Plantear una estrategia para así poder promover los follajes en el mercado francés.

3. Marcos de referencia

3.1 Estudio del arte

Se han analizado varios estudios y trabajos de investigación acerca del sector floricultor, sus posibles mercados y algunos sobre la creación de empresa para la explotación del mismo. Existen variedad de trabajos donde vemos implicada la exportación de productos a diferentes partes del mundo, pero todos con diferentes enfoques.

De esta manera La Cámara de Comercio de Bogotá (2015) realizó un estudio de flores y follajes para el apoyo agrícola y agroindustrial y vicepresidencia de fortalecimiento empresarial, donde resalta el proceso productivo, proceso de post-cosecha, de igual manera en el trabajo de investigación se puede encontrar un estudio de mercado de países importadores y exportadores ,donde muestran específicamente la posición de los países productores y consumidores a nivel mundial ,debido a este estudio pudimos enfatizarnos en un país que no fuese producto ,pero si un excelente consumidor.

Así mismo Sampayo, Martinez y Lozano (2009) realizaron una investigación para la universidad Jorge Tadeo lozano en el cual se basaron en la producción para la exportación de flores exóticas amigables con el medio ambiente, en la cual hacen énfasis en dos procedimientos donde les asignan a cada uno un presupuesto y calculan su rentabilidad, también implementaron la estrategia de precio puesto que proponen comercializar este tipo de flores en bouquet como valor agregado, además como mercado escogieron un país reconocido de países bajos como lo es Curazao, su objetivo consta de explorarlo, ya que reúne las condiciones de demanda del producto y favorece la logística de transporte y embarque por su proximidad a los puertos del Caribe Colombiano.

De esta manera Calderon y Guacaneme (2012) Por medio de un proyecto de investigación para la universidad EAN en la cual su enfoque es la creación de una empresa exportadora y comercializadora de rosas hacia Holanda ya que realizaron un análisis en el que muestra que este país es reconocido como el mercado central de flores en el mundo, es el centro de distribución de los productos de la floricultura en Europa y también el mayor productor del continente, argumentando que parte de la importación de flores se re-exporta para los diferentes países de la comunidad Europea, debido a su ubicación estratégica, implementaron como estrategia el uso de una ventaja competitiva, ellos proponen manejar una baja inversión que se hizo en su etapa inicial,

gracias al conocimiento de importantes contactos en el sector les permitió apalancarse a 30 días, y además en la consecución de clientes, adicionalmente generaron un gran aspecto social y un impacto positivo, se comprometieron con la implementación de políticas internas de capacitación para su personal, que permita su crecimiento profesional y personal, lo que a su vez lleva al mejoramiento continuo de los procesos de la empresa.

Así mismo Bernal (2011), ejecuto una exploración para la universidad Colegio Mayor Nuestra Señora Del Rosario, el cual hizo un estudio para el fortalecimiento del sector floricultor colombiano en el mercado japonés, realizo una investigación de la situación de esa época del sector floricultor y notaron sus fortalezas y debilidades para introducirse al mercado japonés que es muy competitivo a nivel mundial ;como resultados obtuvieron que la reputación de estos productos colombianos en Japón era muy buena ,ya que Colombia es considerado uno de los paises con mayor calidad a nivel mundial en este sector ,también Colombia cuenta con una variedad gigante de flores de calidad en comparación de grandes países productores como; Holanda ,Malasia, china(principales competidores en el mercado japonés de flores).

Adicionalmente, un estudio de Procolombia (2013) demuestra que las exportaciones de flores y follajes colombianas hacia la Unión Europea fueron de US\$116 millones y representaron el 9% del total exportado al mundo y como principal proveedor Holanda con una participación del 65% por ciento en todo el mundo, esto nos demuestra un gran interés al comparar la capacidad de producción de Colombia Vs Holanda, pues Colombia cuenta con una excelente variedad ,calidad y suelos fértiles para producción del mismo y así demostrar el gran potencial que posee Colombia.

Por su parte, Ocampo y Osorio (2007), generaron un análisis para la Universidad Tecnológica de Pereira, el cual era diseñar un plan para fortalecer el sector de flores y follajes tropicales del departamento de Risaralda, buscando crear productividad y competitividad en el país con lineamientos estratégicos enfocándose en el sector de flores y follajes, como resultado obtienen que la creciente demanda internacional de flores tropicales significa un mercado potencial para este producto.

Igualmente, Pérez, García, Tabora (2009), en un proyecto de investigación para la Institución Universitaria Esumer, el cual tenía el objetivo de determinar el estado actual del negocio de biocomercio de flores y follajes nativos de Antioquia, donde se enfocan en el comercio de

exportación en el periodo de 2013-2016, asemejando las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, donde encontraron a base de sus experiencias recolectadas las principales dificultades del sector son por las políticas y normativas que hay establecidas para la comercialización de plantas.

Por otro lado, Gonzales (2004), efectuó una indagación para la pontificia Universidad Javeriana, con el objetivo de identificar la factibilidad en la exportación de follaje, Helecho cuero, (Rumhora Adiantiformis) para ramos o adornos frescos, donde realizan estudios de mercado, estudios técnicos, administrativos, legales, financieros y ambientales, obteniendo como resultado que este sería un negocio rentable y sería una forma de aprovechar los recursos naturales para el desarrollo del país.

Así mismo, Galvis (2010), realizo una investigación para la Corporación Universitaria Lasallista, con el objetivo de implementar un programa de follajes para la elaboración de bouquets para la exportación, donde buscaban realizar indagar sobre los diferentes follajes, realizar presupuestario, donde obtienen una alta factibilidad y oportunidad de aprovechar un mercado como este, además de que también buscan tener una conservación ambiental.

Por último, Prieto (2011), en una tesis que realizo para la Universidad Nacional de la Plata, buscaban evaluar la viabilidad de establecer una operación radicada en la República Argentina para la comercialización de flor fresca de origen colombiano, con lo que aseguran que para lograr el éxito del negocio está en la eventualidad de proveer flores de gran calidad, en diversidad de tipos y colores, además afirman que la cooperación e integración entre países genera un factor competitivo para el intercambio de bienes, sin dejar a un lado el factor importante del plan de marketing el cual se quería implementar enfocándose en el crecimiento de las ventas y posicionamiento de la marca-país y sus respectivos sellos de calidad.

Como se puede apreciar, los autores buscan un objetivo en común, el cual es fortalecer el sector de flores y follajes en Colombia destacando los principales departamentos productores como Antioquia, enfatizándose en la comercialización e internacionalización hacia ciertos países, resaltando el continente europeo.

Es importante tener en cuenta que existe una relación de estos trabajos con la presente investigación, debido a que se busca de igual manera el aprovechamiento de los distintos territorios y recursos naturales para la producción de follajes.

El valor diferencial que buscamos en nuestro proyecto es poder aprovecharlo en un nuevo mercado que no han mencionado en los trabajos anteriores, el cual es Francia, lo que puede ser una gran oportunidad para nuestros productores de flores y follajes colombianos como lo es el país de Francia.

3.2 Marco teórico

Los principios teóricos del comercio contribuyen a tener una visión panorámica de las distintas teorías del comercio internacional que se han desarrollado a lo largo de la historia y han sido utilizados para hacer un análisis profundo del desarrollo del comercio internacional.

Todas las teorías han surgido a través del desarrollo del comercio por muchos años, es necesario saber sus bases teóricas para comprender de manera más fácil que teoría podríamos escoger para la elaboración de esta investigación.

3.3 Teoría de la integración económica

La Teoría de la Integración Económica trata de buscar los beneficios de la unificación entre diferentes mercados por otro lado, dice Gallardo (2011).” La integración económica se define como la organización de un grupo de países con el fin de mejorar el intercambio comercial en el marco de su territorio. Los objetivos principales son la eliminación de los obstáculos al comercio y la libre circulación de personas”. (p. 6).

Es decir que usar la integración económica efectivamente trabaja en la generación de beneficios entre dos países el escritor Ramón Tamames (2009), considera que la integración económica “es un proceso a través del cual dos o más mercados nacionales previamente separados y de dimensiones unitarias estimadas poco adecuadas se unen para formar un solo mercado (mercado común) de una dimensión idónea” (p 8).

Lo más importante de determinar una integración económica radica en lo específico del fenómeno de integración, sin importar la manera de asociación entre los países que participen, debido a que tiene un carácter discriminatorio o preferencial en las actividades comerciales, es por

esto que estas integraciones deben tener como objetivo a analizar los efectos económicos que las integraciones económicas generan.

Adicionalmente a partir de esta teoría surgen ciertos efectos dinámicos y estáticos de la integración económica, donde los efectos estáticos demuestran que la integración económica tiene dos efectos sobre el bienestar global, por una parte, está el beneficioso con la desaparición de barreras en el comercio entre los países miembros (Morales, 2000). De esta manera podemos evidenciar que entre Colombia y Francia existen ciertos acuerdos lo cual confirma lo anteriormente mencionado, uno de ellos es el acuerdo sobre la promoción y protección recíproca de las inversiones el cual fue firmado el 10 de julio de 2014 en Bogotá.

“Este Acuerdo les ofrece a los inversores franceses una protección jurídica completa en sus actividades en Colombia: las autoridades colombianas les garantizarán un tratamiento justo e igualitario, asegurándoles un tratamiento igual al de la nación más favorecida.”(Francia en Colombia, 2016).

por otro lado, se tiene una desviación del comercio debido a que provoca una asignación de recursos menos eficientes al trasladar la creación de un determinado conjunto de bienes de un productor de menor costo, a otro de costo mayor. Esto es determinado por el análisis estático comparativo. (Morales ,2000)

En cuanto al efecto dinámico son derivados del proceso de integración relacionados al cambio de conducta, como referencia se tiene la economía de escala, alto grado de competencia y se impulsa al progreso tecnológico e inversión.

3.3.1 Tipologías de integración económica.

Debido a la libre competencia, reducción de costos y aumento del mercado que se puede tener en una integración económica, es preciso definir los diferentes niveles de integración que hay, para así mismo poderlo abordar con más precisión.

3.2.1.1 Zona o área de libre comercio.

En este nivel se tratan de evitar problemáticas por eso se imponen reglas de origen, ya en concepto el autor Petit, (2014) dice que el área de libre de comercio “Comprende la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias a las exportaciones e importaciones de bienes que son

originarios de los Estados miembros del área, al tiempo que cada uno de ellos mantiene sus propios aranceles frente a terceros” (p.141)

Según legiscomex (2017) Este tipo de acuerdos no solo negocian la desgravación arancelaria, sino que trata otros temas adicionales como son: liberación de servicios, cooperación, movilidad de personas y de capital, propiedad intelectual, medio ambiente, normas laborales, entre otros.

3.2.1.2 Unión aduanera.

Los países miembros acuerdan un arancel diferente frente a otros países, por esta razón Petit (2014) dice que “La unión aduanera requiere de mayores esfuerzos de negociación y acuerdo, ya que cada miembro puede ver modificada su estructura productiva, en mayor o menor grado, como consecuencia de decisiones comunes, bajo este esquema permanecen las barreras que impiden la libre circulación de los factores de la producción”

3.2.1.3 Mercado Común.

En este nivel según Petit (2014) “el mercado común implica la liberalización efectiva de mercancías, personas, servicios y capitales, por lo que no existen obstáculos a la entrada y salida de personas que se desplacen con una finalidad económica (empresarios y trabajadores) en ninguno de los Estados miembros”

3.2.1.4 Unión económica.

Se dice que es el grado más avanzado en esta teoría por esta razón Petit (2014) dijo

La realización de ésta implica la existencia previa de un mercado común, pero además que haya armonización de las políticas económicas de los Estados miembros. La unión económica incluye la unión monetaria o de las paridades de las monedas, cuya fase más avanzada puede conducir a la circulación de una moneda única y a la instauración de una autoridad monetaria central, como es el caso, por ejemplo, de la Eurozona.(p,142)

3.2.1.5 Comunidad económica o integración económica total.

Según La integración económica, por último, implica la aparición de una autoridad supranacional que adoptará las decisiones de política fiscal, monetaria y cambiaria. Requeijo (2002) sostiene que conviene hacer tres precisiones sobre las etapas de la integración:

Las etapas no presentan perfiles nítidos. Por razones taxonómicas se efectúa esta clasificación que se enumera, pero la realidad demuestra que existen fórmulas intermedias con mezcla de características, 2) Existe un código de la integración en virtud del cual o bien el proceso se interrumpe, porque algunos miembros son incapaces de soportar los costes que entraña, o bien el proceso continúa en busca de una fase superior y 3) A pesar de la dinámica integradora, el paso de un estadio a otro es una decisión política que entraña costes y dificultades y que, consecuentemente no puede ser adoptada en La teoría económica de la integración.

Se considera que en este caso la modalidad que más se adecua es “Área de libre comercio” TLC crea un marco normativo de largo plazo, promoviendo así la inversión nacional y extranjera en Colombia y en este caso con Francia; el acuerdo que se realizó con este país es un complemento para el TLC que se tiene con la Unión Europea, generando así estándares internacionales entre estos dos países, para la facilitación de comercio y relaciones internacionales sin ningún tipo de discriminación, además Portafolio (2011) dice que; “no requiere renovaciones periódicas y por ende brinda estabilidad y predictibilidad en las reglas del juego del comercio de bienes y servicios entre los dos países”

3.4 Modelo Way Station

Este modelo tiene como referencia la teoría de Uppsala, y esta teoría representa el proceso de las compañías al intensificar sus actividades en el mercado externo lográndolo primero ganando experiencia en el mercado doméstico e iniciando sus operaciones en el mercado externo con países con ciertas afinidades como cercanía y afinidad cultural. (Burgos Baena, 2017).

Así mismo el modelo Way Station fortalece el planteamiento de la teoría Uppsala, agregando la recolección de información y preparación de la empresa, de esta manera los autores de este modelo plantean el modelo en varias etapas:

- Motivación y planeación estratégica: Búsqueda de información relevante

- Investigación de mercados: Para seleccionar el mejor destino y encontrar el atractivo del mercado objetivo.
- Selección de mercados: Esta información se centra en las características del país y su demanda.
- Selección del modo de entrada: No existe un modo específico para que la entrada sea exitosa, va de la mano con variables como recursos, capacidades, y riesgos.
- Planeación de problemas y contingencias: Esto se puede determinar realizando una investigación de manera profunda en cuanto a las características del mercado.

Estrategia de post entrada y vinculación de recursos: Se realizan estrategias de venta para el mercado seleccionado.

Cabe destacar que los pasos anteriormente los presentan de una manera secuencial lógica, pero sin embargo hay la posibilidad que ocurran en tiempos diferentes, el énfasis de este modelo está centrado en la planeación. (Trujillo, et al, 2006, pp. 20-21)

4. Metodología

El presente trabajo se desarrolla bajo los parámetros de la investigación cualitativa, basado en la recolección de información y generar una conclusión a base de ello.

De esta manera “Los estudios de carácter cualitativo proporcionan al científico social una gran cantidad de información, pero poseen un limitado grado de precisión, pues emplean términos cuyo significado varía para diferentes personas, épocas y contextos.” (Rosado, 2003 p. 9). La investigación es de enfoque cualitativo por qué se hace una selección de información para describir o explicar un tema en específico, sin medir o contabilizar aspectos que desarrollaran durante la investigación.

El desarrollo de este proyecto se enfoca en la investigación descriptiva debido a que “su objetivo consiste en llegar a conocer la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas [...] en los estudios descriptivos, los investigadores no se limitan a presentar puntos de vista personales, además extraen generalizaciones que contribuyen al avance del conocimiento. (Rosado, 2003, P.16, 17). Esta investigación es descriptiva, ya que se recopilará información y características claves que permitan identificar las estrategias que se pueden utilizar la internacionalización de follajes en Francia.

La investigación se concentrará en un lapso de tiempo, entre los años 2013-2019, relacionando la investigación con la toma de datos desde la vigencia del TLC entre Colombia y Francia, adicionalmente el tipo de referencias que se manejarán será de tipo secundario ya que la recolección de los datos tendrá información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Por esta razón haremos uso de enciclopedias, antologías, directorios, libros, artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones entre otros.

5. Capítulo I. Sector floricultor y de follajes en Colombia

En el presente capítulo se brindará información acerca del sector florícola en Colombia teniendo en cuenta los aspectos más relevantes al momento de penetrar un mercado internacional. Es por esto que se realizará énfasis especial en el tipo de plantas y follajes que se producen con mayor facilidad en el territorio colombiano, las instituciones que promueven su desarrollo y las empresas que más comercializan este tipo de productos.

La floricultura colombiana incluyendo follajes, destina el 95% de su producción a la comercialización en mercados internacionales y el 5% de la producción restante al mercado nacional, según MinAgricultura (2018) los floricultores han tratado de aumentar la oferta cada vez más y han trabajado arduamente por muchos años y como evidencia de ello el ICA por medio del SISFITO (Sistema de Información Epidemiológica y Vigilancia Fitosanitaria) se reportó 8.391 hectáreas cultivadas de flores y follajes para exportación (2018), por lo que a continuación se realizará una breve descripción del proceso productivo.

5.1 Proceso productivo

Para la producción de flores y follajes existen ciertos requerimientos y procesos que hay tener en cuenta para su comercialización. El Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA), facilita información sobre el proceso productivo de follaje y para la producción del follaje es necesario que los suelos contengan buen contenido de materia orgánica, un alto nivel de drenaje, aerados y una buena retención de agua, con suelos de pH entre 5.5 y 6.0, debido a que estas plantas son muy sensibles a los niveles de sal, no tolera niveles mayores a 0,6 g de sales por litro de agua, en cuanto a la temperatura y humedad se desarrolla en climas templados y cálidos temperaturas entre 15 y 30 grados centígrados, con respecto a la luz esta especie necesita un ambiente con sombra ya que no debe ser expuesta directamente a la luz del sol, esta sombra se puede proporcionar bajo árboles o bajo mallas de sombra en invernaderos, al momento de realizar el riego es recomendable por aspersión es decir esparcirlos por medio de gotas muy finas y de esta manera lograr aumentar la humedad relativa (Chain, 2012. pp. 7-8). El follaje necesita bastante mano de obra en toda su producción desde el momento de la cosecha, limpieza del cultivo, en la eliminación de malezas, hasta su clasificación y empaque, más específicamente estas son las actividades que se realizan en la producción de follaje:

- . Limpieza del terreno y elaboración de caballones: Por medio de machete o una guadaña se realizan podas que manejen porcentajes de sombras adecuadas para la especie.
- . Realizar sistemas de drenaje para lograr evacuar exceso de agua debido a que el exceso de humedad puede generar problemas fitosanitarios.
- . Elabora el lomo de tierra que se levanta con la azada o bien para dividir los cultivos, esto permite la creación de drenajes y así se facilita la aplicación del riego.
- . Seleccionar el material vegetal, el material vegetal es la semilla o parte de la planta viva que es destinada a ser plantada.
- . Sembrar, cuando el terreno esté preparado con las correcciones necesarias se proviene la siembra, ubicándolo en el centro del hoyo buscando que no quede demasiado profundo, después se debe apilar el suelo para que no haya acumulación de agua.
- . Fertilizar, el follaje es exigente en cuanto a la fertilización y es por ello que necesita nutrientes como Nitrógeno, Fósforo, Potasio, Calcio, Magnesio, Azufre entre otros, al mes de sembrar para lograr estimular el desarrollo es necesario aplicar un acondicionamiento rico en Nitrógeno, Fosforo y Potasio.
- . Controlar las malezas, cuando se refiere a maleza es entendida como plantas que crecen en lugares y épocas donde no se desean, es importante tener el control de estas desde los inicios de la siembra y es recomendable hacerlo manualmente. (Sánchez, 2008, pp. 28-38).

Igualmente, en el proceso productivo se debe tener en cuenta las plagas y enfermedades que pueden afectar el cultivo de flores y follajes, de esta manera el ICA (2019) alertó a los productores de follajes, que tengan un manejo fitosanitario con el fin de disminuir interceptaciones de plagas tales como:

- Los Trips: Insecto pequeño, que no tiene un ciclo de vida largo, pero si es altamente reproductivo y con potencial en generar resistencia a plaguicidas, insecto con una capacidad alta de daño en el sistema productivo.
- Los Noctouides también conocido como polillas o mariposas nocturnas, son las que más causan daños al follaje debido a que en sus estados inmaduros se alimentan del tejido de la planta, en el momento que estos sean detectados en cargamentos ocasionan restricciones comerciales.

- Los ácaros son artrópodos que en el momento que haya algún tipo de infestación genera un serio problema en los cultivos agrícolas, frutales, medicinales y ornamentales. ICA (2019)

Este tipo de plagas dificultan las ventas de flores en los mercados internacionales ya que esto produce pérdidas de capital y tiempo para los productores colombianos pues no se puede cumplir con los estándares internacionales y no cubrirá con éxito su demanda.

5.2 Principales países exportadores e importadores

Colombia cuenta con una amplia experiencia en la producción y exportación de este tipo de productos, es el segundo exportador a nivel mundial con una cantidad de 1.458.170 miles de dólares después de Países Bajos que cuentan con una cantidad de 4.300.170 miles de dólares para el año 2018 (Trade Map, 2019).

Las exportaciones del sector de follajes y plantas vivas en unión han obtenido un incremento de 4.6% en el año 2018 respecto al 2017 (Portafolio, 2019). En cuanto a la exportación de follajes según el DANE se registró un aumento del 14.1% pasando de 10.86 a 12.3 millones de dólares (Portafolio, 2019). Datos de Trade Map muestran que el valor total exportado en miles de dólares para el año 2018 mundialmente es de 9.004.052 y sus principales exportadores son los siguientes:

Tabla 1.

Principales exportadores de flores en el mundo últimos 5 años

País	2018	2017	2016	2015	2014
Países Bajos	4.300.170	4.206.998	4.169.944	3.854.158	4.672.015
Colombia	1.458.170	1.399.600	1.312.262	1.295.399	1.374.246
Ecuador	851.931	881.462	802.438	819.939	918.243
Kenya	575.045	540.895	509.565	479.141	553.453
Etiopía	230.685	196.620	190.976	194.738	174.473

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map (2019).

Se evidencia que Países Bajos controla la mayoría de las exportaciones de flores al mundo, sin embargo, Colombia también cuenta con un importante grado de participación lo que lo hace

ocupar el segundo lugar en este ranking, pero no solo eso, además cuenta con un importante crecimiento sostenido durante estos últimos años que significa que se está fortaleciendo la industria.

En cuanto a los principales países exportadores de follajes, Colombia se encuentra en el puesto número 17 con un total de 12.394 miles de dólares con una variación positiva del 14 % respecto al año anterior (2017) y los países que se ubican en los primeros 5 puestos son Países Bajos nuevamente con una cantidad de 330.511 variación del 1 %, Dinamarca 146.448 variación 6%, Italia 136.913 variación 28%, Estados Unidos 112.268 variación -1% y Canadá con 61.350 variación 14%, variaciones correspondientes al año anterior (2017). Trade Map (2019) aquí podemos observar que Colombia se está potenciando en este mercado respecto a su competencia logrando disminuir cada vez más la diferencia existente con los principales exportadores aunque aún no es uno de los protagonistas en la materia pese a tener el potencial.

Los principales países a los que Colombia exportó en el año anterior (2018) se encuentran Estados Unidos con una participación del 57% Ecuador con el 11% Canadá con 7% Holanda con un 6% y por últimos los demás mercados con el 19% restante (Portafolio, 2019). Continuando con esta serie de ideas es importante conocer cuáles son los principales países destino de este tipo de exportaciones a nivel global para de la misma manera generar un juicio más detallado y más acertado de los mercados que más oportunidades ofrecen para la comercialización en lo que es este sector. Por lo cual a continuación se presentarán el ranking de países que más importaron flores y follajes en el mundo

Tabla 2.

Principales importadores de flores en el mundo

Países	2018 (miles de dólares)	2017 (miles de dólares)	Crecimiento de las importaciones (%)
Estados Unidos	1.529.469	1.453.659	5

Alemania	1.247.845	1.213.314	3
Reino Unido	1.056.641	964.125	10
Países Bajos	995.181	994.790	0
Francia	408.222	388.471	5
Rusia	367.940	350.775	5
Japón	364.551	348.696	5
Belarús	301.450	181.441	66
Bélgica	220.560	150.991	46

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map (2019)

Como se puede observar entre los mayores importadores del mundo de flores se encuentran Estados Unidos y Países Bajos que como se había mencionado antes son los principales destinos de exportación de flores de Colombia, lo que nos reafirma que todavía hace falta por cubrir una gran parte del mercado internacional. Esto es solo en el mercado de las flores ya en cuanto a follajes se puede observar que Francia no es un país tan fuerte en el tema de importación comparándolo con los países que se encuentran en la tabla, pero Francia en este momento se encuentra en una era de reinversión del sector donde podrían aprovechar los mercados más grandes para aumentar la participación, por lo tanto, tenemos los siguientes principales importadores de follajes en el mundo

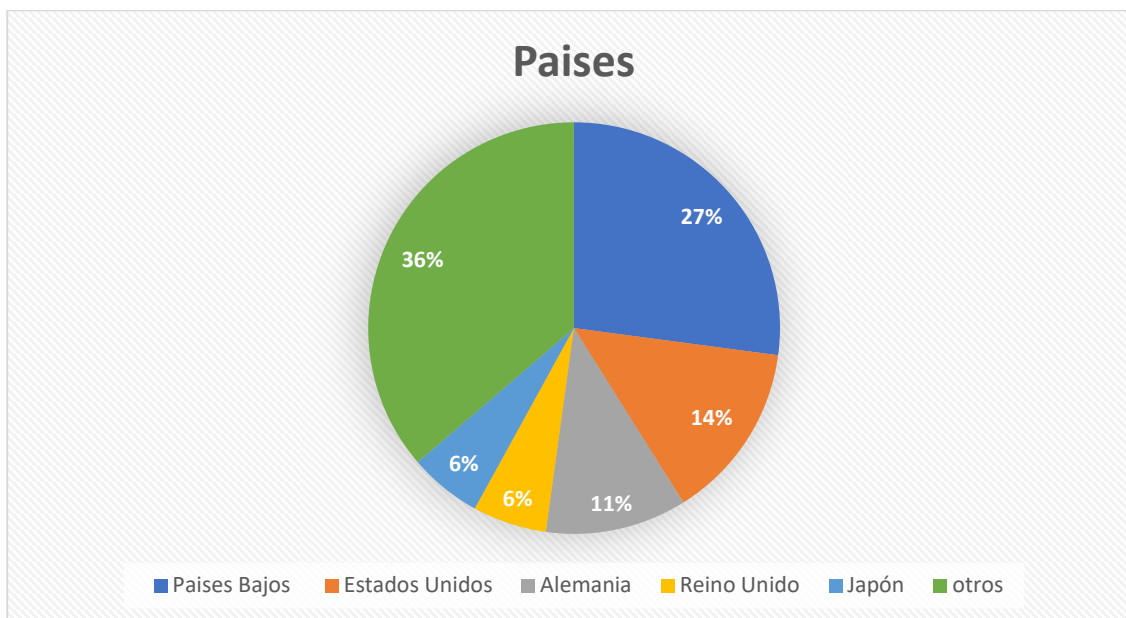


Figura 1. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map (2019)

En cuanto a los principales importadores de follajes los que mayor participación tienen son Países Bajos y Estados Unidos mercados en los cuales Colombia ha venido centrando sus exportaciones, aunque es un importante porcentaje de mercado ya que en conjunto cuentan con el 41% de las importaciones queda por cubrir un porcentaje mayor en otros mercados que puede ser un factor relevante a la hora de imponer o destacarse como el mejor productor y exportador a nivel mundial en este sector. El sector floricultor en Colombia es uno de los más grandes de la economía gracias a las ventajas comparativas con las que cuenta el territorio, sus bondades geográficas que permiten una producción diversificada de flores y follajes y las especies más exportadas son:

Tabla 3.

Tipos de flores y follajes con el mayor número de exportaciones en Colombia

Especie	Área registrada
	Nacional
Rosa	2168,9

Hortensia	1563,3
Dianthus	862,8
Pompom	833,0
Especies de alstroemeria	354,5
Especies de ruscus (follaje)	143,6
Especies de cocculus (follaje)	90,6
Especies de hydrangea	60,1
Especies de gypsophilia	57,3
Especies de leucadendron (follaje)	52,7
Otras especies	923,0
Total	7106,0

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de ICA (2019).

La tabla anterior el ICA evidencia la cifra de hectáreas registradas ante el ICA de flores y follaje cortado con mayor exportación en Colombia. Cabe resaltar que existen muchos tipos de especies que son producidas por diferentes empresas colombianas, pero su comercialización a distintos países depende del perfil que exija el importador. Según el ICA (2019), en Colombia los departamentos donde se da producción de flor cortada o follajes para exportación son: Cundinamarca, Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío, Valle del Cauca, Nariño y Boyacá.

En Colombia existen más de 20 especies de follajes para exportación, pero la más comercializada es RUSCUS como lo muestra la tabla anterior.



Figura 2. Especie ruscus. Rumhora S.A.S (s.f.)

Este es originario del mediterráneo y se da aproximadamente a 1000 metros sobre el nivel del mar, es producida como maleza entre las montañas pues su exigencia en el cultivo es mínima.

Entre otros se encuentran:



Figura 3. Especie Cocculus. Rumhora S.A.S (s.f.)



Figura 4. Especie Leucaedron.Rumhora S.A.S (s.f.)

Estos 3 tipos de follajes son los más exportados por su formas y texturas pues esto se debe a la variedad de climas que el país tiene, ya que permite tener condiciones óptimas de luz, humedad, temperatura y fertilidad haciendo de esta manera unas flores de mejor calidad, por otro lado existen empresas de diferentes países que exigen que las hojas deben estar pintados específicamente de unos colores como se evidencia en la figura (1) y esta es una de las razones por las cuales escogen el mercado colombiano.

Según el Banco de Datos de Comercio Exterior (BACEX) en Colombia existe 21 empresas exportadoras de follajes al exterior a continuación se nombrarán aquellas que tienen una importante cifra de participación:

Tabla 4

Empresas con mayor exportación de flores y follajes en Colombia

Empresas	NIT	Valor FOB (USD)
Rumhora S.A.S	900038744	\$1.590.172,18
Greenex S.A.S.	900011589	\$ 1.569.324,41
Cultivos manzanarez S.A.S.	811010141	\$ 1.475.564,08

Agrogreen S.A.	811042631	\$ 1.265.120,68
Agroindustria Colombia verde S.A.S	900201062	\$ 479.786,23
Inversiones napy S.A.	811012157	\$ 379.007,25
Saldarriaga soto felipe	98570864	\$ 277.425,98
Tahami & cultiflores S.A.	800016390	\$ 190.787,95
Flores borinquen S.A.S.	811038215	\$ 166.925,00
Rosamina S.A.	830039311	\$ 163.800,35
C .I. Montecarlo gardens S. A. S.	811008779	\$ 140.132,19
Cultivos olivares S.A.	811022824	\$ 129.999,00
Blomm flowers 2 trade S.A.S	900508906	\$ 128.828,83
Naranjo exportaciones e importaciones S. A. S	800079807	\$ 99.182,33
True flowers S.A.S	900907639	\$ 98.698,50
C.I. Andean fields S.A.S.	900319843	\$ 95.933,32

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Bacex 2018

De las evidencias anteriores se puede afirmar que RUMHORA es una empresa líder en la producción y comercialización de follajes, esta se encuentra ubicada en el municipio de Cachipay Cundinamarca y está certificada con Florverde Sustainable Flowers, sello que cuenta con el más robusto estándar específico para la producción de flores y ornamentales, cubriendo aspectos sociales, ambientales, laborales y de calidad del proceso y del producto. La certificación en sí es otorgada por organismos de certificación de terceros, como ICONTEC y NaturaCert. El proceso de certificación incluye la revisión de la documentación de la granja, la inspección de granjas, la entrevista a los trabajadores y la revisión de los resultados de las pruebas de laboratorio y esto se

debe a que está ubicada a 1015 metros sobre el nivel del mar y sus temperaturas oscilan entre 12 grados centígrados hasta 20 grados centígrados.

Colombia cuenta con un potencial biodiverso y tiene una serie de ventajas en cuanto a la producción de follajes y debido a esto, su comercialización cada vez crece más; tanto nacional como internacionalmente, ya que cuenta con una amplia variedad de especies de follajes y sus condiciones son favorables, es por eso que muchos organismos internacionales tienen en cuenta a Colombia como una excelente opción para la importación de estos tipos de productos, además que los productores pueden cubrir una gran demanda a nivel mundial.

5.3 Instituciones que promueven el desarrollo del sector

Colombia cuenta con instituciones que permiten que esta industria tome más fuerza en el mercado nacional como internacional una de ellas es el Ministerio de Agricultura la cual busca promover políticas que mejoren el desarrollo competitivo de ciertos sectores económicos, generando apoyo mediante ferias periódicamente como: Expotrónica la cual es realizada en Pereira anualmente donde se exhiben diferentes especies de follajes para su reconocimiento pues existe mucha gente que no tiene el conocimiento de ello, esta feria se ha venido realizando desde el año 2010 con una participación de 6.500 personas, (Portafolio, 2013). lo cual evidentemente es una excelente cifra, otra de las ferias más importantes en Colombia es la Feria de las flores realizada en Medellín la cual es celebrada desde el año 1957 y es conocida a nivel internacional este tipo de ferias, tienen como objetivo principal el promover las flores y follajes de Colombia al mercado internacional y que a su vez este ministerio controla a bancos como el Banco Agrario, el cual promueve el desarrollo rural el cual sigue apoyando comercialmente al sector floricultor a nivel nacional e internacional.

La viceministra de asuntos agropecuarios de MinAgricultura, Marcela Urueña Gómez, confirmó que para este año hay disponibles más de \$1.300 millones lo cual es un importante apoyo para el sector floricultor que genera aproximadamente 90.000 empleos rurales formales directos. Así mismo es de gran importancia mencionar el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) que mediante sus procesos de control y normativas permiten asegurar las condiciones de comercio entregando ciertas recomendaciones en cuanto a los temas relacionados con el control de plagas empaques y certificaciones fitosanitarias. En los productos de flores y follajes colombianos se lleva

a cabo un seguimiento en los cuales se evalúan las condiciones para cerciorarse que estén libres de insectos y elementos que sean contaminantes mediante prácticas como la sacudida de los productos sobre superficies blancas que permitan identificar de manera oportuna que los productos se encuentren en óptimas condiciones y si no es así llevar a cabo las estrategias para el control de plagas y las buenas prácticas Agrícolas según el ICA (2019).

Al mismo tiempo existen instituciones como el Fondo Emprender que apoyan a estudiantes del SENA, que cuenten con un plan de negocios preferiblemente rural para poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas empresas. De la misma manera lo hace la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (Asocoflores), creada en 1973 para representar, promover y fortalecer la competitividad de la floricultura colombiana en sus principales mercados y en el país. Según MinAgricultura (2019) por medio del convenio 20190345 que se celebró entre Asocolflores y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural se realizara una feria comercial (Proflora 2019), que tiene como objetivo promover las flores y follajes de Colombia en el mercado Internacional, lo cual evidentemente estas instituciones siguen trabajando periódicamente para el crecimiento del sector floricultor y su participación en el PIB colombiano.

En este capítulo se evidencia que existen factores que favorecen la producción de follajes en Colombia tales como: clima, tierras fértiles, instituciones que promueven su desarrollo, expo ferias y demás motivos que promueven el cultivo de estas especies, es por ello que cada vez son más las empresas que desean originar y vender follajes a un mercado internacional.

6. Capítulo II. Exportación de follajes colombianos al mercado francés

El propósito de este capítulo es analizar el panorama actual de las exportaciones de follajes colombianos al mercado francés, sin embargo, teniendo en cuenta que entre las relaciones comerciales de los dos interviene el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, inicialmente se hará un estudio general de las ventas a esta zona de integración, para posteriormente concentrar el análisis en las relaciones binacionales. Este estudio permitirá además abordar las cifras de comercialización desde la Teoría de Integración y de esta forma verificar el tipo de efectos y posibilidades que se han generado.

6.1 Países de la Unión Europea con los mayores niveles de importaciones de follajes

La Unión Europea es uno de los mayores ejemplos de integración económica, pues es uno de los acuerdos más grandes en el mundo pues en él participan 28 países, esta organización se fundó en etapas posteriores a la Segunda Guerra Mundial con fines económicos, iniciando así la CCE (Comunidad Económica Europea, 2019). Entre los países de la Unión Europea con mayor participación en el sector de follajes a nivel global o los que realizan el mayor nivel de importaciones en la actualidad se encuentran los siguientes

Tabla 5.

Países con el mayor balance de importaciones de follajes dentro de la Unión Europea

Países	2016 (Miles de Dólares)	2017 (Miles de Dólares)	2018 (Miles de Dólares)
Países Bajos	302.461	323.829	341.156
Alemania	141.686	160.179	140.249
Reino Unido	51.889	50.789	72.834
Francia	56.023	51.743	60.141
Austria	20.101	23.274	27.768
Italia	24.867	24.939	26.677
Republica Checa	16.424	16.809	20.269
Bélgica	23.928	23.118	20.177
Dinamarca	12.670	15.025	19.428

Polonia	12.280	11.912	18.877
---------	--------	--------	--------

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Como se observa en la tabla anterior los 5 principales importadores de follajes dentro de la Unión Europea o los más característicos dentro de este bloque económico son Países Bajos que cuenta con un total importado de 341.156 valor que ha ido incrementando en los últimos 3 años, Alemania con un total importado de 140.249 aunque es una participación que ha sufrido una significativa disminución de sus importaciones con respecto al año anterior (2017), Reino Unido con un total de importaciones 72.834 al igual que con Países Bajos ha ido incrementando sus cifras, Francia con un total importado de 60.141 aunque incrementó su nivel de participación con respecto al año anterior (2017) no se comportó de la misma manera en el transcurso del año 2016 al 2017 y por ultimo Austria con un total importado de 27.768 valor que ha obtenido un incremento sostenido a través de los últimos 3 años. De manera general se puede observar que la UE en su conjunto es un mercado atractivo para este producto, por lo que resulta conveniente analizar las posibilidades de Colombia teniendo como herramienta el TLC.

6.2 Acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea

En términos generales la Unión Europea, impulsa la cooperación económica con el fin de que se aumente y se desarrolle de manera exitosa las relaciones comerciales, es importante destacar que para Colombia este acuerdo ha sido un gran paso debido a que le permite a las empresas del país comercializar libremente en un mercado que tiene 503 millones de habitantes (Pro Colombia, 2010).

La primera ronda de negociación de esta alianza fue a finales de enero del 2009 y posteriormente fueron realizadas nueve más, hasta el 19 de mayo del 2010, pero realmente este acuerdo entro en vigencia el primero de agosto del 2013, este ha facilitado el comercio en temas técnicos como medidas sanitarias y fitosanitarias, inversiones y propiedad intelectual, entre otras.

Las oportunidades de Colombia con este acuerdo se identifican por la cantidad de productos que la Unión Europea importa, entre ellos se encuentra el sector agrícola, agroindustrial y manufactura de esta manera:

El mercado de la Unión Europea es considerado el mayor importador de flores y follajes en el mundo. Se calcula que compra el 50 por ciento de las flores que se cultivan a nivel mundial. Sus importaciones superan los cinco mil millones de Euros al año, las flores tropicales, y los productos que cuentan con certificaciones de tipo ambiental y social, son los de mayor demanda por los europeos, especialmente los alemanes, británicos, franceses y holandeses. (Pro Colombia, s.f)

De igual manera cabe destacar que para la comercialización de flores y follajes antes del acuerdo comercial, los exportadores colombianos pagaban aranceles base entre 0% y 12%, pero desde la entrada en vigor del acuerdo, los productos del sector floricultor ingresan a la Unión Europea libre de aranceles pero teniendo en cuenta que existen regulaciones de acceso, estas están relacionadas a la prevención de ingresos de organismos nocivos que puedan afectar plantas y cultivos locales, por esta razón los lugares donde se produce debe tener registros con controles fitosanitarios del cultivo de flores o follajes sembrados, donde se pueda certificar acciones de aspersión, fertilización y prácticas de manejo cultural entre otros registros que requieran los organismos internacionales

6.3 Participación de follajes colombianos en el mercado francés con la entrada en vigencia del TLC

Con en la entrada en vigencia del TLC de Colombia con la Unión Europea las exportaciones realizadas por Colombia en los sectores no minero energéticos en los primeros cuatro años (2013-2017) ascendieron un 16.2% en relación a los años 2009-2013, con unas cifras de 8.807 millones de dólares y 7.580 millones de dólares respectivamente (Portafolio, 2017).

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo para el periodo de julio 2013 cuando no había entrado en vigencia el acuerdo comercial solo 493 empresas estaban exportando a este destino y cuatro años después con la entrada en vigencia del acuerdo se incrementó a 606. (Portafolio, 2017). Cabe aclarar que el aumento antes mencionado sobre el nivel de exportaciones de Colombia sobre la Unión Europea son todos los productos diferentes a los mineros energéticos. Para conocer más sobre los cambios en los niveles de participación de los follajes colombianos con la Unión Europea tras la entrada en vigencia del acuerdo comercial es importante conocer los datos previos, ya que esto será un indicador de si el acuerdo ha tenido o no efecto sobre este producto:

Tabla 6

Valor de exportaciones de follajes desde Colombia a la Unión Europea antes de la entrada en vigencia del TLC

País	2009 (Miles de Dólares)	2010 (Miles de Dólares)	2011 (Miles de Dólares)	2012 (Miles de Dólares)
Países Bajos	86	93	119	322
España	49	12	50	17
Reino Unido	22	39	94	51
Francia	48	66	96	111
Polonia	2	1	10	2
Italia	0	1	0	1
Hungría	0	0	0	0

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

El nivel de exportaciones de follajes colombianos 4 años antes de la entrada del TLC con la Unión Europea es baja y se concentra principalmente en 4 países los cuales son: Países Bajos, España, Reino Unido y Francia, con una volatilidad alta en el transcurso de los años tomados de muestra. Cuatro años siguientes se registraron los siguientes datos.

Tabla 7.

Valor de exportaciones de follajes colombianos a la Unión Europea después de la entrada en vigencia del acuerdo

Países	2013 (Miles de Dólares)	2014 (Miles de Dólares)	2015 (Miles de Dólares)	2016 (Miles de Dólares)
Países Bajos	383	266	442	465
España	48	103	91	197
Reino Unido	14	5	5	18
Francia	88	77	55	54
Polonia	0	0	0	0
Italia	13	1	0	
Hungría	0	0	0	5

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Después de la entrada en vigencia del acuerdo comercial de Colombia con la Unión Europea sigue mostrándose la tendencia de la concentración de las exportaciones en los cuatro países miembros Países Bajos, España, Reino Unido, Francia. Sin embargo, el nivel de exportaciones de los follajes colombianos en estos cuatro países si obtuvo un incremento considerable pues del periodo comprendido 2009-2012 la cantidad de exportaciones fue de 511 miles de dólares y para el periodo del 2013-2016 se obtuvo una cantidad de 734 miles de dólares, demostrando un cambio positivo, así, para Colombia en el sector de los follajes, aunque la concentración de las exportaciones se sigan presentando en estos cuatro países también se genera una disminución bastante amplia en cuanto al nivel de exportaciones presentados hacia Francia con la entrada en vigencia del acuerdo, pues para el año 2012 justo el año anterior al tratado se habían presentado una cantidad de 111 miles de dólares y para el año posterior solo se registraron 88 miles de dólares siguiendo esta tendencia hasta llegar al 2017 con una cantidad solo de 54 miles de dólares. Pero queda claro que si bien el TLC ha tenido el efecto (positivo) esperado en términos de cifras totales entre los países de la Unión, en el caso específico francés existe una inconsistencia al registrar disminución, para determinar cuáles son los factores que influyen en la disminución de exportaciones de Colombia hacia Francia de follajes es necesario estudiar un poco más el comportamiento del mercado francés en los años anteriores y posteriores en la entrada en vigencia del acuerdo comercial

Tabla 8.

Valor de las importaciones de follajes de Francia de sus principales proveedores antes de la entrada en vigencia del TLC con Colombia

Países	2009 (Miles de Dólares)	2010 (Miles de Dólares)	2011 (Miles de Dólares)	2012 (Miles de Dólares)
Mundo	73.155	76.324	68.341	60.996
Bélgica	16.406	13.735	16.220	14.328
Países Bajos	26.013	29.190	27.020	23.845

Dinamarca	11.091	11.229	7.808	6.537
Italia	5.448	5.672	5.309	4.654
España	1.062	863	821	1.693
Estados Unidos	1.789	1.188	1.624	1.191
Colombia	48	66	96	111

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map (2019)

Con los datos expuestos anteriormente se observa dos puntos importantes, el primero es que Colombia no se encuentra en dentro de los 10 principales proveedores, él es segundo es la disminución de las importaciones de follajes de Francia desde sus importantes proveedores, pasando de 73.155 (Miles de Dólares) en el 2009 a 60.966 (Miles de Dólares) en el año 2012 esto es una variación porcentual de -19.99 %. En contraste, a continuación, se mostrará las cifras de las importaciones después de la entrada en vigencia del TLC.

Tabla 9.

Valor de las importaciones de follajes de Francia de sus principales proveedores después de la entrada en vigencia del TLC con Colombia

Países	2013 (Miles de Dólares)	2014 (Miles de Dólares)	2015 (Miles de Dólares)	2016 (Miles de Dólares)
Mundo	58.305	61.243	55.415	56.023
Bélgica	13.865	21.348	20.127	20.433
Países Bajos	23.036	20.131	15.978	17.201
Dinamarca	9.743	6.963	6.092	6.831
Italia	4.184	3.881	3.357	3.423
España	516	621	2.083	1.322

Estados Unidos	975	837	1.056	1.396
Colombia	88	77	55	54

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Al comparar los datos anteriores de la tabla 10 y 11 se puede determinar que Colombia sigue sin tener participación significativa entre los principales proveedores de Francia pues para los años anteriores a la entrada en vigencia del acuerdo comercial estaba aumentando la participación de Colombia en el mercado francés alcanzando su punto más alto en el año 2012 justo un año antes de la entrada en vigencia del acuerdo con una cantidad de 111 miles de dólares y disminuyendo desde entonces su participación en este mercado hasta el año 2016 con una cantidad de tan solo 54 miles de dólares esto indica una variación negativa de 48.64%, por esta razón se estudiara la relación bilateral entre estos dos países.

Tabla 10.

Valor importaciones de follaje de Francia desde Colombia en cientos de dólares.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
271	334	190	328	369	328	426	428	241	303

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Relacionando la teoría de la integración económica con las estadísticas expuestas anteriormente acerca de la participación de follajes colombianos en Francia se puede observar que no son muy buenas las cifras y que el comercio de follajes tiene muy poca contribución, es decir que la teoría de la integración económica no se cumple, ya que, se debe tener en cuenta cuando existe un TLC o cualquier tipo de acuerdo comercial, se buscan beneficios que ayuden a cumplir objetivos económicos y la generación de oportunidades de negocios, en este caso con Francia aunque es uno los países de la Unión de la Europea que más importa follajes colombianos; no tiene la suficiente participación, el comportamiento no es constante y por el contrario se evidencian fuertes caídas en el consumo como en 2017.

A continuación, se analizará cuáles son las consecuencias de que la teoría de la integración económica no se está cumpliendo entre Colombia y Francia, siendo Bélgica y Holanda los principales proveedores de Francia se entrará a estudiar las importaciones de los últimos 3 años de estos países.

Tabla 11.

Valor de importaciones de follajes de Francia desde Bélgica y Holanda

País	2016(Miles de Dólares)	2017(Miles de Dólares)	2018(Miles de Dólares)
Bélgica	20.433	15.289	19.964
Países Bajos	17.201	17.777	18.672

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Los datos anteriores muestran la gran participación de estos países en las importaciones de follaje en Francia, teniendo en cuenta que son países cercanos a este su comercialización se facilita y aún más perteneciendo estos a la UE, De esta misma manera se revisará cuáles son los principales proveedores de follaje de Bélgica y Holanda.

Tabla 12.

Principales Proveedores de follajes de Bélgica

País	2016 (Miles de Dólares)	2017(Miles de Dólares)	2018(Miles de Dólares)
Israel	6.299	8.233	10.752
Países bajos	9.993	8.561	5.714
Francia	3.161	2.595	1.235

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

Tabla 13.

Principales Proveedores de follajes de Holanda

País	2016 (Miles de Dólares)	2017(Miles de Dólares)	2018(Miles de Dólares)
Kenia	174	338	189
Ecuador	25	52	82
Israel	9.481	6.634	3.673
Colombia	175	37	48

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de Trade Map, (2019).

De lo anterior se puede inferir que Israel es el país proveedor de Bélgica y Países Bajos y que de esta manera estos dos países logran abastecer el mercado francés realizando una reexportación.

En conclusión Colombia no tiene gran participación en las importaciones de la Unión Europea pero sin embargo sí es un país el cual tiene una importante participación en las exportaciones de follaje, lo que genera una oportunidad para Colombia, cabe destacar que Holanda y Bélgica son los principales proveedores de follajes del país de Francia, y este es el resultado de su alta producción y reexportación de flores y follajes de países como Kenia, Colombia, Ecuador y principalmente de Israel, distribuidas a diferentes países, de esta manera Holanda y Bélgica logran cubrir la mayor parte de la demanda de Francia, cubriendo un 80% del mercado francés, además como se mencionaba anteriormente al pertenecer estos países a la UE tienen beneficios como libre circulación de mercancías, personas, capitales y una moneda común lo que evidentemente facilita la comercialización de productos entre estos países a diferencia del acuerdo que se tiene con Colombia no aplican todos estos beneficios, otro factor importante es la logística debido a que factores como la manipulación del producto, distancia, almacenamiento, y transporte influyen en el momento en el que Francia decide de donde importar.

Se hace necesario resaltar que la importación de Francia de follaje en general es alta, por su gran demanda en este país, por esta razón se provee de diferentes países incluyendo a Colombia, por el consumo que tienen en Francia de este producto es una oportunidad para Colombia de poder fortalecer el comercio entre estos dos países implementando estrategias para lograr una mayor competitividad a nivel internacional abarcando el mercado francés, sin dejar a un lado la

posibilidad de generar más exportaciones a la unión europea más específicamente a Países Bajos para que de igual manera pueda ser reexportado.

7. Capítulo III. Estrategia de Internacionalización.

El objetivo de este tercer capítulo es analizar la información la cual va a conllevar a escoger la estrategia de internacionalización que se va a utilizar para ampliar la participación en el mercado francés, basados en el modelo Way Station, aprovechando que este modelo indica los pasos a seguir en un proceso de internacionalización, se busca asemejar paso a paso este modelo para así determinar la estrategia de entrada que mejor se ajuste a los follajes colombianos.

7.1 Planeación estratégica e investigación de mercados

Desde el inicio de la investigación se han venido resaltando temas importantes para llevar a cabo la estrategia, como por ejemplo la producción de follaje en Colombia, que se evidencia en el capítulo I el cual aporta que Colombia es un buen productor de follaje y tiene una ventaja de que la tierra es fértil para esta producción, adicional en el capítulo II se evidencia los mayores importadores de follaje y los países que más lo comercializan enfocando al país de Francia y así de esta manera lograr determinar nuestro mercado objetivo.

7.2 Selección de mercado

En cuanto al mercado objetivo teniendo en cuenta que París es una de las ciudades más pobladas de Francia con una población de 2.229.621 tiene una alta probabilidad de que la demanda de este producto sea mayor que en otras ciudades, además de que París tiene acceso a un puerto de carga a menos de tres horas facilita la distribución del producto dentro del país, esto hace que esta ciudad sea la más apropiada para poder lograr comercializar el follaje, sin embargo, posteriormente se van a analizar aspectos en general de Francia como el perfil de los consumidores, la forma de distribución entre otros.

Las personas de Francia se caracterizan por ser consumidores diversos y sofisticados, para los franceses comprar corresponde más a un placer, se caracterizan por tener un consumo elevado de productos, de ocio, cultura y regalos, es por esta razón que en Francia las flores y follajes son apetecidas, al ser personas sofisticadas, les agrada tener un ambiente con diferentes arreglos florales, las decoraciones francesas hacen alusión a un lugar lleno de vida y naturaleza, las flores y follajes son utilizadas desde las amas de casa para la decoración de sus interiores hasta lugares como restaurantes boutiques sin hablar de ocasiones especiales como cumpleaños, día de san Valentín, fechas importantes para los franceses, los consumidores franceses al tener un alto poder

adquisitivo tienden a tener un gasto relativamente alto en flores para uso personal, los franceses están familiarizados con las flores y follajes y los diferentes y nuevos productos que pueden realizar con ellos.

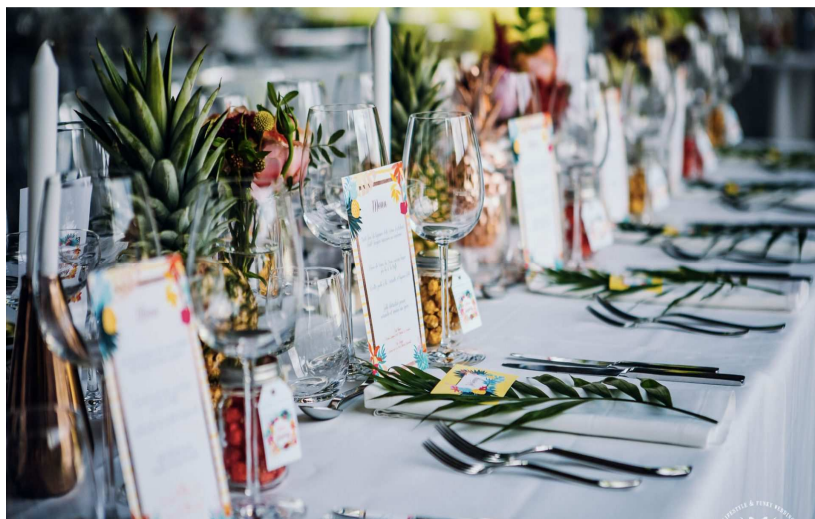


Figura 5. Cenas Francesas, La Deco De Jeanne(s,f)



Figura 6. Decoración Matrimonios Tropicales de Francia, La Deco De Jeanne (s, f)

Actualmente en Francia la tendencia en cuanto a las decoraciones es de tipo tropical, donde se utilizan gran variedad de flores y follajes como se observa en la Figura 6



Figura 7. Diseño Tropical para Menu, La Deco De Jeanne (s, f)

Como se observa hay presencia de follajes hasta para la presentación del menú de un restaurante.



Figura 8. Cumpleaños Infantil al Estilo Frances, Save The Deco (2019)

Los consumidores piden cada vez flores de alta calidad. Los supermercados también se están volviendo más estrictos en sus requisitos de calidad. La creciente demanda para ramilletes y,

consecuentemente, para flores de verano y follaje, ambos para productos principales de más alta calidad y para variedades más pequeñas, los consumidores se preocupan por el medio ambiente. Los certificados y otras formas de garantizar la protección del medio ambiente para productos exclusivos o novedosos y productos a la moda, que cambian con mucha frecuencia y sólo permanecen populares por un corto período (Santander, sf).

En cuanto al comportamiento del consumidor y su poder adquisitivo los habitantes de Francia poseen un poder adquisitivo dominante con una cifra de 43.600 USD PPA en 2018 (lugar 39 en el mundo), además Francia posee la décima economía mundial en términos de PIB, lo cual favorece a cualquier empresa que quiera penetrar el mercado francés. El precio ha sido un factor definitivo, en el proceso de compra de los consumidores franceses. No obstante, la calidad tiene cada vez más importancia para el consumidor francés, que tiende a preferir los productos con sello o marca de calidad (organic coffee company, 2013)

7.3 Problemas y contingencias

Para la internacionalización de una empresa o producto se deben de tener en cuenta diferentes variables que pueden afectar el ingreso normal y fluido de las mercancías, es por esta razón que se deben realizar estudios previos para eliminar cualquier factor que pueda interferir con el proceso de internacionalización como lo son documentaciones requeridas para el ingreso de las mercancías y uno de los más importantes la facilidad de arribo de las mercancías a los puertos y aeropuertos en el país de destino.

7.3.1 Logística francesa.

Uno de los aspectos más relevantes a la hora del ingreso de cualquier mercancía a un mercado extranjero es su facilidad de entrada y los tiempos requeridos para realizar los trámites disminuyendo así los costes generados por faltas de rutas de acceso y papeleos innecesarios, por este motivo se hace necesario observar el desempeño logístico del mercado francés, el logistic performance index (indicador de desempeño logístico) publicado por el Banco Mundial arroja los siguientes resultados.

Tabla 14.

Desempeño logístico francés

Logistic Performance Índice	
Puntaje	Puesto
3.90	16

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de ProColombia (2019)

El logistic performance index califica diferentes aspectos logísticos entre los cuales se encuentran la eficiencia en las aduanas, la calidad de sus infraestructuras, la puntualidad del transporte de carga, competencia y grado de calidad en los servicios de logística, capacidad de rastreo y seguimiento de los envíos y por último la competitividad del transporte de carga internacional. Estas calificaciones se encuentran dadas del 1 al 5 donde 1 es el peor desempeño y 5 el mejor desempeño, en esta tabla se observa que Francia tiene una buena calificación en general sobre todos los aspectos y la ubican en el puesto 16 en competencias logísticas frente al mundo, factor favorable para el aumento de las exportaciones.

7.3.2 Accesos vía marítima en Francia.

Para el comercio marítimo Francia cuenta con una cantidad de 6000 kilómetros de vías navegables aproximadamente y una infraestructura moderna. Sus puertos más importantes son los de Marsella-Fos que es el más grande de Francia y se ubica en el tercero más importante de Europa y el puerto de Le Havre ubicado en su costa occidental y concentra gran parte de su tráfico proveniente de Colombia (ProColombia, 2019)

Tabla 15.

Tiempos de transito de puertos colombianos a puertos franceses

Puerto de desembarque	Puerto de embarque	Tiempo de tránsito (Días)

Le Havre	Cartagena	18
	Buenaventura	22
	Barranquilla	22
	Santa Marta	22
Fos Sur Mer	Cartagena	18
	Buenaventura	30
	Barranquilla	27
	Santa Marta	26
Dunkerque	Cartagena	27
	Buenaventura	25
	Barranquilla	
	Santa Marta	
Marsella	Cartagena	37
	Buenaventura	30
	Barranquilla	31
	Santa Marta	27

Nota. Elaboración propia con datos recopilados de ProColombia (2019)

7.3.3 Documentación requerida en Francia.

Para el ingreso de mercancías al territorio francés es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos

- Se deben de presentar 2 facturas comerciales para envíos de mercancías con valores iguales o menores a los 19.056 euros.
- Para los valores superiores a los 19.056 euros se debe de presentar únicamente la factura emitida por la banca.

- Para las muestras sin valor comercial únicamente se deben de presentar dos facturas Pro forma.
- En las facturas comerciales se debe de brindar información acerca del término de negociación que se va a llevar a cabo, la descripción pertinente de la mercancía, cantidad, precio unitario y su valor total. (ProColombia, 2019)

7.3.4 Logística en Colombia.

La logística en Colombia según el índice de desempeño logístico con sus siglas en inglés LPI publicado por el Banco Mundial obtuvo una calificación de 2.94 para el año 2018 año más reciente de publicación de ese medio, ubicándose de la misma manera en el puesto número 58 de los 160 países a los cuales se les realiza esta calificación. A pesar de que Colombia no cuenta con una calificación tan buena como la de Francia, si han mejorado bastante en este aspecto mediante las obras que se encuentran en proceso tanto en vías de cuarta generación como en la recuperación de vías férreas, también se encuentran mejoras en los seguimientos de la mercancía y en los trámites aduaneros que lo ayudaron a posesionarse mejor en este tema pues Colombia en el año 2017 ocupaba el puesto 94.

7.3.5 Transporte marítimo en Colombia.

La modalidad de transporte para la exportación e importación de mercancías en Colombia más frecuente es la marítima en comparación con las otras modalidades de transporte se puede obtener que del 100% del transporte utilizado para la comercialización internacional su uso es del 56% en comparación con el 7% realizado por vía aérea y el 37% vía terrestre (Legiscomex, 2014). En la actualidad Colombia se ubica en el puesto 4 de Latinoamérica en cuestiones de volúmenes manejados en los puertos con una cantidad total de 4.582.712 contenedores de 20 pies o mayormente conocidos en el mercado internacional como TEU'S, se encuentra simplemente por debajo de países como Brasil, México y Panamá. En cuanto a los puertos más utilizados entre los 8 existentes en Colombia se encuentran el de Bahía de Cartagena que movilizó para el año 2018 una cantidad de 2.862.787 TEU'S y el puerto de Buenaventura con una cantidad total de 1.369.139 TEU'S ubicándose en los puestos número 4 y 12 respectivamente en los puertos que más volúmenes mueven en la región por la comisión económica para América Latina y el Caribe (Portafolio, 2019).

7.4 Canales de distribución

Es importante tener en cuenta los canales de distribución para la comercialización de flores y follajes, para así de esta manera evidenciar como podemos llegar a este mercado, la distribución se puede dividir en dos segmentos, por un lado, el canal especializado, el cual es el que realiza la venta por medio de floristerías, puestos de mercado, y centros de jardinería, y por otro el canal no especializado donde la venta de flores y follajes es una adicción al surtido en general.

7.4.1 Canal especializado.

Lugares como las floristerías y tiendas donde el producto principal son las flores y plantas, entre estos mercados especializados esta la distribución por medio de la subasta, las subastas de flores en los países europeos son mercados centrales, floricultores de diferentes lugares se reúnen para encontrar compradores adecuados, estas subastas se apoyan en cuanto a la logística en el e-commerce conocido también como comercio digital, un buen ejemplo para lo anterior es “FLORAHOLLAND” es una página la cual.

“organiza el mercado internacional de flores y plantas para los productores y compradores, nuestros clientes. Estamos orgullosos de haber estado haciendo eso por más de 100 años. Combinamos la oferta y la demanda, a un precio óptimo y los costos de transacción más bajos, ofrecemos una amplia gama de servicios y trabajamos intensamente junto con socios nuevos y existentes en el sector hortícola. Así es como suministramos al mundo flores y plantas frescas día tras día.” (Royal Flora Holland,Sf)

Esta página comercializa al año 12.1 mil millones, exportando principalmente a países como Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Bélgica, adicional a esta Página existen otras, así como “PLANTION” también comercializa flores de esta manera y busca que.

“los floristas compran productos frescos y deliciosamente perfumados para sus tiendas en la subasta de relojes. El departamento intermediario conecta a compradores y productores a través del contacto personal. Los jardineros vienen al centro verde por una variedad única de árboles y arbustos. Y los minoristas obtienen hermosas flores, plantas y accesorios en el centro mayorista. Muchos productos también están disponibles a través del mercado digital de Plantion.” (PLANTION,Sf)

Aparte de la subasta, también están los mayoristas, ellos son importadores claves que se encargan de distribuir sus productos en lugares donde el principal producto es la venta de flores y follajes, ellos tienen un amplio conocimiento de los diferentes nichos de mercado, flores nativas, exclusivas, normalmente estos importadores importan a través de la subasta de flores, esta venta al por mayor de flores lo dominan pocos actores principales entre ellos está “THE DUTCH FLOWER GROUP” es un grupo global de empresas. son líderes del mercado en importación, exportación, comercio y desarrollo de mercado de flores y plantas sus 1.500 empleados fueron responsables de generar 785 millones de euros en ingresos en 2010 con exportaciones a más de 60 países en todo el mundo. DFG posee varios edificios en la subasta de flores en Aalsmeer. supervisan el transporte de flores e intentan reducir el fraude (Axxis Communications, 2011).

7.4.2 Mercado no especializado.

El mercado no especializado la venta se realiza en lugares los cuales el tema de las flores y follajes están en segunda opción, los consumidores del mercado no especializado son personas que compran de pasada o rapidez, entre los principales actores de este segmento en Europa se encuentra TESCO en el Reino Unido, ALDI en Alemania, CARREFOUR en Francia, ROYAL AHOLD en países Bajos y SAINSBURY en el Reino Unido, este canal de distribución directa es más exigente en los requisitos del producto, (PROCHILE,2015)

7.4.3 Principales comercializadoras de follajes en Francia.

En el mercado francés se encuentran las siguientes empresas más reconocidas, las cuales se encargan de importar y comercializar los follajes dentro del país

- Penja
- Club floral
- philippel
- Fleurs
- Fleur assistance
- Secondflor
- Feuillazur
- Stafflor

De igual manera se entró a realizar un análisis más específico de algunas empresas que distribuyen en el país objetivo, entre estas se encuentra “Penja” esta empresa se convierte en el proveedor del follaje exótico número 1, dando acceso a variedades poco conocidas en el mercado francés, a precios razonables, gracias a los volúmenes pedidos. Las hojas exóticas se convierten en productos asequibles, en una gama que sigue siendo excepcional, la manera en la que esta empresa llega a los consumidores franceses es por medio de la venta exclusivamente a los floristas, decoradores y otros profesionales, gestionan los pedidos y tienen asesorías a los clientes escuchando sus necesidades y deseo.

Así mismo como las empresas anteriormente mencionadas esta “PHILIPPE FLEURS” es un mayorista de profesionales de flores y plantas donde tienen cierta especialidad por el follaje ellos indican que “El follaje, el toque de vegetación esencial da el volumen y la profundidad a las composiciones florales al tiempo que aumenta los colores de las flores” (Philippe Fleurs, Sf), se evidencia la importancia del follaje para las decoraciones y lo tiene muy bien representado para sus clientes, esta empresa hace llegar las flores y follajes de manera rápida a sus clientes con una simple llamada, planificando la entrega para que los productos lleguen a su destino de manera óptima para el disfrute del cliente.

Otra empresa importante para saber la distribución de este producto es “Second Flor” esta empresa maneja el control sobre la calidad y los precios desde el momento de la cosecha hasta el momento de la entrega, ofreciendo buena calidad y buen precio, es una empresa importadora directa buscando la relación con los productores sin intermediarios para así mismo garantizar la calidad y los precios.

Basados en el análisis del modelo de WAY STATION, se puede concluir que Francia es un país con una alta demanda en cuanto a la utilización de follajes, adicionalmente cuenta con buen desempeño logístico, de igual forma; existen 4 puertos en relación con Colombia, lo cual reduce tiempo y costos, facilitando su importación. Por último, la estrategia que se propone para la internacionalización de follajes es contactar las empresas líderes encargadas de abastecer el mercado francés, ya que son empresas que llevan cierto tiempo en el mercado lo cual ya tienen claro las exigencias de los consumidores y los canales de distribución

8. Conclusión

El presente documento tenía como propósito principal establecer que oportunidades de negocio tiene Colombia para incrementar la participación de los follajes al mercado francés, por esta razón se realizaron diferentes análisis comenzando por estudiar, cómo se encontraba el sector floricultor en general encontrando de esta manera que Colombia cuenta con buenas prácticas de cultivo que permiten que este sector en particular sea reconocido mundialmente por ser de buena calidad adicionalmente gozan de beneficios por parte del gobierno con instituciones que promueven su desarrollo y facilitan igualmente su comercialización. Sin embargo, con el segundo capítulo nos encontramos que Colombia centra sus exportaciones de flores y follajes en los mismos países antes de la entrada en vigencia del acuerdo comercial firmado con la Unión Europea y después de la entrada en vigencia del acuerdo, observando cambios muy diminutos en el comportamiento de la comercialización de este tipo de productos aun después de haber obtenido una variación positiva en cuanto a la participación en el mercado mundial.

Después de realizar un análisis de los datos obtenidos acerca de los países que mayor participación tenían en la compra de follajes dentro de la Unión Europea se pudo evidenciar que Francia es un importante mercado que año tras año aumenta su participación mundial especialmente en este sector aunque no sea específicamente con follajes importados directamente de Colombia sus demandas de este producto siguen en aumento a diferencia de otros países de la Unión Europea que tienen una demanda muy volátil. Por esta razón decidimos enfocarnos en la búsqueda de una herramienta o estrategia que facilitara ampliar la participación de los follajes colombianos al mercado francés aprovechando las ventajas que tienen estos dos países como lo es el acuerdo comercial firmado en el año 2013 las rutas comerciales o facilidades de acceso que tienen por vías marítimas y la calidad de sus productos que ayudan a contrarrestar el efecto de los factores como lo es la reexportación de los follajes dentro de la Unión Europea como en el caso de los Países Bajos que es uno de sus mayores proveedores que gozan de otra cantidad de beneficios que les brinda el encontrarse dentro de un bloque económico integrado, sin embargo algunas variables como lo es el perfil del consumidor francés la logística y relaciones comerciales hacen que para Colombia sea factible y conveniente aumentar su participación en este mercado.

9. Referencias

Agro negocios (2017) exportaciones de follajes crecieron 20% entre enero y noviembre de 2016 recuperado de: <https://www.agronegocios.co/agricultura/exportaciones-de-follajes-crecieron-20-entre-enero-y-noviembre-de-2016-2622395>.

Banco de datos. (S,f).

Bernal. (2011). Estudio Para el fortalecimiento del sector floricultor colombiano en el mercado japonés (Tesis de grado). Recuperado de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2488/1026267891-2011.pdf;jsessionid=F5966A74407A7363BC5B4A686F10F634?sequence=1>.

Burgos Baena, Agustín. (2017). El modelo gradualista de Uppsala. Recuperado de: http://www.xprtraining.com/fundamental/modelo_gradualista_uppsala.html.

Cámara de comercio de Bogotá, Flores y follajes pdf (2015) *Programa de apoyo agrícola y agroindustrial vicepresidencia de fortalecimiento empresarial*. Tomado de: <http://hdl.handle.net/11520/14311>.

Cuervo Morales, M. (2000). El sistema de integración económica y la importancia de los efectos estáticos. *Análisis Económico*, XV (32), 11-130. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/revista.oa?id=413>

Calderón y Guacaneme. (2012). Creación empresa exportadora y comercializadora de rosas. Holanda (Tesis de especialización). Recuperado de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1844/CalderonPedro2012.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Chahin, G. (2012). Cultivo de follajes ornamentales: una alternativa para la floricultura del sur. Recuperado de <http://biblioteca.inia.cl/medios/biblioteca/boletines/NR38361.pdf>

Chahin, G. (2012). Cultivo de follajes ornamentales: una alternativa para la floricultura del sur. Recuperado de <http://biblioteca.inia.cl/medios/biblioteca/boletines/NR38361.pdf>

- François (1800), Curso completo o Diccionario universal de agricultura teórica, Madrid en la imprenta. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=N6LsmpsS8NkC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Galvis. (2010). Implementación de follajes para la elaboración de bouquets de exportación. (Tesis de pregrado). Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/final%20trabajo%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/final%20trabajo%20(2).pdf)
- Gonzales. (2004). Factibilidad de exportación de follaje helecho cuero (rumhora adiantiformis) para ramos o adornos frescos. (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7099/tesis151.pdf;sequence=1>
- ICA. (2019) TRIPS, ÁCAROS Y POLILLAS, PLAGAS DE ATENCIÓN PRIORITARIA PARA LOS FLORICULTORES. Recuperado de https://www.ica.gov.co/portal_ica/media/video_portal/alerta7d.pdf.
- Legiscomex. (2017) Tratados de libre comercio. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/Documentos/colombia-acuerdos-tratados-libre-comercio-tlc>
- Martínez Coll, Juan Carlos (2001) "Teoría de la Integración Económica" en La Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes, Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/17/>.
- Martinez,Tremolada,(2012)Acuerdo comercial: Recuperado de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/04._acuerdo_comercial_cartilla.pdf
- Min agricultura. (2019). Min Agricultura destinó \$1.300 millones para apoyo a la comercialización de flores en 2019. Recuperado de: [https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/MinAgricultura-destinó-\\$1-300-millones-para-apoyo-a-la-comercialización-de-flores-en-2019.aspx/](https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/MinAgricultura-destinó-$1-300-millones-para-apoyo-a-la-comercialización-de-flores-en-2019.aspx/).
- Morales. (2000). El sistema de integración económica y la importancia de los efectos estáticos. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/413/41303205.pdf>
- Ocampo y Osorio. (2007).Plan para el fortalecimiento del sector de flores y follajes tropicales del departamento de Risaralda. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/385>.

- Organic Coffee Company, (2013). Perfil del consumidor francés. Recuperado de <http://organiccoffeegreen.blogspot.com/2013/11/perfil-del-consumidor-frances.html>
- Pérez, García y Tabora. (2009) estado actual del negocio de biocomercio de flores y follajes nativos de Antioquia. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/ESUMER/462/1/TRABAJO%20DE%20GRADO%20ESPA%C3%91OL.pdf>.
- Petit, J. G. (2014). La teoría económica de la integración y sus principios fundamentales. Recuperado de: <https://www.vanguardia.com/economia/nacional/acuerdo-con-francia-complementa-el-tlc-con-la-union-europea-AFVL401155>.
- Procolombia (2013). Flores y follajes. Recuperado de <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/flores-y-follajes>.
- Pro Colombia. (S.f). Acuerdo comercial Colombia – Unión europea. Recuperado de: <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria>.
- Ramon Tamares. (2009). La integración económica latinoamericana en tiempos de crisis: alcances y limitaciones para su consolidación, Recuperado de: https://nuso.org/media/articles/downloads/3619_1.pdf
- Rosado, M. (2003). Metodología de investigación y evaluación. México: Editorial Trillas, S. A. de C. V.
- Royal Flora Holland, (S,f), Flowering the world. Recuperado de: <https://www.royalfloraholland.com/en>.
- Rocha Nieto, N. E. (2010). Diseño de una metodología de diagnóstico para empresas productoras de flores tropicales y follajes en el eje cafetero. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Sanchez, D. (2008). Manual de cultivo y manejo de heliconias y follajes nativos e introducidos. Recuperado de <http://repository.humboldt.org.co/bitstream/handle/20.500.11761/31280/08-07-366-0153PS-Anexo1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sanchez, D. (2008). Manual de cultivo y manejo de heliconias y follajes nativos e introducidos. Recuperado de <http://repository.humboldt.org.co/bitstream/handle/20.500.11761/31280/08-07-366-0153PS-Anexo1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sampayo, Martínez y lozano. (2009). Estudio de factibilidad de producción y exportación de flores exóticas amigables con el medio ambiente en la ciudad de santa marta (Tesis de maestría). Recuperado de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1689/T164.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(s.n.) (2016). Follaje. OEC. Tomado de: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/0604/>

Trujillo, M. A., Rodríguez, D. F., Guzmán, A. y Becerra, G. (2006). Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas. Documentos de investigación, n° 30, Facultad de Administración, Universidad de El Rosario, Bogotá, Colombia.

Viabilidad de establecer una operación radicada en la República Argentina para la comercialización de flor fresca de origen colombiano. (Tesis de pregrado). Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Prieto%20Amaya.%20Concepci%C3%B3n%20de%20marketing%20para%20la%20exportaci%C3%B3n%20de%20flores%20frescas%20cortadas%20de%20origen%20colombiano%20a%20la%20Rep%C3%BAblica%20Argentina.pdf>.