

LA EXPORTACIÓN DE LA CÚRCUMA FRESCA PARA EL DESARROLLO NACIONAL DE LA ECONOMÍA CUBANA

THE EXPORT OF FRESH TURMERIC FOR THE NATIONAL DEVELOPMENT OF THE CUBAN ECONOMY

Autores: Osbel Morales Armas¹

<https://orcid.org/0000-0001-5620-8044>

Yaimely Romay Sosa¹

<https://orcid.org/0000-0002-6854-0981>

Esteban Rodríguez Torres²

<https://orcid.org/0000-0002-3571-6899>

Institución: ¹Administración Municipal del Poder Popular, Mayabeque, Cuba

²Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez, Cuba

Correo electrónico: osbel8510@gmail.com

yromaysosa@gmail.com

ert931025@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación está enfocada sobre la base de una de las operaciones del comercio exterior, específicamente la exportación, por la Empresa Agropecuaria del municipio de Nueva Paz de la provincia de Mayabeque. Para ello se emplearon en el nivel teórico el método histórico lógico, análisis-síntesis e inducción-deducción y en el nivel empírico se empleó el análisis de contenido como recurso metodológico que proporcionó científicidad al proceso de planeación estratégica. En tal sentido, se evidencia que las normas y reglamentaciones cubanas, aunque dispersas y variadas son, desde el ámbito académico, herramientas fundamentales para empresarios y directivos en el camino desarrollador de este proceso.

Palabras clave: Cúrcuma, Economía, Empresa, Exportación, Medio ambiente.

ABSTRACT

The present investigation is focused on the basis of one of the foreign trade operations, specifically export, by the Agricultural Company of the municipality of Nueva Paz in the province of Mayabeque. To this aim, a theoretical revision of the main studies about exports related to foreign trade was done. For this, the logical historical method, analysis-synthesis and induction-deduction were used at the theoretical level and at the empirical level content analysis was used as a methodological resource that

provided scientificity to the strategic planning process. In this sense, it is evident that the Cuban norms and regulations, although dispersed and varied, are, from the academic field, fundamental tools for businessmen and managers in the development path of this process.

Keywords: Company, Economy, Environment, Export, Turmeric.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de las diversas etapas por las que la sociedad ha transitado, el medio ambiente ha ocupado un lugar determinante en el contexto de desarrollo económico a escala global, llegando a convertirse en la principal fuente de recursos y bienes ambientales. La acelerada apertura e interdependencia de los sistemas económicos, llevados a cabo a partir de 1980, ha conllevado de manera irreversible a la globalización de la economía. En tal sentido, Rodríguez (2022) manifiesta que las transformaciones en el entorno, cada vez más turbulentas, sumado a los progresivos avances de las tecnologías influyen irremediamente en la implementación de nuevas prácticas empresariales encaminadas a lograr la calidad ideal de las producciones y la estabilidad de los clientes.

Actualmente las empresas utilizan diversas estrategias para posicionarse en el mercado al cual pertenecen con el objetivo de obtener el máximo rendimiento en sus operaciones, y a su vez, optar por conseguir la máxima satisfacción de sus clientes y la calidad de los bienes que comercializa. Las acciones y transformaciones a seguir deberán estar respaldadas por un estudio exhaustivo del contexto en cuestión y de los posibles escenarios en que la empresa se desarrolla, así como el uso de las fortalezas y debilidades para hacer frente al entorno en que se desenvuelve.

La gestión comercial debe fortificar la orientación y planificación general de la empresa hacia las disímiles aristas del mercado, con el objetivo de obtener beneficios económicos procedentes de las ventas y fortalecimiento frente al avance de los competidores (Águila y Díaz, 2020).

Los resultados de la revisión bibliográfica realizada para esta investigación entre los cuales destacan autores como Amado (2011), Aquino (2013), Arciniega (2015), Chávez *et al.* (2017) avalan que, sobre este tema se han realizado diversos estudios, fundamentalmente en América Latina en rubros tales como la artesanía, el calzado, las frutas, la industria pesquera o la industria química. De manera particular y ya relacionados con la industria cementera, otros autores: Díaz (2012) y Chávez *et al.*

(2017) plantean propuestas estratégicas de marketing, planes estratégicos, estrategias de mercadeo; enfocados todos al estudio, en definitiva, para incrementar o mejorar las exportaciones, aunque se refieren de diversas maneras a la proyección estratégica sobre el tema de las exportaciones.

En el ámbito nacional, se muestran diversos estudios que hacen referencia al tema en cuestión, los cuales se han desarrollado a partir de la implementación de resoluciones y otros documentos formulados por el Ministerio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera (MINCEX) y por el Centro de Superación del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (INCOMEX). Los resultados de tesis de los diplomados impartidos por este centro: Machado y Santos (2016), Colino (2016), Arnielle (2016), citados por Águila y Díaz (2020), proponen estrategias para la exportación de diversos renglones, todas tienen en común la insuficiente fundamentación sobre este tipo de estrategia y el ceñirse a los procedimientos preestablecidos al respecto.

El MINCEX establece que el propósito fundamental de las entidades que realizan actividades de exportación de mercancías lo constituye el diversificar los mercados, garantizar la exportación de mercancías y el posicionamiento adecuado de los productos en los mercados objetivos. Por lo que esta investigación se encuentra relacionada con la operación de comercio exterior, y tiene como finalidad la exportación de cúrcuma fresca en diferentes países del mundo principalmente en Canadá. Lo fundamental es proyectar una imagen empresarial más sólida, ganar en competitividad y rentabilidad, aumentar los ingresos y mejorar el posicionamiento de marca.

De acuerdo al análisis del mercado que se realizó por parte de los autores, se puede afirmar que existen varios países que son los principales importadores de cúrcuma fresca en el mundo, estos se caracterizan por estar implicados en el sector de mercado orgánico a causa de las buenas prácticas de alimentación, así como de conciliación con tendencias revolucionarias vinculadas al consumo saludable que su población está adoptando a sus hábitos diarios. Canadá es un país abierto al comercio exterior, la gastronomía es un conjunto de costumbres culinarias que corresponden a los habitantes de país. La cocina canadiense es diversa y sabrosa, cada región cuenta con platos únicos y posee muchas influencias de la cocina estadounidense y la inglesa (García, 2021).

La cúrcuma longa L., de la familia Zingiberaceae, conocida popularmente como yuquilla amarilla, jengibre amarillo o cúrcuma, es de origen índico-malayo. La parte útil, el rizoma seco, es utilizada ampliamente en muchos países como colorante alimenticio y especia, y forma parte integrante de la mezcla conocida como curry. Posee curcuminoides (derivados fenólicos), péptidos solubles en agua, proteínas y residuos de metionina con propiedades antioxidantes, a su vez, conserva propiedades hepatoprotectora y citoprotectora, mediadas por su gran volumen antioxidante y de su elevada capacidad de protección del ADN contra el daño peroxidativo (Freire y Vistel, 2015).

La misión de la Empresa Agropecuaria de Nueva Paz es brindar un producto armónico de calidad internacional, que sea competitivo en el mercado y que supere las exigencias de los mercados de destino. Con una visión de una empresa sólida, reconocida y que sea concerniente del producto armónico a nivel local e internacional la calidad de sus productos y servicio que ofrece. Dicha empresa se caracteriza por tener valores de lealtad, honestidad, respeto y responsabilidad en el trabajo que se realiza. La investigación se centra sobre la base de una operación de comercio exterior, la exportación, por la Empresa Agropecuaria del municipio de Nueva Paz de la provincia de Mayabeque, teniendo en cuenta la necesidad de insertarse en mercados internacionales que es cada vez más creciente a nivel mundial y Cuba no es ajena a ello, lo que también constituye un reclamo de la alta dirección del país en la actualidad y un desafío para las empresas con bienes y servicios potencialmente exportables.

DESARROLLO

Actualmente, la esfera económica mundial es globalizada a un ritmo acelerado y los descubrimientos en la ciencia y la tecnología contribuyen a ello, todo ello debido a que el trayecto espacial ya no es un inconveniente. Por tanto, vincularse en espacios de mercados extranjeros resulta cada vez más difícil y, de cierta manera, complejiza el trabajo referente a la planificación y elaboración de estrategias. En tal sentido Rodríguez Torres *et al.* (2022) expresan que el liderazgo distribuido juega un papel determinante a la hora de afrontar nuevos retos. Este tipo de liderazgo es clave en las empresas, pues con su implementación, estas pueden llegar a desarrollarse o expandirse de una manera más eficiente.

Se debe mencionar que las exportaciones contribuyen de forma positiva en el desarrollo económico de cualquier nación y suministran ingresos necesarios que ayudan a pagar las deudas externas. De igual manera, a adquirir en otros países y regiones los bienes y servicios que por diferentes razones no pueden producirse en él, que por ende son necesarios para satisfacer la demanda de la población y el bienestar general del país.

En la literatura consultada Fernández *et al.* (2008) plantean que, desde una perspectiva empresarial, la exportación contribuye a mejorar la utilización de la capacidad productiva de la empresa, a desarrollar capacidades de gestión superiores, a mejorar la capacidad de innovación de productos y procesos y a fortalecer sus resultados. La introducción del sector empresarial en los mercados internacionales alcanza, debido a las exigencias actuales, un desafío que trasciende las ventas que son llevadas a cabo en el exterior.

La exportación es el resultado de un proceso de investigación, formación, planificación e inversión que involucra varias etapas y entre ellas enfatiza en las medidas adoptadas por la empresa para la exportación, la caracterización de un mercado viable y la relación con posibles clientes o compradores. (Águila y Díaz, 2020). Entonces, la exportación puede catalogarse como un proceso complejo que, a su vez, encierra en su interior otros procesos, concretamente aquellos relacionados con la dirección empresarial, la producción o prestación, la logística y, por ende, la negociación. El resultado se materializa en la imprescindible correspondencia de la empresa con su ambiente.

Por tal motivo, se impone cambiar los paradigmas y los enfoques en cuanto a la manera de definir la exportación y concebirla como un negocio, porque exportar es un término mucho más general que solo la salida. Es por ello que, resulta imprescindible realizar estudios e investigaciones del entorno externo y prepararse en cuanto a la estructuración sobre estrategias de exportaciones efectivas se refiere.

Al respecto, Águila y Díaz (2020) manifiestan que trabajar en una estrategia de exportación crea varias oportunidades que están estrechamente vinculadas a alcanzar mercados que propician, sobre la propia empresa, una perspectiva particular que trae consigo el crecimiento y desarrollo. Cuando la empresa llega al consenso de que debe expandirse fuera de sus límites geográficos, debe tener en cuenta cómo entrar en los mercados extranjeros mejor dicho qué pasos debe seguir para tener éxito en esta

integración. Esto sin duda alguna mostrará la mejor opción, que, a su vez, dependerá de varios factores, como la naturaleza de las metas específicas de la empresa, el colchón de recursos y capacidades para poder desenvolverse en el extranjero, así como los factores en concreto del país, entre ellos, las barreras comerciales y los costos de transacción que esto implica.

Como resultado, el potencial de exportación debe ser estudiado exhaustivamente al evaluar: primero, si realmente existe un mercado para sus bienes y servicios; y, en segundo lugar, si este podrá cubrir con las expectativas de producción anheladas. Para ello deben tenerse en cuenta, aspectos tales como: el conocimiento de la legislación existente en el país al respecto, contar con la asesoría correspondiente que permita la preparación idónea para llevar a cabo esta actividad.

El análisis de documentos y el empleo de técnicas de recolección de datos evidencia que para lograr la confección de una estrategia que responda directamente a la exportación, tienen que intervenir en su estructuración variedades de esquemas y modelos que, siguiendo diferente orden en los aspectos a tratar en cuestión, muestren, determinadas etapas o fases, temáticas y ejercicios que cualquier empresa debe estudiar y forjar en un documento rector. Esta a su vez, debe servir de guía en las acciones productivas, comerciales y de uso investigativo que deben ponerse en práctica en un periodo determinado para cumplir con las metas propuestas.

Se identificaron como variables internas la política comercial de la empresa, la preparación de los recursos humanos, la estructura comercial de la empresa, la situación financiera, el sistema de información de mercado y la cartera de productos. En cambio, como variables externas, la fase de ciclo económico del mercado objetivo, obstáculos comerciales, acuerdos comerciales, situación política del mercado objetivo, política medioambiental, desarrollo tecnológico y el precio de materias primas (Águila y Díaz, 2020).

En el año 2014, el MINCEX establece mediante una resolución todo lo relacionado con la actividad exportadora, lo cual ofrece el conocimiento y basamento legal para llevarla a cabo en las diferentes empresas y entidades. En dicha resolución se establece que, para que puedan cumplirse sus metas, cada entidad debe confeccionar la estrategia que se adecue a sus exportaciones, donde se tengan en cuenta los bienes que se comercializan, también deben detallarse los principales objetivos cuantitativos y cualitativos que se proponen alcanzar entre un periodo de tres a cinco

años y las acciones que llevarán a cabo para su cumplimiento (Resolución N.º 50, Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera, 2014).

A partir de dicha resolución se elaboraron otros documentos en que se continúan ofreciendo orientaciones al respecto. Un ejemplo de ello es el procedimiento para el fomento y desarrollo de nuevos rubros exportables, confeccionado con el propósito de institucionalizar los mecanismos de apoyo que se aplicarán a las empresas productoras, y así poder aumentar exponencialmente el movimiento de nuevos fondos exportables.

En este mismo sentido, se dictamina para estas empresas y demás entidades territoriales la elaboración de una estrategia objetiva, a la que se refieren como Plan de Desarrollo. Se definen los principales objetivos cuantitativos y cualitativos, así como las acciones que se proponen alcanzar para el cumplimiento de los objetivos y lograr el posicionamiento adecuado de los productos seleccionados en los mercados. Teniendo en cuenta lo planteado por Águila y Díaz (2020), el Grupo Empresarial indica que el Plan de Desarrollo que se elabore deberá contemplar:

- Síntesis de la situación financiera o salud que posee la empresa, así como la capacidad real de su producción.
- Valoración de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tienen los productos y la entidad.
- Estudio breve pero minucioso de las características actuales que presenta el mercado internacional de todos los productos que la empresa está enfocada en comercializar.
- Metas concretas para cumplir el objetivo trazado. (Desarrollar-consolidar)
- Evaluación parcial y final de la efectividad económica que se espera reporte la actividad de comercialización, así como de los productos seleccionados. (Relación precios-costos)
- Plan de producción establecido y los fondos equivalentes para cumplir con el plan propuesto.
- Estructura de supervisión y elevación de la calidad, así como la presentación de los productos que se pretenden exportar.

La propuesta de exportación de la cúrcuma en la Empresa Agropecuaria de Nueva Paz, provincia de Mayabeque, partió del análisis de modelos preestablecidos por estudios sobre el tema, entre los cuales destacan autores como Aquino (2013) y Águila

y Díaz (2020), así como las indicaciones ofrecidas por el Ministerio de la Agricultura asesorado previamente por el MINREX, que están en correspondencia con el panorama en que los rubros potencialmente exportables cubanos se insertan en el mercado internacional.

Como resultado se prevé que la actividad económica de la empresa podría ser productiva, todo ello debido a que con el uso y aplicación de buenas técnicas agrícolas se obtendría la cúrcuma para la exportación al mercado previsto. También se aplicaría tecnología y mano de obra en el proceso productivo con el fin de obtener un producto con altos estándares de calidad, logrando la competitividad a nivel internacional. Además, se tendría presente para lograr la obtención de la certificación de producto orgánico y de calidad para la exportación a mercados exigentes como es el mercado canadiense. De acuerdo a todas las características mencionadas es que se llega a la conclusión que la actividad económica de la empresa podría ser productiva.

Antecedentes

El proceso de desarrollo de la agricultura en el municipio de Nueva Paz forma parte del Plan de Acciones de la Línea Estratégica Agroalimentaria de la Estrategia de Desarrollo del territorio, con la intención de incrementar las producciones con sostenibilidad en la zona donde solo se puede producir, debido al tipo de suelo, donde la sequía meteorológica y agrícola integradas generan condiciones muy adversas y donde no solo el agua se encuentra abundante entre 5 y 8 metros de profundidad, sino donde es necesario proteger y hacer un uso racional de ese importante líquido, sabiendo que es una zona en que es necesario detener y hacer retroceder la cuña salina; es por eso que se pretende capacitar a los productores en estos temas e implementar con este proyecto sistemas de riego eficientes y sistemas de tratamiento, (biodigestores) que reduzcan la carga contaminante.

El producto a exportar es la cúrcuma fresca, el cual tiene una producción permanente durante todo el año debido a las condiciones climatológicas y la calidad del suelo. Son pocos los estudios realizados en el procesamiento de la cúrcuma, entre los cuales destacan las investigaciones de Freire y Vistel (2015), Arias Cedeño *et al.* (2020) y Ybalmea Gómez *et al.* (2021).

El mercado competitivo continúa en transformación para adaptarse a las exigencias del consumidor. Se debe tener estrategias para competir en el nivel internacional, por lo que se requiere de la capacitación y formación de recursos humanos que la

respalden científicamente en áreas, análisis, transformación de las mismas, además de asesoría técnica en el cultivo, recolección de materia prima, almacenamiento, tratamiento y control de calidad.

Definición y descripción del producto seleccionado

La cúrcuma es una planta herbácea perenne, dicha planta puede encontrarse en diversas zonas, concretamente, al sur de Asia y otras regiones de África. Esta planta es de gran importancia y utilidad en varias esferas, tales como, medicina, cosmética, gastronomía y procesamiento industrial de alimentos. Por lo que debido a sus características particulares ha tenido un impacto sociocultural en el desarrollo de las personas. En este sentido, se evidencia como con el de cursar de los años su demanda ha experimentado un aumento exponencial (Arias Cedeño *et al.*, 2020).

La cúrcuma más conocida por raíz amarilla, es una de las plantas medicinales y de condimento más importante de la antigüedad, guarda en sí propiedades contra las enfermedades que más golpean a los países desarrollados del mundo (el cáncer y las enfermedades cardíacas, así como su poder antiinflamatorio. Ybalmea Gómez *et al.* (2021) declaran que su tallo llega a poseer una altura relativa entre los 20-30 centímetros y está coronada con brácteas que poseen colores ampliados con puntas de tono rosa. Las hojas suelen aparecer incluso después de las flores. Cuando está en pleno crecimiento las plantas pueden alcanzar una altura de 40 cm de altura.

La extracción de curcuminoides puede darse de diferentes maneras, entre los cuales destacan el empleo de un líquido iónico (solvente) combinado con ultrasonido o microondas, estas técnicas permiten reducir favorablemente el tiempo de procesamiento y aumentar el rendimiento, en comparación con la extracción soxhlet. Sobre esta base, se han realizado investigaciones sobre el procesamiento de la cúrcuma, con el objetivo de utilizar las partes de descarte y obtener productos innovadores, destacando la obtención de películas comestibles biodegradables a partir del residuo generado luego de la extracción de curcuminoides (Ybalmea Gómez *et al.*, 2021).

El mayor porcentaje de este producto es procesado (rizoma) para obtener cúrcuma en polvo, la cual es empleada posteriormente como especia en la gastronomía. Sin embargo, a partir de la cúrcuma se pueden derivar otros productos con un gran potencial en el mercado, tales como, oleoresina y curcuminoides. En cuanto a los métodos de secado de cúrcuma, tanto la liofilización como las microondas son

tecnologías que pueden llegar a provocar una menor degradación de la curcumina respecto al secado solar, lo que permite a su la deshidratación del producto en un menor tiempo de procesado (Pérez Cordero *et al.*, 2021).

Ybalmea Gómez *et al.* (2021) manifiestan que la cúrcuma posee diversos compuestos con actividad biológica, tales como, curcumina (principal curcuminoide), Ar-turmerona y furanodieno. Dichos compuestos, debido a sus propiedades características otorgan disímiles propiedades funcionales a la cúrcuma, entre las cuales destacan la capacidad anticancerígena y actividad antiinflamatoria. En tal sentido, el consumo y aprovechamiento de este alimento concede altos beneficios al bienestar del hombre.

Análisis de la oferta

En el municipio existen alrededor de 13 productores de cúrcuma, en extensiones pequeñas. De acuerdo a la información recopilada y suministrada por pequeños productores existen aproximadamente 23 hectáreas sembradas, y se obtienen los siguientes rendimientos:

- De 1 ha se obtienen 35.000 kg de rizoma
- De 1 ha se obtienen 3 toneladas de hoja
- De 5 kg de rizoma fresco se obtiene 1 kg de harina (la relación es 5:1)
- De 1 mata de cúrcuma se obtienen 1800 g de rizoma fresco
- De 1 Kg de semilla se obtienen 60 plantas

Para que los mercados internos alcancen el auge deseado, se podría tomar como iniciativa el comercio de semilla para conseguir la expansión del cultivo, ya sea como semilla germinada, seleccionada y no seleccionada. Es necesario mencionar que en la actualidad los costos de semillas son los siguientes:

- Semilla seleccionada: \$ 2.000/Kg
- Semilla germinada: \$ 2.500/Kg
- Semilla sin seleccionar: \$ 1.500/Kg

Código de la Nomenclatura Comercial

Según la información recopilada el código de la Nomenclatura Comercial Sistema Armonizado (SA) a 6 dígitos: 0910.30 y el código SACLAP 0910.30.00 en el cual señala a cúrcuma fresca como una de las especies de dicha descripción. El producto se encuentra dentro de la partida 0910300000, es por ello que a través de la fuente de Trade Map se visualiza al detalle el valor importado durante los últimos 5 años, así como la cantidad importada en toneladas (Pérez Cordero *et al.*, 2021).

Canadá sobrepasa los 11 millones de dólares en importaciones de esta partida, por lo que es importante señalar que en el mercado han mantenido un crecimiento durante los últimos 5 años. El resultado se expresa en una propuesta atractiva y sostenible para incursionar, pues dicho país, ha sido estable en cuanto al crecimiento de la demanda y se espera que en los próximos años sea mucho mejor, debido a la alta demanda y la inversión que se está realizando en cuanto a las industrias cosméticas, farmacéuticas y gastronómica. A ello se le suman las tendencias del consumo de alimentos sanos y limpios de pesticidas que sean amigables con el medio ambiente.

Análisis socioeconómico

Contribuye a incrementar y en muchos casos rescatar, no solo las tradiciones rurales, sino los procedimientos amigables con el medio ambiente, los conocimientos, habilidades y prácticas sostenibles que se realizaban tradicionalmente con el empleo de recursos existentes en la zona, que permitirán generar abono orgánico y el ahorro de agua con la ejecución de un sistema de riego eficiente. Eleva la capacidad de articulación, organización y relaciones de cooperación entre instituciones gubernamentales y no gubernamentales y grupos sociales locales en función de la preservación del medio ambiente de la zona teniendo en cuenta que las fincas se encuentran muy cercana a un área protegida, donde existe una diversidad de especies de la fauna. La apicultura que existe en la zona debe jugar un papel muy importante en el incremento de la producción de los tubérculos, generando una cadena productiva.

En este sentido, promueve la capacidad de auto evaluación, ya que se hará visible y evaluable físicamente, la producción de la cúrcuma de manera ecológica, al igual que el cuidado de la flora y la fauna en que se incluye el impacto del empleo en su gestión de la energía renovable. El uso de los recursos naturales que constituyen sub productos de otros procesos en la producción de materia orgánica, en que se integran otros procesos productivos que abundan en la zona, constituyen recursos naturales beneficiosos para el ecosistema, elementos que como se explica podrán ser usados en la producción de abono orgánico o bioenergía.

Las acciones del proyecto responden no solo a las justas demandas de los actores locales, sino a la necesidad de formar y reanimar esos conocimientos y esas tradiciones rurales pre existentes, en las nuevas generaciones que viven en una zona tan vulnerable a los efectos del cambio climático y que se integran en el plan de acciones de la Tarea Vida. Fortalecer con algunos recursos y conocimientos

imprescindibles mejora la calidad de vida y el impacto de este proceso productivo en el territorio.

Estrategias de distribución

- Las ventas de la empresa, se regirán a través de acuerdos y estrategias que beneficien para garantizar la calidad del producto, para ello se prevé un Ingeniero en industrias alimentarias, para asegurar la calidad del envío. También se llevarán a cabo controles en cada exportación que se realice, se contará con documentos que certifiquen que el producto es 100 % consumible, de buena calidad y originario del territorio. De esta manera se asegurará que cuente con Certificado de Origen, y etiquetado “Ecológico” ya que este es un producto orgánico.
- Captar Clientes, es decir, se dará a conocer el producto a través de la calidad del mismo, resaltando los beneficios y valor nutricional. Como se indicó en la estrategia de posicionamiento, este producto ingresará con un precio acorde al mercado.
- Poseer una adecuada atención, en este sentido, el documento que se llevará a cabo será la orden de compra que posteriormente se emitirá a la empresa distribuidora. En este documento han de estar las cantidades solicitadas y los precios acordados, con previa cotización y porcentaje para su distribución en el Mercado. Respecto a la respuesta de envío, será emitida la orden de compra, para ello tendrá en cuenta un stock de seguridad, de manera que siempre exista un abastecimiento asegurado del producto en cuestión.
- La presentación será en cajas de cartón que contendrán 10.5 kg de cúrcuma fresca armónica, esta a su vez, pasará por un proceso de lavado y secado con el fin de que el producto llegue en óptimas condiciones al mercado de destino. Cabe resaltar que todos los proveedores de los insumos como cajas, bandas de seguridad, sunchos, entre otros, deberán contar con certificaciones de buenas prácticas en sus procesos respectivos. La parte de medida, tratado y envasado del producto serán realizados por la empresa encargada de recepcionar, lavar y secar el producto para luego envasarlo al vacío en cajas de cartón corrugado.

Estrategias de promoción

La empresa empleará herramientas tecnológicas para posicionarse en los primeros resultados de búsqueda al momento de realizar una consulta en buscadores académicos y bases de datos indexadas como: Google Scholar, DOAJ, SciELO, REDALYC, Dialnet, Scopus, Web of Science (WOS), entre otras. Para ello, llevará a

cabo la realización de diversos artículos científicos derivados de investigaciones y resultados alcanzados. También, visualizar anuncios mediante el sitio web en las que figuran productos agroindustriales o las búsquedas referentes al giro del negocio serán las elegidas para utilizar estas herramientas. En esta plataforma se darán a conocer los productos que se ofrecen, las presentaciones, información de los mismos, la empresa y los principales datos relevantes para el comprador, garantizando que esté en constante interacción con la empresa. No obstante, se conoce que existen 36 empresas exportadoras en el país, las cuales se rigen a través de Leyes y Resoluciones que proporcionan una correcta implementación sobre el tema.

CONCLUSIONES

Existe una tendencia creciente por el consumo de productos frescos que no dañen al medio ambiente y, que, a su vez, aporten un gran número de beneficios para las personas que lo consumen. Teniendo en cuenta estos aspectos, se exponen operaciones del comercio exterior, específicamente la exportación de cúrcuma longa, como elemento desarrollador en la institución empresarial, para contribuir a disminuir sobrecostos y en contra parte, maximizar beneficios para que el producto pueda ser expuesto en las mejores condiciones. De igual manera, se muestra la actividad exportadora como elemento constructor de nuevas relaciones en materia de comercio exterior. Además, se evidencia que la confección de estrategias actualizadas por parte de las empresas, pueden favorecer la distribución de los productos de maneras mucho más eficientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁGUILA, A. A. y DÍAZ MACÍAS, R. C. (2020). Las estrategias de exportaciones en Cuba un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S.A. Cienfuegos. *Universidad y Sociedad*, Vol. 12, No. 6. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000600292 Visitado: el 15 de diciembre de 2022.
- AMADO VIDAL, Katia Melissa (2011). Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanías de cerámica de Ayacucho hacia Nueva York – Estados Unidos de América. Perú. 154 h. Tesis para optar el título profesional de licenciado en negocios internacionales. Universidad de San Martín de Porres. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12727/313>. Visitado: el 15 de diciembre de 2022.

- AQUINO, Natali (2013). Estrategias de mercadeo para el mejoramiento de. la gestión comercial. Venezuela. 90 h. Tesis para optar por el título de licenciado en mercadeo. Universidad José Antonio Páez. Disponible en: <http://studylib.es/doc/8311294/teg-natali-aquino---biblioteca-virtual-ujap>. Visitado: el 12 de diciembre de 2022.
- ARCINIEGA REYES, Maria Elena (2015). Implementación de estrategias para la exportación de calzado para dama producido por pymes hacia el mercado venezolano. Ecuador. 153 h. Tesis previa a la obtención del título de: ingeniería en comercio exterior, integración y aduanas. Universidad Tecnológica Equinoccial de Ecuador. Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8387/1/57721_1.Pdf. Visitado: el 16 de diciembre de 2022.
- ARIAS CEDEÑO, Quirino... [et al.] (2020). Caracterización del aceite esencial de cúrcuma longa L. y actividad insecticida frente aedes aegypti. *Revista Cubana de Química*, Vol. 32, No. 3, p. 378-389. Disponible en: https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2224-54212020000300378. Visitado: el 10 de diciembre de 2022.
- CHÁVEZ BALDEON, Daniel ... [et al.] (2017). Planeamiento Estratégico para la Industria Peruana de Cemento. Perú. 193 h. Tesis para obtener el grado de magíster en administración de empresas. Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9063>. Visitado: el 12 de diciembre de 2022.
- DÍAZ PONCE, Olga Anabela (2012). La evolución de la industria del cemento con énfasis en Latinoamérica. Guatemala. 169 h. Tesis para obtener el grado de ingeniero civil. Universidad de San Carlos de Guatemala. Disponible en: <https://docplayer.es/61639777-La-evolucion-de-la-industria-del-cemento-con-enfasis-en-latinoamerica.html>. Visitado: el 12 de diciembre de 2022.
- FERNÁNDEZ MORENO, Maria del Valle ... [et al.] (2008). Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias. CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social Cooperativa*, No. 63, pp. 39-64. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17412307002>. Visitado: el 12 de diciembre de 2022.

- FREIRE GONZÁLEZ, R. A. y VISTEL VIGO, M. (2015). Caracterización fitoquímica de la cúrcuma longa L. *Revista Cubana de Química*, Vol. 27, No. 1, pp. 9-18, Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17412307002>. Visitado: el 12 de diciembre de 2022.
- GARCÍA GÓMEZ, Carlos (2021). Plan Integrado de Promoción de Alimentos y Vinos en el mercado canadiense. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, No. 3140, pp. 83-101. Disponible en: <https://doi.org/10.32796/bice.2021.3140.7281>. Visitado: 15 de enero de 2023.
- PÉREZ CORDERO, Alexander., CHAMORRO ANAYA, Leonardo y MERCADO GÓMEZ, Jorge D (2021). Inhibición de *Colletotrichum gloeosporioides* en cultivos de ñame en el Caribe colombiano usando aceites esenciales de cúrcuma longa y *Zingiber officinale*. *Ciencia en Desarrollo*, Vol. 12, No. 1, p. 1-12. Disponible en: https://scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-74882021000100001. Visitado: el 10 de diciembre de 2022.
- RESOLUCIÓN No. 50, Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (2014). Reglamento general sobre la actividad de importación y exportación. República de Cuba, Cuba.
- RODRÍGUEZ TORRES, Esteban (2022). Consumo audiovisual juvenil de las industrias creativas en Santa Clara, Cuba. *Revista Guatemalteca de Educación Superior*, Vol. 5, No. 2, pp. 30-40. Disponible en: <https://doi.org/10.46954/revistages.v5i2.88>. Visitado: el 10 de diciembre de 2022.
- RODRÍGUEZ TORRES, Esteban., MARICHAL GUEVARA, Oruam Cadex y MENESES MARTIN, Zuleiny (2022). Teorías del liderazgo y su impacto en los dirigentes y estudiantes universitarios. *Estrategia y Gestión Universitaria*, Vol. 10, No. 2, pp. 66-79. Disponible en: <https://revistas.unica.cu/index.php/regu/article/download/2255/4285>. Visitado: el 10 de diciembre de 2022.
- YBALMEA GÓMEZ, Yandy ... [et al.] (2021). Efecto antiinflamatorio y antioxidante in vitro de cúrcuma longa sobre macrófagos murinos durante la infección por *Helicobacter pylori*. *Revista Cubana de Medicina Tropical*, Vol. 73, No. 3. Disponible en: https://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S037507602021000300005&script=sci_arttext&tlng=en. Visitado: el 10 de diciembre de 2022.