

**VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE MANGO ORGÁNICA
A LOS ESTADOS UNIDOS**

CESAR AUGUSTO ARAGÓN DÍAZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2007**

**VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE MANGO ORGÁNICA
A LOS ESTADOS UNIDOS**

CESAR AUGUSTO ARAGÓN DÍAZ

**Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Comercio
Internacional con Especialización en Negocios Internacionales**

**Director
JOSÉ IGNACIO TOVAR HERNÁNDEZ
Economista**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2007**

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Comercio Internacional con Especialización en Negocios Internacionales.

Dra. BEATRIZ EUGENIA AGUDELO

Docente

Dr. MARLON GOMEZ

Docente

Santiago de Cali, 26 de Enero de 2007.

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	3
RESUMEN	15
INTRODUCCIÓN	16
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
2. CAMPO DE ACCIÓN	20
2.1 EL MANGO ORGÁNICO Y SU PROCESO PRODUCTIVO	20
3. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO	22
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
4.1 OBJETIVO GENERAL	23
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
5. JUSTIFICACIÓN	24
5.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS	25
5.2 AGRICULTURA ORGÁNICA	25
5.3 LA PRODUCCIÓN DE ORGÁNICOS EN COLOMBIA	26
6. MARCOS DE REFERENCIA PARA LA PULPA DE MANGO ORGÁNICO	27
6.1 MARCO CONTEXTUAL	27
6.2 MARCO TEÓRICO	27
6.3 MARCO JURÍDICO	28
6.3.1 Regulaciones	28
6.3.2 Estándares de Producción y Manejo	28
6.3.3 Estándares de Etiquetado	28
6.3.4 Estándares de Certificación	29

6.3.5 Estándares de Acreditación	29
6.3.6 Productos Agrícolas Importados	29
6.4 CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS	30
6.4.1 Biológicos del Trópico (Biotrópico)	31
6.4.2 Biolatina	32
6.4.3 Bcs Öko-Garantie Gmbh - Bio - Control-System	33
6.4.4 Corporación Colombia Internacional - (CCI)	34
6.4.5 S.G.S. Organización independiente que presta los servicios de inspección y certificación en más de 140 países	34
6.5 ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN	35
6.6 LA TRAZABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE ORGÁNICOS	36
6.7 RESOLUCIONES	36
6.7.1 Resolución 0074 de 2002	36
6.7.2 Reglamento 2092/91- Artículo 2	36
6.7.3 Resolución Nacional No. 00366 de 2001	36
6.7.4 Resolución 0074/02	36
6.7.5 Resolución Número 7992 del 21 de Junio de 1991 Minsalud	36
6.8 NORMATIVIDAD DE ESTADOS UNIDOS PARA FRUTAS Y PRODUCTOS PROCESADOS	36
6.8.1 Normas y Regulaciones	36
6.8.2 Regulaciones para Exportar a Estados Unidos	36
6.8.3 Requisitos para las Frutas Concentradas	37
6.8.4 Normas APHIS para Colombia de Frutas Concentradas y Vegetales Frescos	38
6.8.5 Fitosanitarios	38
6.8.6 Arancelarios	38
6.8.7 Ley Contra el Bioterrorismo	38
6.8.8. Especiales	38
7. METODOLOGÍA	39

7.1 TIPO DE ESTUDIO	39
7.2 MÉTODO	39
7.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	39
8. DESARROLLO DE ACTIVIDADES	40
8.1 FREXCO S.A. - FRUTAS EXÓTICAS DE COLOMBIA	40
8.1.1 Reseña Histórica Frexco S.A.	40
8.1.2 Misión	41
8.1.3 Visión	41
8.1.4 Estructura Organizacional de Frexco	41
8.2 PROGRAMA ORGÁNICO FREXCO S.A.	44
8.3 ESTUDIO SOBRE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	45
8.3.1 Producción Ecológica en el Mundo	45
8.3.2 Situación Actual de la Producción Ecológica	47
8.3.3 Mango Ecológico	48
8.3.4 Pulpa de Mango	49
8.4 RASGOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA	49
8.4.1 Capacidad Empresarial y Organización de los Productores	49
8.4.2 Conocimiento Básico y Aplicado	50
8.4.3 Comercialización	51
8.4.4 Eje Laboral	51
8.4.5 Eje Institucional	51
8.4.6 Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria – CORPOICA	53
8.4.7 Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	53
8.4.8 Instituto Nacional Francisco José de Caldas para la investigación Científica y Tecnológica (CONCIENCIAS)	53
8.4.9 Corporación Colombia Internacional (CCI)	53
8.4.10 Instituto Colombiano Agropecuario, ICA	53

8.4.11	Ministerio de Comercio Industria y Turismo, MINCOMERCIO	54
8.4.12	Entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior	54
8.4.13	Instituto Alexander Von Humboldt	54
8.4.14	Ministerio del Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial Áreas de trabajo Mercados Verdes	54
8.4.15	Universidad Nacional de Colombia	54
8.4.16	Secretarías de Agricultura del Cundinamarca y del Valle del Cauca	54
8.5	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS	56
8.5.1	Mercado de Orgánicos en Estados Unidos	56
8.5.2	Proyecciones de Ventas de Productos Orgánicos	57
8.6	EL PRODUCTO	58
8.6.1	Variedades	58
8.6.2	Aplicaciones y Valor Nutricional	59
8.6.3	Exportaciones Colombianas de Mango	59
8.6.4	Ventanas de ingreso u oportunidad	59
8.7	CRITERIOS DE PRESELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO	59
8.7.1	País Objetivo del Proyecto. Estados Unidos	62
8.7.2	Datos Generales	62
8.7.3	Análisis Sobre el Mango Procesado en los Estados Unidos	67
8.7.4	Precios Diferenciales y Costos para Productos Ecológicos	69
8.7.5	Competencia	70
8.7.6	Distribución	70
8.7.7	Análisis de Selección del Mercado Objetivo en Estados Unidos	72
8.7.8	El mercado de Houston	74
8.7.9	El Mercado de Los Ángeles	75
8.7.10	El Mercado de New York	76
8.7.11	El Mercado de Miami	76
8.8	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	83

8.8.1 Pago de la Exportación	83
8.8.2 Condiciones Generales de Acceso	83
8.8.3 Condiciones de Distribución	85
8.8.4 Matriz de Costos	86
8.8.5 Ponderación de la Matriz de Costos	87
8.8.6 Logística para Comercialización Pulpa de Fruta a Estados Unidos	87
9. CONCLUSIONES	95
10. RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA	99
ANEXOS	101

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Empresas certificadas por Biotrópico	32
Tabla 2. Matriz de selección de mercado objetivo	61
Tabla 3. Tasas de crecimiento en la población	72
Tabla 4. Población de Miami actualmente	77
Tabla 5. Población objetivo con altos niveles de ingreso de renta	78
Tabla 6. La Demanda anual del Producto en Miami	78
Tabla 7. El consumo de la población del consumo de pulpas desde 1999 a 2003	79
Tabla 8. Matriz de Costos para la viabilidad de exportación a U.S.A	86

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Algunos sellos que operan en el mundo	34
Figura 2. Símbolo de Trazabilidad en la producción de alimentos	35
Figura 3. Plantas de Producción de Frexco S.A.	42
Figura 4. Líneas de Producción de Frexco S.A.	43
Figura 5. Planta de Producción de Mango Orgánico de FREXCO S.A.	45
Figura 6. Tecnologías propias del manejo orgánico de la agricultura tales como el cultivo de lombrices y elaboración de biopreparados	48
Figura 7. Mapa de Estados Unidos	62
Figura 8. Mercado Potencial de Houston	74
Figura 9. El Mercado de Los Ángeles más grande la población	75
Figura 10. El Mercado Metropolitano de New York	76
Figura 11. Mercado de Miami Puerta de entrada a Estados Unidos	77
Figura 12. Etiqueta “La Fe”	82

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Tabla de Ventas de productos ecológicos en los principales mercados mundiales	102
Anexo 2. Área de Producción Orgánica	103
Anexo 3. Ranking de las Principales Categorías de Alimentos Orgánicos	104
Anexo 4. Tasa de Penetración de los Alimentos Orgánicos en los Estados Unidos	105
Anexo 5. Sustancias y cantidades que contiene 100 gms de pulpa de mango	106
Anexo 6. Mango Preparado en Forma No Específica Distribución de Volumen	107
Anexo 7. Tabla Información DANE	108
Anexo 8. Porcentajes Población de los Principales Estados	109
Anexo 9. Porcentaje concentración de la Población según grupos de edad	110
Anexo 10. Estructura de la Población Según Sector Productivo de Empleo	111
Anexo 11. Nivel de educación	112
Anexo 12. Pasta o Puré de Mango. Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (20.07.99.50.20)	113
Anexo 13. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (20.07.99.50.20)	114
Anexo 14. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Por Distrito Entrada	115
Anexo 15. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Por Distrito Entrada	116
Anexo 16. Mango Preparado en Forma No Especificada: Distribución de las Importaciones Estadounidenses Por País de Origen (20.08.99.40.00)	117
Anexo 17. Mango Preparado en Forma No Especificada: Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses Por Distrito de Entrada	118
Anexo 18. Proyección de las Ventas de Alimentos Orgánicos 1997 – 2010	119

Anexo 19. Cuadro Inteligencia de Mercadeo	120
Anexo 20. Precios Cotizados en el Mercado de Miami de Productos Procesados (Precios en Dólares)	121
Anexo 21. Precio Promedio de Venta de Frutas, Jugos y Pulpas en el Mercado Internacional	122
Anexo 22. Mango Congelado: Distribución del Valor de las Importaciones Por País Origen (08.11.90.52.00)	123
Anexo 23. Mango Congelado: Distribución del Volumen de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (08.11.90.52.00)	124
Anexo 24. Mango Congelado: Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por Distrito de Entrada	125
Anexo 25. Características del Empaque	126
Anexo 26. Frutas y Vegetales producidas en Colombia con métodos convencionales y con potencial exportador a Europa como productos ecológicos	127
Anexo 27. Área Por País Bajo Manejo Ecológico	128

GLOSARIO

AE: Programa Nacional de Agricultura Ecológica

APHIS: Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

ATPDEA: Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

BM: Banco Mundial

CCI : Corporación Colombia Internacional.

CEA: Compañía Envasadora del Atlántico

CIAA: Centro de Investigaciones y Asesorías Agroindustriales

CORPOICA: Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria.

DAP: Sistema Alemán de Acreditación

FDA: Food and Drug Administration.

FMI: Fondo Monetario Internacional

FREXCO: Frutas Exóticas de Colombia S.A.

ICS: International Certifications Services.

IDEA: Instituto de Estudios Ambientales.

IFOAM: Internacional Federation of Organic Agricultura Movements (Federación Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica).

IICA: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

MINCOMERCIO: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

NOP: Programa Orgánico Nacional.

PADEMER: Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural.

PRODUCTOS ORGÁNICOS O ECOLÓGICOS: son los que generan un mínimo impacto al medio ambiente y por el contrario revitalizan los suelos y ayudan a conservar el agua. No utilizan químicos, fertilizantes, insecticidas y herbicidas que terminan en el aire, el agua y el suelo.

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje.

SIA: Sociedad de Intermediación Aduanera.

SINA: Sistema Nacional Ambiental.

TLC: Tratado de Libre Comercio

USDA: United States Department Agricultural (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

VAN: Valor Agregado Nacional

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal analizar la viabilidad de exportación de pulpa de mango orgánica a los Estados Unidos para su debida comercialización, se realizó como una pasantía para la empresa Frutas Exóticas de Colombia S.A. (FREXCO S.A.), ubicada en el municipio de la Unión, Departamento del Valle del Cauca. Este proyecto se inició enfocándose principalmente entre el productor y su trayectoria, teniendo en cuenta que la agricultura orgánica es de vital importancia, ya que genera un mínimo impacto en el medio ambiente y ayuda a revitalizar la tierra, siendo este un sistema de cultivo que no utiliza agroquímicos, sino abonos orgánicos que ayudan al mismo tiempo al control de las plagas a través de prácticas mecánicas y biológicas. Por su parte, en Colombia la producción de orgánicos gana cada vez más terreno ya que cada día se percibe el auge de lo ambiental y se habla de proyectos verdes en veredas, alcaldías, corporaciones, ministerios e institutos.

Mediante este estudio se pudo observar que la venta de los productos orgánicos se ha realizado a través de diferentes ONGs y de los acuerdos en las plazas mayoristas. Por otro lado, se contempló todo el aspecto jurídico que comprende la exportación de productos colombianos como requisitos exigidos a nivel internacional, basándose para ello en decretos, normas, artículos resoluciones y disposiciones tanto nacionales como internacionales. En el mercado extranjero y sobretodo en los países desarrollados existe una cultura proteccionista de la vida y del medio ambiente lo cual se ha visto reflejado en el consumo de los productos orgánicos.

Se analizaron las proyecciones de ventas en varios mercados y se seleccionó el mercado de Estados Unidos después de analizar todos los datos generales de ese país, tales como factores económicos, PIB per cápita, tasa de crecimiento, moneda, balanza comercial e inflación. También se analizaron a los países competidores en pulpa de fruta y específicamente las empresas competidoras en el estado de la Florida, ya que es en este Estado donde se comenzará la comercialización de pulpa de mango orgánica, para ello se definieron cuales son los distribuidores mayoristas, las características básicas de Miami, preferencias y gustos de la población y en que forma se puede penetrar en ese mercado.

De otra parte, se estudió toda la logística exportadora, como son los pagos, las condiciones de acceso, las condiciones de distribución, la matriz de costos, la logística de comercialización, la documentación, el transporte interno y externo, las tarifas, las rutas, la frecuencia de transporte, el tipo de carga, el embalaje, la contenedorización para hacer realidad la exportación del mango orgánico hacia los Estados Unidos.

INTRODUCCIÓN

El contenido de este trabajo está enfocado en el productor y su trayectoria; se explica el porque se seleccionó la pulpa de mango orgánico como objeto de exportación, su proceso de producción, la materia prima con la que se obtiene un producto final de excelente calidad, su demanda internacional; además se demostrará analíticamente, el por qué se escoge a Estados Unidos como país de destino, sus ventajas, su competitividad, entre otros parámetros de destacada importancia para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

En lo tendiente al mercado de los Estados Unidos se estudiará el auge en el consumo de los productos orgánicos, sus ventajas y como a pesar de su sobreprecio, por encima del convencional es una de las mejores alternativas de compra.

Colombia por sus condiciones climáticas permite el desarrollo de este tipo de cultivos lo que hace que el proceso de obtención de certificaciones de producto orgánico ya reconocido a nivel mundial no sea un proceso tan largo y costoso.

Cabe exaltar en el análisis de este proyecto, que el presente trabajo se desarrollará sobre la base de la información sobre mango tradicional y no sobre mango orgánico, ya que estos productos no cuentan con una partida arancelaria propia. Lo que si se obtiene es información sobre tendencias de consumo en el mercado local americano, y específicamente en el Distrito de Miami.

Durante la última década se han realizado importantes mejoras en los procesos productivos de las pulpas frutas en el país, mejoras que empiezan a ser reconocidas en Estados Unidos y Europa, en donde estos productos son certificados, exaltados y galardonados por su calidad.

El desarrollo competitivo de la fruticultura en Colombia y la posibilidad de ampliar sus actuales mercados están en relación directa con la capacidad del país de procesamiento industrial y de innovación, no solamente de sus variedades, sino también de sus presentaciones, empaques y de las alternativas que le ofrezca a los consumidores.

De otra parte, la demanda nacional de productos procesados a base de frutas, presenta un gran dinamismo y podría constituir, indudablemente, una fuente de crecimiento de la actividad primaria, siempre y cuando la oferta nacional cumpla con las condiciones requeridas por el sector industrial a sus materias primas.

Las cifras de importación del producto Mango natural orgánico congelado en los Estados Unidos no han tenido mayor relevancia por su alto valor y poca demanda, aunque ha ido adquiriendo importancia y crecimiento en el corto plazo por la exigencia de alimentos libres de aditivos, preservantes y cien por ciento naturales. A nivel mundial, el mercado de productos orgánicos o bien llamados ecológicos se encuentra en pleno crecimiento con tasas de crecimiento entre el 20% y 25%, lo cual ofrece un alto potencial para el desarrollo de la actividad en Colombia.¹

Se espera que para el final del 2006, el área sembrada de productos orgánicos en nuestro país se incremente en 8 mil hectáreas, y de tal manera estar cerca de las 40 mil; se espera tener 300 empresas certificadas al 2010, cofinanciado el 50% del valor de la certificación, con recursos de PROEXPORT, las Cámaras de Comercio, el Ministerio del Medio Ambiente, entre otros entes del gobierno.

El mango congelado natural convencional presentó una ligera caída del 5% en el volumen de importaciones a Estados Unidos. Y en lo referente a la cosecha de mango en el 2005 fue 15% más alta que la del año anterior. Este renglón de la economía está creciendo entre un 3% y un 10% por año aproximadamente en ventas y los bienes de este tipo se distribuyen en el 40% de los hipermercados del país, dicen voceros de los almacenes de grandes superficies.

En el caso de la cadena francesa Carrefour, la tienda con mayor participación en Colombia de productos orgánicos, las ventas de este tipo de bienes se han incrementado en un 300% en los últimos dos años. "En este momento alrededor de 35.000 hectáreas de tierra en todo el país están sembradas en productos orgánicos, cuando hace dos años había unas 20.000 hectáreas", expresa Orlando Espejo, profesional de la Corporación Colombia Internacional (CCI).²

En conclusión, el desarrollo del proyecto tendrá una aplicación eminentemente tecnológica, dada la exigencia de los principales mercados para preservar la vida y la protección del ecosistema.

¹ La Industria Procesadora de Frutas y Hortalizas en Colombia [en línea]. Bogotá, D. C.; Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 04 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf

² DELGADO HENAO, Henry. Los orgánicos pasan a la mesa. En: El País, Santiago de Cali; (18, Oct., 2005) p. C18.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Se estudiará la Viabilidad de Exportación de Pulpa de Mango Orgánico a los Estados Unidos de América.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación se basa principalmente en determinar los factores de producción de frutas orgánicas dentro de los que se cuenta el mango en el territorio colombiano, y de manera definitiva concluir que el producto “mango orgánico” empieza a tener una demanda realmente importante en los Estados Unidos.

La importancia o valor de esta investigación radica en que Colombia si ha empezado con pocas empresas a producir pulpa de mango orgánico, y se dimensionará la real importancia y demanda de este producto para una población de 290 millones de habitantes. Si logramos aprovechar este tipo de oportunidad, Colombia logrará crecer en su producción, abastecimiento y posicionamiento mundial y logrará penetrar con la fuerza que hoy tienen países latinos como Perú, México y Chile en el mercado de los productos orgánicos en Norteamérica.

Esta investigación tiene criterios de novedad porque desde un principio se han realizado producciones tipo convencional, se pretende determinar la demanda y el precio de la pulpa orgánica en los Estados Unidos y tener criterios de oportunidad por que en menos del 1% Colombia abastece la demanda extranjera para los productos orgánicos en general.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La caracterización del problema no está realmente en marcar la viabilidad de realizar abastecimientos de pulpas hacia los Estados Unidos sino determinar la factibilidad de la producción de la materia prima y su ubicación territorial y de producción de frutas de primera calidad para ser procesadas de manera orgánica, para lo cual si no se realizan las proyecciones adecuadas el proyecto que marca la viabilidad del posicionamiento de las pulpas orgánicas en los Estados Unidos podría fracasar a pesar que sabemos que si existe un mercado objetivo que determina de manera real la demanda existente.

Las fuentes que nos permitirán conocer y comprobar a través del trabajo de campo están concretadas en las estadísticas productivas de la Gobernación del Valle, Proexport, Ministerio de Agricultura-División ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), Asoabastos y el DANE.

Respecto a los métodos que se utilizarán para acceder a la información son prácticos y de consulta corroborada con información actualizada tanto de las Cámaras de Comercio como del Ministerio de Comercio Industria y Turismo en su manual de exportadores. Esta información es certificada por las embajadas de Colombia en el exterior respecto al nivel exportador en el que Colombia incurre actualmente.

El fenómeno que puede presentarse radica en los niveles productivos que presentan variables forzadas cuando los tiempos climatológicos no permiten la madurez óptima de los frutos, definitivamente la proyección climatológica no puede proyectarse a más de 90 días con un índice de precisión del 80%.

La estructuración de esta investigación forma parte de un todo, es decir, si se habla de “pulpa de mango orgánica” será el todo que incluirá “un Logic de Investigación”.

En consecuencia, vale la pena sintetizar la cuestión proyectada de esta investigación como ¿tiene Colombia potencial territorial, frutícola y de infraestructura técnica en la producción de pulpa de mango orgánica para llevar a cabo la exportación y posicionamiento de estos productos en el mercado de los Estados Unidos?

Para finalizar, en esta investigación se pretende determinar que grado de novedad tiene el mango orgánico, teniendo en cuenta de antemano que los términos de los orgánicos están suficientemente definidos y que las hipótesis más importantes por determinar básicamente se fundamentan en el por qué de la mínima producción de las pulpas orgánicas. Es importante señalar que vale la pena invertir tiempo y esfuerzo en esta investigación, toda vez que sabemos que Colombia tiene un alto potencial productivo y es un agresivo productor frutícola mundial.

2. CAMPO DE ACCIÓN

2.1 EL MANGO ORGÁNICO Y SU PROCESO PRODUCTIVO

Según informe agrícola presentado por Frexco ante el ICA en Septiembre de 2005 el mango orgánico es el resultado de un sistema de cultivo sin el uso de agroquímicos, manejando la nutrición sobre la base de abonos orgánicos y el control de plagas mediante prácticas culturales, mecánicas y biológicas, las condiciones climáticas de Colombia de menor temperatura y precipitación ayudan para que se pueda producir mango orgánico.

Estos factores (mercado y clima favorable) juntos han generado un auge en el cultivo de productos orgánicos. Aumenta la demanda, teniendo en cuenta que el clima en Colombia es óptimo.

Al mejorar la rentabilidad del sector manguero se genera una tecnología para producción orgánica que permita aumentar los precios de venta de la fruta. La investigación comprendió ensayos evaluando diferentes dosis de nutrición orgánica, abonos químicos y testigo absoluto. Así como también se evaluaron diferentes tipos de controles orgánicos para insectos como trips y cochinilla, se probaron diferentes tratamientos para el control de enfermedades post cosecha del mango, y se realizó un estudio de mercado para la exportación de mango orgánico.

Con base en los resultados de los dos años de experimento se pudo apreciar que el tratamiento convencional presenta una tendencia mayor en términos de rendimiento presentando los valores más altos (15 t/ha), a pesar de que no existe diferencia significativa para el factor fertilización entre los diferentes tratamientos. Para los tratamientos orgánicos se obtuvo rendimientos de 10 t/ha en promedio. El tratamiento convencional para el control de la escama blanca de la fruta (*Aulacaspis* sp) fue el que presentó mayores rendimientos al analizar la interacción de los factores.

Los productos orgánicos tuvieron un control uniforme sobre la escama blanca de la fruta, permitiendo incluirlos en un programa de manejo orgánico del cultivo. No existió diferencia significativa para la variable rendimiento al comparar los diferentes tratamientos orgánicos de control de plagas, pero al realizar una selección con base en las características ideales de la fruta de exportación, los productos orgánicos que presentaron un mejor control para la cochinilla fueron las aplicaciones de caldo sulfocálcico y la aplicación de aceite agrícola al 1%, el tratamiento con 30% de extracto de neem, presentó un nivel de daño mayor en el fruto incidiendo en la calidad de exportación del mismo, lo que impide que se lo pueda recomendar para procesos hidrotérmicos.

El control de trips no se pudo evaluar ya que en los años que se realizó el experimento no hubo incidencia de la plaga en la zona. Dentro de las observaciones que se realizaron en el campo se pudo apreciar una gran población de enemigos naturales de la escama blanca de la fruta (*Aulacaspis* sp) como león de áfidos (*Chrysopa* sp).

Para los tratamientos de control de enfermedades postcosecha no existió diferencia entre los tratamientos lo que permite contar con alternativas orgánicas de control postcosecha. Se puede observar los incrementos en fertilidad de suelo según los análisis que se realizaron, y se aprecia la recuperación y mantenimiento de la fertilidad de los mismos.

En el estudio de mercado se aprecia la relación entre la demanda y oferta orgánica para el cultivo de mango analizada para los mercados de Estados Unidos y Europa. Donde se presenta como una alternativa viable para los productores de mango incursionar en sistemas de producción orgánica. Se estudiaron los canales de distribución tanto para fruta fresca como procesada.

3. DELIMITACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto no pretende generalizar las diferentes variedades de frutas cultivadas y procesadas en Colombia ya que las diversas temporadas así lo limitan, lo que significa que se realizará exclusividad con el mango, el cual tiene una producción permanente anual que colabora en su posicionamiento y el abastecimiento de su demanda externa.

Así mismo tendrá la limitante para el mercado europeo toda vez que la investigación se realiza concretamente hacia el mercado norteamericano de los Estados Unidos, el que sostiene una demanda y que la producción nacional puede abastecer y exportar parcialmente.

Las frutas frescas aunque forman parte de la materia prima para la obtención del producto procesado no se tendrán en cuenta dentro de la viabilidad de la exportación, toda vez que se pretende es abastecer la demanda del producto mango orgánico procesado hacia el mercado de los Estados Unidos.

La información financiera de la compañía no se suministra por ser información privada de la Organización y que no tiene relevancia en la aplicabilidad en este estudio. Sin embargo, se aplica la matriz de costos para marcar la viabilidad de la exportación.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos propuestos en la presente investigación son determinar efectivamente el marco de viabilidad para la exportación de pulpa de mango orgánica, además lograr el posicionamiento de este producto al mercado de los Estados Unidos y concluir el desarrollo de su capacidad productiva, de acuerdo a la aplicación logística y de distribución física internacional para el manejo y cumplimiento óptimo de su ubicación. Con estos objetivos propuestos se buscan respuestas comprobadas a las preguntas formuladas en el planteamiento del problema.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de exportación de pulpa de mango orgánica hacia los Estados Unidos y lograr su posicionamiento y expansión en el abastecimiento de mango orgánico.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la capacidad instalada de FREXCO S.A. para poder llegar a la determinación de su producción.
- Determinar la capacidad productiva de FREXCO S.A. para tener bases sólidas y fundamentar compromisos de exportación a corto y mediano plazo.
- Determinar las empresas colombianas productoras de mango orgánico.
- Determinar el país objetivo y la demanda efectiva por sectores de consumo para la pulpa de mango orgánica.
- En la aplicación o selección del país objetivo marcar la relevancia de un país alternativo o de una demanda efectiva en diferentes estados americanos.
- Determinar la matriz de costos de exportación para marcar los posibles márgenes de rentabilidad del proyecto de exportación.
- Marcar las viabilidades en costos, servicios y periodicidades en la logística y distribución física internacional más efectiva con transportadoras terrestres internas, compañías navieras y sociedades de intermediación aduanera.

5. JUSTIFICACIÓN

- Colombia y su gestión de gobierno realiza esfuerzos e importantes contribuciones a fin de hacer de los productores nacionales líderes con mentalidad exportadora.
- Existe una demanda importante de pulpa de fruta orgánica en el mercado extranjero (Estados Unidos, Alemania).
- La cultura proteccionista de la vida y el medio ambiente en los países desarrollados obliga a creer en el consumo de productos orgánicos.
- La producción frutícola nacional permite analizar la implementación de programas de gobierno que den apoyo, consolidación y respaldo a los productores nacionales.
- La diversificación de variedades frutícolas permite ampliar la oferta a los gustos de los consumidores todo el año.
- Las compañías certificadoras internacionales de orgánicos motivan a los productores para aplicar el manejo óptimo de la producción en mención a través de programas que permiten realizar un desarrollo efectivo.
- El producto orgánico permite ampliar la concientización del consumidor para la preservación de lo natural y la vida sana.
- La existencia de empresas que producen orgánicos justifica la razón de investigar todo el potencial que tiene la pulpa de mango orgánica en Colombia con destino al mercado extranjero.
- El impacto social es importante resaltarlo toda vez que se aumentarán los niveles de empleo tanto en el campo como en la producción agrícola al incursionar en un mercado que tiene gran demanda, esto sumado a la favorabilidad y rango de competitividad de los productos colombianos a raíz de la ampliación del ATPDEA (Ley de preferencias arancelarias andinas y de erradicación de cultivos ilícitos) y posteriormente del TLC (Tratado de Libre Comercio).

5.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

Los productos orgánicos o ecológicos son aquellos que generan un mínimo impacto al medio ambiente y por el contrario revitalizan los suelos y ayudan a conservar el agua. No utilizan químicos, fertilizantes, insecticidas y herbicidas que terminan en el aire, el agua y el suelo.

La agricultura ecológica ofrece una alternativa tecnológica para hacer su práctica armoniosa con la dinámica de los ecosistemas, considerada también como una alternativa rentable para el sector agrícola, siendo esta una opción de consumo que minimiza los riesgos que los alimentos pueden tener en la salud de la población.

La existencia de consumidores más conscientes de la necesidad de proteger el medio ambiente, los cambios en los hábitos de consumo y la exigencia de alimentos sanos y de buena calidad, son factores que han contribuido a que la producción y el comercio de orgánicos adquieran un ritmo de desarrollo acelerado.

Es un hecho que el mercado internacional ha venido mostrando claras señales de expansión de la demanda por productos ecológicos y que existe un desabastecimiento en los mercados de los países desarrollados. A nivel nacional, las cadenas de supermercados han identificado también una demanda creciente que aún no se ha podido satisfacer por carecer de proveedores regulares y confiables.

5.2 AGRICULTURA ORGÁNICA

La agricultura orgánica tiene en el mundo 24 millones de hectáreas cultivadas, que son el 2 por ciento del mercado: Oceanía representa el 42 por ciento; Europa el 23,3; América Latina, el 24,2. Por su parte, Australia tiene 10 millones de hectáreas especialmente para productos lácteos y cárnicos. Estados Unidos, aunque entró tarde, tiene el 50 por ciento del mercado, más no de las áreas de siembra.

Las ventas mundiales de agroecológicos este año llegarán a 23 billones de dólares, según la Federación Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica (Infoam).

La firma Datamonitor estima que en 2007 Estados Unidos tendrá 31,8 billones de dólares solo en mercado de productos verdes. Suiza tiene el 4 por ciento en el mercado de orgánicos y Alemania el 3 por ciento.

En Europa las comidas orgánicas de bebés tienen más del 8 por ciento del mercado y allí no se permite el ingreso de transgénicos porque se asocian a productos químicos y a enfermedades como el cáncer.

5.3 LA PRODUCCIÓN DE ORGÁNICOS EN COLOMBIA

La producción limpia es un sector naciente y con altas posibilidades de crecimiento esto hace que Los productos orgánicos ganen mercado en el mundo. Se dice que cada vez hay más productores de cultivos orgánicos en Colombia y cada día se percibe el auge de lo ambiental y se habla de proyectos verdes en veredas, alcaldías corporaciones, ministerios e institutos pero no hay un organismo que centre toda la información y el desarrollo del sector. Según el Ministerio de Ambiente (Minambiente), en 33 mil hectáreas se cultivan alimentos ecológicos pero comparativamente Colombia aun presenta un atraso frente a países como Argentina, que tiene 3 millones de hectáreas, Costa Rica 400 mil, Bolivia 300 mil, México 215 mil y Perú 130 mil, pero todos fueron nuevos en la producción y fueron creciendo.

Lo limpio se impone porque no afecta la salud, se hace uso racional del medio ambiente e implica un compromiso social con las comunidades productoras. Los agro-ecológicos han crecido el 20 por ciento anual en el mundo, cuando la agricultura normal crece al uno por ciento, por ahora se dice que habría unas 80 empresas certificadas en el país, muchas de ellas ya están exportando.

La cooperativa Huertos, con 17 fincas que recuperaron cultivos ancestrales, cultiva quinua, amaranto, papa y maíz rojo en Cajicá, Sopó y otros municipios. "Es difícil comercializar. Hay que superar la cultura de los tomates perfectos; muchos compran por belleza y no piensan en los tóxicos", expresa el señor Guillermo Mora, Agrónomo de Frexco S.A.

Las comunidades indígenas Sibundoy (Putumayo) y Yanacona (Cauca) producen amaranto y té de coca. En razón a esa situación de producción de orgánicos el organismo Biocomercio Sostenible, lidera un programa del Instituto Alejandro Von Humboldt que apoya el trabajo con derivados de la biodiversidad (productos naturales, sistemas agropecuarios y ecoturismo). En este proyecto participan 13 corporaciones autónomas con planes que van desde la exportación de mariposas hasta la fabricación de aromáticas, aceites o fibras.

Biocomercio censó a más de 570 empresas pero trabaja con cien, incluyendo campesinos, comunidades afrocolombianas, indígenas, personas naturales, ONGs y Pymes que buscan mercados entre las más destacadas se encuentran ASPROME y ECOHFRUT.

6. MARCOS DE REFERENCIA PARA LA PULPA DE MANGO ORGÁNICO

6.1 MARCO CONTEXTUAL

El término “orgánico” se refiere a un sistema de producción más que a un producto final. Los alimentos orgánicos son producidos por productores que enfatizan el uso de recursos renovables y la conservación de la tierra y el agua, de modo de mejorar la calidad de su producto y asegurar la protección del medio ambiente para las generaciones futuras.

El creciente interés del consumidor por alimentos orgánicos está abriendo nuevas oportunidades de mercado para los productores de la industria alimenticia. Estos productos, que una vez fueron un producto nicho vendido en un número limitado de tiendas, hoy se venden a través de una amplia variedad de canales incluyendo ferias (farmers market), supermercados de productos naturales, supermercados convencionales y club de descuento. Atraídos por una creciente demanda por productos orgánicos y precios “premium” que conllevan los alimentos etiquetados orgánicos, muchos manufactureros y distribuidores se están especializando en el proceso y comercialización de estos productos, al mismo tiempo que los manufactureros de productos convencionales están introduciendo ítems orgánicos a sus líneas de productos. En este caso la compañía FREXCO incursiona actualmente en el procesamiento de orgánicos cada vez con mayor demanda en el mercado internacional.

Se espera que la reciente implementación de las nuevas reglamentaciones federales del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) sobre esta materia, provean coherencia en la industria orgánica en Estados Unidos y promueva el continuo crecimiento del sector.

Por otro lado, el próximo Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, al mejorar el acceso al mercado norteamericano, incrementará las posibilidades de exportar productos orgánicos a este país.

6.2 MARCO TEÓRICO

Los fundamentos de este proyecto se basan en la nueva tendencia de consumo de productos orgánicos, saludables y exóticos libres de aditivos. El incremento de consumo anual de productos orgánicos oscila entre el 15 y el 20%, además de que existe una mayor preferencia internacional hacia los productos procesados de fruta, a detallar: mango, banano, guayaba, mango y piña en los mercados de Estados Unidos y Europa.

Los productos orgánicos procesados son elaborados por productores que enfatizan el uso de recursos naturales renovables y de conservación de la tierra y el agua, para mejorar la calidad del producto y asegurar la protección del medio ambiente para las generaciones futuras.

Frexco se encuentra atraído por la creciente demanda por productos orgánicos, es por eso que ha ido especializando su proceso y comercialización, convirtiendo sus productos convencionales en ítems orgánicos de sus líneas de producción.

6.3 MARCO JURÍDICO

En este proyecto se contemplará un amplio aspecto jurídico que, con base en decretos, normas, artículos, resoluciones y disposiciones además de normas internacionales y nacionales reforzarán el contenido de esta investigación.

6.3.1 Regulaciones. La regulación prohíbe el uso de ingeniería genética y radiación iónica en la producción y manejo de productos orgánicos. Como regla general, todas las sustancias (no sintéticas) están permitidas en la producción orgánica y todas las sustancias sintéticas están prohibidas. La especificación de la regla se encuentra en la Lista Nacional de Sustancias Sintéticas Permitidas y las No- Sintéticas Prohibidas.

6.3.2 Estándares de Producción y Manejo. Se refiere al proceso y manejo de los productos agrícolas orgánicos. La producción agrícola debe hacerse sin el uso de pesticidas convencionales o fertilizantes en base a petróleo. Los animales deben ser alimentados con productos orgánicos sin usar antibióticos ni hormonas para el crecimiento.

6.3.3 Estándares de Etiquetado. Estos estándares se basan en el porcentaje de ingredientes orgánicos que contiene un determinado producto. Los productos etiquetados “100% orgánico” sólo deben contener ingredientes producidos orgánicamente. Los productos “orgánicos” deben contener por lo menos 95% de los ingredientes producidos en forma orgánica. Estas dos clasificaciones deben tener el sello orgánico de la USDA (United States Department Agricultural).

Los productos procesados que contienen al menos 70% de los ingredientes orgánicos pueden usar la frase “Hecho con Ingredientes Orgánicos” y mencionar hasta tres de los ingredientes orgánicos o grupos de alimentos en el panel de información. Por ejemplo, la sopa hecha con 70% de ingredientes orgánicos y vegetales solamente orgánicos, debiera ser etiquetada como “Hecha con Porotos, Papas y Zanahorias Orgánicas” o “Hecha con Vegetales Orgánicos”. En el caso de estos productos, el sello del USDA no puede ser usado en ninguna parte.

Los productos procesados que contienen menos del 70% de ingredientes orgánicos no pueden usar el término “orgánico” a no ser que sea para identificar específicamente los ingredientes que son producidos orgánicamente.

Una multa de hasta US \$10.000 puede ser impuesta a cualquier persona que, con conocimiento, venda como orgánico un producto que no es producido ni manejado de acuerdo a las regulaciones del Programa Orgánico Nacional (NOP).³

6.3.4 Estándares de Certificación. Éstos establecen los requisitos que las operaciones de producción y manejo deben cumplir, para ser acreditados como orgánicos, por los agentes certificadores del USDA.

La información que el postulante debe enviar a los agentes certificadores incluye el plan de sistema orgánico. Este plan describe, entre otras cosas, las prácticas y sustancias usadas en la producción. Estos estándares de certificación también incluyen inspecciones a las plantas procesadoras.

Los productores agrícolas que venden menos de US\$5.000 al año en productos agrícolas orgánicos están exentos de certificación. Pueden etiquetar sus productos como orgánicos si cumplen los estándares, pero no pueden poner el sello orgánico del USDA. Los detallistas, tales como supermercados y restaurantes, no deben estar certificados.

6.3.5 Estándares de Acreditación. Estos estándares establecen los requisitos que un postulante debe cumplir para convertirse en agente certificador acreditado por el USDA. Los estándares están diseñados para asegurar que todos los agentes certificadores orgánicos actúen consistente e imparcialmente. Los requisitos a cumplir son: emplear personal con experiencia, demostrar su conocimiento en certificar productores y manejadores orgánicos, prevenir conflictos de interés y mantener estricta privacidad.

6.3.6 Productos Agrícolas Importados. Los productos agrícolas importados pueden ser vendidos en los Estados Unidos si están certificados por los agentes acreditados del USDA. Este departamento ha acreditado a agentes certificadores en varios países extranjeros.

³ Anexo 1. Requisitos y prácticas comerciales para el acceso al mercado de Estados Unidos [en línea]. Bogotá, D.C.: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 4 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf

Un agente certificador extranjero puede recibir acreditación, a petición del gobierno extranjero, cuando el USDA haya determinado que los agentes certificadores del gobierno extranjero son capaces de evaluar y acreditar agentes certificadores y cumplen con los requisitos del NOP-USDA. En el presente, el USDA está trabajando con los gobiernos de Nueva Zelanda, U.K., España, Canadá, Israel y Dinamarca, entre otros, para acreditar agentes certificadores en esos países.

6.4 CERTIFICACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

La Comisión del Codex Alimentarius en el marco de la FAO/WHO estableció en julio de 1999 los lineamientos de la Producción, Procesado Etiquetado y Marketing de los alimentos orgánicamente producidos.

La Unión Europea estableció en 1991 la Legislación Internacional en Agricultura Orgánica (EEC No. 2092/91) que regula a todos los países miembros y a todos aquellos países que deseen exportar productos ecológicos a la Unión Europea. Estados Unidos estableció su Ley Federal en 1993 pero su implementación y Reglamentación entró en vigor a partir del año 2002.

En Japón a partir del 1° de abril del 2001 entró en vigencia la Normativa para Producciones Orgánicas del Ministerio de Agricultura Forestación y Pesca-MAFF que exige el etiquetado con el sello JAS en los productos agrícolas que se quieren comercializar como orgánicos.⁴

A nivel internacional, la Internacional Federation of Organic Agricultura Movements-IFOAM, tomó la vocería en la reglamentación de los productos orgánicos. Esta organización establece las normas básicas para la agricultura orgánica y acredita a los organismos certificadores que revisan el cumplimiento de dichas normas junto con la entidad competente de cada país. Para mayor información ver la Comisión del Codex Alimentarius y el programa conjunto FAO/OMS sobre normas alimentarias).

El uso de semillas provenientes de ingeniería genética o de plantas o materiales vegetales modificados genéticamente no está permitido dentro de los principios de agricultura ecológica definidos por IFOAM y actualmente existe un amplio debate internacional sobre su utilización en agricultura ecológica. La reglamentación colombiana, sin embargo, no prohíbe expresamente el uso de este material. En Colombia se puede usar semillas convencionales solamente si están autorizadas por el ICA y no exista ninguna posibilidad de obtener semillas ecológicas.

⁴ Certificación orgánica o ecológica para productos agropecuarios [en línea]. Bogotá, D. C.: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2005. [consultado 04 de Mayo de 2006]. Disponible en Internet: http://www.humboldt.org.co/biocomercio/certificacion/cer_corganica.htm

En el mercado internacional cualquier certificadora acreditada por la IFOAM o por la Unión Europea es reconocida y aceptada para certificar los productos orgánicos. En Colombia la institución encargada de acreditar a las certificadoras nacionales es la Superintendencia de Industria y Comercio. Sin embargo, esto no es suficiente para el mercado internacional, pues el sello de la certificadora nacional sólo será reconocido si está avalado por una certificadora internacional acreditada por la IFOAM o la Unión Europea (UE). Para obviar este doble trámite, el Ministerio de Agricultura en Colombia, presentó una solicitud a la UE para ser considerado país tercero, lo que implicaría que las certificadoras nacionales serían reconocidas en el mercado internacional. De todas maneras, es importante resaltar que las certificadoras internacionales también pueden certificar directamente en Colombia.

En Colombia, la Resolución que reglamenta la producción de ecológicos y el proceso de certificación de los mismos, es la expedida por el Ministerio de Agricultura en el 2002, Resolución 0074, que reemplazó la Resolución 0544/95. Esta establece el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaquetado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de productos agropecuarios ecológicos.

Los procesos y costos para certificar un producto ecológico varían según la certificadora escogida y las condiciones del producto que se quiere certificar. Sin embargo, el proceso de certificación, que implica la revisión de toda la cadena o proceso productivo, tiene en general dos etapas: inspección y certificación. En la inspección se evalúa si los procesos productivos cumplen o no los requisitos de la agricultura ecológica, para determinar si puede ser certificado dicho proceso productivo.

Si el producto es certificado, este se seguirá revisando durante el período de validez de la certificación, para corroborar que los requisitos se sigan cumpliendo, con visitas programadas e inesperadas a la finca. Los productos que no puedan ser certificados inmediatamente después de la inspección pueden recibir una certificación que estipule que están en periodo de transición o conversión. Este periodo de conversión puede durar de 1 a 3 años, según las condiciones del suelo y la situación agroecológica de la finca. Según información del Instituto Alexander Von Humboldt, las principales certificadoras de productos ecológicos que operan en Colombia y los productos que han certificado son los siguientes:

6.4.1 Biológicos del Trópico (Biotrópico). Es una certificadora colombiana de productos ecológicos socia de ECOHCERT S.A., empresa certificadora francesa acreditada por el COFRAC. Ha recibido una auditoria de la Superintendencia de Industria y Comercio para la acreditación nacional, proceso que ha sido suspendido. Se encuentra en proceso de Auditorías Internacionales para la ISO 65 por parte de FOODCERT y el Auditor es el señor Dirk Jan Vos. Biotrópico ha certificado las siguientes empresas:

Tabla 1. Empresas certificadas por Biotrópico.

EMPRESA	PRODUCTO	MUNICIPIO
Fábrica Café Liofilizado	Café liofilizado	Chinchiná
Federación Nacional de Cafeteros	Café (10 proyectos)	Bogotá
Fundación Colombia Nuestra	Café	Cali
Grupo Ingruma	Café	Riosucio
Hacienda La Rochela	Café	Trujillo
Hacienda Las Flores	Café	Bucaramanga
Hacienda Lucerna		Bugalagrande
Hacienda El Hatico	Caña	Cali
Hacienda Santa Rita	Café	San Gil
Ecofruit	Frutas exóticas	Cali
Frexco S.A.	Frutas Orgánicas	La Unión (Valle)
Ingenio Providencia	Azúcar	Cali
Trapiche La Palestina	Panela	Cali
Trilladora Moka	Café	Santa Marta
Orius Ltda.	Insumos varios	Villavicencio
ASPROME		Amalme

6.4.2 Biolatina. Tiene su oficina central en Lima, Perú y cuenta con representaciones en Colombia, Bolivia y Nicaragua. Cuenta con la acreditación ante la Unión Europea por el Sistema Alemán de Acreditación (DAP), ha firmado un convenio con Internacional Certifications Services (ICS) para la certificación de productos destinados al mercado japonés y está autorizada por el Smithsonian Migratory Bird Center (SMBC) para realizar la inspección de cultivos de café con miras a obtener la certificación de Café Bajo Sombra Bird Friendly®. Aún no está acreditada por la Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia.

Recientemente BioLatina ha sido acreditada ante el US Department of Agriculture (USDA), siendo el primer organismo certificador, entre 38 postulantes, en obtener este reconocimiento: Biolatina ha certificado las siguientes organizaciones como productoras y/o comercializadoras de café ecológico:

- Café Asociación Nuevo Futuro
- Agropecuaria Orgánica Tatama
- Telmo J. Díaz y Cía. Ltda.

- Cooperativa de Caficultores del Cauca
- SOCASAN- Inversiones el Carmen
- Exportadora Telmo J. Díaz y Cía. Ltda.
- EXPOCAFE S.A.

Las certificaciones hasta ahora expedidas han estado enfocadas hacia el café ecológico. No obstante, BioLatina está en posibilidad de certificar cualquier producto agropecuario producido bajo los parámetros internacionales que orientan la agricultura ecológica y que estén destinados al consumo humano.⁵

6.4.3 Bcs Öko-Garantie GmbH - Bio - Control-System. Certificadora alemana reconocida por la Comunidad Europea que ofrece los servicios de inspección y certificación en Colombia, donde ha certificado los siguientes productos:

- Panela, ganado por agroforestería, cerdos y cultivos anuales (Hacienda Lucerna - Cali).
- Caña y pastos (El Hatico - El Cerrito, Valle).

6.4.4 Corporación Colombia Internacional - (CCI). La Corporación Colombia Internacional es una entidad de economía mixta que está comprometida en promover el desarrollo integral del sector agroalimentario de Colombia y en afianzar sus ventajas competitivas actuales y potenciales, en concordancia con las características contemporáneas de los mercados internacionales.

La Corporación Colombia Internacional ha sido acreditada por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante la Resolución No. 0561/94, para certificar la producción ecológica. Para tales efectos, ha desarrollado y acreditado su servicio administrativa, operativa y técnicamente desde 1994, de acuerdo con las disposiciones particulares existentes tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de dar confiabilidad, seguridad y respaldo a los usuarios del servicio.

La Corporación es miembro activo de IFOAM y suscribió un convenio de Cooperación Técnica con BIOAGRICOOOP, organismo italiano de certificación de producción ecológica reconocido por las autoridades de la Unión Europea y acreditado por IFOAM para certificación de productos ecológicos. Por lo anterior, los principios de la certificación de productos ecológicos utilizados por la Corporación Colombia Internacional, acreditados por Bioagricoop, son reconocidos por las autoridades de la Unión Europea y por importadores de Estados Unidos.

⁵ Certificación orgánica o ecológica para productos agropecuarios [en línea]. Bogotá, D. C.: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2005. [consultado 04 de Mayo de 2006]. Disponible en Internet: http://www.humboldt.org.co/biocomercio/certificacion/cer_corganica.htm

Los costos de la certificación emitida por la CCI, dependen del número de hectáreas a certificar, el número de productos, el número de visitas y la duración en días de la visita. Así, los costos de certificación pueden variar desde 500.000 pesos por año hasta 7.500.000 pesos por año. La CCI ha certificado como productos orgánicos a las siguientes empresas y productos:

- Agroindustrial Hunzahua, Panela granulada y en bloque, Villeta Quebrada Negra y Utica. Cundinamarca, Villeta. Teléfono (091) 844 5172, Celular 2091892. Email: hunzahua82@hotmail.com
- Agrosolar, Hortalizas. Rionegro, Antioquia. Teléfono (094) 332 9106, Fax (094) 331 7482.
- Simla, Hortalizas y mora, Tabio Cundinamarca Tel. 9800 910104, (091) 8660891, (091) 8648370 Tabio.

6.4.5 S.G.S. Organización independiente que presta los servicios de inspección y certificación en más de 140 países. Su programa de certificación para productos orgánicos está acreditado por la IFOAM y está coordinado desde Paraguay para Latinoamérica.

Figura 1. Algunos sellos que operan en el mundo.



Fuente: ESPINAL, Carlos Federico. La cadena de cultivos ecológicos en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005 [en línea]. Bogotá: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 10 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/ecologicos/documentos/caracterizacion_ecologicos.pdf

6.5 ESTÁNDARES DE CERTIFICACIÓN

Éstos establecen los requisitos que las operaciones de producción y manejo deben cumplir, para ser acreditados como orgánicos, por los agentes certificadores del USDA.(United States Department Agriculture).

La información que el postulante debe enviar a los agentes certificadores incluye el plan de sistema orgánico. Este plan describe, entre otras cosas, las prácticas y sustancias usadas en la producción. Estos estándares de certificación también incluyen inspecciones a las plantas procesadoras.

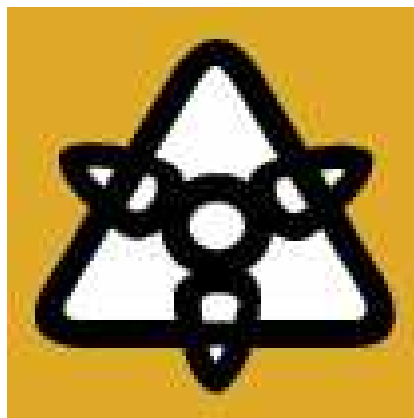
Los productores agrícolas que venden menos de US\$5.000 al año en productos agrícolas orgánicos están exentos de certificación. Pueden etiquetar sus productos como orgánicos si cumplen los estándares, pero no pueden poner el sello orgánico del USDA. Los detallistas, tales como supermercados y restaurantes, no deben estar certificados.

6.6 LA TRAZABILIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE ORGÁNICOS

La trazabilidad es un conjunto de acciones, medidas y procedimientos técnicos que permite identificar y registrar cada producto desde su nacimiento hasta el final de la cadena de comercialización. La trazabilidad permite rastrear la cadena de producción y otorga a los productores la posibilidad de colocar sus productos en mercados específicos más rentables, que exigen la certeza del origen y de las distintas etapas del proceso productivo.

La Ley Bioterrorista, la legislación europea y la eficiencia en los procesos productivos hacen indispensable conocer la trazabilidad de toda la producción para seguir siendo competitivo. En la producción moderna no se concibe un producto sin sus datos de trazabilidad.

Figura 2. Símbolo de Trazabilidad en la producción de alimentos.



Fuente: Trazabilidad y Agro Seguridad [en línea]. Argentina: Neosiglo, 2006. [consultado 08 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://neosiglo.com.ar/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=70&Itemid=133

6.7 RESOLUCIONES

6.7.1 Resolución 0074 de 2002. Establece el término de Sistema de Producción Ecológica (pero en general los términos ecológico, orgánico o biológico son sinónimos).

6.7.2 Reglamento 2092/91- Artículo 2. Determina que para los hispano-parlantes, los productos conocidos como orgánicos deben llamarse ecológicos.

6.7.3 Resolución Nacional No. 00366 de 2001. Se asignaron funciones de asesoría en temas de sostenibilidad ambiental de los sistemas productivos, coordinación con el Ministerio del Medio Ambiente y Entidades del Sistema Nacional Ambiental.

6.7.4 Resolución 0074/02. El componente de sostenibilidad ambiental de la Política Agropecuaria, el Programa Nacional de Agricultura Ecológica (AE), la reglamentación del Sello Ecológico y el diseño de imagen.

6.7.5 Resolución Número 7992 del 21 de Junio de 1991 Minsalud. Se establecen claras diferencias entre jugos concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas según la legislación y estándares internacionales.

6.8 NORMATIVIDAD DE ESTADOS UNIDOS PARA FRUTAS Y PRODUCTOS PROCESADOS

6.8.1 Normas y Regulaciones. Todos los productos de consumo tanto importados como los producidos en los Estados Unidos deben cumplir con una serie de estándares y procedimientos establecidos previamente a su comercialización.

6.8.2 Regulaciones para Exportar a Estados Unidos. Las regulaciones que tiene el mercado estadounidense inicialmente es Colombia; se debe regular e inspeccionar el producto (pulpa de fruta de mango) en la FDA que tiene un representante en Pereira (Colombia), donde inspeccionan el producto antes de exportarlo, de ahí se expide una certificación para su previo envío; luego se establece otra inspección y verificación de procesos de producción en la empresa (Pulpa de FREXCO S.A.) donde el representante de la FDA va personalmente y verifica.

Después de estos procesos el inspector da una certificación por escrito y la envía a la agencia principal donde se va exportar (Miami – Florida) y con esta aceptación ya se puede realizar el envío de la mercancía.

6.8.3 Requisitos para las Frutas Concentradas. La Food and Drug Administration (FDA) agencia reguladora y responsable de la seguridad de los alimentos, es el departamento de Health and Human Services (DHHS) y del Public Health Service (PHS). Su Misión es hacer cumplir la Federal Food (La ley federal sobre alimentos y medicinas).⁶

Esta entidad reconoce algunos niveles de defectuosidad del proceso de cultivo, cosecha y del producto final; donde se establecen sobre la base de inexistencia de riesgo para la salud. El cumplimiento de estas reglamentaciones se realiza a través de inspecciones periódicas sin previo aviso de las instalaciones y productos, análisis de muestras, actividades educacionales y procedimientos legales. Además se requiere unos etiquetados ajustado a la realidad y que sea informativo de sus componentes o contenidos.

Otra entidad que vigila el cumplimiento de estas normas es el departamento de agricultura de los Estados Unidos (USDA) están reforzadas en primer lugar por el Animal and Plant Inspection Service (Servicio de inspección de la Seguridad de los Alimentos -FSIS-), Federal inspection service (Servicio Federal de inspección de cereales -FGIS-).

Él (APHIS) es responsable de velar por el cumplimiento de las regulaciones de las exportaciones y las importaciones de plantas y de ciertos productos agrícolas (frutas y concentrados).

Esta entidad previene la Introducción y propagación de enfermedades procedentes del extranjero.

Los documentos requeridos para la entrada del concentrado de fruta, son los siguientes:

- El formulario de entrada de aduanas 3461
- Evidencia para el derecho de entrada, factura comercial o factura pro forma, es decir, lista de productos.
- Depósito, que es fijado por el servicio de aduanas para cubrir posibles obligaciones, impuestos o multas.

⁶ CELY ICAZA, Nancy. Miami, La Florida: Procedimiento para la importación de productos en USA [en línea]. Miami, 2005. [consultado 15 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.ecuadorexporta.org/download/procedimiento_importacion_usa.pdf

6.8.4 Normas APHIS para Colombia de Frutas Concentradas y Vegetales Frescos. Las exportaciones de estos productos al mercado estadounidense, deben pasar por la inspección del APHIS (Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) con el fin de controlar y dar una protección a la agricultura de Estados Unidos contra posibles plagas. Actualmente uno de los principales problemas fitosanitarios que se presentan es el de la mosca de mediterráneo donde existen tratamientos aprobados por esta entidad para combatir este problema. Existen reglamentos específicos para producir procesados; poco ácido para asegurar la protección contra bacterias o toxinas, donde la FDA verifica.

A continuación se explicarán los principales requisitos de exportación para la Pulpa de Fruta de Mango Orgánico exigidos a nivel mundial.

6.8.5 Fitosanitarios. Las regulaciones específicas de Estados Unidos y del estado (Miami, Florida) para las plantas procesadora de mango requieren la certificación y registro de la Food and Drug Administración (FDA).

6.8.6 Arancelarios. Las exportaciones de concentrado de mango no son gravadas con aranceles de importación al mercado estadounidense según el acuerdo del ATPDEA (vigencia hasta diciembre 31 de 2006). La pulpa de fruta cumple con el requisito de ser cultivado, producido y manufacturado en Colombia como país beneficiario y es exportado directamente desde territorio Colombiano al territorio aduanero de Estados Unidos. El ingreso a mercado americano permite que el producto sea complementado con materias primas extranjeras siempre y cuando sean de Ecuador Perú, Bolivia, Puerto Rico, y aún americanas hasta cumplir con un 35% mínimo Valor Agregado Nacional (VAN).

6.8.7 Ley Contra el Bioterrorismo. En este sentido, cada exportador que desee exportar a Estados Unidos debe estar previamente registrado en un patrón de exportadores manejado por la FDA, el no llegar a cabo el registro de las instalaciones puede implicar hasta una posible pérdida del producto al efectuarse una detención. Este registro puede ser llevado a cabo por él/los propietario(s), el operador o el agente en los Estados Unidos de las instalaciones que exporten productos agroalimentarios a ese país.

El exportador deberá contar con una notificación previa de alimentos importados, está consiste en completar un formulario, el cual es obligatorio presentar ante el FDA cada vez que se exporten productos agroalimentarios a los Estados Unidos y antes de que estos arriben al puerto de llegada.

6.8.8. Especiales. La pulpa de fruta de Mango dependiendo de las cantidades de volúmenes se efectuará por vía área y marítima; cuando es un volumen grande se transporta por vía marítima y debe ir en contenedores refrigerados a 18°C y se almacena en tambores de hierro de 250 Kg. de capacidad.

7. METODOLOGÍA

7.1 TIPO DE ESTUDIO

Para la realización del presente proyecto se utilizará el tipo de estudio Investigativo (Descriptivo y Exploratorio), donde se desarrollará un análisis efectivo de la producción nacional hasta alcanzar el volumen ideal de una proyección que permita establecer compromisos con el mercado objetivo. Descriptivo porque se detallará el proceso productivo para la obtención de la pulpa y se explorará la viabilidad de la exportación en los nichos de mercado donde se podrá observar por qué los volúmenes requeridos se hacen efectivos desde el punto de vista de la cadena productiva. La información obtenida se analizará en el resultado de la encuesta investigativa Anual manufacturera en un sector específico de la agroindustria realizado por el DANE.⁷

7.2 MÉTODO

En cuanto al método que se utilizará para el desarrollo de la presente investigación será de tipo cualitativo, descriptivo y exploratorio, mediante la consulta de libros, páginas de Internet, artículos de revistas especializadas (ejemplo Food-News, FairTrade, Agrocadenas de Colombia), investigaciones realizadas por el sector, entidades del Gobierno Nacional y entes internacionales para analizar los entornos y bases teóricas del comportamiento del mercado internacional.

7.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El éxito en el resultado de la investigación es en gran parte al compromiso y la adquisición de la información adecuada a través de consultas especializadas, entrevistas, visitas e información técnica y corporativa que suministrará la compañía en estudio, que conduzca a la obtención de bases sólidas para el desarrollo de este proyecto de investigación y que contribuya como modelo para el impulso hacia la modernización de la empresa nacional, además de su proyección con nuevas líneas de productos a nivel internacional.

⁷ ESPINAL, Carlos Federico. Bogotá: La cadena de los frutales de exportación en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005 [en línea]. Bogotá: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/frutales/Documentos/caracterizacion_frutales.pdf

8. DESARROLLO DE ACTIVIDADES

8.1 FREXCO S.A. - FRUTAS EXÓTICAS DE COLOMBIA

8.1.1 Reseña Histórica Frexco S.A. La empresa Frexco S.A. pertenece al sector agroindustrial, dedicada al desarrollo, producción y comercialización de pulpa, concentrados y frutas naturales congeladas de excelente calidad.

La empresa fue constituida bajo escritura pública No. 027 del 15 de enero de 1996 en la Notaría Única de la Unión. Cuenta con el respaldo económico, administrativo e institucional de la Empresa Grajales S.A., con quienes comparte plenamente su filosofía, sus principios empresariales y sociales.

La sede administrativa de la empresa está ubicada en el municipio de la Unión, Valle, factoría la Rivera y hace parte de las instalaciones de Grajales S.A; lo que permite compartir con las demás empresas del grupo algunas áreas administrativas.

En su primer año de funcionamiento en 1996, se inició con la producción de pulpas y concentrados de Mango con destino al mercado Europeo, procesándose un promedio de 300 toneladas al año.

Posteriormente con el posicionamiento del producto en el mercado, en el año 2000 a través de una comercializadora internacional se inician negociaciones con clientes a nivel nacional, Centroamérica y Estados Unidos con lo que se incrementó el volumen de producción y se introdujeron nuevos productos como pulpas de guayaba, mango, mora, banano, lulo, tomate de árbol, guanábana, entre otros.

Debido al constante crecimiento de la empresa, a inicios del año 2002 se amplió el espacio de frío pasando de 1 cuarto de congelación y uno de sostenimiento con capacidad de 77 toneladas, a 7 cuartos de congelación y 2 de sostenimiento con una capacidad de almacenamiento de aproximadamente 308 toneladas. A pesar de esto el espacio es insuficiente para almacenar toda la producción, por lo cual se creó la necesidad de subcontratar este servicio.

Ese mismo año, dando respuesta a las necesidades del cliente y la demanda del mercado se inició con la producción de fruta natural congelada (en trozos y natural).

Finalizando el año 2003 inició el funcionamiento de la nueva línea con la cual se independizó la línea de Mango de la línea de poli frutas, logrando trabajar dos procesos simultáneamente y, por ende, incrementando la capacidad de producción. Por la misma época se adquirió la máquina de llenado aséptico con el fin de cubrir las necesidades del mercado y clientes internacionales, ofreciendo producto que no requiere congelación.

Durante el año 2003 se atendió el mercado europeo entregando alrededor de 300 toneladas de concentrado de mango y otras frutas. A través de Comercializadoras Internacionales exportaron 600 toneladas de pulpas naturales a Estados Unidos. A nivel nacional se codificaron productos en presentación de 250 gramos para almacenes de cadena y se entregaron aproximadamente 800 toneladas de pulpa natural y concentrada (mango, mora, lulo, banano y fresa), como materia prima básica para la elaboración de jugos.

En el año 2004 se adquirió el equipo IQF con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y poder manufacturar y comercializar fruta natural en trozos congelada. Actualmente la empresa genera 28 empleos directos y 150 indirectos contribuyendo de esta manera al desarrollo social y económico de la región

8.1.2 Misión. Empresa dedicada al desarrollo, producción y comercialización de productos agroindustriales tales como: pulpas pasteurizadas, concentrados, fruta natural congelada, néctares, postres de fruta y fruta en almíbar, que busca suministrar a sus clientes servicios y productos de excelente calidad e inocuidad, soportados en el compromiso, espiritualidad y honestidad del talento humano, generando rentabilidad económica y social para la región.

8.1.3 Visión. FREXCO S.A. es una empresa perteneciente al sector agroindustrial, en los próximos años será líder a nivel nacional e internacional, destacándose en el cumplimiento de su misión y trabajando en un mejoramiento continuo que permita un desarrollo empresarial integral.

8.1.4 Estructura Organizacional de Frexco.

➤ **Área Directiva:**

Comprendida por la Gerencia General, quien es asesorado por el asistente de presidencia del grupo Grajales, bajo el control y vigilancia de la junta directiva, y de quien dependen el Coordinador de Calidad. Esta área es la encargada de la toma de decisiones a nivel interno, implementación de estrategias y seguimiento a los objetivos, de tal forma que garantice el cumplimiento de la misión y visión de la empresa.

➤ **Investigación y Desarrollo:**

Es el área encargada de la investigación para la realización de nuevos productos, y el desarrollo o mejoramiento de los ya existentes.

➤ **Producción:**

Es el área encargada de garantizar que la producción se realice en las condiciones adecuadas mediante el cumplimiento de los procedimientos establecidos y teniendo en cuenta las necesidades y expectativas del cliente.

Figura 3. Plantas de Producción de Frexco S.A.



Fuente: Imagen tomada en las instalaciones de Frexco S.A.



Fuente: Imagen tomada en las instalaciones de Frexco S.A.

➤ **Control de Calidad:**

Es el área encargada de verificar el cumplimiento de las especificaciones del producto y de su posterior liberación conforme a los requisitos acordados con el cliente.

➤ **Logística:**

Está conformada por los procesos de almacenamiento y despachos, responsables del embalaje, trámites de exportación, importación y entrega al cliente del producto, perfectamente acondicionado e identificado.

➤ **Mantenimiento:**

Es el área encargada de mantener los equipos e instalaciones en condiciones óptimas de operación, con el fin de asegurar la conformidad del producto y la productividad de la planta.

➤ **Área Administrativa y Financiera:**

Es el área encargada de la coordinación, adquisición, manejo, utilización y control de la información de la empresa (Compra de insumos, Costos, presupuestos, contabilidad y tesorería), necesarios para alcanzar y desarrollar los objetivos propuestos. De esta área también hace parte del departamento de talento humano.

➤ **Líneas de Producción:**

Actualmente la empresa cuenta con tres líneas de producción, de las cuales una línea es especializada para Mango y otra para las demás frutas, a partir del año 2002 se inició con la producción fruta natural congelada. Entre los productos de mayor demanda en el mercado se tiene principalmente mango natural pasteurizado y concentrado, mango, guayaba coronilla.

Figura 4. Líneas de Producción de Frexco S.A.



Fuente: Imagen tomada en las instalaciones de Frexco S.A.



Fuente: Imagen tomada en las instalaciones de Frexco S.A.

8.2 PROGRAMA ORGÁNICO FREXCO S.A.

El Programa de Producción de Mango (*Mangifera indica*) orgánico de FREXCO S.A. se localiza al sur del Departamento del Atlántico, en inmediaciones del canal del Dique, sobre planicies de inundaciones, con suelos franco arenosos, clima calido, vegetación de sabana y bosque seco tropical.

El 85% de los productores tienen entre 1 a 10 hectáreas de propiedad; alrededor del 15% son unidades productivas superiores a 10 hectáreas, donde predominan los pastos para cría de ganado bovino en pequeña escala. Las Unidades productivas son áreas con mínima labranza, terrenos planos, no suelen ser sitios de habitación, pues las viviendas familiares están ubicadas en el casco urbano del Municipio de Santa Lucía, los productores van todos los días por las mañanas a sus predios y regresan por la tarde a sus casas.

Las fincas también destinan áreas para la diversidad de cultivos (pancoger) como Yuca (*Manihot esculenta*), Maíz (*Zea mays*), Plátanos (*Musa Paradisiaca*), Guandul (*Cajanus cajan*), Batata (*Ipomoea batatas*), Ají (*Capsicum frutescens*), estas especies se hayan frecuentemente asociadas a árboles de Mango, o a otros frutales como Guayaba (*Psidium guajaba*), Tamarindo (*Tamarindos indica*), Papaya (*Carica papaya*), Guanábana (*Annona maricata*) y frutales del genero *Citrus* sp.

En el área de influencia del programa de mango orgánico, la agricultura es una actividad desarrollada de manera tradicional (cultivos asociados) y permanente cobertura, con incipiente tecnificación. No existe sistema de fertilización, se evidencia cuidado de la fertilidad del suelo a través de prácticas de cultivo (cultivos asociados y rotaciones en el caso de los cultivos de pancoger).

Figura 5. Planta de Producción de Mango Orgánico de FREXCO S.A.



Fuente: Fotografía tomada en las instalaciones de Frexco S.A.

8.3 ESTUDIO SOBRE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

8.3.1 Producción Ecológica en el Mundo. De acuerdo con el informe de la situación mundial de la producción ecológica que editó la Federación Internacional de Movimientos por la Agricultura Orgánica (IFOAM), con sede en Alemania, basado en la información tomada durante el año 2002,⁸ muestran que la superficie mundial dedicada a la producción orgánica alcanza las 22.811.267 hectáreas, de las cuales el 21.4% se encuentra en América Latina, con un total estimado en 4.886.967 has. Australia tiene la mayor parte de esta área con 10.5 millones de hectáreas seguido de Argentina con 3.2 millones de hectáreas. En Australia se encuentra el área más grande en el mundo certificada (994 000 ha).

El mercado mundial de productos ecológicos estimado por IFOAM es de 23 a 25 mil millones de dólares para el 2003. El informe reconoce las dificultades en esa evaluación debido a los problemas de información en varios países. Se considera que el mercado europeo es de 10 a 11 mil millones de euros, y los niveles mayores se estiman para Alemania en 2.800 a 3.100 millones de euros, seguidos por el Reino Unido, Italia y Francia, con más de mil millones de euros. El otro gran mercado es el de Estados Unidos, de 10 a 11 mil millones de dólares, seguido por Canadá con 850 a 1.000 millones de dólares.

⁸ ESPINOSA PÉREZ, Diana Carolina. Bogotá: Caracterización de la producción ecológica en Colombia [en línea]. Bogotá, IICA. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.iica.int/colombia/03_publicaciones/descargas/produccion_ecologica.pdf

En muchos países de América Latina el área en agricultura ecológica es alrededor de 0.5% y comienza de bajos niveles creciendo a tasas extraordinarias. El área total con manejo ecológico es ahora de 4.7 millones de hectáreas.

La mayoría de los países de la Unión Europea están otorgando subsidios e incentivos para estimular los cultivos ecológicos y la conversión de la producción convencional a la ecológica, con el fin de fomentar el incremento de la oferta de estos alimentos, proceso que regularmente requiere de un período de transición de dos o tres años. Paralelamente, los miembros de la Unión han desarrollado una serie de normas para reglamentar la producción ecológica y los correspondientes procesos de certificación.

Desde el punto de vista de la comercialización, los productos ecológicos que por varios años se vendieron exclusivamente a través de tiendas naturistas y especializadas, hoy son comercializados de manera creciente a través de las cadenas de supermercados como Sainsbury, Tesco, Carrefour o Auchan, en el caso de Europa, lo que ha contribuido al auge de estos productos y al incremento de la demanda.

El consumo de productos ecológicos en la Unión Europea ha crecido a una tasa promedio del 25% en los últimos 10 años. Alemania es el responsable de la mitad del consumo total, hecho que lo convierte en el principal mercado, seguido por Francia. Es de anotar, sin embargo, que existen variaciones importantes en el desarrollo del mercado de ecológicos entre los países miembros de la Unión: mientras en Francia y el Reino Unido asciende aproximadamente al 0.4% del mercado total de alimentos, en Suecia, Dinamarca, Alemania y Austria representa entre el 1% y el 1.5%, en tanto que en países como Italia y España apenas llega al 0.1% - 0.2%. Estos últimos países se caracterizan por ser productores y exportadores antes que consumidores de los productos ecológicos.

La gama de alimentos ecológicos ofrecidos actualmente en la Unión Europea incluye frutas, vegetales, arroz, carne, productos lácteos, productos de panadería, cereales, aceites, vinos, miel, hierbas y especias, legumbres secas, café, cacao y azúcar. Las frutas y los vegetales tropicales y los de contra estación constituyen una porción muy pequeña de este mercado.

Las limitaciones para la expansión de este segmento radican en los altos precios del transporte de productos enviados por avión y en las dificultades y los costos que implica obtener la certificación de producto ecológico, con reconocimiento en la Unión Europea.

El consumo de productos ecológicos en Estados Unidos es de desarrollo más consideraciones relacionadas con el cuidado de la salud que por aspectos de tipo ambiental. La tasa promedio de crecimiento de este mercado ha estado entre el 20 y el 25% desde 1989, ritmo que se estima podrá mantenerse si se logra una

mayor oferta que conduzca a menores precios, si la calidad, en cuanto a presentación y sabor mejora y si se hacen campañas de información sobre los valores nutricionales de estos productos. El mercado se atiende principalmente con la producción nacional. Es claro que existen oportunidades de exportación para países como Colombia en productos de origen tropical tales como banano, piña, mango, deshidratadas, aceites vegetales, azúcar y cacao, entre otros, más no para productos exóticos cuyo consumo es todavía muy limitado.⁹

8.3.2 Situación Actual de la Producción Ecológica. Colombia viene incursionando en el mercado de productos agrícolas ecológicos desde 1998. Las exportaciones de Colombia han ido evolucionando de US\$ 4 millones en 1998, US\$ 9 millones en el 2000, US\$ 11 millones en el 2001, US\$ 19 millones en el 2002, US\$ 21 millones en el 2003 con un crecimiento anual entre el 10 y 20%.¹⁰ Según el Convenio PROEXPORT - PROTRADE, para 1999 el país ya contaba con 20 mil hectáreas certificadas como ecológicas, en el 2001 29 mil y en el 2004 alrededor de 30 mil hectáreas y más de 63 empresas certificadas.

El manejo de la agricultura orgánica es de una tecnología primaria, sin embargo, actualmente se cuenta con casi 37 mil hectáreas de productos ecológicos. Los productos que Colombia está certificando como ecológicos son los mismos en los cuales se tienen ventajas comparativas normales y con los cuales se es competitivo en los mercados internacionales y en los que se cuenta además con volúmenes adecuados como café, banano, panela, aceite de palma, azúcar y bananito, entre otros.

Hay también nuevos productos de exportación que por falta de un tamaño adecuado de la oferta no se exportan normalmente y que en el mercado de productos ecológicos si han encontrado un nicho de mercado adecuado a la limitada oferta, tales como: frutas procesadas, hierbas aromáticas, vinagres finos, pulpa de guayaba, carne de búfalo, hortalizas, leche, leguminosas, piña, naranja, café liofilizado y cítricos.

⁹ El Comercio de Productos Orgánicos [en línea]. Bogotá: Corporación Colombia Internacional. CCI, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/datos/46A1_El%20Com%20Prod%20Organcios.doc

¹⁰ SÁNCHEZ, Ricardo. Bogotá: La Cadena de Cultivos Ecológicos [en línea]. Bogotá: Banco Mundial y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://209.85.165.104/search?q=cache:As7bAW6UaMQJ:www.agrocadenas.gov.co/ecologicos/documentos/caracterizacion_ecologicos.pdf+S%C3%A1nchez+Ricardo+Consultor+Proyecto+ECOS&hl=es&gl=co&ct=clnk&cd=3

8.3.3 Mango Ecológico. PROEXPORT estimó para 2003, existen en promedio 239 hectáreas cultivadas de mango ecológico certificado o en transición en Colombia. El mango además se ha identificado como uno de los productos potenciales de la biodiversidad colombiana, que pueden tener mayor participación en los mercados internacionales, principalmente en Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea. Las siguientes empresas se encuentran certificadas para exportar mango en Colombia: Mankay, Asprome en Amaime, Frexco S.A. en la Uribe, Finca Rancho Grande en Bogotá y el Centro de Investigaciones La Samaria en Santa Marta.

Figura 6. Tecnologías propias del manejo orgánico de la agricultura tales como el cultivo de lombrices y elaboración de biopreparados.



Fuente: ESPINAL, Carlos Federico. Bogotá: La cadena de los frutales de exportación en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005 [en línea]. Bogotá: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/frutales/Documentos/caracterizacion_frutales.pdf

8.3.4 Pulpa de Mango. Este producto viene siendo comercializado con gran éxito desde 1988 por la Compañía Envasadora del Atlántico (CEA), en tambores de 50 litros para los mercados de empresas industriales europeas. Han participado en ferias internacionales y la demanda por el producto gracias a una adecuada comercialización y concepción es estable y creciente. Frexco S.A es una de las empresas más destacadas en comercialización a Europa; hacia enero de 2006 según información exportó en promedio 500 Toneladas de pulpas de mango hacia Alemania.

Las principales frutas y vegetales que se producen en Colombia bajo agricultura convencional y que tienen potencial exportador. Algunas ya hacen parte del mercado ecológico, tales como el mango y el banano. Pero existen otras potencialidades que deben ser tenidas en cuenta y exploradas en cuanto a posibilidades para la producción y exportación ecológicas como es el caso de cultivo de lombrices.

8.4 RASGOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

La producción ecológica en Colombia se caracteriza por estar concentrada en diversos productores con explotaciones medianas y pequeñas, bajo un sistema de obra familiar; estos productores se encuentran dispersos y en su mayoría están iniciando procesos asociativos con el fin de consolidar su posición en el mercado local, el cual, para la mayoría de los productores (excepto los cafeteros) es el único mercado donde pueden comercializar su producto.

Hay que anotar que las principales razones identificadas que tienen los productores para realizar actividades agropecuarias ecológicas son los bajos costos de producción, el mejoramiento en salud y el medio ambiente, una actividad productiva de dedicación exclusivamente familiar y la facilidad del manejo del sistema productivo (al interior de la finca se privilegia la elaboración de abonos y plaguicidas orgánicos y semillas) y por último, es una actividad que en algunos casos recibe un acompañamiento por organizaciones privadas (ONGs).

8.4.1 Capacidad Empresarial y Organización de los Productores. A nivel organizativo el tipo de gestión ideal que debería aplicar el productor sería aquella que involucre criterios racionales y empresariales, sin embargo, en la actualidad existe un manejo en el que, predomina el carácter de autosuficiencia a través de la diversificación de productos, lo cual no permite que la administración de la unidad productiva incluya procesos complementarios de la cadena productiva como son el desarrollo tecnológico y la comercialización. La principal característica en los productores, especialmente los pequeños, es la ausencia de una estrategia clara en la planeación de los cultivos, tampoco manejan metas, ni programas definidos hacia el futuro. Por tanto, la administración se basa en una simple operación que involucra cuanto gastó y cuanto recibió al final del período.

En la mayoría de los casos no existen registros de producción, ni sobre la utilización y evaluación (cantidad, costo, rendimiento y calidad del producto final) de los insumos involucrados. En casos aislados se realiza una evaluación de la calidad de mano de obra utilizada y del rendimiento de la misma. Sin embargo, hay que destacar que aquellos productores que hacen parte de asociación tienen beneficios indirectos como información sobre procesos de innovación tecnológica, de opciones de mercado y en algunas ocasiones de negociación de precios de mercados regionales, así como acompañamiento en certificación.

8.4.2 Conocimiento Básico y Aplicado. Los productores que se relacionan con entidades privadas, ONGs y cooperativas principalmente, obtienen generalmente asistencia técnica y otros servicios, como son el producto de la investigación básica, la puesta en prueba de nuevos procesos y capacitación. El diagnóstico del estado del conocimiento destaca varios elementos:

- La mayoría de los productores desconocen las normas establecidas para el manejo de la erosión, la arborización y el vertimiento de aguas contaminadas.
- Los sistemas productivos utilizan en su mayoría cercas vivas, labranza cero y desyerbe con machete para evitar la pérdida de capa del suelo. Para la fertilidad del suelo se utiliza abono orgánico preparado en la finca.
- El control de plagas se realiza a través del manejo cultural y control biológico. Los residuos sólidos son utilizados en la fabricación del abono. La heterogeneidad del estado de desarrollo de la producción agropecuaria ecológica que se observa en las diferentes regiones se explica más por la presencia de organizaciones privadas en el proceso productivo, que finalmente atienden las deficiencias de información, asistencia técnica, investigación y divulgación, que por la presencia institucional actual del sector en ciencia y tecnología. En algunas regiones se ha encontrado que instituciones del Estado como el SENA y el ICA lideran procesos al interior de ellas para fomentar prácticas ecológicas, sin embargo son pocos los casos de este tipo.

El ICA a través de algunos convenios, como por ejemplo el convenio con EL PLANTE, ha realizado capacitaciones a algunas regiones en el tema de agricultura ecológica. Entidades como las UMATA, el SENA, CORPOICA y PRONATTA, muy presentes regionalmente, así como algunas universidades privadas, se han involucrado en ensayos interesantes propiciados por los particulares. Sin embargo, en el caso de CORPOICA y el SENA los procesos de investigación tropiezan con problemas de tipo presupuestal que limitan su continuidad y alcance.

8.4.3 Comercialización. Los principales destinos de producción agropecuaria ecológica son los intermediarios donde el producto en la mayoría de los casos se vende como convencional y las cooperativas u ONGs, organizaciones que se encargan de realizar el proceso de comercialización. Las dificultades descritas por los productores están relacionadas con el hecho de no tener asegurada la compra de la cosecha, con la dificultad de responder con una oferta de productos ecológicos constante, con la no diferenciación de sus productos con respecto a los convencionales y por consiguiente, no recibir ningún sobreprecio.

No existe ninguna forma de agremiación que permita una mayor integración de los productores con el mercado. La comercialización varía por regiones, entre las principales formas de vender los productos se destacan: la venta que se realiza a través de las ONG, la venta individual, la venta en grupos de productores a través de acuerdos en las plazas mayoristas y los mercados de confianza. Esta última modalidad ha tenido acogida entre los productores e indirectamente ha generado procesos de reciprocidad entre ellos, la principal ventaja es que no implica costos económicos.

Otro elemento importante para los productores es que no tienen que permitir la vigilancia del proceso productivo por terceros; el control se realiza internamente y adicionalmente se hacen visitas demostrativas entre las fincas, lo cual refleja una evaluación de los procesos al interior de la unidad productiva por parte de los productores de la región.

Estos acuerdos han generado procesos incipientes de encadenamientos horizontales reflejados en el cumplimiento por parte de los productores de las normas establecidas para producir ecológicos y presentarlos como tal. La principal característica de dichos acuerdos es que son de tipo informal, principalmente verbales, en los que se establecen las pautas a seguir en la producción y comercialización.

8.4.4 Eje Laboral. A nivel laboral el principal aspecto que se destaca es la utilización de mano de obra familiar en la mayoría de las unidades productivas pequeñas. En las fases de reconversión, para la elaboración de insumos orgánicos (plaguicidas y compost), se hace necesaria la contratación de mano de obra externa pero de acuerdo con la información disponible, en las fincas donde se ha adoptado la reconversión no se percibe un incremento notorio en la utilización de mano de obra.

8.4.5 Eje Institucional. Las entidades encargadas de la formulación, promulgación y ejecución de las políticas y apoyo técnico y financiero desde el nivel público son: el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Desde 1995 creó el grupo de Sostenibilidad Agropecuaria y Gestión Ambiental encargado de coordinar y promover la ejecución de políticas para el Desarrollo Sostenible en el Sector Agropecuario; en diciembre de 2001, mediante Resolución 00366, se

asignaron funciones de asesoría al Ministro en temas de sostenibilidad ambiental de los sistemas productivos, coordinación con el Ministerio del Medio Ambiente y entidades del Sistema Nacional Ambiental.

El Grupo trabaja en la Resolución 0074/02, el Componente de Sostenibilidad Ambiental de la Política Agropecuaria, el Programa Nacional de Agricultura Ecológica (AE), Reglamentación del Sello Ecológico, diseño de imagen, elaboración de documentos soporte para solicitud de equivalencia como país tercero ante la Unión Europea, el Plan de Contingencia y Mitigación de Efectos sobre el Sector Agropecuario, causados por el Fenómeno El Niño 2002-2003, Difusión de la reglamentación sobre agricultura ecológica, organización jornada académica sobre experiencias exitosas e investigación en agricultura ecológica AGROEXPO - 2003, elaboración agenda conjunta de trabajo con el Ministerio del Ambiente, creación y organización de los comités departamentales de agricultura ecológica, con el apoyo del Banco Mundial y el Instituto Von Humboldt, se está trabajando un sistema de incentivos para la agricultura ecológica, con recursos del Sistema de Inteligencia de Mercados, se contrató una consultoría para identificar clusters de producción ecológica en el Valle del Cauca, Cundinamarca y Atlántico, se organizó la Red de Agricultura Ecológica.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo, desde 1993 con un crédito externo del Banco Mundial y contrapartida nacional, ejecutó el programa Nacional de Transferencia de Tecnología Agropecuaria, Pronatta. A través de este programa se ejecutaron proyectos de transferencia de tecnología en AE. Con recursos del Sistema de Inteligencia de Mercados se han elaborado estudios comparativos de costos de producción entre sistemas convencionales y ecológicos para: tomate, panela, ganadería, mango, banano.

El Proyecto de Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Rural (PADEMÉR), cuyo objetivo es contribuir a la reducción de la pobreza rural en el país a través del incremento del empleo y de los ingresos de las familias más pobres, apoyando para ello el desarrollo de las microempresas rurales.

Los servicios no financieros que se le prestan al microempresario son: Gestión Empresarial, Desarrollo Productivo, Mercadeo y Comercialización y Desarrollo Organizativo. A través de recursos reembolsables, el Proyecto fomenta el desarrollo de sistemas de financiamiento rural como: Fondos de Micro crédito, fondos de Ahorro y Crédito Comunitario, Fondos Rotatorios de Ahorro y Crédito, Fondos Regionales de Garantías y Fondos de Incentivos a la Capitalización de las Microempresas Rurales.

El Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas, por intermedio de las Secretarías de Agricultura Departamentales, apoya el desarrollo y consolidación de iniciativas de producción y transformación agropecuarias, reuniendo distintos intereses económicos alrededor de un proyecto productivo que busca responder a las

necesidades de cada uno de ellos. En el sector agropecuario la Alianza se constituye entre los pequeños productores organizados, el sector empresarial, los comercializadores y los proveedores de insumos, bajo el lema “Todos aportan, Todos arriesgan y Todos ganan”. Igualmente, a través de las cadenas productivas y con recursos de los Fondos Parafiscales se apoyan económica y técnicamente los distintos proyectos en agricultura ecológica. Recientemente se creó la Corporación Colombiana para la Agricultura Limpia que estará bajo la coordinación del Ministerio de Agricultura.

8.4.6 Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria - CORPOICA.

Entidad adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, responsable de la investigación en el sector agropecuario con recursos del presupuesto nacional y del sector privado, en temas como: manejo integrado de plagas en cultivos frutícolas, semillas limpias, bioinsumos, guía ambiental de la papa, sistemas agroforestales y silvopastoriles, mejoramiento de semillas, uso y conservación del suelo.

8.4.7 Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Entidad adscrita al Ministerio de Trabajo ejecuta recursos importantes de inversión a través del mecanismo creado por el artículo 16 de la Ley 344 de 1995. Creó a partir de 2004 una carrera técnica en agricultura ecológica, en todas las regionales del país, para capacitar a unos 5 mil estudiantes por año; a través de la red de televisión se han realizado teleconferencias sobre reglamentación de AE y experiencias exitosas.

8.4.8 Instituto Nacional Francisco José de Caldas para la investigación Científica y Tecnológica (CONCIENCIAS).

Es la entidad responsable de la coordinación del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. A través del Programa Nacional de Ciencias y Tecnologías Agropecuarias financia proyectos de investigación en el sector agropecuario. Creó en 2003 la línea de investigación en agricultura ecológica y es el punto focal de la Red XIX B Cytel.

8.4.9 Corporación Colombia Internacional (CCI).

Entidad vinculada al sector agropecuario. Creada en 1992, inicia desde 1994 el proceso de certificación de productos ecológicos para el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología, acreditada ante la Superintendencia de Industria y Comercio Colombiana.

8.4.10 Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

Responsable de generar normas técnicas que garanticen el registro y comercialización de insumos de calidad para la producción ecológica.

El ICA expidió el 21 de enero de 2003 la Resolución 00150 por la cual se adopta el Reglamento Técnico de Fertilizantes y Acondicionadores de Suelos para Colombia, cuyo objeto es Orientar la comercialización y el uso y manejo adecuados y racionales de los fertilizantes y acondicionadores de suelos, tanto

para prevenir y minimizar daños a la salud, a la sanidad agropecuaria y al ambiente bajo las condiciones autorizadas, como para facilitar el comercio internacional.

8.4.11 Ministerio de Comercio Industria y Turismo, MINCOMERCIO. Entidad responsable de las políticas y de la promoción de las exportaciones y del comercio internacional. Desarrolló el acuerdo de competitividad exportadora de los productos ecológicos, en concertación con el sector privado suscrito en Cartagena en marzo de 2002, en el cual se establecen los compromisos de ambas partes para la promoción de las exportaciones.

8.4.12 Entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior. Labora en el posicionamiento de los productos ecológicos nacionales en los mercados internacionales, a través de Planes Exportadores; apoya el proceso de certificación hasta con el 50% del valor; identificación y clasificación de empresas: tipo A certificadas internacionalmente, Tipo B en proceso de certificación, Tipo C en conversión, programa dirigido a Asia, alianza con Jetro de Japón.

8.4.13 Instituto Alexander Von Humboldt. Entidad de investigación, adscrito al Ministerio Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, trabaja en temas como: Buenas Prácticas Agrícolas y de Manufactura, para la conservación de la biodiversidad; uso y aprovechamiento de la biodiversidad; formulación de planes de negocios en productos de biocomercio, zonas especiales de interés (Andina, Amazonas, Orinoquia, Pacífico y Guajira), con recursos del Banco mundial, UNDCAT, GTZ.

8.4.14 Ministerio del Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial Áreas de trabajo Mercados Verdes. Apoyo a procesos de certificación ecológica hasta el 60% del valor; campaña nacional de acceso a certificación y capacitación; apoyo a mercados regionales; convenio con universidades para investigación en empaques ecológicos; fortalecimiento a productores para exportar, alianza con PROEXPORT; apoyo a empresa que participen en Bioexpo 2004.

8.4.15 Universidad Nacional de Colombia. A través de la Facultad de Agronomía y del Instituto de Estudios Ambientales (IDEA), apoyan el proceso productivo y de comercialización de plantas medicinales y aromáticas ecológicas; realizan estudios sobre la incidencia de la política agropecuaria en la agrobiodiversidad.

8.4.16 Secretarías de Agricultura del Cundinamarca y del Valle del Cauca. Apoyan técnica y económicamente procesos productivos y de comercialización de sistemas agropecuarios ecológicos, también se encuentran entidades internacionales de apoyo, tales como:

➤ **Embajada de Holanda CBI:**

Programa para productos orgánicos en Colombia, requerimiento de información sobre empresas listas para exportar sólo alimentos procesados, capacitación, asesoría, consultoría y financiación; Programa de Asesores Holandeses, asesoría en diferentes procesos para producción en fresco o procesados; apoyo en formación de asociaciones.

➤ **El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura-IIICA:**

A través de su Unidad Agroecológica apoya a los productores, investigadores, funcionarios públicos en capacitación de alto nivel con conferencistas internacionales sobre diferentes temas de agricultura ecológica:

- ✚ Manejo ecológico del suelo tropical Dra. Ana Primavesi
- ✚ Agricultura Ecológica, Mario Mejía
- ✚ Agricultura Orgánica: abonos y caldos minerales, Jairo Restrepo
- ✚ Agroecología y Agricultura, Miguel Altieri y Clara Nicholls
- ✚ Praderas Ganaderas, Cultivos en Invernaderos, Ana Primavesi.
- ✚ El Banco Mundial Financia el estudio sobre Incentivos a la Agricultura Ecológica ECOS y programa nacional de agrobiodiversidad.
- ✚ GTZ Apoyo técnico en la formulación de un Programa Ambiental para Colombia, en los temas de Agua, bosques y suelo, mercados verdes y agricultura ecológica, labranza mínima, uso y conservación del suelo, sistemas agroforestales y silvopastoriles.

Así mismo, el sector privado hace parte de la institucionalidad entorno a la producción ecológica con las siguientes entidades:

➤ **Universidad Jorge Tadeo Lozano, Centro de Investigaciones y Asesorías Agroindustriales, CIAA:**

Entidad de apoyo a la producción agrícola y agroindustrial y comercializa producción ecológica.

➤ **Cámara de Comercio de Bogotá:**

Apoya procesos productivos y de transformación de productos agropecuarios ecológicos en los departamentos de Cundinamarca y Boyacá, cofinancia el 50% del valor de la certificación ecológica, capacitación sobre certificación ecológica, participación en Agroexpo 2003, cofinanciando un stand para exhibición de productos ecológicos, organización de productores en Orgánicos de Colombia, promoción del comercio internacional, a través de participación en ferias como:

- ✚ Biofach en Alemania.
- ✚ El Fondo Ganadero de Caldas en Caldas, produce carne Búfalo ecológica.

- ✚ La Federación de Cafeteros de Colombia a través de los Comités Departamentales apoya la producción de café ecológico.
- ✚ La Asociación de Bananeros apoyan la producción de banano ecológico.
- ✚ La Asociación de Productores de Hortalizas y Frutas - Asohofrucol apoyó en el 2002 y 2003 sistemas productivos en hortalizas y frutas: mango hilacha y hortalizas en Antioquia, Plátano en Dibuya, Guajira, por \$255 millones de pesos.

8.5 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Para su comercialización los productos ecológicos deben estar certificados por una entidad autorizada para tal efecto. La certificación, es una práctica destinada a proteger los intereses de consumidores y productores ecológicos de manejos fraudulentos que puedan hacer pasar un producto convencional por ecológico. La certificación puede ser para la totalidad del predio o para una parte de éste y es renovable actualmente.

El mercado colombiano todavía es muy reducido, debido a una falta de cultura sobre los productos ecológicos, productividad más baja comparada con la agricultura convencional y los productos con sobreprecio para el consumidor. Sobre estos aspectos faltan estudios para identificar con mayor precisión y fundamento las ventajas y desventajas de la agricultura ecológica. Si se analiza la estructura de comercialización de productos en general, se observa que en Colombia sigue la tendencia mundial de urbanismo y concentración en supermercados de cadena (60%).

Frutas Exóticas de Colombia S.A. (FREXCO) comercializa su producción el 20% en el mercado nacional y el 80% en el mercado internacional siendo sus productos líderes son la pulpa de mango y la pulpa de maracuyá.

8.5.1 Mercado de Orgánicos en Estados Unidos. Los productos orgánicos son el segmento de más rápido crecimiento en la industria de los alimentos al detalle en los Estados Unidos. En los últimos años, los alimentos orgánicos se han movido desde un contado número de tiendas naturales y especializadas a los pasillos de los supermercados en los Estados Unidos. El perfil del típico comprador de productos orgánicos ha evolucionado y hoy, más consumidores convencionales y étnicos dan señales de su deseo de “comprar orgánicos”.

- Las ventas de alimentos orgánicos en los Estados Unidos alcanzaron los US \$5,8 billones en el año 2005, esto representa un significativo 19% de aumento, con respecto al 2000, teniendo en cuenta que las ventas totales de alimentos sólo crecieron un 3% en el mismo período.

- En el año 2000, el sector orgánico correspondía al 1% de las ventas totales de alimentos en los Estados Unidos.
- La industria de alimentos orgánicos está creciendo a tasas del 20% anual, según lo informado por el USDA (United States Department Agriculture).
- A finales del año 2005 había más de 12,000 terrenos orgánicos en los Estados Unidos y se espera que su crecimiento sea del 12% anual.
- Los productos orgánicos, hoy en día, están disponibles en cerca de 20,000 tiendas de alimentos naturales, y son vendidos en un 73% de todas las tiendas convencionales.
- Las estadísticas disponibles señalan que más de 800 nuevos productos orgánicos fueron introducidos en la primera mitad del año 2003.
- Las frutas y verduras representan la categoría más grande en las ventas de alimentos orgánicos en los Estados Unidos, con un 40% del mercado, correspondientes a US \$2,3 billones.
- Los productos alternativos a los productos lácteos, tales como leche de soya y almendra, entre otros, son la subcategoría con mayor penetración de mercado (62%), con ventas de US \$395 millones en el año 2003.

8.5.2 Proyecciones de Ventas de Productos Orgánicos. Se espera que las ventas de alimentos orgánicos alcancen los US \$22 billones en el año 2010.

La tasa de crecimiento de las ventas de productos orgánicos seguirá creciendo hasta el año 2010, sin embargo, lo hará a tasas decrecientes.

Como se muestra en el siguiente cuadro, en promedio, las principales categorías de alimentos orgánicos tendrían un crecimiento de casi un 15% entre el 2000 - 2010, correspondientes a US\$16,6 billones de aumento en las ventas en ese período.

Se estima que el mayor crecimiento lo tendrían los condimentos, mientras que las frutas y vegetales frescos seguirían liderando el sector orgánico.

Se estima que la tasa de penetración de los alimentos orgánicos como porcentaje del total de las ventas de alimentos en los Estados Unidos irá aumentando constantemente, y alcanzará un 3,7% en el año 2010.

8.6 EL PRODUCTO

El árbol de mango es de tamaño mediano, puede crecer de 10 a 30 mts de altura, de tronco recto es cilíndrico de 75 a 100 cms de diámetro, corteza de color gris - café y su copa generalmente achatada y redonda. Puede llegar a producir hasta 1000 unidades por año. Es la fruta tropical más importante después del plátano. La variedad de mango colombiano es una de las mejores debido a que se produce en un trópico seco, su tamaño y color son variados, el color puede estar entre verde y amarillo y diferentes tonalidades de rosa, rojo y violeta. La pulpa de color amarillo o anaranjado es fibrosa, jugosa y sabrosa. El peso del fruto a la madurez varía desde 100 gms hasta 2 kilos por unidad.

El mango cultivado orgánicamente por Frexco S.A, es sano y muy dulce, se somete a un proceso de extracción, refinación, homogenización, para ser posteriormente pasteurizada y empacada. Todo bajo un estricto programa de Control Calidad desde la recepción de la fruta hasta su almacenamiento y conservación.

8.6.1 Variedades. Se distinguen por su forma, tamaño, textura y sabor. La diversidad de variedades mas grande se encuentra en la India pero también en La Florida se han seleccionado variedades buenas para el comercio. Una característica del mango es el rendimiento alternado que también depende mucho de la variedad. La nutrición equilibrada de la planta y las buenas condiciones climáticas favorecen la fructificación. Con una nutrición bien equilibrada, también las variedades fuertemente alternantes pueden dar rendimiento uniforme. Las variedades mas conocidas del mango en el mundo son:

➤ **Kent:**

Variedad más exportada, color agradable y buen gusto.

➤ **Haden:**

Color agradable y cualidades gustativas.

➤ **Tommy Atkins:**

Es de un periodo de conservación mayor y menos apreciada gustativamente, esta variedad tiene preferencia en los Estados Unidos debido a su coloración roja.

➤ **Magdalena River:**

Producto colombiano apetecido y reconocido a nivel mundial por su dulzor.

➤ **Parvin:**

De Puerto Rico, apreciada en gran Bretaña.

➤ **Zill:**

Cultivada en África del Sur, buena calidad pero calibre pequeño.

8.6.2 Aplicaciones y Valor Nutricional. El mango tiene aplicaciones variadas. Es ingrediente importante en la mezcla de muchas bebidas y en helados, por lo que ha causado furor en Estados Unidos y en Europa. El mango se vende en su mayor parte como fruta fresca al consumidor, aunque hoy día en los países desarrollados ha tenido gran acogida el mango procesado y deshidratado, para posteriormente venderlo como conservas enlatadas o frutas deshidratadas.

La industria de bebidas la utiliza como materia prima el jugo concentrado, pulpas de frutas como el mango aséptico para la elaboración de jugos, néctares, bebidas de jugos de frutas, bebidas y néctares de múltiples frutas y polivitaminas, bebidas dietéticas, jarabes y licores.

8.6.3 Exportaciones Colombianas de Mango.

➤ **Mango preparado en forma no específica:**

El año 2005 fue favorable para el segmento de las exportaciones colombianas de productos preparados a partir de mango, pues se tuvieron crecimiento en el valor y volumen en un 6,5%. Las divisas en total ascendieron a los 731 mil dólares, siendo en buena parte provenientes de los Estados Unidos (444 mil dólares) y de Japón (135 mil dólares).

En el caso particular de las exportaciones al mercado estadounidense, según las cifras reportadas por el DANE, los volúmenes no consiguieron superar el nivel del año 2004, permaneciendo en 366 toneladas. Por consiguiente, el crecimiento en cantidades obedece a una mayor diversificación del portafolio de países de destino, especialmente a España, Canadá y Holanda. De hecho, los volúmenes orientados a España se multiplicaron en 1,6, mientras que las cantidades orientadas hacia Canadá y Holanda lograron duplicarse.

8.6.4 Ventanas de ingreso u oportunidad. Mango procesado en el mercado de los Estados Unidos (Puré, jugo y otras formas de conservación y preparación). Todo el año presenta oportunidades para el producto de Colombia tanto en puré como jugo. Sin embargo, de octubre a mayo se reduce la oferta total al salir México de producción y reducirse la oferta de la India que es continua. El aprovechamiento de las oportunidades depende de los movimientos de los inventarios de jugo y puré de la última cosecha disponible en el mercado internacional.

8.7 CRITERIOS DE PRESELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO

Para seleccionar los países más atractivos para la exportación de pulpa de mango orgánico desde Colombia se determinaron ciertos parámetros, los cuales arrojan una calificación que van desde 5 la más alta, hasta uno la más baja teniendo en cuenta los indicadores macroeconómicos que al ponderarlos presentan las alternativas más favorables de consumo.

La competitividad en el mercado internacional está marcada principalmente por la guerra de precios en destino, en donde intervienen los principales, países proveedores de pulpa orgánica hacia los Estados Unidos. En consecuencia, Colombia presenta la mayor favorabilidad en precios al ingresar al mercado americano con el beneficio del ATPDEA que da cero arancel a los productos procedentes de Ecuador, Perú, Bolivia y Colombia siendo este último quien obtiene el mejor aprovechamiento de esta Ley.

Si bien es cierto que el ATPDEA (Ley de Preferencias Arancelarias Andinas) vence en diciembre de 2006, se espera que el congreso colombiano conceda la aprobación del TLC (Tratado de Libre Comercio) pactado con Estados Unidos, el cual iniciaría su vigencia a partir de enero de 2007 para dar continuidad al ingreso al mercado americano libre de aranceles.

Para sustentar los países de la matriz de selección del mercado objetivo inicialmente se tomó Norteamérica y Europa como bases para la pre-selección de países y de allí los indicadores que permiten los países más avanzados en el consumo de orgánicos y protagonistas directos de acuerdo a la investigación y por ser permanentes motivadores para el consumo de productos ecológicos se escogieron Alemania y España, entraron a formar parte junto con el más relevante de los países norteamericanos como lo es Estados Unidos en consecuencia se ponderó la matriz de selección con estos tres países.

Tabla 2. Matriz de selección de mercado objetivo.

INDICADORES	ESTADOS UNIDOS	CAL	ALEMANIA	CAL	ESPAÑA	CAL
PIB Per cápita	US\$:37.554.00	5	US \$:29,126,00	4	US\$: 19,613.00	3
Inflación	?: 1.90	4	?: 1,12	5	?: 3.00	3
Desempleo	?: 6.00	4	?: 11.70	2	?: 11.40	2
Deuda Externa	US\$: 0.00	5	US \$: 0.00	5	US\$: 0.00	5
Transporte	Marítimo y Aéreo	5	Marítimo y Aéreo	5	Marítimo y Aéreo	5
Población	292,484,465	5	82,544,000	4	42,717,064	3
Moneda	DÓLAR	4	EURO	5	EURO	
Balanza comercial	US 1.716,393,554	5	US -347,582,259	3	US -60,107,465	5
Bilateral						
Exportaciones	US 5,797,575,822	5	US 264,089,512	4	US 195,354,183	4
Importaciones	US 4,081,182,268	4	US 611,671,771	2	US 255,461,648	3
Crecimiento del PIB	?: 4,80	5	?: -0.10	1	?: 2.40	3
Tasa de Devaluación	?: 0.00	5	?: -15,83	2	?: -15.83	2
TOTAL		56		42		41

8.7.1 País Objetivo del Proyecto. Estados Unidos.

Figura 7. Mapa de Estados Unidos



Fuente: Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Madrid, 2006.

8.7.2 Datos Generales.

➤ **Nombre Oficial:**

Estados Unidos de América

➤ **Área:**

9.629.091 km² (incluyendo el distrito federal de Columbia)

➤ **Idioma Oficial:**

Inglés, pero también existen grandes comunidades de habla hispana en ciudades como Nueva York, Washington D.C., Houston, Los Ángeles y Miami, entre otras.

➤ **Ubicación Geográfica:**

Limita al Sur con México, al Norte con Canadá, al Este con el Océano Atlántico, al Sureste con el Golfo de México y el Mar Caribe, y al Oeste con el Océano Pacífico.

➤ **Capital:**

Washington D.C.

➤ **Moneda:**

Dólar (US\$)

➤ **Sistema cambiario:**

Libre flotación

➤ **Organización territorial:**

Administrativamente se divide en cincuenta estados, más el Distrito de Columbia. Además están contempladas varias dependencias extraterritoriales como Guam, Islas Marianas y otras en el Pacífico; las Islas Vírgenes en el mar de las Antillas y Puerto Rico en el Caribe.

➤ **Clima:**

En la costa oeste el clima es marítimo, con pequeñas variaciones diurnas. El resto del país es continental excepto en las latitudes tropicales o semitropicales. Mientras en algunas partes las temperaturas máximas de verano son superiores a cualquiera de la zona tórrida, en otras las mínimas en invierno son comparables a las del Ártico. Las áreas del sur, suroeste y oeste del país gozan generalmente de un clima más moderado en invierno, y significativamente menos cálido en el verano.

➤ **Organizaciones Comerciales y Económicas:**

- ✚ Organización Mundial del Comercio (OMC)
- ✚ Organización de Estados Americanos (OEA)
- ✚ Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- ✚ Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA)
- ✚ Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)
- ✚ Conferencia de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)
- ✚ Plan Colombo para la Cooperación Económica y el Desarrollo Social en Asia y el Pacífico
- ✚ Banco Mundial (BM)
- ✚ Fondo Monetario Internacional (FMI)
- ✚ Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

➤ **Factores Políticos:**

Hay que tener en cuenta el carácter federal del país, ya que cada Estado es independiente en la manera de legislar al interior de su jurisprudencia, pero que no son inmunes a los dictámenes del Gobierno Central, cabe aclarar los tres sistemas que componen el carácter federalista de los Estados Unidos de América como los son: Ejecutivo, Legislativo y judicial.

El gobierno central es un ente facilitador con respecto a la libre flotación, ya que es, quien estipula las reglas que deben adoptarse para la penetración de los mercados, la forma de hacerlo con el fin de reducir la especulación, los excesos o escasez de liquidez en los mercados, es decir, el gobierno central a través de la reserva federal es quien controla la devaluación o reevaluación del dólar frente a otras monedas del mundo y fija las tasas de interés que le permiten a los Estados Unidos de América ser llamativo a los capitales extranjeros y reducir la incertidumbre causada en los mercados por la actual situación vivida y por el terrorismo internacional.

Actualmente es de vital importancia tener en cuenta en términos políticos la Ley sobre Bioterrorismo, que consiste en realizar una notificación previa de todos los alimentos para consumo animal y humano, bebidas y suplementos dietéticos importados u ofrecidos para su importación a los Estados Unidos. Otra disposición de esa ley exige que todas las instalaciones que producen, procesan, envasan o almacenan alimentos para consumo en los Estados Unidos estén inscritas en la FDA. Este requisito de registro para instalaciones extranjeras será aplicable principalmente por medio de la exigencia de notificación previa.

➤ **Factor Económico:**

✚ Población	: 299.974.356 a 2006
✚ Tasa de crecimiento poblacional	: 0,92%
✚ Densidad de población	: 30,44 habitantes por Km ²
✚ Población según sexo	: 50,9% Mujeres 49,1% Hombres
✚ Población según zona	: 77,0% Urbana 23,0% Rural
✚ Población según grupo étnico	: Blancos: 81,7% Negros: 13,0% Asiáticos: 4,4% Indios americanos, esquimales y aleutianos: 0,9% Se estima que 12,5% de la población total es de origen hispano.
✚ Esperanza de vida	: 77,43 años (estimado 2004) Hombres 74,6 años Mujeres 80,3 años

- ✚ **Tasa de desempleo abierto** : 5,5% (Julio 2004)
- ✚ **Población con acceso a agua potable** : 100%
- ✚ **Salario Mínimo** : El salario promedio por hora es de US\$13,7 (Julio 2005)

El factor económico está guiado por la seguridad que representa ser la economía con la moneda patrón, reflejándose en una economía sólida en el ámbito internacional, ya que de acuerdo a los últimos estudios se prevé un fuerte crecimiento proyectado, de 4,4% del PIB, para este año y de 3,7% para el año próximo; el nivel de desempleo ha bajado del 5.7% al 5,4% a febrero de 2005, debido a que las políticas se han basado en mantener unas condiciones monetarias óptimas ajustadas hasta llegar a una tasa gradual de 4.25% de inflación al finalizar 2005 y 4.5 a 2006, para generar mayores niveles de confianza en los consumidores e inversionistas y para que las empresas generen mayores plazas laborales con el fin de reducir el desempleo y coadyuvar a la reactivación económica.

Existe una gran preocupación por parte del gobierno frente a las variaciones presentadas por el Dólar frente a monedas como el Euro y el Yen, puesto que su condición de continuar siendo la moneda patrón de negociación debe estar caracterizada por el respaldo de una economía fuerte, con estabilidad en su sistema financiero, bajos índices de inflación, de desempleo y que genere confianza en el valor de la moneda.

La situación que se presenta actualmente, en términos de inversión, es de flujos de capital que financian inversiones no productivas, lo cual se reflejará en los ingresos futuros, debido a que son inversiones de alto riesgo, de corto plazo y que están sujetas a las variaciones internas o externas al mercado, aunque las inversiones de capital que han ingresado a territorio estadounidense han sufrido un incremento del 13% de 2004 a 2005, mostrando esto un desequilibrio de las inversiones, más sin embargo una segmentación de las mismas y una tendencia a nuevos mercados, que omitan los procesos productivos, que sean de corto plazo y generen altos niveles de rentabilidad.

También es importante resaltar la estructura de la población según el sector productivo: sector primario que abarca la agricultura, ganadería, caza y pesca con un 2.4%, el sector secundario que abarca la minería, explotación de petróleo y gas, manufacturera, electricidad, agua y construcción con 24.1% y el terciario que abarca el comercio, transporte, gobierno y otros con un 73.5%.

Los principales sectores y los que mayor dinamismo han mostrado en lo corrido de la presente década han sido los de la producción industrial, cuyas perspectivas de crecimiento están amarradas a las condiciones del mercado y al grado de asociatividad que se implemente entre las industrias de este sector, el cual se proyecta en un 5% anual y que se verá afectado de acuerdo al comportamiento de los precios del petróleo; otro sector es el de la Industria de Alta Tecnología que aspira indicadores de crecimiento constante iguales a los presentados en los años 2000 con una participación del 32%, esto gracias a políticas de investigación y desarrollo que se han hecho en conjunto con el gobierno y la empresa privada; el sector de los servicios, el cual se desagrega en captura de datos y servicios profesionales, que consiste en tecnología de información y conocimiento respectivamente, el cual busca los sectores que mayor incremento de servicios corporativos demanden y los que presenten mejores indicadores de gestión.

Desde principios del 2003 en el país de Estados Unidos se han presentado los menores índices en la tasa de inflación, alcanzando en el último mes del año 2003 una variación anual de 1.9%.

Diversos analistas económicos han contemplado el riesgo de que la economía norteamericana entre en un periodo deflacionario en el mediano plazo, para los últimos meses, la inflación ha caído en cerca de un punto porcentual. Es importante aclarar que la inflación resultó mayoritariamente del alza en las tarifas eléctricas las cuales subieron 0.83% en el último mes del año 2003.

La posibilidad de una reducción sostenida en el nivel de los precios todavía es lejana, nunca antes desde 1930 había sido tan clara. Tanto así que los bancos centrales reconocieron que este fenómeno se presente en el corto plazo, es fundamental incentivar la capacidad de compra como motor del crecimiento económico del país.

Un análisis más adecuado de la inflación está dado por el indicador de inflación núcleo, el cual excluye los choques temporales de precios la inflación núcleo, ha venido decreciendo a un ritmo acelerado y casi de manera continua desde enero del 2003. La inflación en los últimos meses alcanzó una variación anual baja con respecto a los últimos 37 años.

La inflación de Estados Unidos está sufriendo una deflación, debido a la maniobra de la política monetaria, la eventualidad sostenida de los precios y eso depende del rumbo que tome la economía en el transcurso del año 2004.

Los precios al consumidor en los Estados Unidos mostraron un leve aumento en el mes de diciembre, en línea con las expectativas. El índice de precios al consumidor subió un 0,2% luego de haber bajado un 0,2% en el mes anterior.

8.7.3 Análisis Sobre el Mango Procesado en los Estados Unidos.

➤ **Producto:**

- ✚ Nombres comerciales: Néctar de mango, jugo concentrado de mango, pulpa pasta o puré.
- ✚ Aséptico de mango, conserva de mango, mango deshidratado.

➤ **Presentación:**

- ✚ Mango congelado (08.11.90.52.00). Incluye producto preparado en forma aséptica.
- ✚ Mango en pasta o puré; 20.07.99.50.20
- ✚ Mango preparado en forma no especificada: 20.08.99.40.00
- ✚ Mango deshidratado: 08.04.50.80.00. El mango deshidratado sin otra preparación, comparte esta posición arancelaria con guayaba en la misma condición.

En la clasificación arancelaria utilizada en Estados Unidos, no existe una partida arancelaria específica para el jugo de mango, sin embargo, la mayor parte del producto se consigna en las partidas de mango procesado y semiprocado indicadas anteriormente.

Presentaciones halladas en puntos de venta al consumidor (formatos de supermercados) en el mercado de Miami.

➤ **Flujos de comercio:**

El nivel actual de las importaciones de los Estados Unidos para el Mango en pasta o puré el 2005 fue un buen año para las importaciones de pasta de mango o puré (20.07.99.50.20) procedentes de Colombia, pues a diferencia de México, que es su inmediata competencia, la participación en el volumen aumentó a 36%, mientras el segundo país disminuyó a 21%. Este desempeño de Colombia estuvo acompañado por un acrecentamiento en el volumen de 57%, siendo superado por Filipinas que tuvo una tasa del 73% y de Ecuador que logró multiplicar en 4,7 el nivel del año 2004 (160 toneladas).

Vale la pena mencionar que todavía la brecha entre Colombia y Ecuador es amplia, pero si persiste la dinámica que exhibió Ecuador en el año 2005, al cabo de dos o tres años sus cantidades convergerán a los niveles actuales de Colombia (Tabla 2). Lo propio se podría afirmar de Filipinas que ya llega a representar el 52% de las cantidades de nuestro país. En ese orden de ideas, la predominancia del producto colombiano se encuentra en suma reserva.

De hecho, esos dos últimos países han empezado apuntar sus ofertas a los mismos nichos de mercado que posee Colombia. Así por ejemplo, en el 2005, en el distrito de Los Ángeles fueron desembarcadas 1.568 toneladas de las 4.000 toneladas introducidas por Colombia a los Estados Unidos, y paralelamente, Ecuador ingresó (en ese distrito) con 460 toneladas y Filipinas con 594 toneladas.

Finalmente, el principal mercado de destino en el 2005 fue Los Ángeles con el 24% del volumen total importado (Tabla 4). Consecutivamente, estuvieron los distritos de Nueva York, Seattle, Nogales y Miami, cada uno con participación media de 11%.

➤ **Mango preparado (forma de preparación no especificada):**

En el caso de productos consignados en la clasificación 20.08.99.40.00 correspondiente a los procesados que utilizan mango, el desempeño no fue favorable en el 2005, pues sus importaciones no aumentaron como sucedió con productos afines, sino levemente disminuyeron en -4%, alcanzando las 14.683 toneladas (Tabla 6). De los cuatro primeros países proveedores, México fue el único en registrar una caída del orden del 20%, mientras Tailandia, India y Perú sostuvieron crecimiento promedio del 8%. Vale la pena mencionar que México en los últimos años se ha estado posicionado de este segmento del mercado.

Un efecto de la contracción de la oferta de producto vía importaciones, fue la mayor valorización de la canasta de productos. De hecho, en el 2004 cada kilogramo ingresó a los Estados Unidos con un precio implícito de US\$1,31, cuando en el 2005 fue de US\$,43 (Tabla 5).

En este contexto comercial, Colombia participa marginalmente en el volumen total de las importaciones con apenas el 2,8%; no obstante, su desempeño es positivo, pues en el periodo 2004 – 2005 tuvo un crecimiento de 10%.

Por último, se tienen tres epicentros en los Estados Unidos de mayor afluencia de producto que corresponde a: Los Ángeles (California, 29%), Laredo (Texas, 25%) y Nueva York (Nueva York, 24%).

➤ **Mango Congelado:**

Con una ligera caída de 5% en el volumen de las importaciones estadounidenses, México continuó en el año 2005 siendo el primer país abastecedor de mango congelado (08.11.90.52.00) con 8.615 toneladas, haciéndose partícipe del 60% del total (Tabla 10). En contraste con sus dos inmediatos competidores que son Perú y Ecuador que lograron acrecentar sus cantidades en 7% y 57%, respectivamente, y, por ende, reducir su diferencial con México, aunque la brecha aún es bastante distante. De hecho, clausurado ese año, Perú terminó con una participación del 17% y Ecuador con 9,5%.

Colombia en este contexto ocupó el cuarto reglón, pero con una participación marginal de 2% (303 toneladas). A pesar del alto predominio del mango congelado procedente de México, ese producto no representa mayor peligro a las importaciones de origen colombiano, pues se considera que busca cubrir la demanda del estado de California, específicamente los distritos de San Francisco y Los Ángeles, mientras que Colombia destina su oferta al mercado de Miami. Esta conjetura se soporta con el hecho que los dos primeros distritos son los puntos de mayor afluencia de las importaciones procedentes de Perú y Ecuador, y teniendo en cuenta que dada la proximidad de México, éste también destinaría su oferta a los mismos sitios.

Se podría catalogar como una futura amenaza al producto colombiano el producto procedente de Perú, pues en el último año ingresó al distrito de Miami cerca de 90 toneladas, cifra significativa si consideramos que en el año anterior no se contabilizaron registros. Mientras tanto Colombia aumentó su cuantía a 137 toneladas.

De nuevo, como es usual en los productos donde hay gran supremacía de México en el volumen de las importaciones, el mayor flujo físico de producto es a través de los pasos fronterizos, en este caso por el distrito de Laredo (Texas). De hecho, según las cifras de la US-ITC, por esta jurisdicción transitó un poco más de la mitad del volumen total (Tabla 12).

8.7.4 Precios Diferenciales y Costos para Productos Ecológicos. Los productos ecológicos ofrecidos en los distintos mercados tienen sobrepuestos que se explican, principalmente, por tratarse de un mercado con problemas de abastecimiento.

En un estudio de USDA/ERS, se presentan cifras del Nielsen Marketing Research sobre precios diferenciales de productos congelados ecológicos y convencionales.

➤ **Precios Referenciales para Comercialización en Estados Unidos:**

Para el caso de los Estados Unidos los mejores precios según temporada ocurren en los meses de octubre, noviembre, diciembre, siendo el mes de junio en promedio donde más se importa en volúmenes considerables (entre 30.000 y 35.000 toneladas). En cuanto a ventas al por menor las transacciones más altas se realizan en el mes de octubre y noviembre (bolsa de 4 Kilogramos a un precio aproximado de U\$D 5.00 a U\$D 5.30).¹¹

¹¹ Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

➤ **Mercados Detallista (Supermercados): Miami.**

Los precios registrados son suministrados por la CCI, a través de consultores internacionales, de productos procesados de mango en el mercado de Miami.

8.7.5 Competencia:

➤ **Países Competidores en Pulpa de Fruta:**

Bajo la posición arancelaria 20.07.99.50.20 (pulpa o puré de fruta) están registradas como proveedores 16 países de los cuales el proveedor más importante es República Dominicana que participa con el 45.8% de las importaciones totales respecto al producto total; le sigue la India con un 19.3%, en tercer puesto esta Ecuador con 6.3%, como cuarto proveedor esta México con un 5.4% y finalmente Colombia con un 4.1%.¹² Además otros países suramericanos que exportan este producto son en su orden Argentina, Perú, Brasil y Chile.

➤ **Empresas Competidoras en la Florida:**

Dentro de las principales compañías productores, procesadoras y distribuidores que dominan el mercado floridense están; en primer lugar L & J El Sembrador quien tiene una larga trayectoria y una posición sólida en cuanto a promoción y distribución de jugos y procesados de fruta.

Productos La Fe es la segunda distribuidora en el Estado según informes de mercadeo emitidos por comercializadoras internacionales como la C.I Trade International; también en menor importancia Fruveg, GlicoFruits USA, Copr Mardel Sales, entre otros.

8.7.6 Distribución.

➤ **Distribuidores Mayoristas Miami (Florida):**

Como importadores y distribuidores de este producto: cadenas de tiendas Sedano, Goyas Foods Ing, I & J, General International, Corp Winn Dixie, son los más reconocidas.¹³

Teniendo en cuenta, esta participación podemos decir que la empresa L & J El Sembrador ha logrado un posicionamiento del 37% del total del mercado debido a su trayectoria en el sector, tiene 40 años de experiencia, diversificación en los jugos (diferentes sabores -20-) y 14 pulpas de frutas, tienen una cobertura

¹² ESPINAL, Carlos Federico. Bogotá: La cadena de los frutales de exportación en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005 [en línea]. Bogotá: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/frutales/Documentos/caracterizacion_frutales.pdf

¹³ El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

geográfica dirigida en su gran mayoría al norte de Estados Unidos, estados tales como: Ohio, Michigan, Chicago, Pensilvania, New Jersey, New York, etc. El mercado está basado en la producción industrial donde el consumo de productos de fácil preparación por parte de los consumidores es mucho mayor, ya que el tiempo con el que se cuenta para alimentación es muy limitado.

En cuanto, a productos “La Fé” presenta una desventaja frente a su mayor competencia en el mercado tan sólo del 9% de diferencia la razón por la cual se argumenta este hecho es que la compañía no cuenta con una amplia gama de pulpas de frutas comparado con el anterior, tan sólo maneja la línea de los cítricos y la comercialización que esta empresa maneja sólo se concentra en ocho estados dirigidos más hacia el sur del país, su infraestructura aún no permite crear más sucursales de las que actualmente manejan.

La empresa Goya Food su participación en el mercado se reduce y cuenta tan sólo con un 14%, es una compañía de reciente implantación sólo se vinculó hace cinco años y maneja un solo producto jugo de frutas de: Mango, Mora, Piña y Tamarindo, no cuentan con proveedores internacionales, es decir, no importan del exterior, su materia prima la adquieren por parte de proveedores nacionales; sin embargo, en la clasificación se maneja el literal de Otros donde se encuentran pequeños productores y distribuidores que tienen como participación conjunta del 23%, debido a que manejan menor calidad, por ende, bajos precios.

➤ **Distribución de Pulpa de Mango en Tiendas de Cadena en Miami:**

Las tiendas de Cadena en Miami son Winn Dixie con 33 puntos de Venta, Sedano con 22 puntos, Comida Mancha con 18 puntos, Hyde 16, Estaciore 8 puntos, Albertson con 2 puntos y Publix 1.

Encontrando en estas tiendas que la pulpa de fruta más vendida es el Mango seguido por la Guayaba mientras que la fruta de la pasión (Maracayá) ocupa el puesto cinco. Los Puntos de venta de estas tiendas de cadena son muy dispersas en Miami dando énfasis a la necesidad de distribuir a través de comerciantes al por mayor y a distribuidores. En la parte occidental y noroeste de la gran Miami la Goya Foods, Iberia y Libby están proporcionando algunos de los jugos tropicales y sus mezclas.

➤ **Productos La Fe, Principal Distribuidor del Mercado de Miami:**

Con treinta años de experiencia y con una amplia gama de productos, La Fe como compañía productora de fruta de alta calidad, procesadora con alta tecnología en el campo y certificadora por la USDA y la HACCP la convierten en una de las empresas más completas de La Florida.

Alimentos La Fe posee en el mercado de alimentos congelados y prelistos, lechería y bebidas, la marca también representa marcas de fábricas de Latinoamérica y el Caribe y obtiene productos de diversas partes del mundo.

Distribuye a cadenas de supermercados tales como: Capri Sun (5%), Earth (12%), Wind & Fire (4%), Tropicana (9.5%), Twister (3%) y Splash (2%), almacenes y tiendas mayoristas y minoristas mediante una gran flota de vehículos y condicionados debidamente para dar un alto grado de conservación y frescura.

En Colombia, productos La Fe posee su representante e investigador de mercados, COPRUCOL LTDA. que se encarga de adquirir productos agrícolas de calidad, productos procesados de marcas reconocidas, además de proyectos nuevos para su incursión en el mercado Norteamericano.

8.7.7 Análisis de Selección del Mercado Objetivo en Estados Unidos:

El mercado de la pulpa de fruta de Mango para la elaboración de jugos ofrece dos perspectivas una positiva y otra negativa.

➤ Perspectiva Positiva:

Población 10 - 35 años en crecimiento, esta población presenta tasas de crecimiento positivas tal como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 3. Tasas de crecimiento en la población.

AÑOS	2002	2003	2004
Menos de 5	18.989	18.942	18.936
5 - 15	43.064	43.316	43.605
16 - 19	15.663	15.942	15.952
20 - 24	17.761	18.106	18.552
25 - 44	83.400	82.906	82.374
45 - 64	57.247	59.198	61.136
65 y más	34.385	34.540	34.817

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

En cuanto al PIB Per cápita se encuentra en crecimiento, la economía estadounidense tiende al crecimiento anual del 5% y se considera en el ámbito mundial como el PIB per cápita más alto.

Las importaciones provenientes de Colombia se han mantenido en el mercado, aunque sean relativamente nuevas en el mercado, durante el año 2002 y 2001 el mercado se deprimió por altos volúmenes de producción de Costa Rica y Brasil.

En el mercado mundial y especialmente en el mercado estadounidense el principal producto elaborado a partir de mango es el concentrado, específicamente el 74% de la producción de concentrado de mango se destina a la industria de bebidas usando especialmente en la preparación de mezclas de jugos.

Pero se puede contar para la utilización de dicho producto en otros rubros; que se considera como el siguiente paso a seguir, dentro de estos rubros se encuentra la industria láctea, alimentos para bebés (compotas), pastelería y de vez en cuando en perfumería.

➤ **Perspectiva Negativa:**

En este punto hay que tener en cuenta dos elementos, directo e indirecto; que se tendrá que sortear y que podrán afectar de manera negativa el mercado de la Pulpa de Mango.

🚧 **Elemento Directo:**

Durante el año 1998 hasta ahora el mercado de la pulpa de Mango se ha visto fuertemente influenciado por países productores como Brasil, Costa Rica, Ecuador, donde se ve claramente que se tiene que aplicar estrategias para permanecer en dicho mercado.

Ecuador y Costa Rica exportan con 0% de aranceles igual que el nuestro producto colombiano, además pueden mantener su oferta todo el año a diferencia de Costa Rica.

🚧 **Elemento Indirecto:**

La fuerte recesión económica, ha aumentado los niveles de desempleo en ciudades como Miami, efectuando el promedio de consumo anual, en bebidas o jugos. En el momento los indicadores económicos del país muestran recuperación con leves crecimientos aunque se espera la estabilización en los próximos trimestres.

➤ **Posibilidades:**

Las posibilidades para este producto son extensas teniendo en cuenta las condiciones del mismo. Una porción significativa de pulpa de fruta de mango esta representada en jugo, el cual se vende como mezclas de jugos tropicales al por mayor y al detalle. El jugo de fruta de pasión parece ser más popular en Houston, New York y Los Ángeles son mercados que han aceptado paulatinamente este producto.

➤ **Estrategias de Marketing:**

- ✚ Relacionar los productos orgánicos con el “estilo de vida” con el que los consumidores desean identificarse.
- ✚ Los consumidores necesitan una razón personal para cambiar de comportamiento, por lo tanto, si se les provee con información que argumente que los productos orgánicos son efectivamente mejores para el ambiente y son una buena manera de prevenir enfermedades, se cumplirá este objetivo.
- ✚ El costo y la conveniencia son factores muy importantes para el consumidor. Si los precios de los productos orgánicos no pueden ser reducidos, se les debe explicar claramente por qué necesitan gastar más en los productos orgánicos (salud, calidad, desarrollo sustentable, etc.).

➤ **Ferias:**

Se recomienda participar en los siguientes eventos de la industria, que pueden proveer con la información y contactos relevantes para la contribución del crecimiento y desarrollo en la industria de los productos orgánicos.

- ✚ Organic Trade Association, “All Things Organic“, Mayo 14-17, 2003, Austin, TX.
- ✚ National Nutritional Foods Association (NNFA), “Market Place 2003“, Junio 27-29, 2003 Las Vegas, NV.
- ✚ Natural Products Expo East, Organic Products Expo - Biofach America, September 04-07, 2003, Washington, DC.

8.7.8 El mercado de Houston.

Figura 8. Mercado Potencial de Houston.



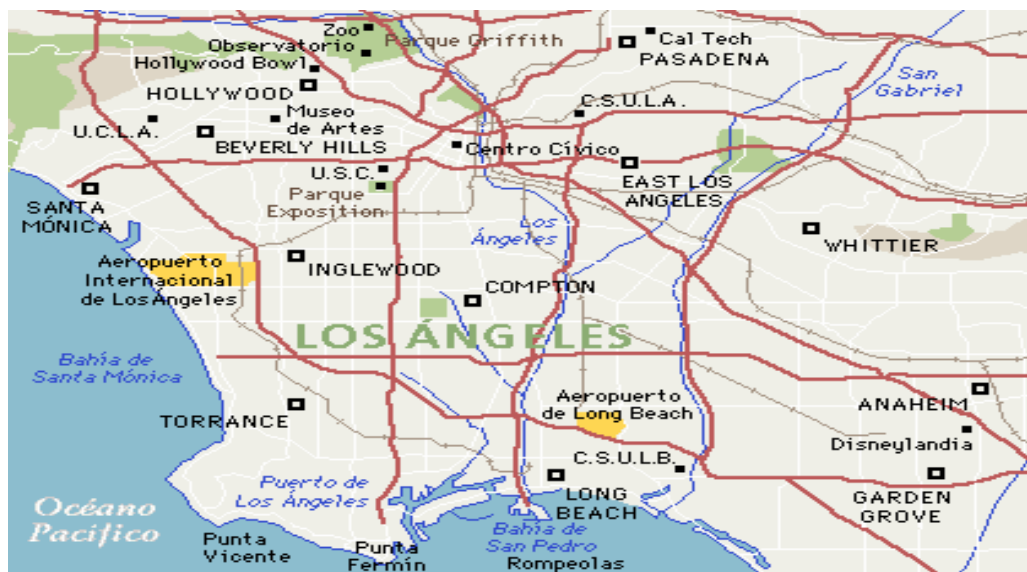
Fuente: Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Madrid, 2006.

Houston es un mercado potencial de 4 Millones de personas, con un crecimiento anual de 1.6%. Un ingreso per cápita de USD \$29.000 en promedio por año. La población entre los 10 - 35 años se estima 1.6 millones y representa aproximadamente el 40% del total. Este mercado tiene 1.250 tiendas comestibles, 181 que son los Store 1 de la cadena. La población aun no conocer muy bien el producto y se requiere promover el jugo con la venta al por mayor y representantes al detalle.

8.7.9 El Mercado de Los Ángeles. Los Ángeles es uno de los mercados más grandes con una población de 9.2 millones de población, con un crecimiento del 1% anual. El promedio de ingreso per cápita anual es aproximadamente USD \$25.700 que ha aumentado a una proporción anual del 3.7%, donde el 40% aproximadamente se encuentra entre edades de 10 y 35 años, y representa un mercado potencial de 3.9 millones de consumidores.

Es importante enfatizar que para la penetración de este mercado es necesario dar muestras de sabor y su preparación para mezclas con otras pulpas, sobre todo para los compradores y consumidores que utilizarán el producto en su hogar.

Figura 9. El Mercado de Los Ángeles más grande la población.



Fuente: Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Madrid, 2006.

8.7.10 El Mercado de New York. New York es un área metropolitana grande con 8.6 Millones de personas, 0.5% de crecimiento anual, un ingreso per cápita de USD \$34.000 el más alto de los dos mercados anteriores, ha venido creciendo anualmente 6.1%, aproximadamente el 36% de la población esta entre los 10 y 35 años, existen 713 tiendas de comestibles y 110 tiendas en New Jersey suburbano que también está incluido en el área del estudio.

Para este mercado el esfuerzo promocional es mucho más grande y su costo es mayor debido a la gran proporción de personas, sin embargo, en tiendas y supermercados se venden jugos y mermelada de mango.

Figura 10. El Mercado Metropolitano de New York.



Fuente: Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Madrid, 2006.

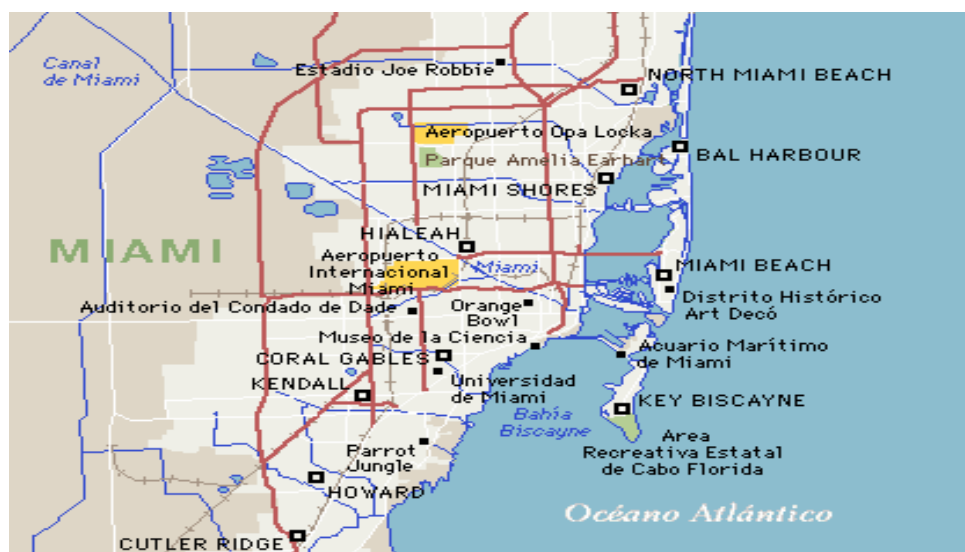
8.7.11 El Mercado de Miami. La ciudad de Miami tiene una excelente posición estratégica y de infraestructura que la convierte en un lugar ideal para las compañías exportadoras y es la puerta de entrada a Estados Unidos para cerca del 70% de los productos latinoamericanos y casi el 85% de los productos colombianos.

Su fase de centro de negocios de clase mundial y su plataforma de acceso a Latinoamérica, uno de los mercados de mayor crecimiento en el mundo, la construyen en parte los latinoamericanos y por su puesto entre ellos los colombianos.

La cercanía del mercado hace que Colombia sea privilegiada para las exportaciones de productos, ya que solamente se requiere de tres o cuatro días, vía marítima desde la costa colombiana para llegar a la costa de Miami.

El consumidor estadounidense está acostumbrado a un surtido de frutos y procesados frescos durante todo el año, los productos que están disponibles en el verano debe estarlo también durante el invierno, ellos representa una ventaja para la entrada de productos de contra estación. La población de Miami actualmente es de 2.2 millones de habitantes de los cuales el 56% son latinos. Su población está creciendo al 1.2 por año.

Figura 11. Mercado de Miami Puerta de entrada a Estados Unidos.



Fuente: Enciclopedia Microsoft Encarta 2006. Madrid, 2006.

Tabla 4. Población de Miami actualmente.

POBLACIÓN POR EDAD	PORCENTAJE (%)
0 - 14	16%
15 - 24	0.9%
25 - 43	24%
44 - 64	24%
65 en adelante	27%

Fuente: El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

Puede observarse que la mayoría de la población se encuentra en edad de 25 - 65 años, la cual representa un potencial de mercado pues el producto (pulpa de fruta de mango) es consumido entre edades de 10 a 35 ó 40 años, y dicha población actualmente suman el 49% del total. Personas que a partir de los 18 y 20 años está generando ingresos. Esto en números representan aproximadamente 370.000 personas. El ingreso promedio de un ciudadano de Miami se encuentra USD \$21.700.2 y un crecimiento anual del 13.7%.

Tabla 5. Población objetivo con altos niveles de ingreso de renta.

MIAMI	CIFRAS
PIB Anual USD	25.000
PIB Per capital	5.7%
Salario Ejecutivo (USD Mes)	8.000

Fuente: El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

En la tabla anterior se observa que la población objetivo goza con altos niveles de ingreso de renta, que les permite adquirir todo tipo de producto, según sus inclinaciones, gustos y necesidades a precios relativos que ofrezcan 100% de calidad. Precisamente es una población que tiene una ventaja de consumo mayor que otros estados o ciudades, considerando el Estado que pertenece, La Florida, este posee un PIB de USD \$500 mil millones, es la quinta economía más importante de los Estados Unidos.

La población cada vez se rige más hacia bebidas saludables con estándares de calidad que satisfacen el estilo actual, por lo cual cuenta con los ingresos suficientes para demandar dichos productos. Gracias a la aceptación del producto su demanda anual en Miami corresponde:

Tabla 6. La Demanda anual del Producto en Miami.

VOLUMEN/ TONELADAS	2002	2003	2004
	404 Ton	787 Ton	958 Ton

Fuente: Información de Monitoreo Internacional [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.cci.org.co/Manual/Mercados%20internacionales.htm>

La oferta en todo Miami se mantiene durante todo el año, debido a la temperatura lo suficientemente cálidos y calurosos para el consumo de jugos y bebidas de frutas.

El consumo en libras / Personas en la ciudad de Miami en cuanto a jugo, pulpa enlatada y congelada corresponde a:

Tabla 7. El consumo de la población del consumo de pulpas desde 1999 a 2003.

CONSUMO	2001	2002	2003
Pulpa en Bolsa	106.6	126.3	128.9
Enlatada	2.7	17.4	17.2
Congelada	4	4.6	5

Fuente: Información de Monitoreo Internacional [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.cci.org.co/Manual/Mercados%20internacionales.htm>

La mayor popularidad en el consumo de la población se centra en el consumo de pulpas, lo cual permite decir que ha ido creciendo su participación desde 1999 a 2003.

La participación del jugo de mango es del 1.74 en el mercado de Miami, pero relativamente se prevee un incremento del 5% en el año 2006, debido a la difusión y reconocimiento de la fruta como tal. Sin embargo, en la actualidad se necesita de una inversión de publicidad del producto en el mercado para competir de igual manera con otros cítricos ya posicionados en el mercado.

Los gastos del consumidor de Miami pulpas de frutas suben del 10% al 13% desde 1998 hasta 2004. Las importaciones de fruta concentrada sumaron USD \$795.1 millones, de lo cual el 14% lo representan la pulpa de mango.¹⁴

Los Estados del Oeste y del Sur del territorio americano son los que más consumen bebidas de frutas en un 14.3% del total de consumo de bebidas de frutas en Estados Unidos.

¹⁴ Estudio de Mercados [en línea]. Bogotá: Intel Export Colombia, 2006. [consultado 08 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.intlexportcolombia.com>

Los productos de importación de mayor rubro para la producción de jugos de frutas se dividen así: Jugo de Naranja 53% de participación, Jugo de mango 25%, Jugo de Maracuyá el 14.5% en todo el mercado estadounidense.¹⁵

➤ **Preferencias y Gustos:**

Aunque Miami posee una población mayoritariamente inmigrante latina no todas poseen las mismas costumbres y gustos, pero se ha podido homogenizar el gusto por el jugo de mango argumentándose debido a la preferencia o demanda por su sabor aromático, por ser fácilmente combinable con otros jugos y servir de mezcla con diferentes licores.

La ciudad de Miami nos brinda un sin número de posibilidades al concentrarse población de diferentes partes de Hispanoamérica de todas las clases, condiciones, hábitos y costumbres, evento que en otras regiones la población posee gustos más estandarizados a diferencia de New York, California, entre otras; pero al comenzar con esta región se puede encontrar personas que acepten nuevas cosas y para las cuales solo deberemos entregar un producto cien por cien natural y de calidad.

Consideramos que este es el mercado objetivo (Miami, Florida) debido a las múltiples características que le brinda a nuestro producto teniendo una población con un consumo de jugos del 13.5%, mayor que el consumo de 1.6% de agua embotellada, bebidas deportivas 12.2% y bebidas alcohólicas 1.1%.

➤ **Penetración en el Mercado de Miami:**

El mercado americano para concentrados (pulpas de fruta) posee mecanismos que permiten llegar a él, tales como:

- ✚ Importadores/broker que reciben el producto en puerto, lo almacena y distribuyen.
- ✚ Primer procesador quien recibe los concentrados de las frutas tropicales y los utiliza como materia prima para mezclar con estabilizantes, colorantes, educolorantes, y otros ingredientes para ofrecer a un procesador o consumidor institucional como producto estandarizado.
- ✚ Segundo procesador, que una las frutas exóticas como ingrediente en la elaboración de diferentes productos.
- ✚ El distribuidor, que coloca las frutas frescas o productos especiales directamente en tiendas al detal.

¹⁵ Guía de Exportación a los Estados Unidos [en línea]. Bogotá: Proexport, 2006. [consultado 08 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/logistica/>

La penetración del producto a Miami, se hará a través de la opción (b) antes mencionada. Este mecanismo de penetración se escogió debido a que el mayor mercado de los concentrados de frutas exóticas se encuentra en las industrias de bebidas.

La empresa González y Tapomes Foods (“Etiquetas La Fé”) recibirán la materia prima, para procesarla, posteriormente obtener el producto terminado de Jugo de Mango, finalmente comercializar el producto en los diferentes supermercados, tiendas, etc.; el precio de venta el cual se negoció esta determinado así: USD 2 por cada Kilogramo; esta empresa asume todos los costos en cuanto a la promoción y publicidad, una de las ventajas que consideramos son relevantes en cuanto al negocio con esta compañía es que en el empaque de distribución, tabla nutricional se menciona la calidad de la materia prima y su procedencia, hecho relevante para futuros negocios y el logro de una penetración con marca propia.

Para el caso del importador/ broker paga un poco menos por cada tonelada, utiliza un margen del 5% o más del total del producto por almacenarlo y después distribuirlo; además es necesario tener un agente o representante para estar seguro de que el producto sea competitivo en precios, ya que siempre se presenta inconsistencias en cuanto al manejo de ellos.

El tercer mecanismo, no sirve para nuestra empresa ya que es solo productora de pulpas, el manejo de las frutas se hace dentro de la compañía para la producción del concentrado.

El cuarto y último sería idóneo para un producto que tuviera una acogida bastante amplia en el mercado, pero al presentarnos ante una población donde el 80% de ella exige un producto de fácil y de rápido consumo, por el tiempo tan limitado; la pulpa de fruta como tal no posee esas características pues se necesita de tiempo previo para su consumo, aunque no hay que dejar de lado que se encuentra clasificado dentro de los productos de fácil preparación y consumo. Además el consumo de pulpa congelada en el año 2001 en Miami solo representa un total de 1.7%,¹⁶ frente a un consumo del 43.5% de los jugos de frutas.¹⁷

La Industria la Fe, actualmente cuenta con una participación del 26% en el mercado aunque comparado con el sembrador quien participa con 37%, es mucho mayor esta última, pero productos la Fe, está incursionando en el mercado de jugos con este nuevo sabor (Mango) además paga mucho más que el Sembrador, acreditando nuestra marca.

¹⁶ Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

¹⁷ Guía de Exportación a los Estados Unidos [en línea]. Bogotá: Proexport, 2006. [consultado 08 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/logistica/>

Las demás industrias en el momento no se encuentran interesadas en incursionar este tipo de sabores dentro de sus jugos lo consideran poco relevante, debido a que están haciendo énfasis a la producción de jugos de otros cítricos tales como naranja, limón, toronja, etc. que ya tienen un reconocimiento por parte del consumidor americano.

El negociar con Productos la Fe posee tres ventajas importantes:

Figura 12. Etiqueta “La Fe”



Fuente: Productos La Fe [en línea]. Miami: La Fe, 2005. [consultado 08 de Agosto de 2006]
Disponible en Internet: <http://www.productoslafe.com>

Etiquetas “La Fe”, se encuentra radicada en la ciudad de Miami donde tiene toda su industria y fuerzas de mercadeo, y sucursales en otras ciudades importantes del país. Industria “La Fe” posee sus propios evaluadores agrícolas que en Colombia se encargan de inspeccionar la producción y post-producción facilitándonos la exportación o el ingreso de nuestro producto.

La empresa pretende con este negocio de la Pulpa de Fruta de Mango dar una utilización de jugo de fruta de la misma y materia prima para la mezcla con otras bebidas; en el mercado de la combinación de diferentes jugos para hacer bebidas más tropicales se encuentran compañías como Cristal Gerser, Hannseris Natural Fruti, entre otras; pero estas compañías ya tienen sus proveedores establecidos tales como Ecuador, Costa Rica y Brasil en su época de cosecha. Por medio del reconocimiento que se adquiriera con productos La Fe pretendemos ingresar a estos mercados y disfrutar de otro segmento.

La distribución de los jugos siempre se hace de acuerdo a las reglas comerciales de Miami la cual rige a supermercados, tiendas, tiendas de cadena y restaurantes, debidamente establecidos, en las cuales productos la Fe, posee su propio stand, quienes a lo largo de su experiencia han brindado al cliente confianza y calidad caracterizado básicamente en el cien por cien naturales y de excelente sabor.

En estos momentos FREXCO S.A. (pulpas y jugos de mango) tendrán que realizar un despliegue de material en los puntos de compra al por menor para apoyar la promoción, así como degustaciones en tiendas y demás, debidos a que muchos de estos mercados actualmente no usan o tienen acceso al mango.

Lo más importante de estas negociaciones es que cree en nuestra producción y a la vez quieren penetrar el sector adicionando a su línea de pulpas y jugos (Pulpa de Mango y Passion Fruit).

8.8 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

8.8.1 Pago de la Exportación. La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas. Los exportadores, de acuerdo a lo establecido en el régimen cambiario, deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República dentro de los plazos fijados en la Declaración de Exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la Declaración de Cambio No 2 para ser presentado al banco Corresponsal.

8.8.2 Condiciones Generales de Acceso. Miami dispone de una auténtica ventaja locacional como centro intercambiado de negocios entre la América Latina y la América Anglosajona, habiéndose consolidado paralelamente como capital del mercado hispano de Estados Unidos.

Los flujos de comercio entre Colombia y Estados Unidos y la importante infraestructura portaria, aeroportuaria, vial y ferroviaria, de este país, han estimulado el desarrollo de diferentes sistemas de transporte, permitiendo que las exportaciones colombianas lleguen a cualquier sitio estadounidense, bien sea con servicios de transporte aéreo o marítimo.

Los servicios de transporte directo hacia Estados Unidos se focalizan principalmente en los puertos de Houston, Miami, Jacksonville, Baltimore y New York en el golfo y el este. Por la costa oeste se presenta las mejores opciones hacia los Ángeles y San Francisco.

Estados Unidos cuenta con el 21% del total de puertos en el mundo y moviliza el 17.73% de los contenedores a nivel mundial.

Miami es el puerto de acceso más grande de las floridas, cuenta con vías de acceso carretero y férreo hacia el interior.

Las navieras que realizan la ruta Colombia – Miami para productos refrigerados y perecederos como la Pulpa de Fruta son pocas, pero las más representativas son:

MAERSK quien posee una tarifa de USD \$4.905 CIF por cada contenedor de 40 Pies; se habla solamente de contenedores de 40 pies, puesto que en Colombia no existen contenedores de 20 pies refrigerados. Esta naviera tiene un tiempo de transito de 12 días.

NAVEMAR posee una tarifa de USD \$4.405 CIF por contenedor de 40 pies, con un tiempo de transito de 8 días.

Estas navieras tienen mayores alternativas de servicios; transporte directo, con transbordos previos tarifas económicas tiempo de tránsito relativamente cortos y posibilidades de despacho de cualquier tipo de mercancía.

Por la incapacidad de llenar todo un contenedor de 40 pies, puesto que la mercancía a enviar no supera los 4.000 Kilogramos, se determinó que la mejor modalidad de transporte será aéreo, ya que tiene un costo por debajo del marítimo para la cantidad a transportar.

Miami tiene el segundo aeropuerto por detrás de New York y el decimotercero del mundo más importante por el volumen de carga. La base de clientes tradicionales de los aeropuertos ha sido América Latina y el Caribe, representando el 62% del volumen de todos los aeropuertos. Desde estos mismos se realizan reexportaciones terrestres hacia el interior.

Miami posee tres aeropuertos y otros menores; dentro de los cuales nuestro destino será Miami International Airport (MIA). Entre las aerolíneas que transportan el tipo de carga que exportaremos se encuentran las siguientes: Avianca, Tampa, pero la que más se destaca por trayectoria, servicio y tarifas es Tampa.

Tampa ofrece una tarifa de USD \$3.380 CIP desglosado de la siguiente manera:

USD \$ 2.600 Tarifa de carga de mas de 200 Kg.

USD \$ 600 Combustible, security free.

USD \$ 120 Due agent, USD \$ 20 Due carrier

Con un tiempo de tránsito de 3 Horas.

Es válido aclarar que el beneficio en costos (CIP) es para nuestro cliente, debido a que nuestra negociación será (FCA) puesto que actualmente la empresa no puede asumir dichos costos.

Otra modalidad para hacer la negociación es consolidar la carga con otras empresas que exportar el mismo producto y enviar un contenedor de 40 pies vía marítima, pero los gastos de anegamiento y almacenamiento incrementan los costos a pagar. Se habla de almacenamiento porque se tiene que esperar a que este toda la carga necesaria para llenar el contenedor.

8.8.3 Condiciones de Distribución. Los mayoristas compran productos para empaquetarlos con sus propias marcas u otras, por encargo, y revenderlos a minoristas y consumidores comerciales. Las empresas que comercializan productos congelados, por ejemplo, congelan y empaquetan productos con sus propias marcas o de supermercados y cadenas de negocios. Disponen de una capacidad propia para almacenar, ensamblar, empaquetar y etiquetar los productos.

Si el exportador desea introducir o mantener el producto con su propia marca, debe utilizar agentes o broker que trabajan con mayoristas o centros de distribución para minoristas, montar una filial o entrar directamente en los canales de distribución de minoristas.

González y Tapomes Food, comercializada de pulpa tropical con la etiqueta “La Fe” (el importador) se encuentra dentro de los importadores más grandes de los Estados Unidos en lo que se refiere a pulpa de fruta tropical exótica. Distribuyen: Lulo, Mango, Mora, y finalmente Guanábana en menor cantidad por ser muy costosa.

La Compañía importa alrededor del 60 toneladas de pulpa de fruta al año (18% del mercado de la pulpa de fruta exótica en Estados Unidos). Entre sus principales proveedores están Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, República Dominicana y Venezuela.

El precio de importación esta entre USD \$2Kg FOB dependiendo de la variedad y el empaque. La compañía FREXCO S.A. también distribuye principalmente la pulpa en bolsas plásticas de 14 onzas, solamente las variedades más populares como mango, guayaba, coronilla, guanábana son distribuidos en tarros plásticos de 12 onzas y comercializados básicamente como mezcladores de jugos naturales y en preparación especiales.

La compañía Frexco S.A. está tratando de desarrollar la venta de pulpa de fruta a nivel industrial, aunque en estos momentos las alternativas estén algo limitadas, siendo la caneca o tambor metálico de 55 Galones, el empaque ideal para la comercialización industrial.

Colombia ocupa el tercer lugar en los Estados Unidos con una participación del 9%, en cuanto a precio no compite porque se cotiza en puerto con un precio promedio de USD \$2 Kg.

8.8.4 Matriz de Costos.

Tabla 8. Matriz de Costos para la viabilidad de exportación a U.S.A.

MATRIZ DE COSTOS			
CANTIDAD DE EXPORTACIÓN UN CONT x 40” FCL NEGOCIACIÓN C.I.F.			
DESTINO MIAMI – U.S.A. T.C. US \$2.285.65			
PESO NETO: 24 TON METRIC.	VLR \$ KL	VLR \$	VLR. TOTAL US \$
VLR. EXWORK	2.400	57.598.380	25.200.00
Margen de Rentabilidad	35% E 840	20.159.433	8.820.00
Adecuación producto	6.25	150.000	60.00
Flete interno puerto Buen	70.83	1.699.998	743.77
Uso infraestructura portuaria	7.50	179.995	78.75
DOCUMENTACIÓN	4.58	110.00	
D.E.X.	0.83	20.000	8.00
Certificado de Origen	0.63	15.00	6.00
I.C.A. Inspección	1.67	40.000	16.00
Certificado Fitosanitario	1.46	35.00	14.00
S.I.A. – Comisión	12.50	300.000	120.00
Sellos de Seguridad	1.25	30.000	12.00
SUB-TOTAL VLR. F.O.B.	3342.83	80.227.806	35.100.65
FLETE INTERNACIONAL	333.32	7.999.775	3.500.00
SUB-TOTAL C.F.R.	3676.15	88.227.581	38.600.65
SEGURO INTERNACIONAL	16.714	401139.0292	175.50
SUB-TOTAL C.I.F.	\$3.692.86	88.628.720	38.776.16
			US \$
	VLR. TOTAL REINTEGRO DE DIVISAS		US \$38.776
VLR EN DESTINO	US \$1.6156		
		UTILIDAD PARA IMPORTADOR EN MIAMI	
	PRECIO VENTA MERCADO US\$2.15	US \$ 0.53 Equivale a un cont x 40 con 24 T/M	
		US \$ 0.53 Equivale a US \$12.825.60 Dólares	

Fuente: Departamento de Contabilidad de Frexco S.A.

8.8.5 Ponderación de la Matriz de Costos. El margen de rentabilidad aplicado en la viabilidad de la exportación se aplicó con base dos razones:

- Los costos de la logística aplicada al valor de la exportación C.I.F.
- Los precios de la competencia de los distribuidores en destino.

Nota: Se tuvo en cuenta la utilidad que debe tener el broker mayorista en destino así: el kilo se vende en destino incluida la utilidad a US \$1,61 para que el distribuidor mayorista pueda tener un margen de otro 30% y el consumidor final obtiene el producto del supermarket a US \$2.15.

8.8.6 Logística para Comercialización Pulpa de Fruta a Estados Unidos.

➤ **Gestión de la Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA):**

Cuando la empresa va a iniciar el proceso exportador, generalmente el departamento de Comercio Exterior (si existe) realiza directamente todas las operaciones logísticas para su respectiva exportación, y cuando establece un vínculo con un continuo manejo de las exportaciones, la SIA entra a jugar un papel como intermediario aduanero.

La SIA desempeña una función fundamental en el proceso logístico de comercialización internacional de pulpa de fruta. Presta asesoría al cliente en todo el proceso de comercio exterior e internacional desde tomar la carga en fábrica, llevarla al puerto con garantía de un transporte seguro y adecuado para la carga, buenos precios, asesorando sobre las navieras que ofrezcan mejor tarifa, frecuencia y cumplimiento, es decir, servicio, trámites aduaneros, MINCOMERCIO, ICA y antinarcóticos, criterios de origen. El embarcador contrata los transportes adecuados para la carga de pulpa de fruta para las empresas.

Los servicios varían desde cargar un vehículo carretero con cuarto frío para ser trasladada, y descargada en el punto y traer el contenedor desde el puerto para ponerlo a funcionar en la planta y cargar en el contenedor de la naviera. La empresa entrega a la SIA una carta de instrucciones en el cual especifican la temperatura de la carga a la cual debe mantenerse, además, de todas las instrucciones que concierne a la carga.

La responsabilidad de la SIA depende del termino Incoterms contratado, todo movimiento de la carga es responsabilidad del transporte contratado por la SIA, llámese transporte carretero, marítimo, etc., pero siempre bajo la asesoría y supervisión de la SIA.

El exportador determina con su cliente el término de contrato a manejar y pacta con la SIA para que se elabore el proceso logístico de acuerdo al caso. De este modo el papel de la SIA puede ser solo hasta el puerto de salida, como también hasta el puerto de destino, fábrica, o bodega del importador extranjero.

➤ **Gestión de Aduana para Exportar Pulpa de Fruta:**

La SIA se encarga de solicitar los permisos para ingresar la carga que viene de fábrica a puerto. Estos permisos se expiden en muchas ocasiones inmediatamente llega la carga y es mucho más manejable la solicitud por parte de una SIA que represente la empresa que por funcionarios directos que envíen la compañía exportadora. Hoy no se permite la práctica aduanera en planta ya que el tránsito carretero hacia el puerto no garantiza seguridad de la carga en este sentido.

Al ingresar a puerto se presenta el DEX (Documento de Exportación), se quitan los sellos a más o menos el 20% de la carga y se realizan inspecciones antinarcóticos, sanitarios por parte del ICA, entidad que expide la respectiva certificación fitosanitaria de la pulpa como producto alimenticio. Una vez terminadas estas inspecciones y revisiones, se llena nuevamente el contenedor en presencia de los funcionarios de la SIA y de la Compañía si están presentes y se sella la carga de nuevo e ingresa a las instalaciones donde va a permanecer el contenedor hasta que se cargue el buque y salga al exterior.

Actualmente están utilizando en Puertos Colombianos la inspección pre-estiba, es una última revisión del contenedor antes de subir al buque para efectos antinarcóticos. Al finalizar el proceso se entrega a la naviera el conocimiento de embarque, se obtiene el aforo de la carga que consiste en el DEX ya aprobado, ya que la naviera puede sacarla y también se entregan las respectivas inspecciones realizadas. Inmediatamente el buque zarpa, se le notifica al cliente por servicio al cliente. La aduana certifica el embarque y entrega el documento de exportación al cliente para efectos de reintegro de divisas ante el Banco de la República mediante formulario No 2, correspondiente a una declaración de cambio por exportación de bienes.

Los documentos que recopila el cliente son enviados al exterior por correo certificado para facilitar la nacionalización de la mercancía por parte del importador.

➤ **Documentación:**

🚦 **Documento de Exportación:**

Lo expide la Administración de Aduanas y se utiliza para hacer la respectiva descripción de la mercancía, consta de un original y cinco copias.

🚦 **Factura Comercial Original:**

En ella deben ir anotados claramente: número, fecha, despachador, sitio de origen y lugar de destino de la mercancía, el Consignatario, el país a donde se dirige la mercancía, clase de embarque, Unidad Comercial, cantidad, descripción especificada en forma suficiente, precio total. Si la exportación se efectúa FOB debe dejarse constancia escrita en el cuerpo de la factura comercial.

Si se realiza CIF, se calcula primero su valor FOB y a continuación se agrega el valor de los fletes, seguros y otros gastos, hasta colocar la mercancía en puerto de importación. Los valores expresados en la factura comercial deben coincidir con los declarados en el registro de la exportación.

➤ **Lista de Empaque:**

Acompaña generalmente la factura comercial; proporciona información sobre el embalaje, cantidades de tambores, contenido, peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas.

✚ **Certificado de Origen:**

Original previamente aprobado por el MINCOMERCIO. Es un requisito para que el importador pueda nacionalizar la pulpa de fruta y para obtener las preferencias arancelarias en el país de destino. El exportador iniciará los siguientes trámites para la aprobación del certificado de origen ante el MINCOMERCIO:

- Radicación del Formulario del Registro de Productores Nacionales, oferta exportable y solicitud de determinación de origen, este formulario es suministrado en forma gratuita por el MINCOMERCIO y debe radicarse en original y copia, junto con el Certificado de Constitución y Gerencia en la correspondiente oficina regional.
- Verificando la información y determinación de criterios de origen y radicado el respectivo formulario se verifica la información y se determina el criterio de origen del producto a exportar, con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales los cuales son consignados en la planilla Relación de Inscripción y Determinación de Origen. El original se remite al exportador. La inscripción tiene una validez de dos años. Ej.: Código 251 ATPDEA EEUU.

✚ **Conocimiento de Embarque:**

Es el documento que se expide con la naviera B/L este es un título valor, documento negociable del cual se expiden 3 originales para evitar circulación peligrosa del mismo y reclamaciones de carga por parte de otras personas distintas al importador.

✚ **Vistos Buenos:**

La exportación de la pulpa de fruta exige que el exportador se encuentre inscrito en el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), entidad que controla y otorga los vistos buenos fitosanitarios previa exportación.

✚ **Aforo de Mercancía:**

Una vez presentado un DEX con sus anexos respectivos, si este se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la aduana acepta la solicitud de unitarización del embarque o la declaración definitiva según el caso, precediendo el aforo de la mercancía y autorizando su embarque.

El DEX se presenta entonces como un solo paquete son los siguientes documentos:

- Documento de identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la SIA.
- Documento de transporte (B/L) Conocimiento de embarque.
- Factura Comercial
- Registros sanitarios.

➤ **Identificación de la Carga a Transportar:**

🚦 **Posición Arancelaria:**

Todas las pulpas se encuentran clasificadas en la posición 20.07.99.50.20 del Sistema Generalizado Arancelario de los Estados Unidos.

🚦 **Descripción detallada del Producto:**

“Pulpa de Fruta fresca, congelada sin adiciones de azúcar, sin pasteurización, sin adición de preservativos, Pulpa de Fruta de Mango para jugo y pulpa enlatada”.

La siguiente información es necesaria para obtener clasificaciones arancelarias, derechos arancelarios:

- Descripción completa de la pulpa de mango junto con muestras, diagramas o cualquier otra posible ilustración.
- Métodos empleados en su manufactura o fabricación.
- Especificaciones y análisis.
- Cantidades y costos de los componentes, con porcentajes.
- Designación comercial en los Estados Unidos.

Nota Importante: Se puede enviar la mercancía como muestra durante un año a partir de la fecha de la primera exportación. Estas exportaciones están exentas de derechos arancelarios.

🚦 **Tipo de Carga:**

La Pulpa de Fruta es considerada una carga unitarizada, la cual se despacha en contenedores refrigerados de 40 pies. La ventaja de este tipo de carga está en la preparación; permite un manipuleo seguro y evita el saqueo, los daños por golpes bruscos, la lluvia, el agua salada, etc. El transporte marítimo es quizás la modalidad que cuenta con vehículos especializados, debido a la acelerada aparición de técnicas de unitarización de la carga en el diseño de buques.

🚦 **Naturaleza Perecedera de la Pulpa de Fruta:**

La pulpa de Fruta se encuentra dentro de los productos perecederos (especialmente si provienen de climas tropicales). La pulpa requiere ser exportada a temperaturas acordes a sus características y con la maduración del viaje, hasta

su destino final (transporte y almacenamiento). Colombia trabaja activamente para aumentar sus ingresos de divisas, promueve las exportaciones de frutas y pulpas de frutas, ya que su posición geográfica en el hemisferio sur le permite producirlas fuera de estación para los mercados del hemisferio norte; sin embargo, estamos muy alejados de los mercados más importantes. La aplicación de técnicas apropiadas de cosecha y recolección, empaque, almacenamiento, embalaje, y transporte se refleja directamente en la calidad de los productos y su competitividad internacional.

Embalaje adecuado para la Pulpa de Fruta de Mango:

Para el segmento industrial en Estados Unidos, la pulpa debe ser empacada en tambores metálicos de 55 Galones con doble bolsa de polietileno de alta densidad, con un peso de 200 Kg.; estos tambores metálicos deben ser nuevos y no retornables y tienen una capa en su parte interior que no permite oxidación ni deterioro durante el viaje, van marcados con el nombre de la empresa e indican que es un producto Colombiano.

Otra alternativa de empaque para el segmento industrial son los tambores de 40 a 50 libras o empaque aséptico de 20 kilos unitarizados en contenedores de 40 pies.

Contenedorización para carga de pulpa de fruta:

Los contenedores que más se adecuan al tipo de producto de la pulpa de fruta son los contenedores térmicos (ISO 1496-2:1981 EFR) los cuales son con paredes, puertas, techo y piso isotérmicos que retardan la tasa de transmisión de calor entre el interior y el exterior. El equipo de refrigeración puede ser removible y estar dentro o fuera del contenedor.

Si el contenedor es de 40 pies, se pueden cargar 26 toneladas máximo en 102 tambores que abarca la capacidad completa del camión. Los tambores tienen 1 (un) metro de altura y de diámetro 70 centímetros; algunos son estibados y otros no.

Tarifas:

Existe un flete ya establecido en que se manejan las exportaciones de pulpa hacia Estados Unidos desde Buenaventura y es de USD \$4.000 dólares, valor del contenedor refrigerado de 40 pies hasta Miami; precio de consolidación de las cuatro toneladas que exportara Pulpa de FREXCO LTDA. USD \$ 630.

Frecuencia de Transporte:

Las salidas desde Buenaventura hacia los Estados Unidos son semanales o cada cinco días. El tiempo de tránsito es de 8 a 10 días a Miami.

Rutas:

Las rutas determinan el tiempo de tránsito internacional por tratarse de que el transporte marítimo es menos costoso que el aéreo y tiene mayor capacidad. La pulpa de fruta se envía con mayor frecuencia por vía marítima, cuyas rutas salen cada cinco o doce días, dependiendo del ofrecimiento de las navieras; donde utilizan la ruta de Buenaventura – Manzanillo – Charlestown, son ocho días hasta aquí, completando los diez días en Miami.

Admisibilidad:

La pulpa de fruta congelada es uno de los productos de mayor admisibilidad para ingresar a Estados Unidos proveniente de Colombia, y su demanda es particularmente el mercado latino con el permiso oficial del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos expedido antes del embarque. Los permisos son solamente expedidos a los importadores y comisionistas residentes en Estados Unidos de Norteamérica.

La pulpa se admite mediante congelamiento, un tratamiento aceptable para la mayoría de las frutas inicialmente a temperatura por debajo de cero grados, previo estudio de calidad en planta colombiana como son los análisis microbiológicos, organolépticos y fisicoquímicos.

No hay aranceles ni impuestos (solo se paga IVA) para la Pulpa de Fruta Congelada procedente de Colombia, la cual está cubierta por los beneficios del ATPDEA.

➤ **Exigencias de Laboratorio:**

El Grado BRIX:

Grado de dulzor natural de una fruta, varía dependiendo de si se trata de pulpa o si es concentrada, es decir, mediante un tratamiento calórico se evapora el agua del producto aumentando el grado de acidez BRIX hasta coincidir con las exigencias del importador; a mayor concentrado, mayor grado BRIX. El laboratorio debe contar con las tablas que especifican los grados naturales de la fruta, al igual que su PH.

Olor y Color:

En el caso del Mango, el color y el olor varían de acuerdo a la región (país) de origen. En Colombia es más amarilla; tiene un olor y sabor más agradables que el de los otros países productores.

➤ **Otras Exigencias:**

Las autoridades de carreteras de los Estados Unidos solamente admiten 22 toneladas de pulpa de fruta aunque el contenedor de 40 pies tenga capacidad de 26 toneladas.

Las personas que importan las mercancías deben ser residentes permanentes de los Estados Unidos con el fin, de que llegado el caso, que estén en condiciones legales de ser sometidos a algún proceso jurídico y pueda representar la firma en este país o en el puerto de entrada.

➤ **Organismos que Intervienen en la Admisibilidad:**

🇺🇸 **Servicio de aduanas de los Estados Unidos:**

Todos los bienes importados a Estados Unidos son objeto de una entrada imponible o libre, conforme a su clasificación bajo los artículos del Sistema Aduanero Armonizado.

El U.S. Custom Service o Servicio de Aduanas de los Estados Unidos es una agencia del U.S. Department of Treasury responsable de la valoración y recaudación de los impuestos de aduanas y del control de empresas, personas y artículos que entren a los Estados Unidos.

La Aduana se asegura del cumplimiento de la Tariff Act de 1930 (reformada posteriormente) y de más de 400 leyes de otras agencias que operan en el ámbito del comercio internacional. Los países andinos cuentan con una especialista que puede ayudar en cualquier inquietud referente a este departamento.

Muchas importaciones están sujetas a leyes y regulaciones administradas por otras agencias gubernamentales con las que Aduanas coopera en su aplicación. Pueden por ejemplo, prohibir la entrada; limitar la entrada al puerto; restringir el estancamiento, almacenamiento o uso; o requerir tratos, marcas, procesamientos como condición de traslado. La liberación aduanera se da sólo si se cumplen estos requisitos adicionales. Ello se aplica a todo tipo de importaciones.

🇺🇸 **Procedimientos Legales de Importación:**

Los productos importados no entran legalmente en los Estados Unidos hasta que el embarque ha llegado dentro de los límites del puerto de entrada y la entrega de la mercancía ha sido autorizada por el U.S. Customs Service.

El trámite se concluye mediante el cumplimiento de los documentos apropiados, bien por el importador o agente. Los documentos de entrada de aduanas deben ser presentados previamente a la llegada de la mercancía.

El servicio de aduanas no notifica al importador de la llegada del embarque sino que la notificación se hace normalmente por el transportista (Custom Broker). El importador debe cumplir los trámites para asegurarse de que él o su agente sean informados inmediatamente para cumplimentar el registro de la entrada de las mercancías y evitar retrasos innecesarios.

Si la documentación no se complementa dentro de los 30 días siguientes a la llegada, la mercancía es enviada a un almacén general y registrada como no reclamada. El importador es responsable de los cargos de almacenamiento durante el período en el que la mercancía está depositada en el almacén, después de un año serán vendidas.

La entrada de bienes se hará en el primer puerto de entrada a no ser que desde el país de origen se solucionen los trámites para que el embarque continúe hacia un puerto más lejano o para depositar la mercancía en un almacén. Si el importador no es capaz de estar presente para preparar el registro de entrada, los agentes comerciales conocidos como customs brokers, (agentes de aduanas) con licencia del departamento de aduanas, pueden actuar como tal. Estos brokers cargan una comisión por sus servicios.

➤ **Documentación y Entrada de la Mercancía:**

Los documentos requeridos por el servicio de aduanas de los Estados Unidos, son los siguientes: (tenga en cuenta que deben ser presentados en inglés el Formulario de Entrada de Aduanas 3461):

- ✚ Evidencia del Derecho de Entrada: Ejemplo: Presentación de la Factura. (La mercancía sólo puede ser introducida por el propietario, comprador o broker con licencia. Factura comercial o, en su defecto, Factura Pro forma. Lista de productos. Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.
- ✚ El depósito, que es normalmente fijado por el servicio de aduanas, para cubrir posibles obligaciones, impuestos, o multas que puedan acumularse tras la liberación de la mercancía.
- ✚ Además se debe hacer que laboratorios privados examinen las muestras de los alimentos a ser importados en los Estados Unidos y que certifiquen los análisis del procesador. Aunque no sean concluyentes, estos análisis podrían señalar la capacidad del procesador para producir productos aceptables y legales.

9. CONCLUSIONES

- Frexco tiene una capacidad instalada del 100% de su planta la cual labora actualmente a un turno.
- Respecto a su capacidad productiva FREXCO S.A. alcanza a tener el 65% de productividad dado que las cosechas de producción de frutas son cortas y un tanto escasas, como estrategia en un aumento de producción de materia prima se implementaría un doble o triple turno de producción de pulpas a fin de lograr cumplir con los pedidos efectuados.
- Las empresas productoras de pulpas en Colombia con mayor indicadores de productividad de exportación son las siguientes Mankay, Asprome S.A., Frexco S.A., Finca Rancho Grande – Cundinamarca, Centro de Investigaciones La Samaria en Santa Marta, Compañía Envasadora del Atlántico – CEA, Ecohfrut-San Isidro.
- Al determinar a los Estados Unidos como mercado objetivo para nuestro producto inmediatamente se piensa en aplicación de logística vía marítima para reducción de costos, esto se hace viable que el producto ingrese a ese mercado como lo hacen el 90% de los productos que abastecen desde el resto del mundo como lo es el puerto de Miami . El mercado de la Florida cuya población es de 18.000.000 con un índice importante de latinos hace efectivo que el producto ingrese al centro de acopio más grande de los Estados Unidos desde donde se distribuyen a todos los estados americanos.

Adicionalmente al estado de la Florida pueden tenerse en cuenta los mercados alternos como lo son California y Philadelphia, también los estados con puertos marítimos efectivos para facilitación también de las importaciones.

- La matriz de costos arrojó resultados importantes para trabajar el producto a través de tres canales de distribución (Exportador, Comercializador mayorista y Cadena de supermarkets) todos obteniendo un margen de rentabilidad viable de acuerdo a la competencia y precios del producto en destino final.
- Los costos determinados en la acción logística de exportación y llegada del producto al destino son fácilmente obtenidos a raíz de la gran cantidad de empresas transportadoras terrestres como lo son Transportes Botero Soto & Cía. Ltda., Tráficos y Fletes, como navieras están: Maersk Sea Land, Maritrans, P&O, Nedlloyd Trans, como sociedades de intermediación

aduanera están Andinos S.I.A., Agecoldex Ltda. S.I.A, Coladuanas SIA Ltda. Lo anterior permite tener una diversidad de empresas para el desarrollo logístico óptimo de la exportación.

- Considerando la creciente demanda por alimentos orgánicos y las proyecciones a futuro que se analizaron anteriormente, Colombia tiene hoy la oportunidad de ampliar su mercado consumidor en los Estados Unidos ofreciendo productos orgánicos de alta calidad.
- Del aprovechamiento que hagan los productores colombianos de los beneficios que da el gobierno americano para la penetración de los productos a su mercado sin aranceles, depende en gran parte, el éxito que se tenga para posicionar la competitividad que se pueda tener en esa gran demanda.
- Por medio del presente trabajo se puede observar, la gran necesidad que tienen países como Estados Unidos para adquirir productos frutícolas, donde en este momento el mundo se ha dado cuenta de la importancia de consumir productos sin ningún tipo de químico para su conservación y además la necesidad de cuidar su salud y la vida.
- Lo que se observa es la gran oportunidad que tienen varios productos de Colombia en el exterior, ya que como ejemplo se tiene el producto con el que se desea iniciar la exportación (Mango orgánico), dicho producto tiene la ventaja de producirse solo en Colombia y Perú, pero lo que los diferencia es su calidad, sabor, tamaño y contextura, actualmente la pulpa de mango concentrada orgánica es un producto muy apetecido en los Estados Unidos.
- Para cumplir este objetivo se requiere de un esfuerzo serio por parte de los productores nacionales con el fin de cumplir con las exigencias de los organismos de certificación reconocidos en los Estados Unidos. Esto requerirá, entre otros elementos, garantizar la trazabilidad de los alimentos e insumos y adaptar los procesos productivos, logísticos de transporte y procesos de empaque a las exigencias de las normas orgánicas.
- Es indispensable tener conocimiento de las multas que pueden ocasionar, el no cumplimiento de las normas como productos orgánicos, las cuales van desde sanciones económicas hasta limitaciones de ingreso al mercado americano de por vida. Lo anterior, concluye que antes de cualquier proceso productivo se debe estar previamente certificado.

- Respecto a la empresa Colombiana FREXCO S.A. se concluye que es una de las empresas procesadoras de orgánicos pioneras en Latinoamérica, con una infraestructura solidamente constituida que permite desarrollar la producción con la calidad y experiencia que requiere y exige el mercado objetivo. Adicionalmente posee todas las certificaciones exigidas por el mercado americano y europeo para su producción y comercialización.
- En el aspecto financiero dada la importancia que amerita la presente investigación se desarrolló una matriz de costos enfocada directamente a la determinación del margen de rentabilidad que aplica una exportación de un contenedor por 40 pies con pulpa de mango orgánico. Por encontrarse esta empresa bajo la dirección del Consejo Nacional de Estupefacientes tienen restricciones públicas los estados financieros, su contenido, sin embargo aplica para el consejo en la Cámara de Comercio de Buga. En consecuencia, el enfoque financiero se aplicó directamente con base a la matriz de costos en la viabilidad de esta exportación.

10. RECOMENDACIONES

- Enviar a la Oficina Comercial catálogos en inglés, que incluya: Historia de la compañía, ubicación geográfica, muestrario de etiquetas para el mercado norteamericano, experiencia exportando hacia otros mercados, artículos de prensa.
- Realizar solicitud de renovaciones anticipadas a fin de no esperar sus vencimientos inoportunos para las exportaciones.
- Determinar volúmenes de recolección y producción de exportación y en qué períodos. Estos volúmenes deben ser reales, es decir, deben estar disponibles al momento de generar una reunión y no representar el potencial de la compañía (Proyección de Producción).
- Envío de muestras con anticipación de acuerdo a la cantidad de reuniones programadas.
- Tener presente que ante un cliente potencial se debe entregar un paquete del producto orgánico consistente en copia de los certificados, fichas técnicas, capacidad productiva y muestras, en lo posible, empaque aséptico con el fin de garantizar su conservación y calidad al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

Anexo 1. Requisitos y prácticas comerciales para el acceso al mercado de Estados Unidos [en línea]. Bogotá, D.C.: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 4 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet: [http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados Unidos.pdf](http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf)

CELY ICAZA, Nancy. Miami, La Florida: Procedimiento para la importación de productos en USA [en línea]. Miami, 2005. [consultado 15 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.ecuadorexporta.org/download/procedimiento_importacion_usa.pdf

Certificación orgánica o ecológica para productos agropecuarios [en línea]. Bogotá, D. C.: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2005. [consultado 04 de Mayo de 2006]. Disponible en Internet: http://www.humboldt.org.co/biocomercio/certificacion/cer_corganica.htm

DELGADO HENAO, Henry. Los orgánicos pasan a la mesa (Colombia). En: El País, Santiago de Cali; (18, Oct., 2005) p. C18.

El Comercio de Productos Orgánicos [en línea]. Bogotá: Corporación Colombia Internacional. CCI, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/datos/46A1_El%20Com%20Prod%20Organcios.doc

El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

ESPINAL, Carlos Federico. Bogotá: La cadena de los frutales de exportación en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005 [en línea]. Bogotá: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/frutales/Documentos/caracterizacion_frutales.pdf

ESPINOSA PÉREZ, Diana Carolina. Bogotá: Caracterización de la producción ecológica en Colombia [en línea]. Bogotá, IICA. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.iica.int/colombia/03_publicaciones/descargas/produccion_ecologica.pdf

Estudio de Mercados [en línea]. Bogotá: Intel Export Colombia, 2006. [consultado 08 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.intellexportcolombia.com>

Guía de Exportación a los Estados Unidos [en línea]. Bogotá: Proexport, 2006. [consultado 08 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/logistica/>

Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

La Industria Procesadora de Frutas y Hortalizas en Colombia [en línea]. Bogotá, D. C.; Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 04 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet: [http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados Unidos.pdf](http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf)

SÁNCHEZ, Ricardo. Bogotá: La Cadena de Cultivos Ecológicos [en línea]. Bogotá: Banco Mundial y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://209.85.165.104/search?q=cache:As7bAW6UaMQJ:www.agrocadenas.gov.co/ecologicos/documentos/caracterizacion_ecologicos.pdf+S%C3%A1nchez+Ricardo+Consultor+Proyecto+ECOS&hl=es&gl=co&ct=clnk&cd=3

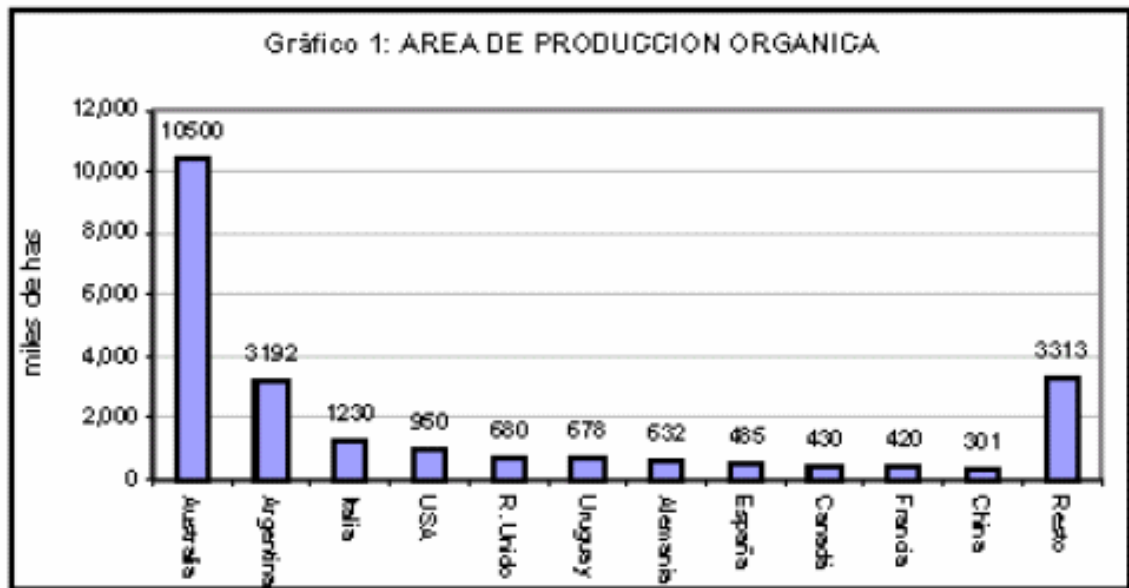
ANEXOS

Anexo 1. Tabla de Ventas de productos ecológicos en los principales mercados mundiales

Mercado	Ventas 1997 (millones de US\$)	Ventas 2001 (millones de US\$)	Crecimiento 1997-2001
Alemania	1800	2500	39%
Francia	720	1250	74%
Italia	750	1100	47%
Reino Unido	450	1200	167%
Suiza	350	700	100%
Holanda	350	600	71%
Dinamarca	300	600	100%
Suecia	110	400	264%
Austria	225	400	78%
Otros Europa	200	500	150%
Subtotal Europa	5255	9250	76%
Estados Unidos	4200	9750	132%
Japón	150	350	133%
Total	9605	19350	101%

Fuente: ESPINOSA PÉREZ, Diana Carolina. Bogotá: Caracterización de la producción ecológica en Colombia [en línea]. Bogotá, IICA. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.iica.int/colombia/03_publicaciones/descargas/produccion_ecologica.pdf

Anexo 2. Área de Producción Orgánica



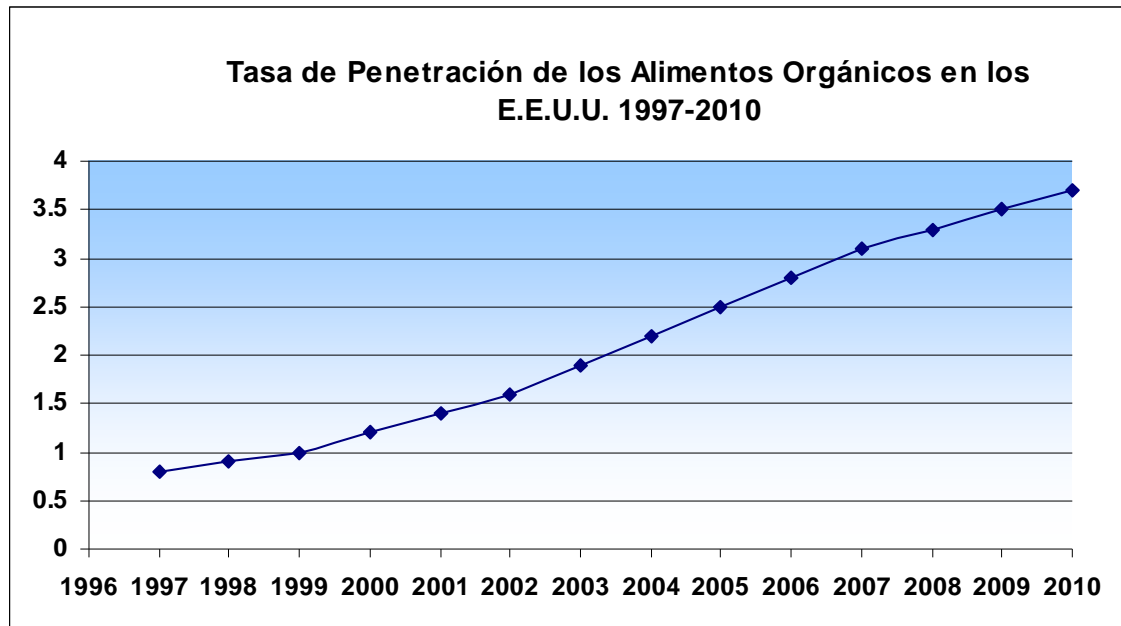
Fuente: ESPINOSA PÉREZ, Diana Carolina. Bogotá: Caracterización de la producción ecológica en Colombia [en línea]. Bogotá, IICA. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.iica.int/colombia/03_publicaciones/descargas/produccion_ecologica.pdf

Anexo 3. Ranking de las Principales Categorías de Alimentos Orgánicos

Ranking de las Principales Categorías de Alimentos Orgánicos			
Productos	Ventas 2000	Crecimiento Anual	Ventas 2000-2010
	Millones de US\$	2001-2010 Promedio	Cambio en Millones de US\$
Productos frescos (frutas y vegetales)	2.340	12.0%	4.893
Bebidas (jugos, leche de soya)	984	15.0%	3.038
Pan y granos	848	15.7%	2.821
Alimentos preparados envasados	710	16.8%	2.688
Productos lácteos	588	16.3%	2.046
Condimentos	108	18.4%	475
Snacks	153	15.1%	464
Carne, pescado, pollo	69	13.8%	179
Total Principales 8 Categorías	5.800	14.6%	16.605

Fuente: El Comercio de Productos Orgánicos [en línea]. Bogotá: Corporación Colombia Internacional. CCI, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/datos/46A1_EI%20Com%20Prod%20Organcios.doc

Anexo 4. Tasa de Penetración de los Alimentos Orgánicos en los Estados Unidos



Fuente: El Comercio de Productos Orgánicos [en línea]. Bogotá: Corporación Colombia Internacional. CCI, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/datos/46A1_El%20Com%20Prod%20Organcios.doc

Anexo 5. Sustancias y cantidades que contiene 100 gms
De pulpa de mango

SUSTANCIAS	CANTIDAD
Agua	87 g
Hidratos de Carbón	11 g
Grasa cruda	0,7 g
Fibra cruda	0.7 g
Vitamina A	1000 – 3000 I.E.
Vitamina C	30 mg
Energía	210 Kj

Fuente: SÁNCHEZ, Ricardo. Bogotá: La Cadena de Cultivos Ecológicos [en línea]. Bogotá: Banco Mundial y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:
http://209.85.165.104/search?q=cache:As7bAW6UaMQJ:www.agrocadenas.gov.co/ecologicos/documentos/caracterizacion_ecologicos.pdf+S%C3%A1nchez+Ricardo+Consultor+Proyecto+ECOS&hl=es&gl=co&ct=clnk&cd=3

**Anexo 6. Mango Preparado en Forma No Específica
Distribución de Volumen**

Mango Preparado en Forma No Específica					
País Destino	TONELADAS				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) 2005
Estados Unidos	366	366	25	26	65.6
Japón	49	54			9.7
España (Exc/Islas Canarias)	23	38		18	6.8
Canadá	18	39			6.9
Holanda (Países Bajos)	25	50			9.0
Otros	45	10			1.9
Total	427	557	25	44	100.0

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:
http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 7. Tabla Información DANE

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
India Col.	Ecuador India Col.	Perú Ecuador India Col.	Perú India Col.	India Col.	India Col.	México India Col.	México India Col.	México India Col.	India Col.	India Col.	Col.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 8. Porcentajes Población de los Principales Estados

ESTADO	PARTICIPACIÓN
California	12,2%
Texas	7,6%
New York	6,6%
Florida	5,9%
Illinois	4,4%
Massachusetts	2,2%
Washington	2,1%
Total	100,0%

Nota: Estimación para 1° Julio 2003

Fuente: El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

Anexo 9. Porcentaje concentración de la Población según grupos de edad

GRUPO DE EDAD	PORCENTAJE
0 a 4 años	6,7%
5 a 9 años	6,8%
10 a 14 años	7,3%
14 a 19 años	7,2%
20 a 24 años	7,0%
25 a 29 años	6,2%
30 a 34 años	6,8%
35 a 39 años	7,3%
40 a 44 años	8,1%
45 a 49 años	7,6%
50 a 54 años	6,6%
60 a 64 años	4,2%
65 a 69 años	3,4%
70 años o más	14,8%

Nota: Estimación para 1° Julio 2003

Fuente: El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:
http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf

**Anexo 10. Estructura de la Población Según
Sector Productivo de Empleo**

SECTOR	PORCENTAJE
Primario 1/	2,4%
Secundario 2/	24,1%
Terciario 3/	73,5%

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:
http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

CONVENCIONES:

1/ Agricultura, ganadería, caza y pesca

2/ Minería, explotación de petróleo y gas, Industria manufacturera, electricidad, agua y construcción

3/ Comercio, transportes, gobierno y otros

Anexo 11. Nivel de educación

INDICADOR	VALOR
Alfabetismo	95,5%
Tasa de matricula de primaria	99,9%
Tasa de matricula de secundaria	96,3%
Tasa de matricula universitaria	81,0%
Años promedio de escolaridad	17,4%

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 12. Pasta o Puré de Mango. Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (20.07.99.50.20)

Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen					
País Destino	Miles de Dólares CIF				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Colombia	2.510	3.932	369	363	30.8
México	2.595	2.609	164	154	20.4
Filipinas	1.512	2.308		16	18.1
India	1.559	1.335	109	143	10.5
Francia	604	1.045	50	50	8.2
Ecuador	160	784	55	7	6.1
República Dominicana	365	308	3	5	2.4
Perú	175	235			1.8
Otros	220	215	19	31	1.7
Total	9.702	12.773	770	768	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del país en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 13. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (20.07.99.50.20)

Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Colombia	2.563	4.031	366	346	35.7
México	2.498	2.334	128	142	20.7
Filipinas	1.210	2.094		9	18.6
India	1.353	1.088	85	142	9.6
Francia	162	234	11	11	2.1
Ecuador	160	760	51	18	6.7
República Dominicana	486	417	3	5	3.7
Perú	167	217			1.9
Otros	155	105	17	13	0.9
Total	8.754	11.280	662	687	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del país en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005, definida en la tabla anterior.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 14. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Por Distrito Entrada

Distribución del Valor de las Importaciones Por Distrito Entrada					
País Destino	Miles de Dólares CIF				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Los Angeles, CA	1.274	2.712	102	57	21.2
New York, NY	2.136	1.936	140	152	15.2
Seattle, WA	498	1.794			14.0
Nogales, AZ	1.398	1.510	105	154	11.8
Miami, FL	938	1.228	122	197	9.6
Laredo, TX	959	870	59		6.8
Charleston, SC	461	494	80	86	3.9
San Francisco, CA	113	452	2		3.5
Houston-Galveston, TX	511	420	61		3.3
San Juan, PR	345	309	4		2.4
Otros	1.070	1.049	94	121	8.2
Total	9.702	12.773	770	768	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del distrito en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 15. Pasta o Puré de Mango: Distribución del Valor de las Importaciones Por Distrito Entrada

Distribución del Valor de las Importaciones por Distrito Entrada					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Los Angeles, CA	1.195	2.760	100	59	24.5
New York, NY	1.815	1.362	95	132	12.1
Seattle, WA	428	1.577			14.0
Nogales, AZ	1.140	1.222	74	142	10.8
Miami, FL	883	1.168	122	202	10.4
Laredo, TX	989	842	54		7.5
Charleston, SC	432	419	75	73	3.7
San Francisco, CA	69	345			3.1
Houston-Galveston, TX	469	405	52		3.6
San Juan, PR	464	409	1		3.6
Otros	870	771	90	79	6.8
Total	8.754	11.280	662	687	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del distrito en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005, definida en la tabla anterior.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 16. Mango Preparado en Forma No Especificada:
Distribución de las Importaciones Estadounidenses Por País de Origen
(20.08.99.40.00)

Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
México	5.964	4.812	248	347	32.8
Tailandia	2.112	2.422	179	233	16.5
India	2.355	2.394	164	264	16.3
Perú	1.709	1.835		98	12.5
Filipinas	326	438	30	22	3.0
Ecuador	785	967	34	104	6.6
China	410	334	17	34	2.3
Colombia	376	416	25	24	2.8
Francia	92	83	8	8	0.6
Reino Unido	113	121	3	12	0.8
Sudáfrica	273	273	75		1.9
Otros	786	589	14	29	4.0
Total	15.303	14.683	798	1.176	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del país en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005, definida en la tabla anterior.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 17. Mango Preparado en Forma No Especificada:
Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses
Por Distrito de Entrada

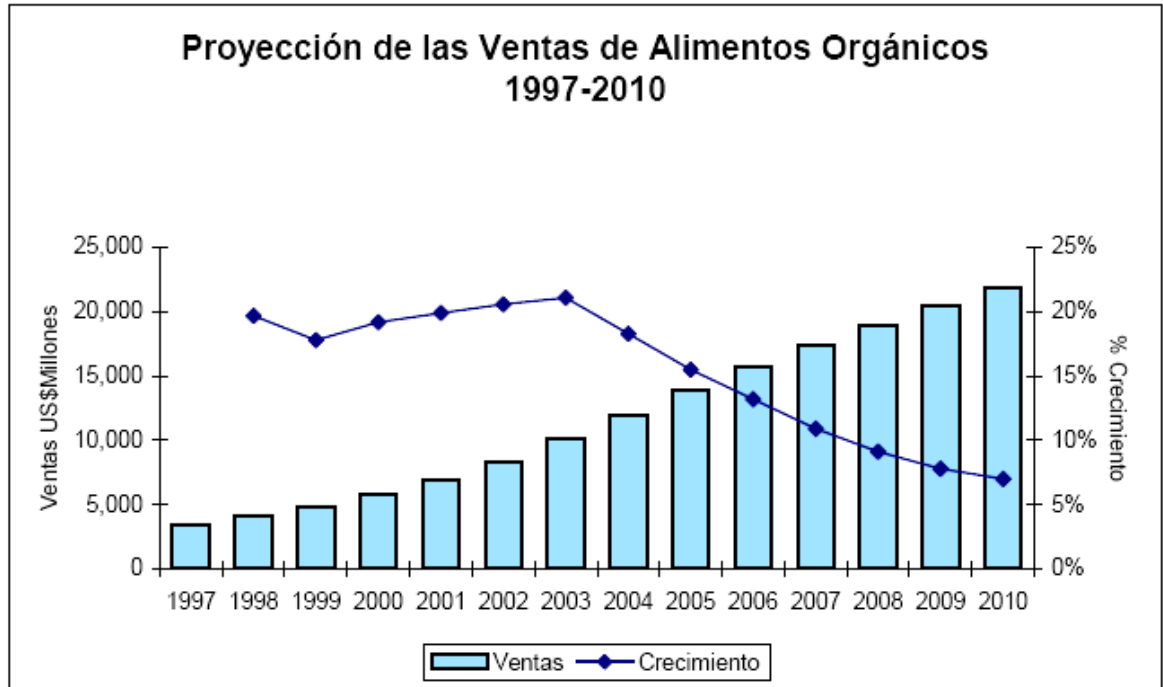
Distribución del Valor de las Importaciones por Distrito Entrada					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Los Angeles, CA	4.789	5.586	228	362	26.6
Laredo, TX	5.645	5.280	131	307	25.1
New York, NY	4.577	4.725	257	369	22.5
San Francisco, CA	1.129	1.659	64	348	7.9
Honolulu, HL	1.029	1.309	138		6.2
Miami, FL	1.218	1.025	43	134	4.9
Chicago, IL	492	434	57	95	2.1
Houston-Galveston, TX	169	313	60	60	1.5
Otros	967	668	44	79	3.2
Total	20.015	21.000	1.021	1.754	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del distrito en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005.

Fuente: Cálculos y Agregados [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI) y DANE, 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 18. Proyección de las Ventas de Alimentos Orgánicos 1997 - 2010



Fuente: El Comercio de Productos Orgánicos [en línea]. Bogotá: Corporación Colombia Internacional. CCI, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/datos/46A1_EI%20Com%20Prod%20Organcios.doc

Anexo 19. Cuadro Inteligencia de Mercadeo

PRODUCTO	2002	2003	2004
Pulpa de Mango Volumen Toneladas	15.758	10.821	8.932

Fuente: Guía de Exportación a los Estados Unidos [en línea]. Bogotá: Proexport, 2006. [consultado 08 de agosto de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/logistica/>

**Anexo 20. Precios Cotizados en el Mercado de Miami de
Productos Procesados (Precios en Dólares)**

Variedad / Presentación Cotizada	Origen	Mercado	Precio US\$	Marca	Cadena
Pulpa congelada bolsa x 397 grs	Colombia	Miami	1.49	Goya	Winn Dixie
Pulpa congelada tarro plas. X 300 ml	Colombia	Miami	1.69	El Sembrador	Winn Dixie
Jugo de néctar	Local	Los Ángeles	2.99	Naked	Pavilons
Pulpa	Rep. Dominicana	Miami	1.09	El Sembrador	Sedanos
Jugo concentrado (Tarro plástico)	Colombia	Miami	1.69	El Sembrador	Sedanos
En frasco y conserva	México	Miami	2.00	Del Norte	Publix

NE = No especificado (a)

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 21. Precio Promedio de Venta de Frutas, Jugos y Pulpas en el Mercado Internacional

Participación en el Mercado de Miami (productos Distribuidos Pulpas, Jugos Frutales)	PARTICIPACIÓN (%)
L & J El Sembrador	37%
Productos La Fe	26%
Goya Food	14%
Otros	23%

Fuente: La Industria Procesadora de Frutas y Hortalizas en Colombia [en línea]. Bogotá, D. C.; Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 04 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet: http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf

Anexo 22. Mango Congelado: Distribución del Valor
De las Importaciones Por País Origen (08.11.90.52.00)

Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen					
País Destino	Miles de Dólares CIF				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
México	9.143	9.129	13	270	57.2
Perú	2.948	3.397	75	48	21.3
Ecuador	1.218	1.807	125	162	11.3
Colombia	351	457	21	43	2.9
Honduras	69	371			2.3
Costa Rica	580	329	11		2.1
Francia	206	200	86	26	1.3
Otros	636	283	10	6	1.8
Total	15.151	15.973	342	555	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del país en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005.

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 23. Mango Congelado: Distribución del Volumen de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen (08.11.90.52.00)

Distribución del Valor de las Importaciones Estadounidenses por País de Origen					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
México	9.033	8.615	20	209	59.9
Perú	2.284	2.440	54	34	17.0
Ecuador	876	1.372	85	104	9.5
Colombia	223	303	13	25	2.1
Honduras	50	221			1.5
Costa Rica	884	1.104	4		7.7
Francia	41	42	16	6	0.3
Otros	525	249	8	5	1.9
Total	13.916	14.376	200	383	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del país en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005, definida en la tabla anterior.

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 24. Mango Congelado: Distribución del Valor De las Importaciones Estadounidenses por Distrito de Entrada

Distribución del Valor de las Importaciones por Distrito Entrada					
País Destino	Toneladas				
	Total Año 2004	Total Año 2005	Dic-04	Dic-05	Part. (%) Acumulado 2005
Laredo, TX	6.698	8.016	13	235	50.2
Los Angeles, CA	2.982	2.998	136	121	18.8
San Francisco, CA	888	1.678	51	47	10.5
Nogales, AZ	1.069	726			4.5
Miami, FL	503	460	17	19	2.9
New York, NY	829	398	60	10	2.5
Houston-Galveston, TX	141	337		12	2.1
New Orleans, LA	112	214			1.3
Otros	1.929	1.147	66	110	7.2
Total	15.151	15.973	342	55	100.0

Nota: Tabla ordenada según la participación del distrito en el valor total de las importaciones a diciembre de 2005.

Fuente: Inteligencia de Mercados: Mango Procesado, Comportamiento de las importaciones de Estados Unidos en Mayo [en línea]. Bogotá: Corporación Colombiana Internacional (CCI), 2006. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Monitoreo%20Internacional/Julio/Mango%20Procesado%20II.pdf

Anexo 25. Características Del Empaque

Descripción	Tipo de empaque Peso Información	Mango deshidratado 6 Onzas
Descripción	Tipo de empaque Peso Información Tipo de empaque	Mango en cubos en almíbar 25.75 onzas preparado para postres Dulce o jalea de mango
Descripción	Peso Información Tipo de empaque Peso	226.5 gramos Crema de mango Néctar de mango 33.8 onzas líquidas
Descripción	Información Tipo de empaque Peso	Jugo de mango pasteurizado Pulpa de mango 397 gramos 12 Fl onzas
Descripción	Información	Pulpa de mango lista para preparar jugo

Fuente: Anexo 1. Requisitos y prácticas comerciales para el acceso al mercado de Estados Unidos [en línea]. Bogotá, D.C.: Observatorio Agrocadenas, 2005. [consultado 4 de Octubre de 2006]. Disponible en Internet:

http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/documentos/em_anexo_Estados_Unidos.pdf

Anexo 26. Frutas y Vegetales producidas en Colombia con
Métodos Convencionales y con Potencial Exportador a Europa
Como Productos Ecológicos

VEGETALES DE CONTRAESTACIÓN	FRUTAS DE CONTRAESTACIÓN	FRUTAS TROPICALES	FRUTAS EXÓTICAS
Papa	Naranja	Aguacate	Mango
Arveja	Toronja	Piña	Maracuyá
Pimentón	Limón	Banano	Papaya
Tomate	Lima Tahití		Plátano verde
Ajo	Tangelo		Banano bocadillo
Pepinillo	Uva		Tomate de árbol
Espárrago	Fresa		Uchuva
Alcachofa	Frambuesa		Higo
Melón			Pitaya
Sandía			Curaba
			Tamarindo
			Feijoo

Fuente: Certificación orgánica o ecológica para productos agropecuarios [en línea]. Bogotá, D. C.: Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2005. [consultado 04 de Mayo de 2006]. Disponible en Internet:
http://www.humboldt.org.co/biocomercio/certificacion/cer_corganica.htm

Anexo 27. Área Por País Bajo Manejo Ecológico

PAÍS	HECTÁREA ORGÁNICA	PAÍS	HECTÁREA ORGÁNICA
Australia	10.500.000	Rep. Dominicana	14.693
Argentina	3.192.000	Guatemala	14.746
Italia	1.230.000	Morocco	11.956
Estados Unidos	950.000	Costa Rica	8.974
Reino Unido	679.631	Cuba	8.495
Uruguay	678.481	Israel	7.000
Alemania	632.165	Nicaragua	7.000
España	485.079	Lituania	6.769
Canadá	430.600	Zambia	5.688
Francia	419.750	Islandia	5.466
China	301.295	Ghana	5.453
Austria	285.500	Eslovenia	5.280
Brasil	275.576	Rusia	5.276
Chile	273.000	Tanzania	5.155
República Checa	218.114	Panamá	5.111
Suecia	193.611	Japón	5.083
Dinamarca	174.600	El Salvador	4.900
Ucrania	164.449	Papua Nueva Guinea	4.265
Finlandia	147.943	Tailandia	3.429
México	143.154	Camerún	2.500
Uganda	122.000	Senegal	2.500
Hungría	105.000	Azerbaijan	2.500
Suiza	102.999	Luxemburgo	2.141
Perú	84.908	Pakistan	2.009
Portugal	70.857	Filipinas	2.000
Nueva Zelanda	63.438	Bélice	1.810
Paraguay	61.566	Honduras	1.769
Ecuador	60.000	Madagascar	1.230

Eslovaquia	58.706	Rep. Pop. Corea	902
Turquía	57.001	Liechtenstein	690
Sur Africa	45.000	Bulgaria	500
Polonia	44.886	Kenia	494
India	41.000	Guyana	425
Indonesia	40.000	Malawi	298
Países Bajos	38.000	Lebanon	250
Grecia	31.118	Surinam	250
Irlanda	30.070	Jamaica	205
Colombia	30.000	Fiji	200
Noruega	26.673	Mauricio	175
Bélgica	22.410	Laos	150
Tierra del este	20.141	Malasia	131
Latvia	20.000	Croacia	120
Bolivia	19.634	Benin	81
Rumania	18.690	Siria	74
Tunisia	18.255	Cyprus	52
Sri Lanka	15.215	Nepal	45
Yugoslavia	15.200	Zimbabwe	40
Egipto	15.000	Vietnam	2
Total			22.811.267

Fuente: El mercado de los Estados Unidos frente a las exportaciones agrícolas de la República Dominicana [en línea]. Bogotá: CEI-RD – Departamento de Estudios Económicos, 2005. [consultado 15 de Agosto de 2006]. Disponible en Internet: http://www.cfi.gov.do/actualidades/2005_09_01/USA_vs_RD_en_Exportaciones_Agricolas.pdf