

**MANUAL DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS (PIÑA) PARA EL MERCADO
EUROPEO (ESPAÑA)**

**CAROLINA ALEMAN LOPEZ
AURY ESTELLA SAENZ CABARCAS**

Trabajo como requisito parcial, para optar el título de Contador Público

**ASESOR
WILLIAM ARELLANO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PUBLICA
CARTAGENA DE INDIAS
2004**

**MANUAL DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS (PIÑA) PARA EL
MERCADO EUROPEO (ESPAÑA)**



**MANUAL DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS (PIÑA) PARA EL MERCADO
EUROPEO (ESPAÑA)**

**CAROLINA ALEMAN LOPEZ
AURY ESTELLA SAENZ CABARCAS**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATICAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PUBLICA
CARTAGENA DE INDIAS**

2004

Cartagena, 27 de Mayo del 2004

Señores:

Universidad Tecnológica de Bolívar
Comité de evaluación de proyectos
Escuela de ciencias económicas y administrativas
Ciudad

Estimados Señores:

De la manera mas cordial, nos permitimos presentar a ustedes para su estudio, consideración y aprobación la monografía con el título “ **MANUAL DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS (PIÑA) PARA EL MERCADO EUROPEO (ESPAÑA)**”, trabajo presentado para obtener el título de Contador Público.

Esperamos que este proyecto sea de su total agrado.

Cordialmente,

CAROLINA ALEMAN LOPEZ

AURY E. SAENZ CABARCAS

ARTICULO 107

La Universidad Tecnológica de Bolívar se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos aprobados y no pueden ser explotados comercialmente sin su autorización.

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Cartagena, 27 de Mayo del 2004

A Dios por hacer este sueño realidad.
A nuestros padres por su confianza y apoyo condicional

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos los funcionarios de las entidades públicas del sector agropecuario de la ciudad de Cartagena, y del municipio del Peñón y al Sr. Jaime Anaya Jefe de Logística de Ascointer S.I.A por brindarnos toda la información necesaria para la realización de este proyecto.

Y por último a nuestro asesor Willian Arellano por ser nuestro guía en esta investigación.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	16
INTRODUCCIÓN.....	19
0. PROPUESTA.....	16
0.1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA.....	16
0.2. OBJETIVOS.....	17
0.2.1. GENERAL.....	17
0.2.2. ESPECIFICOS.....	17
0.3. JUSTIFICACION.....	18
0.4. ANTECEDENTES DE INVESTIGACION.....	17
0.5. METODOLOGIA DE TRABAJO.....	19
1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR – PIÑA.....	21
1.1. ORIGEN DEL PRODUCTO.....	22
1.2. BOTÁNICA.....	22
1.3. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA PIÑA.....	24
1.4. VARIEDADES DE PIÑA.....	24
1.4.1. PEROLERA.....	24
1.4.2. MANZANA.....	25
1.4.3. CAYENA LISA.....	25
1.5. CONDICIONES CLIMÁTICAS ADECUADAS PARA EL CULTIVO DE PIÑA.....	26
1.6. CONDICIONES DEL SUELO PARA EL CULTIVO.....	28
1.7. PREPARACIÓN DEL SUELO.....	28
1.8. PROPAGACIÓN DEL PRODUCTO.....	30
1.9. MANEJO DEL CULTIVO.....	30
1.10. PLAGAS MÁS COMUNES.....	32
1.11. ENFERMEDADES MÁS FRECUENTES EN LAS PLANTAS.....	34
2. PRODUCCIÓN DPTAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA PIÑA.....	35

2.1	PRODUCCIÓN DE PIÑA A NIVEL DEPARTAMENTAL (MUNICIPIO DEL PEÑÓN)	35
2.1.1	CONCEPTOS DE PRODUCTORES Y REPRESENTANTES DEL GREMIO PRODUCTOR DE PIÑA ACERCA DE LAS POTENCIALIDADES DEL PRODUCTO	36
2.2	PRODUCCIÓN NACIONAL	44
2.3	PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PIÑA.....	52
2.3.1	PRECIOS INTERNACIONALES DE LA PIÑA.....	56
3.	DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS ESPAÑA...	58
3.1	CARACTERÍSTICAS DE ESPAÑA.....	58
3.1.1	UBICACIÓN	59
3.1.2	POBLACIÓN	59
3.1.3	ECONOMÍA.....	59
3.1.4	AGRICULTURA.....	60
3.1.5	GANADERÍA	62
3.1.6	PESCA	63
3.1.7	INDUSTRIA.....	64
3.2	CARACTERÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BARCELONA.....	64
3.2.1	POBLACIÓN	65
3.2.2	ECONOMÍA.....	65
3.2.3	EI PUERTO DE BARCELONA.....	66
4.	NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA EXPORTAR LA PIÑA.....	68
4.1	REQUISITOS QUE DEBE HACER EL EXPORTADOR (NACIONALES).....	68
4.1.1	CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	68
4.1.1.1	PASOS PREVIOS PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS	68
4.1.1.2	PROCESO PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE EMPRESA.....	69

4.1.2	REQUISITOS PARA SOLICITAR LA INSCRIPCIÓN DE UNA EMPRESA EN EL REGISTRO COMO SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I Y ACCEDER AL RÉGIMEN DE C.I.....	70
4.1.3	PROCEDIMIENTO PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE BIENES Y SERVICIOS.....	72
4.1.4	TERMINO DE LA NEGOCIACIÓN	73
4.1.5	ESCOGER LA SOCIEDAD DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA (S.I.A).....	73
4.1.6	REALIZAR LA FACTURA COMERCIAL	74
4.1.7	SOLICITUD DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO.....	74
4.1.8	REQUISITOS QUE EXIGE EL ICA COMO EXPORTADOR DE FRUTAS FRESCAS	75
4.1.9	REGISTRO DE EXPORTADOR QUE EXIGE EL ICA.....	76
4.1.10	TRAMITE DEL CERTIFICADO DE ORIGEN	76
4.1.11	SOLICITUD DE VISTOS BUENOS	76
4.1.12	REINTEGRO DE DIVISAS	77
4.2	NORMAS TÉCNICAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA LA CALIDAD DE LA FRUTA.....	77
4.2.1	CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO.....	78
4.2.2	CONSISTENCIA DEL PRODUCTO	79
4.2.3	CONDICIONES GENERALES DE LA PIÑA AL MOMENTO DE COMERCIALIZARLA EN LOS MERCADOS	80
4.3	NORMAS PARA ENTRAR EN EL MERCADO EUROPEO	80
4.3.1	CERTIFICADO FITOSANITARIO.....	80
4.3.2	ETIQUETADO	81
4.3.3	SEGURIDAD ALIMENTARÍA	81
4.3.4	ESTÁNDARES DE CALIDAD EUROPEO.....	81
4.4	NORMAS DE CALIDAD QUE EXIGE EL PAIS DESTINO (ESPAÑA).....	83
4.5	PROHIBICIONES	83

4.6	RESTRICCIONES	83
4.7	ACUERDOS COMERCIALES	84
5.	GESTIÓN LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	86
5.1	LOGISTICA: HERRAMIENTA PARA LA COMPETITIVIDAD	86
5.2	TRANSPORTE DESDE COLOMBIA HASTA ESPAÑA.....	86
5.2.1	TRANSPORTE MARÍTIMO	87
5.2.1.1	BARCELONA	87
5.3	COSTOS DE DISTRIBUCCION	89
5.3.1	CARACTERISTICAS DE EMBARQUE.	89
5.3.2	CARACTERÍSTICAS DE LA CARGA.....	90
5.3.3	CONDICIONES DE VENTA.	90
5.3.4	LUGARES DE PASO	91
5.4	DEFINICIÓN DE LOS COMPONENTES DEL COSTO.....	91
5.4.1	Definición De Los Componentes De Costo En Colombia.....	91
5.4.2	Unitarizacion :.....	91
5.6	CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DE BARCELONA	94
5.6.1	EJEMPLOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	95
5.6.2	FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	95
5.6.3	CLASIFICACIÓN DE CANALES	96
5.6.4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN BARCELONA	96
5.6.4.1	CAPRABO.....	97
5.6.4.2	CARREFOUR.....	97
5.6.4.3	EL CORTE INGLES	99
6.	CONCLUSIONES	100
7.	RECOMENDACIONES.....	102
	BIBLIOGRAFÍA.....	103
	ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

Tabla # 1: Ficha técnica de la piña	21
Tabla # 2: Ficha nutricional	24
Tabla # 3: Tipo de fertilizante según la edad	31
Tabla # 4: Aplicación foliar	32
Tabla # 5: Población en el municipio del Peñón.	36
Tabla # 6: Producción del municipio	36
Tabla # 7: Áreas Sembradas en los principales departamentos productores. Hectáreas	45
Tabla # 8: Precio de la piña perolera en los mercados nacionales	46
Tabla # 9: Precio de la piña cayena en los mercados nacionales.....	46
Tabla # 10: Precios de la piña manzana en los mercados nacionales.....	48
Tabla # 11: Exportaciones de piña en Colombia.....	49
Tabla # 12: Destino de las exportaciones	50
Tabla # 13: Concentración regional de las exportaciones en el 2002.....	51
Tabla # 14: Principales proveedores de piña de la Unión Europea	55
Tabla # 15: Precios internacionales de la piña	57
Tabla # 16: Generalidades de España.....	58
Tabla # 17: Principales productos agrícolas de España	61
Tabla # 18: Costo del manipuleo del embarque.....	92

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. MÉTODO TRADICIONAL SURCO SENCILLO	29
Grafica 2. MÉTODO TECNIFICADO SURCO TRIPLE	29
Grafica # 3. PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS CULTIVADORES DE PIÑA EN LA ACTUALIDAD.....	37
Grafica # 4. COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIÑA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.....	38
Grafica # 5. FACTORES QUE HAN INCIDIDO EN EL COMPORTAMIENTO ANTERIORMENTE SEÑALADO	39
Grafica # 6. LA PIÑA REÚNE LAS CONDICIONES PARA SER EXPORTADA	40
Grafica # 7. FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE PIÑA AL MERCADO EUROPEO.....	41
Grafica # 8. LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO FAVORECEN LA EXPORTACIÓN DE PIÑA EN COLOMBIA.....	42
Grafica # 9. APOYO DEL GOBIERNO PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES.....	43
Grafica # 10. COMPORTAMIENTO DE LA PIÑA PEROLERA.....	47
Grafica # 11. PRECIOS DE LA PIÑA CAYENA EN LOS MERCADOS NACIONALES.....	47
Grafica # 12. PRECIOS DE LA PIÑA MANZANA EN LOS MERCADOS NACIONALES.....	49

LISTA DE ANEXOS

- ANEXO 1 Encuesta a gremios productores de piña
- ANEXO 2 Partes de la plante de la piña
- ANEXO 3 Empaque de la piña al momento de la exportación
- ANEXO 4 Factura comercial.
- ANEXO 5 Factura del operador portuario
- ANEXO 6 Autorización de embarque
- ANEXO 7 Lista de empaque del contenedor
- ANEXO 8 Solicitud de autorización de ingreso al puerto
- ANEXO 9 Autorización de entrada al puerto
- ANEXO 10 Certificado fitosanitario
- ANEXO 11 Factura del contenedor

TITULO
MANUAL DE EXPORTACIÓN DE FRUTAS (PIÑA) PARA EL MERCADO
EUROPEO (ESPAÑA)
RESUMEN

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual que servirá de herramienta a los productores de piña para orientarse sobre los mercados, trámites y costos de exportación de su producto al mercado de Barcelona-España, a través de consultas e identificación de las necesidades del mercado, con el fin de mejorar las exportaciones del producto en el país.

AUTORES

CAROLINA ALEMAN LOPEZ 9914004
AURY ESTELLA SAENZ CABARCAS 9914002

METODOLOGÍA

Es un estudio descriptivo basado en encuestas, estas encuestas fueron aplicadas a los gremios productores de frutas en el departamento de Bolívar.

RESULTADO

La piña es originaria de Brasil y Paraguay, pertenece al género de Ananas de la familia de la Bromeliaceas, la piña es una planta monocotiledónea, herbácea y perenne que es multiplicada a través de hijos y esquejes y puede llegar a alcanzar una altura de 1.20 a 1.50 m. En Colombia se cultiva de manera comercial en los departamentos de Santander, Valle del Cauca, Risaralda y Meta. Es una planta susceptible a la humedad, se cultiva en temperaturas que oscilan entre los 20 y 27 grados centígrados y de alta luminosidad.

En Colombia existen tres grupos importantes de piña: estas son perolera, se caracteriza por ser un fruto cónico de sabor dulce, pulpa amarilla, contenido medio de fibra resistente al transporte y de buena aceptación en el mercado como frutas frescas. Es la variedad más cultivada en el Santander. La variedad Manzana se caracteriza por ser un fruto cilíndrico, pulpa amarilla clara y cáscara roja, la pulpa posee bajo contenido de fibra, es menos resistente al transporte que la anterior, alta variabilidad genética y poca apta para el procesamiento. La variedad Cayena Lisa se caracteriza porque el fruto es de menor tamaño que las anteriores, de forma cilíndrica, pulpa de color amarilla pálido a blanco, poca fibra y corazón delgado, buen contenido de ácidos solubles y azúcares, es la más cultivada a nivel mundial y la de menor posibilidades en el mercado exportador.

El análisis de la evolución reciente del mercado de la piña en el mercado internacional muestra el liderazgo que hoy tiene Costa Rica y Costa de Marfil en los mercados de Estados Unidos, la Unión Europea, Japón y Canadá.

Los principales productores de piña nacionales son los departamentos de: Santander, Valle del Cauca, Risaralda, Antioquia y Norte de Santander. Los

principales productores internacionales son los países de: Brasil, Costa de Marfil, Filipinas y Tailandia.

Para realizar una exportación, el exportador debe cumplir una serie de normas como son los trámites del certificado de origen, certificado fitosanitario, factura comercial, vistos buenos. Otro aspecto que debe cumplir el exportador, es la calidad de la fruta, esta debe presentarse limpia, entera, sana, fresca, libre de olores o sabores extraños y libre de humedad externa anormal.

INTRODUCCIÓN

Ante la situación actual de Colombia, se necesita crear nuevos mecanismos para activar la economía nacional. Uno de estos mecanismos para ayudar a desarrollar la economía Colombiana son las exportaciones de productos agrícolas a los nuevos mercados extranjeros, ya que existen varios acuerdos comerciales en donde se disminuyen los aranceles, y se otorgan beneficios a los exportadores colombianos.

Colombia es un país privilegiado por la variedad de climas que posee y su posible uso, aun no explotado convenientemente gran parte de su territorio. Así, de acuerdo con el último estudio de zonificación agro ecológica, el país tiene un potencial agrícola, de 14'274.000 hectáreas, extensión equivalente al 12% de la superficie nacional. Por lo antes mencionado es importante explotar este sector, dado que los últimos dos años se han presentado señales de recuperación de su dinámica económica.

Para el desarrollo económico de Colombia es importante diseñar estrategias para convertir las exportaciones en el eje de su crecimiento productivo, el mercado mundial ofrece múltiples posibilidades para el sector agrícola y los resultados de esta visión ya son notorios.

El comercio exterior y las relaciones internacionales abren nuevas avenidas a la prosperidad de las naciones, y al surgimiento de nuevas formas de superación de los problemas económicos, al mismo tiempo que ayuda a crear un ambiente de oportunidades para el desarrollo sostenible y equitativo. Estrechar vínculos con el resto del mundo, supone la impreciosa tarea de profundizar en el conocimiento de

nuestras potencialidades y del entorno económico que nos rodea, para poder ofrecer así lo mejor del país.

En España el nivel agrícola ha ido disminuyendo lentamente en los últimos años, por tal motivo se presenta una oportunidad para los agropecuarios de Colombia, pues el país cuenta con ventajas comparativas: Localización, suelos, luminosidad, lo cual hace posible la óptima producción del producto. Además ningún país del continente de Europa es productor de la piña, pues no cuenta con el clima tropical para el desarrollo del cultivo.

La piña es un producto altamente conocido en Europa y su consumo se incrementa año por año. Los consumidores europeos demandan una piña relativamente pequeña con un peso máximo de 1 Krgs. de las variedades Gold del Monte y Cayena Lisa, la primera se caracteriza por presentar un color amarillo naranja en su corteza, un color dorado en su pulpa y un mayor contenido de azúcar, y la segunda a diferencia de la primera su corteza es verde y su pulpa es amarillo claro y tiene mayor contenido de acidez.

Este trabajo aporta información valiosa a los productores o exportadores de piña, los cuales deseen dar a conocer su producto a los mercados internacionales. Los capítulos que le brindarán de una forma explícita cuales son los mecanismos para realizar una exportación de este son: Descripción del producto a exportar-piña, Producción departamental, nacional e internacional de la piña, Descripción de las condiciones socioeconómicas de España, Normas nacionales e internacionales para exportar la piña, Gestión logística y canales de distribución.

1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR – PIÑA

En este capítulo se describirá el origen, la variedad, el cultivo, las enfermedades más frecuentes de la fruta, con el objetivo de conocer las generalidades del producto.



Tabla # 1

Ficha técnica de la piña

Nombre Común	Piña
Nombre Científico	Ananas como sus Merr
Origen	América
Familia	Bromeliaceae
Género	Ananas

Fuente: www.frutasyhortalizas.com

La piña es una de las más exquisitas frutas tropicales, por tal razón ocupa junto con el banano uno de los principales peldaños en importancia a nivel mundial. Actualmente la industria de los enlatados la usa en rodajas; los subproductos de la piña son: trozos, en media rodajas, puré, jugos y mermelada. En Colombia uno de los principales métodos de ventas son las rodajas frescas en las calles de las ciudades costeñas. Hoy en día existe muy buenas posibilidades e incentivos para exportar la fruta fresca a los Estados Unidos y algunos países europeos.

1.1. ORIGEN DEL PRODUCTO

Es originaria de Brasil y Paraguay, fue llevada por los indígenas del Caribe al resto de América. Colón la encontró en las Islas de Guadalupe, la llevó a Europa en donde la cultivaba en invernaderos calentados con estufas. Su extraña apariencia sorprendió a los españoles, los cuales al principio se negaban a probarla. De España pasó a Francia en donde causó sensación; su corona de verdes hojas le hizo obtener el título de “La reina de las frutas”, con este nombre fue difundida en Europa y su uso era exclusivo para la aristocracia y para la nobleza convirtiéndose en frutas exótica. Luego en 1900 empezó a cultivarse en forma comercial y a establecer fábricas de enlatados.

Cuando los españoles llegaron a Colombia ya la fruta la cultivaban y era parte de la alimentación de los indígenas. A pesar de ser cultivada y conocida en el país desde hace muchos años hasta ahora se viene desarrollando como cultivo comercial de gran potencial para la economía del país.

1.2. BOTÁNICA

Es una planta herbácea y vivaz que puede alcanzar una altura de 1.20 a 1.50 mts. Entre sus partes se encuentran:

- **RAIZ:** El sistema radicular es muy superficial siendo sus raíces pequeñas y pocas resistentes. La mayoría de ellas, se encuentran ubicadas en los primeros 20 cms de profundidad del suelo.
- **TALLO:** El tallo es el encargado de almacenar los productos elaborados por las hojas que pueden ser utilizados en cualquier momento. El tallo, posee yemas

localizadas en las cicatrices dejadas por las hojas en su punto de inserción; de estas yemas nacen los retoños encargados de la perpetuación de la especie.

- **LAS HOJAS:** Están se encuentran ordenadas en espiral, alrededor de un tallo central. Las hojas difieren en cuanto a el largo y al ancho; son plnas y en su parte interna presentan la forma de un canal que propicia la conducción del agua para la base. El número de hojas es proporcional a la edad: 5-6 hojas semanales una planta de 12 meses puede presentar hasta 80 hojas con los retoños del tallo, alcanzando un peso 4-5 kilos.
- **EL FRUTO:** Esta conformado por 100 o 200 frutas (Vallas) fundida entre sí sobre un eje central que es la prolongación del pedúnculo fibroso. El fruto entero tiene una forma cónica ancha, con frutos mayores en la base y menores en el ápice. Botánicamente hablando, la piña esta constituida por un conjunto de flores con sépalos y brácteas individuales.
- **LAS FLORES:** Son completas, están compuestas por 3 sépalos carnosos, 6 estambres en dos verticilos de a 3, tres pétalos y un ovario lufero tricarpéral con 3 lóculos estigmaticos. Los óvulos varían de número de 14 a 20 lo que produciría entre 6.000 y 7000 semillas por fruto de unas 150 flores.
- **LA CORONA:** Esta podría considerarse como un retoñito corto que dispone de hojas que se desarrollan en región terminal del fruto. Sin embargo su origen es bien diferente a los retoños. La corona se desarrolla a la par con el fruto y entra a su estado oculto en el momento en que el fruto llega a su madurez.

1.3. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LA PIÑA

Tabla # 2

Ficha nutricional

ELEMENTO O COMPUESTO	%
AGUA	85.1
PROTEINAS	0.1
GRASAS	0.1
CARBOHIDRATOS	13.5
CENIZAS	0.1
	(mg)
CALCIO	21
FOSFORO	10
HIERRO	0.4
VITAMINA C	12
CALORIAS	51 Kcal

Fuente: www.frutasyhortalizas.com

La piña es una fruta rica en carbohidratos, vitaminas y minerales aportando también fibra a la dieta humana. Se le reconoce como un buen alimento digestivo por su contenido de bromelina, una enzima que actúa sobre la proteína y es utilizada como ablandador de carne.

1.4. VARIEDADES DE PIÑA

1.4.1. PEROLERA

Esta variedad es netamente Colombiana se cultiva principalmente en los departamentos de Santander, Caldas, Risaralda, y el Valle del Cauca. Anteriormente era considerada un clon del grupo Cayena, pero dadas sus características, en especial la ausencia total de espinas y otras diferentes a las del

grupo cayena, ha sido catalogado como un grupo más junto con Cayena, Española, Queen y Permambuco. Los hojas completamente sin espinas en los bordes. El color de la hoja es verde oscuro con una tonalidad plomiza. La fruta perolera es resistente al transporte, características que la hace sobresalir sobre las otras variedades. No es considerada para procesamiento por contenido medio de fibra y su forma cónica. Esta variedad posee una buena aceptación en los mercados como fruta fresca.

1.4.2. MANZANA

En 1969, en los cultivos comerciales de perolera, de la zona piñera de Risaralda, se presentó en forma casual un tipo de planta y fruta diferente que fue llamada Manzana, por el color externo del fruto. Este tipo de planta es posiblemente una mutación. Al igual que la perolera, sus hojas no presentan espinas en los bordes. El fruto es de color rojo intenso cuando esta maduro. Su pulpa es de color rosado pálido, tiene mayor contenido de jugo y menos corteza y fibra que la perolera, por lo cual es menos resistente al transporte que ésta. Esta variedad es poco apta para el procesamiento, y es la que mas se consume en el occidente del país.

1.4.3. CAYENA LISA

Es la variedad más cultivada y representa más del 80% de la cosecha mundial. Su cultivo en Colombia es relativamente escaso, a excepción del Valle del Cauca. Es llamada Cayena Lisa por cuanto sus hojas son lisas no contienen espinas a lo largo de los bordes, excepto algunas en la base y en la parte superior de la hoja. Estas espinas son pequeñas y débiles. Su fruto es amarillo oro cuando maduro y generalmente presenta corona sencilla, posee forma cilíndrica y es excelente para

procesamiento porque al sacar las rodajas, se presenta poco desperdicio posee un alto contenido de azúcar y de acidez. Su pulpa es de color amarillo brillante de poca fibra y corazón. La planta alcanza un 1.20 mts de altura al parecer es la variedad con mas posibilidades dentro del mercado de exportación. El fruto de esta variedad al igual que los de “Manzana”, presentan poca resistencia al transporte.

En algunas regiones del país se cultivan otras variedades que no tienen mucha importancia comercial. Está la variedad clavo que se cultiva en Huila; la variedad Piamba, conocida también como blanca de castilla que se cultiva en el Tolima; La Huitota cultivada en Caquetá y la Iguana considerada una degeneración de la perolera sin valor comercial alguno. De Molte gold es la mas reciente variedad introducida en el mercado 1996 por la empresa del Monte. Se cultiva en Costa Rica y se caracteriza por su forma simétrica y uniforme, su excelente contenido de azucres, 4 veces mas altos que las demás variedades tiene un color oro profundo

1.5.CONDICIONES CLIMÁTICAS ADECUADAS PARA EL CULTIVO DE PIÑA

El clima ejerce enorme influencia fundamental en el desarrollo de la planta y sobre la formación y calidad del fruto.

- Temperatura: La piña es una planta perenne que se mantiene en constante desarrollo. La temperatura mas apropiada oscila entre los 18 y los 32 grados centígrados, no obstante su rango óptimo esta entre los 22 y los 25 grados centígrados.

- **Altura:** La altitud puede hacer que la planta y el fruto se altere en el tamaño, la forma de los frutos y el color y sabor de la pulpa. Por ello la altura mas favorable en Colombia se encuentra en zonas que estén entre los 500 y los 1300 mts sobre el nivel del mar.
- **Luminosidad:** Se requiere de alta luminosidad, pues en regiones de poco sol con cielo nubado, los frutos son pequeños y con contenido bajo de azucares además de ser sólidos solubles.
- **Lluvias:** La piña posee una gran capacidad para sobrevivir a la sequía; puede crecer hasta con 1600 mm de pluviosidad anuales; sin embargo en suelos con un buen drenaje resiste hasta 2000mm.
- **Vientos:** Se aconseja no plantar cultivos en las regiones donde existen vientos fuertes, porque una vez que la planta este formada los vientos pueden doblarla fácilmente.

La temperatura y la luminosidad son los principales factores climáticos que determinan el crecimiento de las diferentes partes de la planta. Si las temperaturas promedio son muy bajas, el crecimiento de la planta es lento, frutos muy ácidos, sobre todo cuando las bajas temperaturas corresponden a días pocos soleados. El peso medio de las frutas es bajo, las enfermedades fisiológicas se manifiestan por el envejecimiento del corazón.

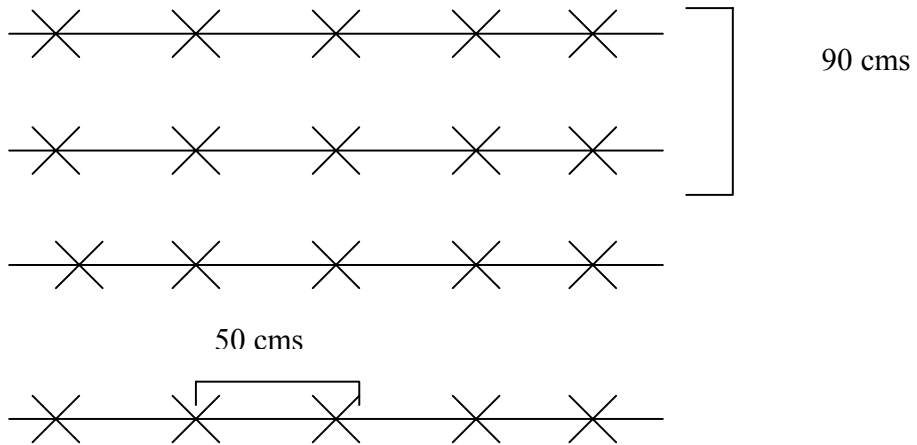
1.6. CONDICIONES DEL SUELO PARA EL CULTIVO

Los mas importantes son las condiciones físicas, se requieren plantar la piña en suelos sueltos, bien drenados; así mismo las pendientes deben ser suaves, máximo de un 10%. En las condiciones químicas de los suelos, son muy importantes los valores de ph, los cuales deben estar entre 5,0 y 5,8. Suelos con ph por encima de 6,0 inducen deficiencias muy marcadas de los microelementos: Boro, Hierro, Zinc, Nitrógeno, Fósforo, Potasio, Calcio, Magnesio, Cloro los que son necesarios en la piña para una buena cosecha tanto en calidad como en cantidad, debido a que estos nutrientes actúan directamente sobre el metabolismo de la fruta.

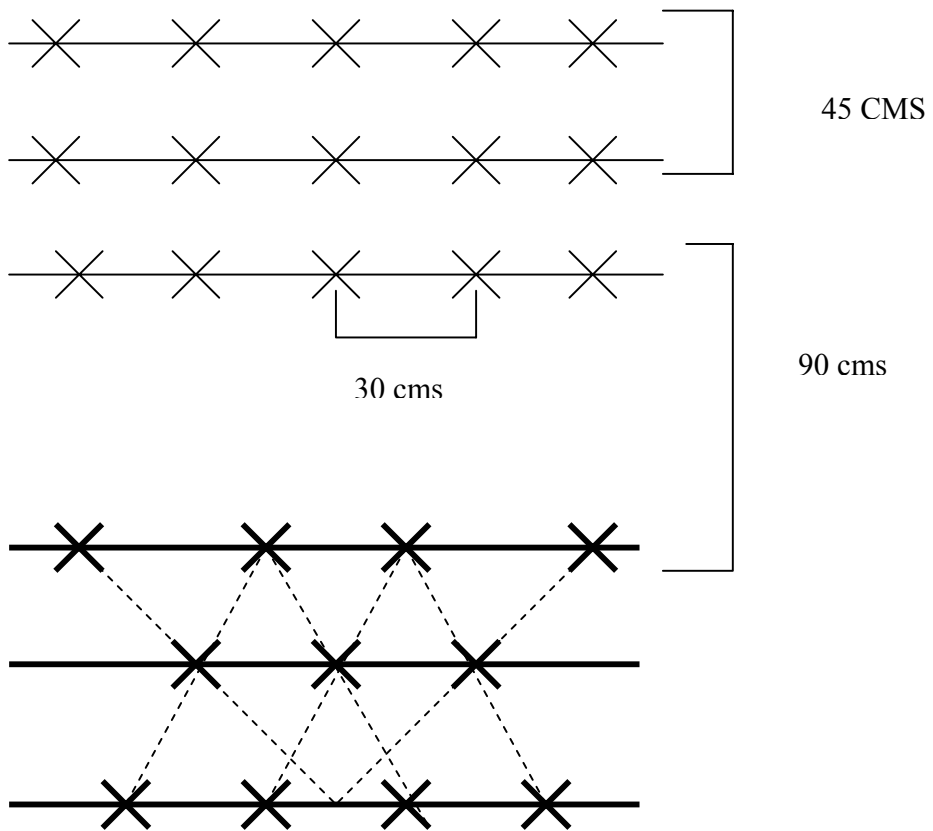
1.7. PREPARACIÓN DEL SUELO

La preparación del terreno consiste en una arada y de dos a tres rastrilladas; de esta forma, el suelo queda en óptima condiciones; a fin de conseguir un mejor prendimiento del material de propagación y un buen control de maleza. El sistema de siembra mas empleado en Colombia es el de los surcos dobles, de 30x45x90 cms. Con este sistema es posible sembrar por lo menos unas 50000 plantas por hectárea. También es frecuente el surco triple con las mismas distancias anteriores; aquí las densidades de siembra alcanzan las cifras de una 70000 plantas 4por hectárea.

Grafica 1. MÉTODO TRADICIONAL SURCO SENCILLO



Grafica 2. MÉTODO TECNIFICADO SURCO TRIPLE



A pesar de que la planta es perenne a nivel comercial no se debe dejar un cultivo mas allá de la segunda cosecha. Las labores de poda y guía de las plantas después de la segunda cosecha se hace mas difíciles y costosas por lo que se recomienda una nueva siembra. En plantaciones altamente tecnificadas la piña se siembra con altas densidades de siembra para una sola cosecha.

1.8. PROPAGACIÓN DEL PRODUCTO

La piña se propaga vegetativamente a través de hijuelos a colinos. Existen cuatro tipos de colinos: corona, básales, axilares, e hijuelos. Los colinos más empleados en este país son los básales, cada vez que se producen una buena cantidad y no son difíciles de conseguir. Los mejores son los axilares, porque son más vigorosos y precoces, aunque su producción es menor.

1.9. MANEJO DEL CULTIVO

Un buen cultivo de piña, manejado con buena tecnología requiere de las siguientes prácticas de sostenimiento:

- **CONTROL DE MALEZA:** La piña se defiende muy mal contra la invasión de las malas hierbas, especialmente la de hojas angostas o gramíneas que la restan a la planta luz y elementos químicos como el nitrógeno y el fósforo. Dado el sistema radical tan superficial de la piña, no se recomienda el control con herramientas como el azadón y el machete. De aquí la necesidad de requerir al control químico con matamalezas. Para evitar efectos perjudiciales en el cultivo

por el manejo del hervicidas, puesto que deben usarse con mucha prudencia, es el técnico especialista quien recomienda el producto a usar y sus respectivas dosis. Esto se debe a que factores como clase de suelos, tipo de malezas predominantes, condiciones climáticas, estado de desarrollo de la planta, equipos de aplicación, costos del producto en el mercado, deben ser tenidos en cuenta. Lo importante, es saber que hoy en día existen suficientes hervicidas que han sido investigado y que muchos de ellos son eficaces, la maleza es muy competitiva de la piña, especialmente durante los primeros 15 meses de su desarrollo.

- **FERTILIZACION:** La piña tiene una alta demanda del hidrógeno y potasio; es sensible a la deficiencia del Boro (B) y Zinc (Zn). Un cultivo bien mantenido requiere de una fertilización tanto del suelo como de fertilizaciones foliares de cada mes, al menos durante los primeros 15 meses de edad de la planta. Se recomienda tres fertilizaciones del suelo, de la siguiente manera:

Tabla # 3

Tipo de fertilizante según la edad

EDAD DE LA PLANTA	CLASE FERTILIZANTE	DOSIS
2 meses después de la siembra	3 partes "triple 15" 1 parte de UREA	20 gramos por planta
6 meses después de la siembra	UREA	20 –30 gramos por planta
12 meses después de la siembra	Sulfato de Potasio	20-30 gramos por planta

Fuente: Cartilla " Cultivemos" . Modulo 4 . Unidad Regional de planificación Agropecuaria. Pág.11

Simultáneamente a partir del segundo mes del cultivo, cada mes se le hace una aplicación foliar, así:

Tabla # 4
Aplicación foliar

AGUA	200 Litros
UREA	5 Kgrs.
SULFATO DE ZINC	0.8 Kgrs.
SULFATO DE HIERRO	1.5 Kgrs
BORAX	0.5 Kgrs.

Fuente: Cartilla "Cultivemos". Modulo 4. Unidad Regional de planificación Agropecuaria. Pág.11

- **INDUCCION DE LA FLORACION:** Cuando se requiere programar la cosecha y hacer la recolección en el menor tiempo posible, es indispensable la aplicación de ETREL; este producto debe ser utilizado cuando la planta tenga un peso de 4-5 Kgrs. Así mismo la dosis es de 120 a 150 cc. Por 200 litros de agua, adicionándole de 6-8 Kgrs de UREA de esta solución. Se aplica entre 20 y 30 cc por planta. 40 o 50 días después del tratamiento aparece la floración.

1.10. PLAGAS MÁS COMUNES

Un adecuado manejo de control de plagas y enfermedades teniendo en cuenta todos los aspectos del cultivo en forma integral es la clave para mantener la plantación en buen estado fitosanitario en nuestro medio. Las plagas que mas afectan la piña son:

- **Plagas del Suelo:** Los Sinfílidos: Son pequeños ciempiés, de color blanco; con una capacidad muy rápida de desplazamiento. Altamente perjudiciales en la iniciación de la emisión del sistema radicular puesto que destruyen las raíces, lo que consecencialmente hace disminuir el crecimiento de la planta. Es una de las plagas mas limitantes del cultivo.

La chiza o Mojojoy: Destruye también el sistema de la raíz y parte del área basal de la planta, haciendo grandes perforaciones que facilitan la entrada de hongos que causan pudriciones como es el caso de la *Phytophthora*.

Cochinilla Arinosa: Es un insecto de tamaño pequeño, de color gris claro cubierto por una sustancia blanca, formada por finísimos hilos de seda producido por el mismo insecto. Se le encuentra atacando la raíz y las axilas de las hojas; pero también el fruto y la corona del mismo. Por lo general se asocian con hormigas que la protegen de sus enemigos y la diseminan por toda la plantación. Las plantas se vuelven débiles, amarillas y finalmente mueren.

Acaro de la base de la hoja: Insecto de tamaño pequeño, de color marrón; muy activo que forman colonias muy numerosas en la base de las hojas. Producen aquí la muerte de los tejidos que lesiona para chupar la savia.

Picudo de la caña: Es un coleóptero de color negro de unos 4 cms de longitud, muy fuerte con pico largo y vuela a gran velocidad. Se comen los frutos muy maduros y los que han sido lesionado. Por ello no es recomendable dejar frutos abandonados en el campo.

Thecla: Se trata de un lepidóptero, cuya larva es de color asalmonado. Hace galerías en el fruto recién formado, penetrando en la base carnosa de la bráctea floral donde devora todas las piezas. Luego, se inserta en el fruto y permanece por cerca de los 15 días.

1.11. ENFERMEDADES MÁS FRECUENTES EN LAS PLANTAS

La piña presenta enfermedades comunes tales como: La Phytophthora y la Thielaviopsis. La primera se identifican con un cambio de color en las hojas jóvenes, se tornan amarillo o café claro; estas se curvan hacia abajo y se arrancan con facilidad. La pudrición es húmeda y despide un fuerte olor nauseabundo. Las condiciones de alta humedad en el suelo favorecen el desarrollo de las enfermedades.

La segunda enfermedad es, la Thilaviopsis, produce una pudrición negra de los retoños y de la base del tallo. En las hojas, aparecen moteados blancos. En el fruto la podredumbre es de color negra y blanda. Este hongo penetra la planta únicamente por las heridas

Los Nematodos: Son otros organismos que viven en el suelo y destruyen el sistema radicular de la planta. Los que mas afecta en la piña son: Pratylenchis, Helicotylenchis y el Meloidogyne.

En cuanto el control de las enfermedades y de las plagas; se no se deben olvidar que lo primero es consultar al técnico especialista. La idea, es que estos controles se deben ser integrados por lo que se recurren a los controles químicos como última medida. La buena preparación del terreno la desinfección del colino, los oportunos controles de maleza, así como la recolección de los frutos, y la construcción de drenajes son algunas de las medidas preventivas que deben realizarse.

2. PRODUCCIÓN DEPARTAMENTAL, NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA PIÑA

En esta sección se muestra la producción departamental, nacional, internacional de la piña y cual ha sido su evolución en los últimos años. Y los precios en el mercado nacional de las diferentes variedades de piña. Además se destaca los resultados de la encuesta aplicada a los gremios productores de piña de Bolívar.

2.1 PRODUCCIÓN DE PIÑA A NIVEL DEPARTAMENTAL (MUNICIPIO DEL PEÑÓN)

El cultivo de piña es el cultivo representativo del municipio El Peñón (departamento de Bolívar) en donde los productores de la zona han ido pasando de generación en generación, adquiriendo de esta manera una identidad cultural en este cultivo. A pesar del poco apoyo estatal se ha podido conservar este cultivo en la región a través de los años debiendo incidir significativamente las condiciones naturales de la región. Es por eso que se deben adelantar planes, programas y proyectos tendientes a rescatar esta actividad si se tiene en cuenta que es el único municipio que se reporta este cultivo a nivel de la costa.

El municipio tienen una población de 12.346 habitantes, de los cuales 7.407 son hombres y 4.939 son mujeres la población urbana es de 3.890 habitantes y 8.456 habitantes y se localizan en el área rural.

Las zonas productoras de piña en el departamento de Bolívar es: El Peñón y Casta. El área actual del cultivo es de 260 Ha y una producción de 3.900 toneladas (Enero- Diciembre/03) con un rendimiento bajo de 15.000 Kgrs/Ha. El precio al productor es de 500.000 Ton.

Tabla # 5

Población en el municipio del Peñón.

	Hombres	Mujeres	Total
2001	7.754	4.175	11.929
2002	7.647	4.491	12.138
2003	7.407	4.939	12.346

Fuente: Dane

Tabla # 6

Producción del municipio

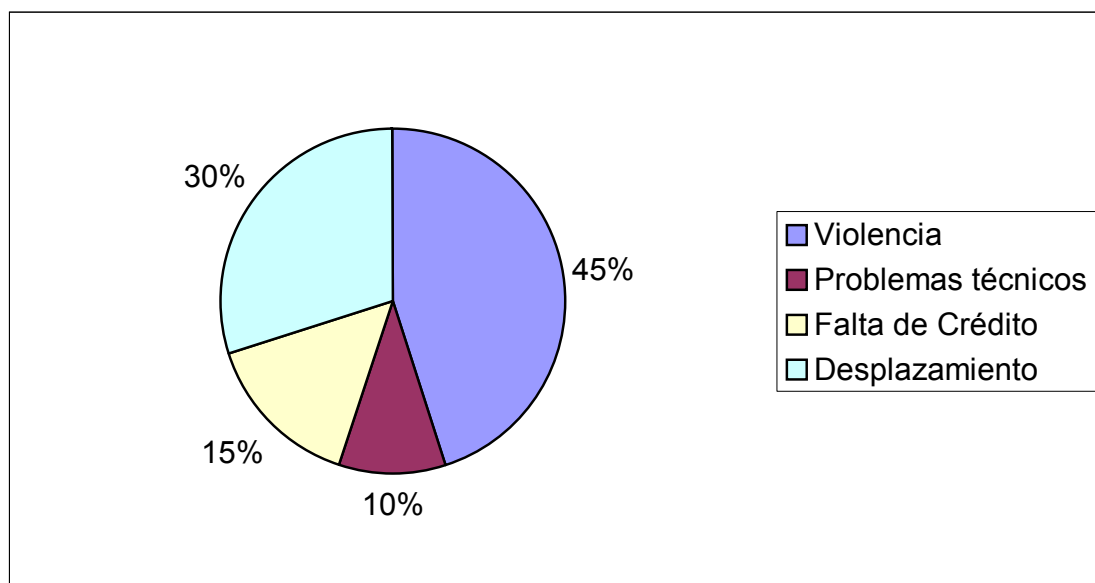
Año	Área cosechada	Producción (Ton)	Rendimiento (K/ha)	Costos(s/ha)		Precio pagado al productor (s/ton)
				Establecimiento	Sostenimiento	
2001	230	3.500	8.970	765.000	397.800	378.071
2002	260	3.803	10.865	893.000	464.360	434.782
2003	260	3.900	15.000	970.000	520.000	500.000

Fuente: Ministerio de Agricultura.

2.1.1 CONCEPTOS DE PRODUCTORES Y REPRESENTANTES DEL GREMIO PRODUCTOR DE PIÑA ACERCA DE LAS POTENCIALIDADES DEL PRODUCTO

Luego de aplicar un formato de encuestas, a representantes del gremio productor de piña y expertos conocedores de las potencialidades del producto se obtuvieron los siguientes resultados:

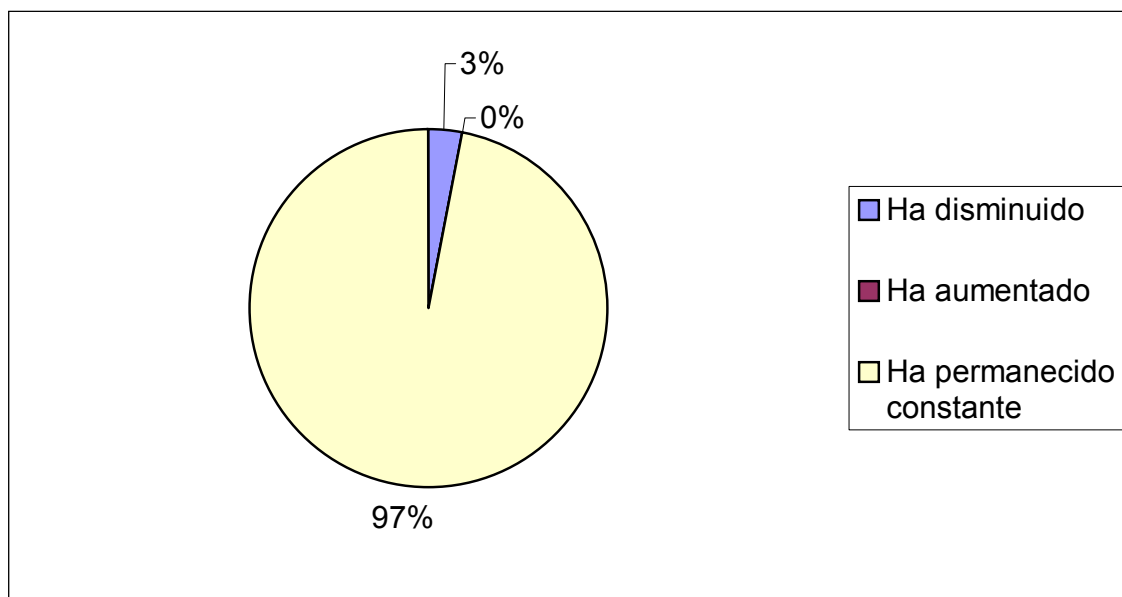
Grafica # 3
PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS CULTIVADORES DE PIÑA EN LA
ACTUALIDAD



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

Ante la pregunta relacionada con los problemas que enfrentan los cultivadores de piña en la actualidad, el 45% de las personas encuestadas opinan que la violencia es uno de los principales problemas que enfrentan los cultivadores de piña del departamento, seguido con un 30% que se refiere al desplazamiento, el cual es una consecuencia de la violencia. Y por último la falta de crédito y problemas técnicos los cuales se representan en un 15% y 10% respectivamente.

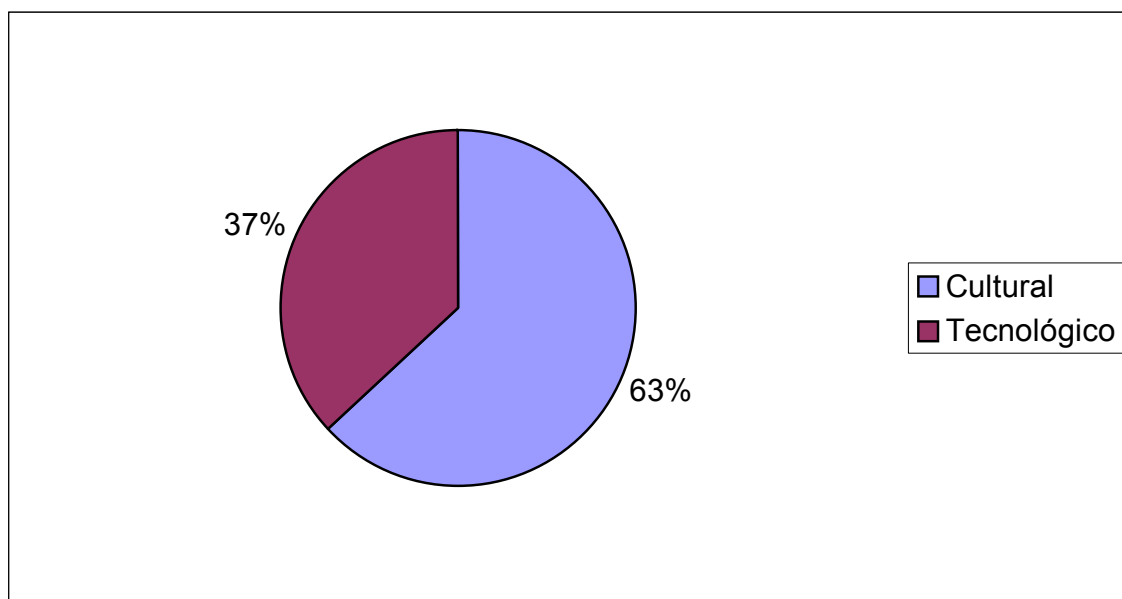
GRAFICA # 4
COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIÑA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

Referente a la pregunta sobre el comportamiento de la producción de piña en los últimos años, el 97% de las personas encuestadas opinan que la producción de piña ha permanecido constante, debido a que los últimos dos años el área cosechada ha sido de 260 Ha. Por otra parte el 3% restante considera que ha disminuido este criterio se refleja en base del concepto anterior.

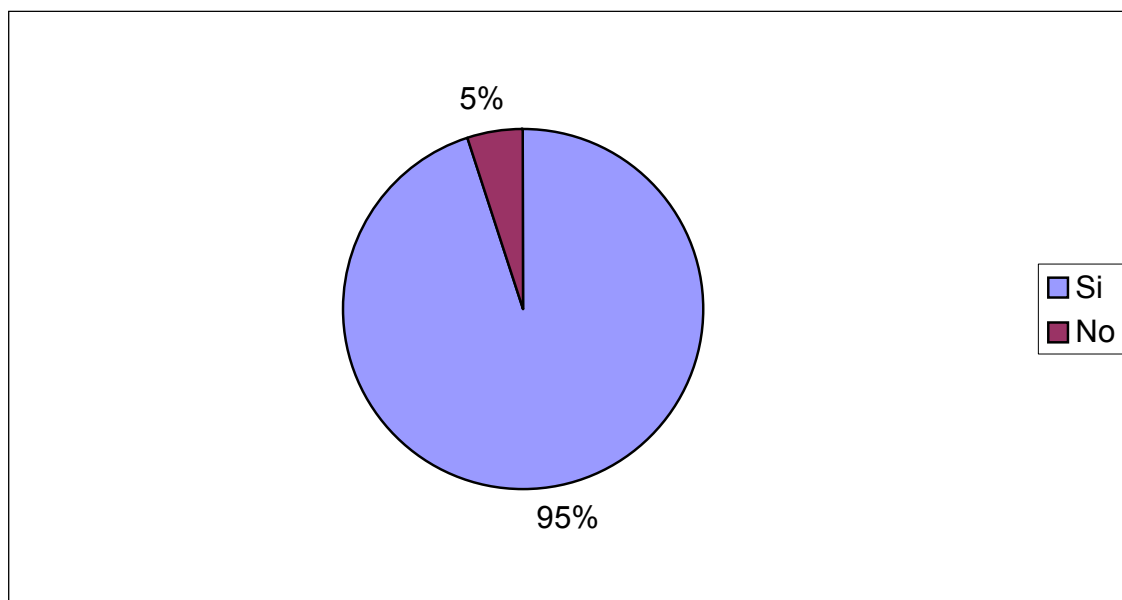
GRAFICA # 5
FACTORES QUE HAN INCIDIDO EN EL COMPORTAMIENTO
ANTERIORMENTE SEÑALADO



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

En cuanto a los factores que han incidido en el comportamiento antes señalado, el 63% de las personas encuestadas consideran que el mayor factor determinante en la producción de piña es el factor cultural, ya que esta zona de producción ha ido pasando de generación en generación, y a los productores no les interesa dar a conocer su producto a nivel nacional e internacional. El 37% restante considera que otro factor es el bajo desarrollo tecnológico el cual no muestra ningún tipo de evolución en la zona.

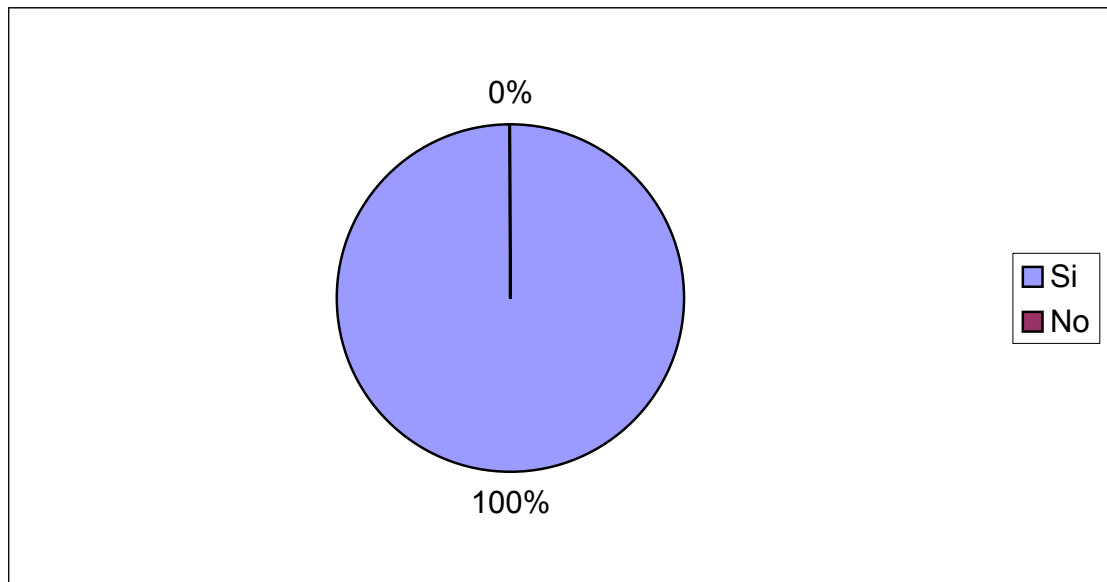
GRAFICA # 6
LA PIÑA REÚNE LAS CONDICIONES PARA SER EXPORTADA



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

Referente a que consideran si la piña que se cultiva en Bolívar reúne las condiciones para ser exportada, el 95% de las personas encuestadas considera que la piña puede ser exportada, porque reúne las condiciones como fruta, pero el 5% restante considera que para lograr la exportación de estas, se deben aumentar el área de cultivo.

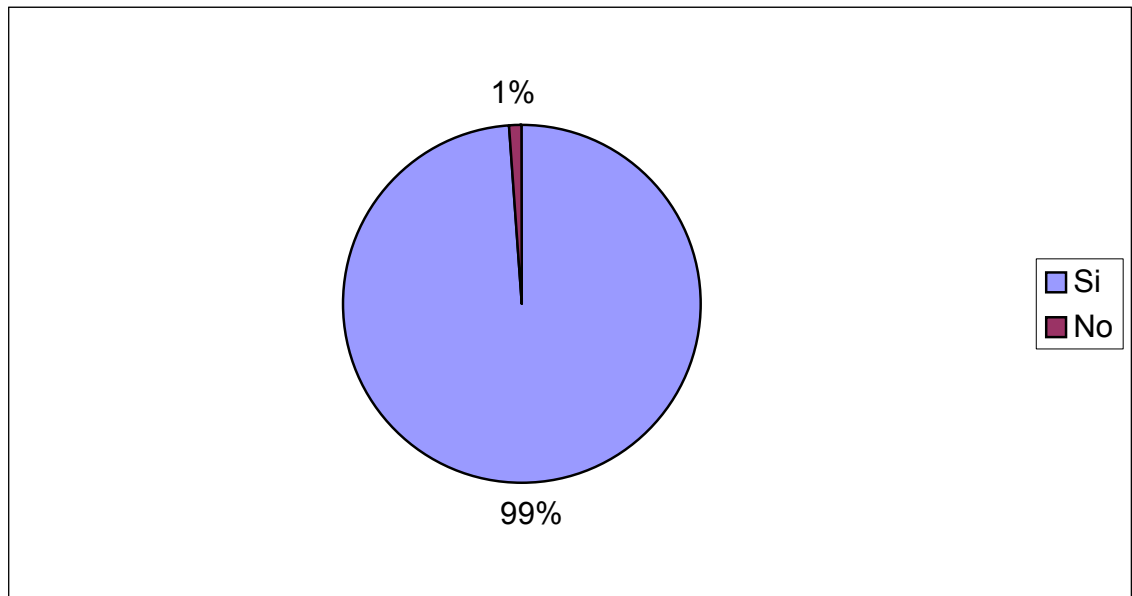
Grafica # 7
FACTIBILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE PIÑA AL MERCADO EUROPEO



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

Acerca de si es factible la exportación de piña al mercado europeo, el 100% opinan que si, porque la piña reúne las condiciones como fruta tipo exportación.

Grafica # 8
LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO FAVORECEN LA EXPORTACIÓN DE PIÑA EN COLOMBIA

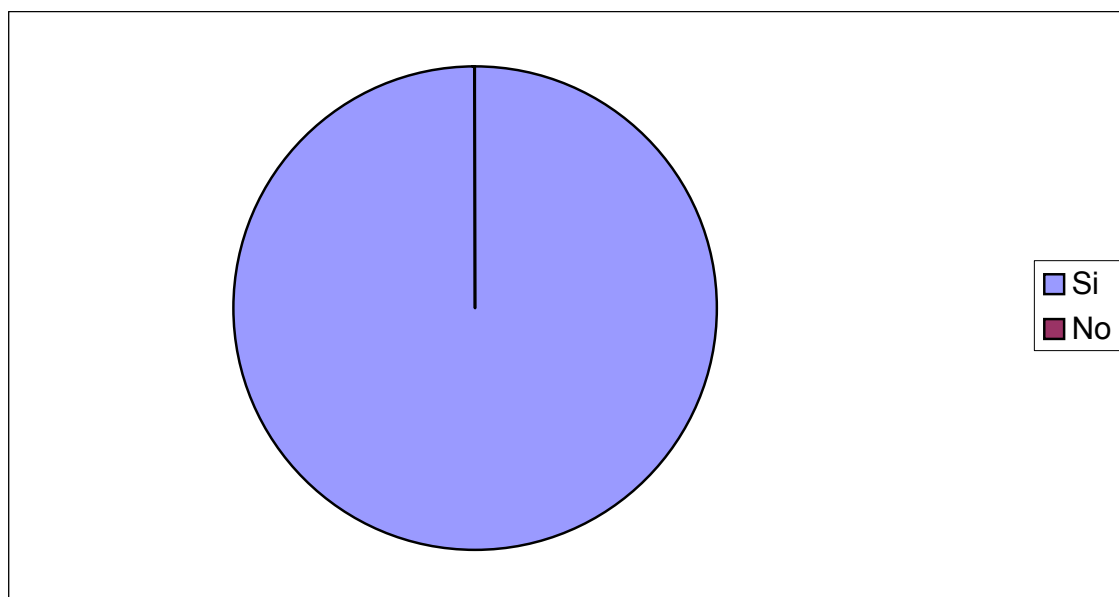


Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

El 100% de las personas encuestadas opinan que si hay políticas de gobierno que hacen posible la exportación del producto, debido a que esta consagrado en el plan de desarrollo de apoyo a la cadena productiva y está por ser una fruta pertenece a dicha cadena.

Grafica # 9

APOYO DEL GOBIERNO PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES



Fuente: Cálculos realizados por los autores apoyados en encuestas aplicadas a los gremios productores.

De acuerdo con los encuestados los cultivadores de piña reciben apoyo del gobierno para el fomento de las exportaciones, a través del plan de apoyo de desarrollo a la cadena productiva. Tan solo el 1% de los consultados considera que a pesar que existe este plan, el gobierno no muestra gran interés para el apoyo en materia de exportaciones de productos agrícolas.

2.2 PRODUCCIÓN NACIONAL

En Colombia se cultiva la piña de manera comercial, particularmente en los departamentos de Santander, Valle del Cauca, Risaralda y Meta. De acuerdo con las cifras del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el área total cultivada en piña en 1998 fue de 6.327 hectáreas, siendo Santander el mayor productor (con 4.300 hectáreas, una producción de 170.000 Ton y rendimiento promedio de 40 Ton/Ha).

El área dedicada al cultivo de piña ha ido disminuyendo, a excepción de los departamentos de Santander, Meta, Huila y Chocó, que han mantenido su área más o menos estable o han crecido de manera importante, como Meta (en un 27.4% anual en el período de 1992-1998). En términos de producción también se ha dado una disminución a nivel nacional, con excepción de Meta que presenta un crecimiento anual de 29,9% en relación con el Valle del Cauca, departamento de tradición que en el mismo periodo decreció casi en la misma proporción (26.9% en área y 25.9% en producción).

Tabla # 7

Áreas Sembradas en los principales departamentos productores. Hectáreas

Departamento	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	Crec. Anual %
Antioquia	316	229	145	135	109	102	47	-27.17
Bolívar	275	139	140	140	171	141	200	-2.60
Cauca	250	150	130	60	152	80	82	-15.88
Chocó	36	34	30	35	35	43	71	9.42
Huila	165	187	198	217	241	212	209	4.11
Meta	30	35	40	150	90	123	128	27.42
Norte Santander	303	304	363	420	530	530	53	-13.36
Risaralda	400	405	160	257	203	253	200	-9.94
Santander	4.200	2.454	4.040	6.415	8.730	4.700	4.300	7.65
Valle	2.535	2.672	2.818	2.138	668	688	820	-26.93
Subtotal	8.510	6.609	8.064	9.967	10.929	6.871	6.110	-2.19
Otros	1.097	295	139	171	157	228	218	-19
Total	9.607	6.904	8.203	10.138	11.086	7.099	6.327	-3.20

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

El mercado nacional de la piña se caracteriza por las múltiples variedades que ofrecen y por una cierta estacionalidad de los precios con tendencia a la baja, a finales y mediados del año. Las tablas 8 y 9 muestran los precios mayoristas de piña perolera y piña cayena lisa en los mercados nacionales. La piña perolera muestra diferentes precios en las distintas regiones del país, por ejemplo se puede encontrar más barata en las ciudades de Ibagué, Valledupar, Bucaramanga, mientras que en el norte del país se compra con los precios más altos (ver gráfico # 10).

Tabla # 8

Precio de la piña perolera en los mercados nacionales

Mercado	Precios		
	Máximo	Mínimo	Promedio
Barranquilla	800	800	800
Bucaramanga	550	725	594
Cartagena	800	920	860
Corabastos	583	635	596
Ibagué	433	467	451
Medellín	617	650	625
Montería	760	760	760
Neiva	1000	1000	1000
Tunja	714	757	743
Valledupar	500	500	500
Villavicencio	1500	1542	1528

Fuente: Cartilla semanal Sipsa. Boletín semanal de precios.

Dic 26/03 Enero 02/04

Tabla # 9

Precio de la piña cayena en los mercados nacionales

Mercado	Precios		
	Máximo	Mínimo	Promedio
Medellín	825	883	861
Pasto	833	870	852

Fuente: Cartilla semanal Sipsa. Boletín semanal de precios.

Dic 26/03 Enero 02/04

La piña cayena lisa sus precios permanecen relativamente iguales en las ciudades de Medellín y Pasto (ver gráfico # 11).

Grafico # 10
COMPORTAMIENTO DE LA PIÑA PEROLERA

Comportamiento de los precios de la Piña perolera

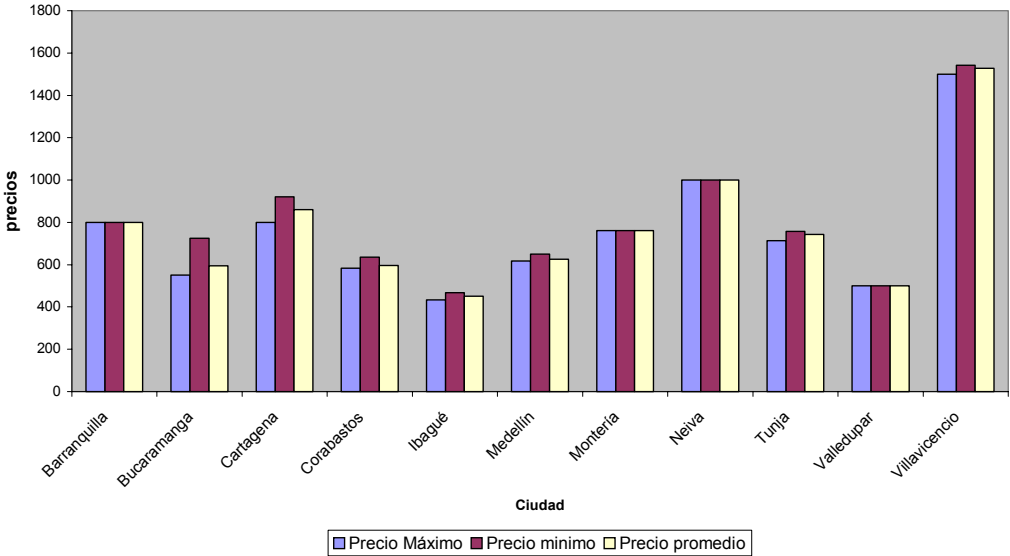


Grafico # 11
PRECIOS DE LA PIÑA CAYENA EN LOS MERCADOS NACIONALES

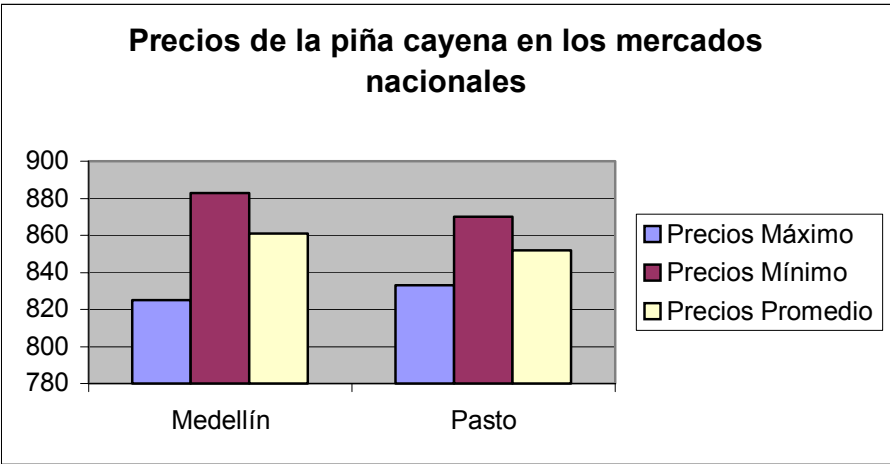


Tabla 10

Precios de la piña manzana en los mercados nacionales

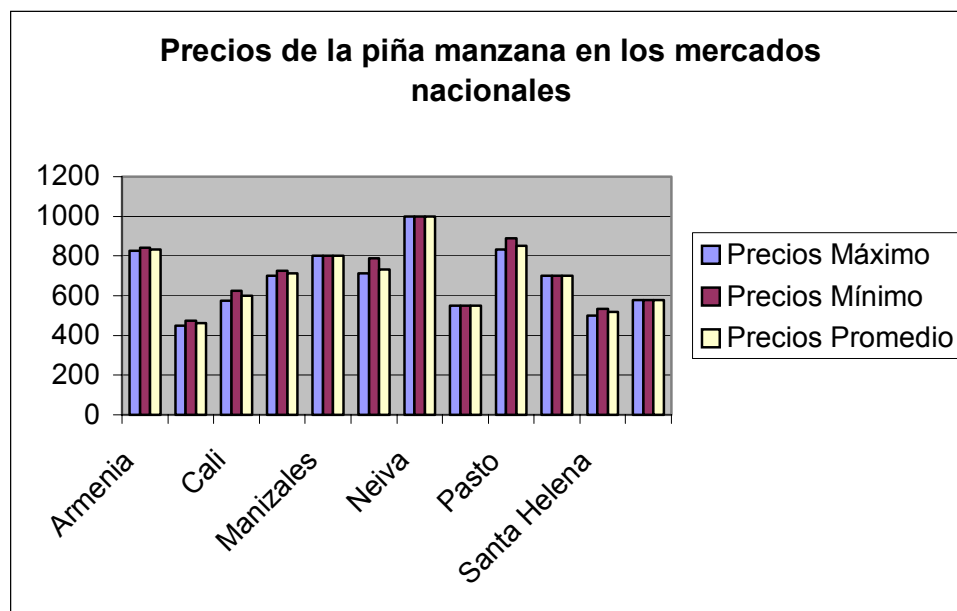
Mercado	Precios		
	Máximo	Mínimo	Promedio
Armenia	825	841	833
Buenaventura	450	475	463
Cali	575	625	600
Cartago	700	725	713
Manizales	800	800	800
Medellín	713	788	733
Neiva	1000	1000	1000
Palmira	550	550	550
Pasto	833	889	852
Pereira	700	700	700
Santa Helena	500	533	517
Tulúa	577	577	577

Fuente: Cartilla semanal Sipsa. Boletín semanal de precios.
Dic 26/03 Enero 02/04

Los precios de la piña Manzana en los mercados nacionales se encuentra más económicos en las ciudades de Buenaventura, Cali, Palmira, Santa Helena. Los más altos se encuentran en las ciudades de Neiva, Pasto, Manizales y Armenia (Ver gráfico # 12).

Grafico # 12

PRECIOS DE LA PIÑA MANZANA EN LOS MERCADOS NACIONALES



Las exportaciones de piña en Colombia han ido disminuyendo entre los años 2000 al 2003, por tal motivo se debe recuperar el mercado perdido en estos tres últimos años. Por ejemplo a Suiza se realizaban exportaciones del producto en los años 2000, 2001,2002, pero en el año 2003 no se exportó nada. Los principales departamentos que exportan en Colombia son: Caldas con una participación del 93.13%, Cundinamarca con un participación del 3.96%, Valle del Cauca con una participación del 1.05%.

Tabla # 11

Exportaciones de piña en Colombia

EXPORTACIONES TOTALES DEL PRODUCTO EN COLOMBIA							
2000		2001		2002		2003 Enero-Noviembre	
Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)
77.890	198.420	45.980	267.239	46.654	235.870	261.472	425.925

Fuente: www.proexport.com.co/intelexport

Tabla # 12
Destino de las exportaciones

DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES								
País	2000		2001		2002		2003	
	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)	Peso neto (Kg)	FOB (US\$)
Alemania	22.341	130.319	41.034	237.995	31.207	174.148	46.452	216.254
Estados Unidos	8.433	46.121	4.364	26.093	10.332	44.052	43.456	102.982
Republica Dominicana	0	0	0	0	1500	8.358	1.302	7.552
Canadá	0	0	0	0	230	2.760	954	11.251
Suiza	430	2.506	505	2.853	402	2.271	0	0
Z. franca de Bogotá	0	0	0	0	128	1.828	0	0
Aruba	0	0	0	0	1.455	1.467	8.025	772
Antillas Holandesa	0	0	60	49	1.400	986	760	490
España	15.686	6.274	0	0	0	0	143.075	76.177
Dinamarca	0	0	17	249	0	0	0	0
Ecuador	0	0	0	0	0	0	992	3.666
Noregua	0	0	0	0	0	0	5	46
Panamá	0	0	0	0	0	0	251	255
Guadalupe	0	0	0	0	0	0	8.100	3.240
Holanda (países bajos)	13.800	4.600	0	0	0	0	0	0
Martinica	0	0	0	0	0	0	8.100	3.240
México	17.200	8.600	0	0	0	0	0	0
Total	77.890	198.420	45.980	267.239	46.654	235.870	261.472	425.92

Fuente: www.proexport.com.co/intelexport

Tabla #13

Concentración regional de las exportaciones en el 2002

CONCENTRACIÓN REGIONAL EXPORTACIONES 2.002			
Departamento	Valor Fob (U\$)	Número empresas	Participación (%)
Caldas	219.661	1	93.13
Cundinamarca	9.338	4	3.96
Valle del Cauca	2.475	2	1.05
Santander	2.453	1	1.04
Magdalena	1.071	1	0.45
Risaralda	872	1	0.37
Total	235.870	9	100

Fuente: www.proexport.com.co/intelelexport

Santander es el primer productor de piña que tiene el país, con más de 6.000 hts dedicadas a este cultivo y una producción total de 300.000 toneladas. En vista de las nuevas perspectivas que se abren en materia de exportación y la exigencias del mercado externo tales como: altos volúmenes de producción y peso unitario del fruto entre 700 y 1.000 gramos de piña variedad perolera, se hacen indispensable en un aumento en los niveles de producción y productividad por unidad de área, igualmente las condiciones que demanda el cultivo para su industrialización y manejo de postcosecha, entre otros factores, requieren el apoyo del ICA, a todos los productores piñeros del departamento, en aspectos relacionados con investigación y transferencia de tecnología.

“Durante la épocas de cosecha (Mayo, Junio y Julio), los precios bajan considerablemente en virtud de ello, se realizó una investigación buscando acelerar la producción, obtener uniformidad en la cosecha y hacer posible la venta de los frutos en diferentes épocas del año. Como resultado de la investigación hecha, se recomienda a los productores de piña aplicar Ethrel a los 14 meses después de la siembra, en dosis de 250 cm³ de Ethrel, disueltos en 450 litros de agua y suministrando 20 cm³ de dicha solución a cada cogollo de la mata. Con

este sistema se obtiene una cosecha de piña pareja, y permite acortar el período vegetativo del cultivo en aproximadamente 100 días. El carburo de calcio es otro producto que puede aplicarse a la plantación como regulador de la floración, en dosis de 3 gramos por planta, a los 14 meses de sembrada la piña, la cual se traduce a una cosecha mas uniforme.”¹

Teniendo en cuenta la importancia potencial de este fruto frente a las perspectiva que ofrece el cultivo en el fruto económico del departamento de Santander, como producto de exportación y dadas la exigencias del mercado externo, actualmente se están realizando estudios sobre distancias de siembras en surcos dobles de piña de la variedad perolera.

2.3 PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PIÑA

El comercio internacional de la piña ha demostrado gran dinamismo en los últimos años, gracias a sus múltiples posibilidades de consumo en fresco y procesado; actualmente se comercializan volúmenes significativos en Estados Unidos y Europa.

“Los principales países productores de la fruta en el año 2000, por continente son: Brasil en América, con una producción de 1’353.480 toneladas, Filipinas y Tailandia en Asia, con 1’495.120 toneladas y 280.959 toneladas respectivamente, y Costa de Marfil en Africa con 225.675 toneladas”². Dentro de las variedades comerciales se destacan: La Cayena lisa, la Gold del Monte, La Queen Victoria, y la Ananas Boutelli. A nivel internacional, la piña Cayena lisa dada su alta calidad,

¹ Ministerio de Agricultura. Investigación de la piña en Santander. Edición: José Páez Mozo. Arte: Orlando García Camacho. Plegable de divulgación número 1. Junio 1998.

² Corporación Colombia Internacional. Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

es la de mayor comercio sin embargo en los últimos años se han registrado la entrada a los mercados de los Estados Unidos y de la Unión Europea de la variedad Gold del Monte, que se caracteriza por presentar un color amarillo naranja en su corteza, un color dorado en su pulpa y un mayor contenido de azúcar, en comparación con la Cayena lisa, cuya corteza es verde y su pulpa es amarillo claro y tiene mayor contenido de acidez.

Es importante anotar que la mayor parte de la fruta se comercializa por vía marítima, aunque también se transporta volúmenes menores por vía aérea. “El mercado de Estados Unidos se satisface con la producción nacional generada en el estado de Hawai y con importaciones procedentes de Costa Rica, Honduras, México y Ecuador, aunque también se importan volúmenes menores de Tailandia, Guatemala, Singapur, Colombia y República Dominicana.

“Entre 1996 y 1999 las importaciones estadounidenses registraron una tasa de crecimiento anual promedio del 24.3% en volúmenes y 23.7% en valor, llegando a las 283.069 toneladas y a los 120,5 millones de dólares en el último año”³. Este incremento de las importaciones está relacionado con la disminución desde 1987, de la producción nacional de piña. En 1995 la producción llegó a reducirse, hasta 313.663 toneladas, 50% menos que 1987 y continuó disminuyendo hasta 301.000 toneladas en 1998.

En los años 1999-2000 la producción repuntó levemente, llegando a las 319.000 toneladas. El principal proveedor de piña fresca a Estados Unidos es Costa Rica, que participó en 1999 con 79.85% del total de las importaciones equivalentes a 226.020 toneladas entre 1996-1999 el volumen de las importaciones procedente de Costa Rica registró una tasa de crecimiento anual promedio del 33.9%, lo que

³ Corporación Colombia Internacional. Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá Marzo de 2000.

coincide con la introducción de la nueva variedad Gold del Monte que ha tenido gran aceptación en el mercado. Otros proveedores son: Honduras y México en 1999 exportaron 333.555 toneladas y 14.491 toneladas respectivamente.

La comercialización de la piña en el mercado de Estados Unidos participan importadores y mayoristas de las costas del este y del oeste del país. Las importaciones marítimas reportadas a Diciembre del 2000 se realizaron en cajas de 18 Kgrs en una o dos capas con un número de piñas que varían entre 5 y 20 unidades.

Ningún país del continente de Europa es productor de la fruta, pues no cuenta con el clima tropical para el desarrollo del cultivo.”Entre 1991-1997 las importaciones de piña frescas registraron una tasa de crecimiento anual promedio del 4.6% en volumen y 4.9% en valor al pasar de 215.255 a 281.395 toneladas y de 150 a 200 millones de dólares, respectivamente.

En 1998 el volumen de las importaciones cayó a 260.869 toneladas por un valor de 193 millones de dólares”⁴. Esta disminución coincide con la disminución de la producción de piña a nivel mundial, debido a que los países productores de la fruta se vieron afectados por el fenómeno del niño. Durante el primer semestre de 1999 el volumen alcanzó las 195.426 toneladas como un valor de 116 millones de dólares, con lo se registra una importante recuperación de los volúmenes en los mercados de piña fresca en Europa.

“Costa de Marfil es el principal proveedor de piña de la Unión Europea, participando con el 54.82% del volumen de importaciones en 1997 y 53.37% en 1998. En este último año las exportaciones hacia la comunidad alcanzaron las

⁴ Corporación Colombia Internacional. Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

139.219 toneladas. Costa de Marfil ha ido perdiendo participación en el mercado lo que se evidencia en tasas de crecimiento anual promedio negativa de sus exportaciones del -2.85% del valor y -5.03% en volumen, entre 1996 y 1998.

El segundo proveedor de piña fresca de la Unión Europea es Costa Rica que exportó 1997-1998 83.401 y 79.013 toneladas registrando una tasa de participación de 29.63% y 30.29% en esos años. Las importaciones de piñas costarricenses presentan una tasa de crecimiento anual promedio del 11.69% en valor y 10.29% del volumen, lo que resulta de la introducción de la nueva variedad Gold del Monte al mercado Europeo, que ha tenido gran aceptación, no obstante sus altos precios frente a las variedades tradicionales. El país que sigue de importancia es Ghana, que exportó 23.911 toneladas en el 1997 y 18.977 toneladas en el 1998, alcanzando una participación del 8.50% y 7.17%, la tasa de crecimiento entre 1996 y 1998 fue 5.19% en valor y del -7.82% en volumen. Las importaciones de cada país de la Unión Europea depende directamente de las preferencias por las diferentes variedades de piña fresca y de los vínculos con cada país proveedor. En 1998 el gran país importador de la fruta fue Francia, con 131.940 toneladas⁵.

Tabla # 14

Principales proveedores de piña de la Unión Europea

País	Volumen de importaciones	
	1997	1998
Costa de Marfil	54.82%	53.37%
Costa Rica	29.63%	30.29%
Ghana	8.50%	7.17%

Fuente: Corporación Colombia Internacional.
Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

⁵ Corporación Colombia Internacional. Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

2.3.1 PRECIOS INTERNACIONALES DE LA PIÑA

“Los precios de la piña en los mercados internacionales se determinan dependiendo del medio de transporte de la fruta, el precio es mayor o menor en un determinado mercado. En Francia la piña que llega de Costa de Marfil por vía aérea se cotizó en promedio en US\$ 1.77/kg entre los años 1997 y 2000, alcanzando un nivel máximo de US\$ 2.42/kg y un mínimo de US\$ 0.81/kg, mientras que el precio de la piña que llega por vía marítima estuvo en el orden de los US\$ 0.91/kg, en ese mismo período, con un máximo de US\$ 1.39/kg y un mínimo del US\$ 0.64/kg. Es de anotar que la piña despachada por avión desde Costa de Marfil obtiene menores precios que la variedad Queen Victoria precedente de la isla francesa de Reunión. Esta diferencia es consecuencia de exportar volúmenes más pequeños y destinados a segmentos especializados del mercado francés. En Bélgica y Luxemburgo la piña de Costa de Marfil transportada por vía marítima tuvo un promedio de precios de US\$ 0.45/kg entre 1997 y 2000. En 1997 la cotización osciló entre los US\$ 0.36/kg y los US\$ 0.54/kg, mientras que en 1998 la franja de precios se amplió a los US\$ 0.31/kg y los US\$ 0.64/kg y, posteriormente, en 1999, se redujo a los niveles de 1997. En el año 2000 la franja se amplía nuevamente en el orden US\$ 0.35/kg y los US\$ 0.61/kg”⁶.

En el año 2003 Colombia exportó 172.878 toneladas de piña de los cuales 17.528 fueron para Alemania y el resto para España. El valor Fob de la piña fue de 0.45 centavos de euro (Kilo) en promedio por 1.29 da 0.58 dólares kilos.

⁶ Corporación Colombia Internacional. Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

Tabla # 15

Precios internacionales de la piña

	Precios promedio por vía marítima
De Costa de Marfil a Francia	US \$ 0.91/kg
De Costa de Marfil a Bélgica y Luxemburgo	US \$0.45/kg
De Colombia a Alemania y España	0.45 euro

Fuente: Corporación Colombia Internacional.
Análisis del mercado internacional de la piña. Bogotá, Marzo de 2000.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS DE ESPAÑA.

En esta sección se presenta toda la información económica, social y demografía de la población y economía de España, se busco desarrollar un perfil del país destino, mostrando las fortalezas de su economía, sus potencialidades de desarrollo, así como las condiciones sociales que la caracterizan. Es importante señalar que las autores no fue posible indagar a profundidad sobre los hábitos y motivos de compra del producto objeto de estudio, consideramos que estos aspectos del estudio pueden ser abordados en futuros trabajos monográficos.

3.1 CARACTERÍSTICAS DE ESPAÑA

Tabla # 16

Generalidades de España

Nombre Oficial	Reino de España
Capital	Madrid
Población	
Moneda	Euro
Lenguas	Español
Religión	Catolicismo
Tasa de Natalidad	9.3%
Tasa de Mortalidad	8.6%
Tasa de Devaluación	-15.83
Desempleo	11.40

3.1.1 UBICACIÓN

España estado de Europa que ocupa las quintas partes de la península Ibérica y que se encuentra bañado por el mar mediterráneo y por el océano Atlántico. A los 492.463 Km² del territorio peninsular hay que añadir 5014 km² de las islas Baliares (en el mediterráneo, 7.242 km² de las islas Canarias (en el Atlántico), y por último 32 km² de los territorio del norte de África (Ceuta, melilla, islas Chafarinas, Peñón de Algecenas, y Peñón de Vélez de laguneral). En total España cuenta 504.750 km³.

3.1.2 POBLACIÓN

En los últimos 20 años la población española ha experimentado un crecimiento que su ritmo puede cifrarse alrededor 275.000 personas por año. En 2000 alcanzó la cifra 40.847.371 habitantes⁷. Este aumentó debido al excedente de los nacimientos, aunque queda ligeramente reducido por la emigración.

3.1.3 ECONOMÍA

España cuenta con un alto nivel de industrialización y su economía está en pleno proceso de expansión, por lo que se califica como país desarrollado. El sector agrícola es esta importante que los cultivos comprenden el 29.7% del territorio. Entre los cereales, destacan el trigo en Castilla, la cebada, el Maíz y el centeno en Andalucía, y el arroz en el Mediterráneo. En toda España están difundidos los

⁷ Dato tomado del Instituto Nacional de Estadística –INE.

cultivos hortícolas y las legumbres, fundamentales en la dieta alimentaría. Los frutales prosperan en todo el país pero sobresalen los cítricos de Valencia.

La actividad pesquera, con importantes puertos en Vigo, Santander y Pasajes, es la base de una notable industria conservera. El subsuelo español es rico en minerales; se extraen carbón, hierro, azufre, cobre, bauxita, plomo y zinc y se encuentra entre los máximos productores de Mercurio. También se obtiene magnesio, magnesita, fluorita y uranio. La abundancia en los recursos minerales ha contribuido a desarrollar una fuerte industria metalúrgica.

España exporta principalmente metales, automotores, maquinarias, productos químicos, frutas y conserva, en especial de Francia, Alemania, Estados Unidos y Reino Unido. Uno de los capítulos más importantes de la economía de España es el turismo, que con más de 57 millones de visitantes al año aporta un porcentaje importante en el PIB nacional.

3.1.4 AGRICULTURA

Hasta hace pocos años España era considerado como un país fundamentalmente agrícola, pero las transformaciones que se han presentado a partir de los años 1950 y 1960 han hecho que la agricultura pase a un segundo plano. Con todo, sería un error olvidarse a un sector que hace vivir a 1 de cada 4 españoles proporciona a el país un cierto equilibrio económico que abastece de materia prima a numerosas empresas y que permite sustanciosas exportaciones.

En la actualidad la agricultura ocupa todavía a más del 20% de la población activa en 15 provincias en dos más del 30% y en otras dos (oreense y lugo) a más del 50%. Esta España rural abarca el 93% del territorio y el 16% de la población, que obtienen un nivel de ingreso por habitante bastante inferior al promedio español.

La sociedad rural española, sigue con cultivos y con ciertos sistemas de explotación tradicionales sobre una superficie agraria que en los años 1960 era de 21 millones Ha cultivada, pero en 1970 era de 20 millones, y al pasar los años ha ido disminuyendo, debido a la altitud media, la disposición del relieve aislado gran parte de las influencias oceánicas, las fuertes pendientes y las sequías estivales.

En 1960 el sector agrícola representaba el 20% del producto nacional bruto. En 1970 el 14% y en los últimos años el 6.2%. El balance comercial era todavía favorable en los años 1960-1963 . A continuación se presentan los principales productos agrícola:

Tabla # 17

Principales productos agrícolas de España

	En miles de Ha	En miles de q
Trigo	2318	54683
Cebada	4312	93939
Arroz	58	3417
Maíz	528	33280
Centeno	223	3317
Avena	359	5077
Olivo (aceituna)	2099	29456
Vid (uva)	1498	50337
Agrios	236	47545
Patata	278	53660
Tomate	66	29638
Remolacha	175	73331
Algodón	68	1895
Alfalfa	284	130064
Tabaco	26	550
Manzana	55	8110
Pera	33	5482
Melocotón	67	7659
Almendra	582	3245

Fuente: Gran Larousse Universal. Tomo 7 Plaza y Janes.

Editorial Larousse. Impreso en España, Sabadell (Barcelona), 1998

3.1.5 GANADERÍA

La producción de la ganadería ocupa un lugar importante dentro del valor de la producción agrícola. En 1989 el valor referido a los productos era de 1.2 billones de pesetas frente a 3.88 billones que representa la producción nacional agraria. Las importaciones de productos de animales siguen siendo considerables: carne de Argentina, Brasil, etc., leche de Francia, queso de Holanda, además de los alimentos del ganado como la soja y el maíz.

En los últimos años la ganadería ha ido transformándose. En 1991 España produjo 100 millones de litros de leche, de la cual el 90.5% corresponde a leche de vaca. A pesar de que la producción ha aumentado, no lo ha hecho al ritmo del consumo de lo que las importaciones siguen teniendo un importante peso. Hay que tener en cuenta que al ganado español se le plantean muchos problemas: precios elevados, excesiva parcelación de las explotaciones, mala organización en los servicios de recogida.

La producción de carne ha aumentado considerablemente siendo en 1999 de 460.000 toneladas pero aún insuficiente para el consumo nacional. La ganadería ovina muy importante en el pasado, en la actualidad acusa una falta total de dinamismo. En 1931 la cabaña ovina era de más de 20 millones de cabezas en 1989 ascendía solo a 23 millones. Las zonas de pastos retroceden ante los cultivos y principalmente ante las repoblaciones forestales.

Por otra parte el ganado porcino ampliamente distribuido por el país, es el que ha experimentado un mayor desarrollo dada sus particulares características de fácil crianza y buena comercialización de sus productos algunos de los cuales son de

excelente calidad y gozan de merecida fama. Otra actividad también es la agricultura, muy tecnificada y que genera elevados rendimientos.

El resto de la ganadería, tanto por lo que se refiere a los caprinos como el ganado caballar mular y asnar tiene mucha menor importancia. Los primeros por la baja rentabilidad de sus productos, y en cuanto al resto, como animales de labor, van siendo sustituidos por maquinaria agrícola.

Las dificultades actuales de la ganadería tienen también sus causas en la escasas capacidad de las explotaciones. La mecanización del campo ha permitido a la mayoría de los agricultores liberarse del ganado y su tiempo libre lo ocupan desarrollando una complementaria ganadería familiar de reducido tamaño. Otra dificultad es que no existen una orientación encaminada al aprovechamiento de los recursos naturales de cada región, en lugar de fomentar una ganadería alimentada por los productos de importación. A pesar de estas dificultades las producciones ganaderas en los últimos años se ha mejorado.

3.1.6 PESCA

Con el aumento del nivel de vida el consumo de la pesca ha aumentado considerablemente aunque en menor grado que en el de la carne. En 1979 este consumo era de 28 Kg/hab./año. Para su equipamiento y sus condiciones de trabajo muchos pescadores se han agrupado en cooperativas.

En cuanto a la pesca de altura es de destacar una flota de arrastre una flota atunera que centran su campo de acción entre la península y las azores, la pesca de gran altura ha experimentado un desarrollo espectacular, en los últimos años han existido unos 106 bancales operando en los bancos de Terranova y

Groelandia con unas capturas de 55000 pescas anuales. Existen además, barcos congeladores que recogen el sur del Atlántico, y el Pacífico, y que congela la pesca en altamar. Por otra parte España ha tenido que incrementar sus importaciones progresivamente, debido a que las necesidades de consumo era insatisfecha.

3.1.7 INDUSTRIA

La industria es, en la actualidad, el segundo sector de la economía. En los años sesenta. España dejó de ser un país eminentemente agrícola para convertirse una potencia industrial. Si en 1936 la población activa de este sector representaba el 26% de la activa total y su aportación significaba el 27% de la producción total española, 1975 la producción industrial sobre pasó el 40% y la población que ocupaba alcanzó la cifra del 37.8%. Actualmente el sector industrial, excluido el ramo de la construcción, ocupa el 31% de la población activa, superado solo por el de servicio, que representa el 58%.

3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA CIUDAD DE BARCELONA

Su emplazamiento en la franja costera limitada por las desembocaduras de los ríos Besos y Llobregat, la convierten en el centro de las comunicaciones naturales entre Cataluña litoral y la interior, a través de los valles de ambos ríos.

3.2.1 POBLACIÓN

A partir de los cuarenta y principios de los cincuenta se inicia un fuerte incremento migratorio. Posteriormente en los años finales de los sesenta y la década de los setenta, el crecimiento natural de periferia de Barcelona (con sus grandes barrios obreros) es el factor explicativo del aumento poblacional de Barcelona. Las elevadas tasas de natalidad y los descensos en las tasas de mortalidad originan la diferencia entre nacimientos y defunciones que dieron lugar a un fuerte crecimiento natural.

En 1991 en Barcelona se produjeron 12667 nacimientos y 15568 defunciones que supusieron una disminución de su población en 2901 habitantes. Desde 1984, la ciudad acusa un crecimiento vegetativo que va en aumento y que permite hablar de recesión demográfica. Así mismo, las fuertes oleadas inmigratorias que hicieron del municipio de Barcelona, de su cinturón suburbano y posteriormente de su área metropolitana y su comarca, el primer centro de atracción de emigración de toda la península Ibérica en los años 60, han dado paso desde los 70, a una noble disminución en el número de inmigrantes, hasta superar el número de emigrantes a aquellos, a partir de la década de los 80. En los últimos años ha arrojado saldos negativos migratorios y presentan una población en acelerado proceso de envejecimiento.

3.2.2 ECONOMÍA

La tradicional industria textil, con sus variados subsectores del algodón ocupan el primer lugar, seguido por la seda y fibras sintéticas, la lana y la confección; absorbe el 29% de la población activa en el sector secundario. La industria textil barcelonesa está repartida desde los pequeños talleres hasta grande empresas

como Fabra y Coats en San Andrés de Palomar. El sector químico destaca un acelerado progreso productivo de los artículos de perfumería y los productos farmacéuticos que se elabora en la misma ciudad, y ácidos y plásticos que se produce en su cinturón industrial. Existen además importantes empresas de papel y artes gráficas, confección y cuero, alimentación y bebidas.

El conjunto barcelonés, en total elabora las tres cuartas partes de la producción textil, con más del 60% del valor de la producción metalúrgica de transformación y más de un 40% de la producción química. La ciudad se nutre de las centrales térmicas de sus alrededores y de diversas centrales hidroeléctricas del Pirineo.

El sector terciario ocupa el 35% de la población activa. Pero Barcelona, en comparación a otras grandes urbes, ocupa poca población activa en este sector, que no posee una gran tradición; los grandes bancos actuales son madrileño o vascos.

3.2.3 EI PUERTO DE BARCELONA

La localización estratégica de la ciudad de Barcelona en lo que se ha venido en denominar el norte del sur, la ha convertido en el centro industrial más activo de toda la región económica formada por el Mediodía-Pirineos. El Rosellón y Cataluña . Primera por su extensión, segunda por su población y tercera por su aportación al Producto Interno Bruto. Dentro de este concepto el puerto de Barcelona es una clave básico para las comunicaciones y el transporte de mercancías de todo el Mediterráneo Occidental. Este es el primer puerto de España en movimiento de carga general y contenedores, así como facturación global, ha afrontado el reto de los próximos años a través de un proyecto de reconversión destinado a remodelar su fachada marítima integrando el viejo puerto

de la ciudad, mejorando la oferta portuaria a través de la construcción de muelles mas extensos , y de mayor calado, ampliando la oferta de servicio, creando una moderna zona de actividades logísticas. Otro de los grandes cambios experimentados por la ciudad ha sido su red vial que ha permitido dotarla de una infraestructura vial con capacidad para 900.000 vehículos/día.

4. NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA EXPORTAR LA PIÑA

En esta sección se muestra las normas nacionales e internacionales para realizar una exportación de fruta, el acuerdo comercial que debe utilizar el exportador, los requisitos para obtener el certificado fitosanitario y normas de calidad para la exportación de fruta.

4.1 REQUISITOS QUE DEBE HACER EL EXPORTADOR (NACIONALES)

4.1.1 CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Los productores que deseen realizar una exportación deben crear y constituir una empresa. Este proceso lo pueden realizar en el Centro de Atención Empresarial (CAE), el cual cuenta con un sistema de simplificación de trámites.

4.1.1.1 PASOS PREVIOS PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS

- 1) Haber verificado que no exista otra empresa con la misma denominación o razón social con el mismo nombre. Esta consulta se puede hacer mediante notarias, de la página de internet de CAE.
- 2) Haber verificado que no exista una marca igual para el producto que se encuentren registrado ante la Superintendencia Industria y Comercio. Esta consulta se puede hacer en la página de internet de CAE.

- 3) Haber realizado la consulta de Uso del Suelo conforme al Plan de Ordenamiento Territorial (P.O.T) de la ciudad. Esta consulta se puede hacer ante los asesores de la Secretaria de Planeación Distrital.
- 4) Haber realizado las consultas correspondientes a la normatividad exigida para: Seguridad Industrial, Política Ambiental, Normas de Urbanismo y Sanidad. Esta consulta se puede hacer en la página de internet de CAE.
- 5) Haber tramitado ante Notaría la minuta de constitución de la empresa para obtener la escritura pública que debe presentar al momento de acercarse a los CAE's de la Cámara de Comercio de Cartagena, para el caso de personas jurídicas, excepto para las unipersonales, las cuales se pueden constituir por documento privado.

4.1.1.2 PROCESO PARA LA CREACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE EMPRESA

Con el nuevo proceso de simplificación de trámites, la única gestión que debe realizar el productor es diligenciar en cualquier de los puntos de atención CAE de las sedes de la Cámara de Cartagena la CARÁTULA UNICA EMPRESARIAL. Este documento se compone de un formulario básicos y sus anexos. Con este solo documento y en solo paso el productor obtiene:

- Registrar el establecimiento de comercio.
- Obtiene la matrícula mercantil.
- Obtiene el certificado existencia y representación legal o el certificado de matrícula mercantil.

- Radica la solicitud de los libros exigidos por la ley y paga los derechos correspondientes ante la Cámara de Comercio.
- Se registra ante la DIAN obteniendo su NIT(Número de Identificación Tributario) y RUT (Registro Único Tributario).
- Se registra ante la Secretar4 de Hacienda Distrital obteniendo el registro tributario.
- Una vez creada y constituida la empresa, desde el CAE's se realiza la Notificación de Apertura de Establecimiento de Comercio a: Bomberos, DADIS (Departamento Administrativo Distrital de Salud) y EPA (Establecimiento P4blico Ambiental).

4.1.2 REQUISITOS PARA SOLICITAR LA INSCRIPCIÓN DE UNA EMPRESA EN EL REGISTRO COMO SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I Y ACCEDER AL RÉGIMEN DE C.I

Los siguientes requisitos lo deben realizar aquellas personas que adquieren el producto en el mercado nacional para su exportación:

- a) Original del certificado de existencia y representación legal vigente.
- b) Copia del registro Nacional de Exportadores actualizados.
- c) Estudio de Mercado.
- d) Original de formulario de inscripción como sociedad de comercialización internacional.
- e) Certificación del representante legal y de la persona jur4dica en el sentido que ni de ella ni sus representante han sido sancionado por

infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias y de comercio exterior durante los 5 años anteriores a la presentación de la solicitud.

La constitución como Sociedad Comercialización Internacional deberá hacerse teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

1. Razón Social: Las sociedades de comercialización internacional C.I inscrita ante el ministerio de comercio, industria y turismo tendrá la obligación de utilizar la expresión “SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL” o la sigla “C.I”.
2. Objeto social principal: deberá comenzar con el siguiente texto: **“QUE TENGA COMO OBJETO PRINCIPAL LA COMERCIALIZACION Y VENTA DE LOS PRODUCTOS COLOMBIANOS EN EL EXTERIOR, ADQUIRIDOS EN EL MERCADO INTERNO O FABRICADO POR LOS PRODUCTORES SOCIOS DE LAS MISMAS”** el resto del objeto social lo redacta la empresa de acuerdo con sus intereses particulares.
3. Registrar la sociedad ante la cámara de comercio de manera que en el certificado de existencia y representación legal aparezca la razón social y el objeto social principal.
4. Obtener ante el Ministerio de Comercio Industria y turismo, el registro nacional de exportadores de manera que los textos de la razón social y del objeto social coincida con los escritos en el certificado de existencia y de representación legal.

5. Diligenciar completamente el formulario de solicitud, inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional.
6. Elaborar el documento de estudio de mercado.

4.1.3 PROCEDIMIENTO PARA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE BIENES Y SERVICIOS.

Después de haber realizado la constitución de la empresa, ya sea como persona natural o Jurídica o como Comercializadora Internacional. El procedimiento a seguir para la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios es el siguiente: El usuario debe entrar a la página Web del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, portal de la página www.mincomercio.gov.co , luego debe acceder por el enlace que se encuentra en la parte derecha, cuyo nombre es: “**Registro Nacional de Exportadores**”. Luego debe ingresar por el icono: **Genere aquí su Contraseña**: digitando el número del NIT y la Cédula del Representante Legal, sin guiones, puntos, ni otro caracter diferente de número y sin dígito de verificación; el sistema le generará automáticamente una contraseña con la que deberá ingresar al icono: **Registro Nacional de Exportadores en Línea**, para hacer su trámite de Inscripción, Renovación o Modificación. En caso de olvidar la contraseña este módulo le permitirá generar una nueva contraseña de ingreso. **El Sistema obliga automáticamente a cambiar la contraseña generada, por una personal e intransferible, la cual deberá tener 8 dígitos y quedará bajo la responsabilidad total de quien la modifica.** La forma 001 dispuesta para el trámite del Registro Nacional de Exportadores en Línea, no exige el diligenciamiento de los **BIENES**, es decir, el exportador no tendrá que relacionar los productos que fabrica si es productor o que exporta si es comercializador. Se debe marcar en la casilla “Tipo de Registro” si radica Bienes,

Servicios, ó Bienes y Servicios. En caso de que la radicación sea para SERVICIOS ó BIENES y SERVICIOS, luego de “Grabar” la primera parte de la información de su solicitud, el Sistema le pedirá diligenciar la información correspondiente a **SERVICIOS**, ingresando los datos allí requeridos. Por último, el Grupo Operativo en Bogotá y las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención en otras ciudades, evaluarán las solicitudes y las aprobarán o rechazarán, de acuerdo con el cumplimiento del Decreto 2681 de 1999 y de los requisitos establecidos para este trámite. El sistema presentará las siguientes opciones: Radicación, Consulta Trámite, Consulte No. De Radicación, Consulta Registro Nacional de Exportadores y Consulta Tablas Generales. 39

4.1.4 TERMINO DE LA NEGOCIACIÓN

El exportador contacta al cliente o importador y se fijan las condiciones en que el cliente desea el producto (en este caso la clase de piña, las cantidades y la fecha de entrega del producto), mientras que el exportador determina la forma de pago, es recomendable como forma de pago la carta de crédito irrevocable y confirmada, la cual debe ser tramitada por el cliente en el exterior e informada al exportador a través de su banco comercial.

4.1.5 ESCOGER LA SOCIEDAD DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA (S.I.A)

Si el valor de la mercancía es menor de U\$ 1.000 el exportador no tiene la obligación de contratar a una Sociedad de Intermediación Aduanera (S.I.A) para realizar los trámites de exportación, pero si el exportador decide contratar los servicios de la S.I.A, el escoge la que satisface sus necesidades.

4.1.6 ELABORAR LA FACTURA COMERCIAL

Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país importador como el documento básico para determinar el valor de las mercancías sobre las cuales se aplicaran los derechos de importación. Los requisitos que debe cumplir una factura comercial son:

- Denominación “Factura de Venta”.
- Apellidos y Nombre o Razón social y NIT.
- Apellidos y Nombre o Razón social del adquiriente.
- Numeración consecutiva.
- Descripción específica o genérica de los artículos vendidos o servicios.
- Valor total de la operación.
- Identificación impresor.
- Calidad retenedor de IVA.
- Moneda de negociación.
- Término de negociación.
- Peso neto y bruto.

4.1.7 SOLICITUD DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO

Este certificado lo solicita el exportador ante inspección y cuarentena del ICA, para la exportación de frutas frescas, si el país comprador lo exige en este certificado van asignados los siguientes datos:

1. Nombre y dirección del exportador.
2. Nombre y dirección declarados del destinatarios.
3. Número y descripción de los bultos o cajas.
4. Marcas distintivas.

5. Lugar de origen (de donde proviene la fruta)
6. Medios de transporte declarados.
7. Punto de entrada declarado (por donde va a llegar la fruta al extranjero).
8. Cantidad declarada y nombre del producto.
9. Nombre botánico de las plantas.
10. Sección de tratamiento o desinfección.
11. Lugar de expedición y fecha.
12. Nombre y firma del funcionario autorizado.

4.1.8 REQUISITOS QUE EXIGE EL ICA COMO EXPORTADOR DE FRUTAS FRESCAS

Para obtener el registro de predio, que produzca frutas con destinos a exportación, los interesados deberán presentar una solicitud ante el ICA con la siguiente información y documentación:

1. Lugar y fecha de presentación de la solicitud.
2. Nombre, Nit o Cédula de ciudadanía y dirección del solicitante.
3. Extensión en área del o de los predios, especies, y variedades de frutas a exportar.
4. Mapa indicando la ubicación de los predios y su jurisdicción.
5. Nombre del asistente técnico particular, sociedad o unidad de asistencia técnica que atenderá el o los cultivos.
6. Copia del contrato de asistencia técnica.
7. Informe del asistente técnico particular acerca del estado fitosanitario del o de los predios cultivados con frutales para exportación bajo asistencia técnica.
8. Recibo de pago, pago de tarifa ante el ICA.
9. Firma del solicitante.

4.1.9 REGISTRO DE EXPORTADOR QUE EXIGE EL ICA

Para obtener el registro de exportador de fruta fresca, el interesado deberá presentar una solicitud ante el ICA con la siguiente información:

1. Lugar y fecha de presentación de la solicitud.
2. Nombre, Nit o Cédula de ciudadanía y dirección del peticionario.
3. Especie de fruta que va a exportar.
4. Nombre de la marca distintiva con la cual efectúa la exportación.
5. Certificado de Cámara de Comercio sobre constitución y representación legal, si se trata de P.N expedida con fecha y nombre a 90 días al momento de presentar la solicitud.
6. Recibo de pago de acuerdo a la tarifa establecida.
7. Firma del solicitante.

4.1.10 TRAMITE DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

El exportador compra el formulario correspondiente, lo diligencia y presenta el formulario adjunto con la factura comercial en original y tres copias.

4.1.11 SOLICITUD DE VISTOS BUENOS

Deberá tramitarse de conformidad con las normas vigentes, en el caso de la exportación de frutas frescas la encargada de otorgar los vistos buenos es el INVIMA,

4.1.12 REINTEGRO DE DIVISAS

El exportador recibe el valor estipulado en la factura comercial, a través de un intermediario financiero.

4.2 NORMAS TÉCNICAS NACIONALES E INTERNACIONALES PARA LA CALIDAD DE LA FRUTA

Para el recolector de fruta es fundamental contar con los criterios necesarios que le permitan determinar rápidamente la inspección visual, y la calidad del producto por esto es importante las normas nacionales e internacionales, para conocer la transparencia de la comercialización de los productos agropecuarios.

- **Realidad:** Los aspectos formales de tamaño, forma y color; intrínscico como sabor textura, aroma son importante para la calidad de la fruta, lo mismo que lo de la seguridad alimentaría, que son: residuos de agroquímicos, la ausencia de insectos, bacteria, y hongo.
- **Condiciones de calidad:** Toda fruta debe presentar como mínimo las siguientes condiciones de calidad:
- **Entero:** El producto debe estar completo, sin que falte parte alguna, ya sea por rotura, comida de pájaro o insectos.
- **Sano:** Libre de enfermedad o de fallas que lo imposibiliten para su comercialización en estado fresco o que lo deje no acto para el consumo humano.

- Limpio: Libre de tierra o de otra sustancia visible que desmejore su aspecto.
- Fresco: No debe presentar síntoma de deshidratación.
- Libre de olores o de sabores extraños: Los productos deben tener el olor y el sabor característico, no deben presentar olores y sabores extraños.
- Libre de humedad externa anormal: No puede aparecer mojado ya sea por lluvia, lavado o por otra causa.

4.2.1 CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO

A parte de las condiciones básicas que debe poseer la fruta (entero, sano, limpio, fresco, libre de olores y sabores extraños) debe procederse a evaluar la presencia de defectos especialmente en la apariencia y en la consistencia del producto.

- Apariencia: La apariencia es fundamental para determinar la calidad de un producto, los principales efectos que pueden influir en la apariencia son:
 - Defectos morfológicos: Son defectos en la forma característica del producto, que afectan su apariencia, y que han sido causados por diferentes factores del cultivo.
 - Defectos físicos: Se presenta cuando el producto es sometido ha condiciones de deshidratación, marchitamiento, o secamiento interno de algunas frutas.
 - Defectos fisiológicos: Son deficiencias del producto que afectan su desarrollo, maduración, y otros procesos, esto sucede por factores tales como: Calidad del suelo, aporte de micoelemento, etc.

- Daños mecánicos: Se origina cuando el producto recibe un mal manejo en el momento de la cosecha o en su empaque posterior, es el caso de pinchazos, cortes, raspaduras profundas, abrasiones, deformaciones, etc.
- Otros defectos: Comprenden daños causados por insectos, pájaros, granizos, agentes químicos, escamas o cualquier defecto que afecte su apariencia.

4.2.2 CONSISTENCIA DEL PRODUCTO

La consistencia de un producto como la fruta es factor importante que determina el sistema del producto o almacenamiento. Por ejemplo: Las frutas blandas no pueden ser transportadas a sitios distantes sin que presenten pérdidas por daños físicos. El envejecimiento de la fruta se expresa generalmente en una falta de firmeza casi siempre por deficiente almacenamiento.

- Homogeneidad: La homogeneidad se refiere a la evaluación de los conjuntos de los productos en cada caja como unidad de empaque, un producto homogéneo se clasifica mejor.
- Tamaño: Otra característica a tener en cuenta en la evaluación de la calidad del producto es el tamaño, lo homogeneidad es el tamaño y la presentación es determinante en su clasificación.
- Presentación: El tema de los empaques esta relacionado con la presentación del producto.

4.2.3 CONDICIONES GENERALES DE LA PIÑA AL MOMENTO DE COMERCIALIZARLA EN LOS MERCADOS

Las características mínimas aplicadas a la piña para su comercialización son:

- No deben presentar heridas.
- Deben estar enteras.
- Sanas.
- Libre de señales de hongos y mohos.
- De aspecto fresco y consistencia firme.
- Limpias
- Libre de residuos de tierra o de otro material extraño visible.
- Libre de humedad externa anormal.
- Libre de olores extraños.
- Libre de insectos.
- Libre de daños causados por insectos.

4.3 NORMAS PARA ENTRAR EN EL MERCADO EUROPEO

4.3.1 CERTIFICADO FITOSANITARIO

Las regulaciones fitosanitarias se aplican a productos como las frutas frescas, esto significa que un certificado fitosanitario debe ser presentado, donde se certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades.

4.3.2 ETIQUETADO

Para los exportadores, es muy importante considerar el tipo de transporte que utilizará y ver la normatividad al respecto, donde para el caso de los contenedores en la Unión Europea, deben venir cajas en pallets de 80 x 120 euro pallet / 100 x 120 ó 110 x 110 drum pallet. Con la norma EU Directive 89/395/EEG, se busca armonizar las regulaciones de Etiquetado que son numerosos y varían de producto a producto. La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

4.3.3 SEGURIDAD ALIMENTARÍA

El objetivo de esta norma es proporcionarles a los ciudadanos europeos una alimentación sana, variada y de calidad. Cualquier información relativa a la composición, los procesos de fabricación y la utilización de los alimentos debe ser clara y precisa. Si se desea que el producto ingrese al país sin ningún tipo de problema deben cumplirse estos estándares de calidad exigidos y mantenerlos en las futuras exportaciones.

4.3.4 ESTÁNDARES DE CALIDAD EUROPEO

En Europa existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del mercado Europeo, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento dentro de la

Unión Europea, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la Calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores. Los exportadores que deseen entrar al mercado Europeo, deben estar actualizados en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad por parte de la Unión Europea. Algunos de estos requisitos son:

-CE: La "Conformité Européenne", se creó con el objetivo de demostrar que el producto cumple con la demanda Europea a nivel de seguridad, salud, medio ambiente y protección al consumidor. Se calcula que el 40% de los productos industriales que se comercializan en Europa, tienen la marca "CE".

-HACCP: Marca de seguridad para todos los alimentos procesados, para garantizarle al consumidor final la seguridad y calidad del producto, durante los procesos de elaboración, tratamiento, empaque, transporte, distribución y mercadeo.

-ISO 9000: La ISO 9000 (aplicable al establecimiento y control de un sistema de calidad) o la ISO 14000 (aplicable al cuidado del medio ambiente), son algunas de las normas ISO, que poseen las organizaciones o empresas Europeas, conscientes que el mercado demanda cada vez más, productos o servicios con las especificaciones y nivel de calidad esperados. Los sistemas de calidad ISO, cubren las áreas de compra, materias primas, diseño, planeación, producción, tiempo de entrega, empaque, garantía, presentación, mercadeo, instrucciones de uso, servicio postventa, etc., y por lo tanto se espera que sus proveedores, se encuentren igualmente dentro de un sistema de control de calidad para su producción y despachos.

4.4 NORMAS DE CALIDAD QUE EXIGE EL PAIS DESTINO (ESPAÑA)

- Se exige que la piña vaya con una maduración incipiente.
- A una temperatura hasta de 0 grados centígrados.
- Que vaya sin daños mecánicos, ni insectos, limpias, empacadas en cajas de cartón.
- Certificado fitosanitario.
- La fruta registrada ante el ICA como producto exportador.
- La finca donde se produce la fruta este registrada ante el ICA⁸.

4.5 PROHIBICIONES

La importación de ciertos productos está prohibida, o sólo permitida bajo ciertas condiciones. Se imponen prohibiciones principalmente al comercio de productos peligrosos, como en el caso de residuos químicos. También pueden estar sujetos a prohibiciones por razones de salud y seguridad, las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimentarios, los productos eléctricos y las plantas y animales exóticos.

4.6 RESTRICCIONES

Se imponen al comercio de productos peligrosos (residuos químicos), a otros productos por razones de salud y seguridad como las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimenticios, los productos eléctricos y animales exóticos.

⁸ Instituto Colombiano Agropecuario

Dos leyes relativas a éstos productos son la de Residuos Químicos y la ley CITES relativa a las especies de fauna y flora amenazadas de extinción.

4.7 ACUERDOS COMERCIALES

La Unión Europea otorga condiciones preferenciales de acceso a un gran número de países, con los cuales ha celebrado acuerdos de cooperación económica, comercial, tecnológica y financiera o por medio del establecimiento de programas autónomos de cooperación comercial. Los cuales el exportador puede acogerse al acuerdo que se adapte a sus necesidades. En este caso el mejor acuerdo es el Sistema Preferencial Generalizado Andino (SPG Andino).

El SGP Andino es un programa especial por medio del cual la Unión Europea (UE) profundiza las preferencias arancelarias concedidas dentro del marco del SGP, para los países miembros de la CAN y Centroamérica, como respaldo al esfuerzo que hacen estos países en la lucha contra el narcotráfico, además incluye a Pakistán. Este compromiso es de carácter unilateral, no recíproco, ni discriminatorio, por lo que los países que lo otorgan pueden decidir qué productos incluir y excluir, y fijar además los requisitos que deben cumplir para acceder a sus beneficios.

El Programa consiste en una rebaja del 100% del gravamen aduanero para casi el 90% de las exportaciones provenientes de los países antes mencionados y busca con ello conceder oportunidades de exportación que favorezcan los cultivos de sustitución.

Entre los productos más favorecidos por el SPG Andino, se destacan:

1) Productos alimenticios: Café crudo o verde sin descafeinar, pescados, crustáceos y moluscos.

2) Productos manufacturados: Textiles y confecciones, cueros y sus manufacturas, calzado y sus partes componentes, tabaco.

3) Productos procesados: Frutas secas, concentrados de frutas, jugos de frutas, encurtidos, conservas de frutas y verduras, palmitos en conserva, aceites vegetales.

5. GESTIÓN LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Este capítulo se centra en los costos para la movilización de la mercancía desde el país origen a el país destino, y se presenta los principales canales de distribución que hacen llegar los productos al consumidor final.

5.1 LOGISTICA: HERRAMIENTA PARA LA COMPETITIVIDAD

“La logística es el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo y el almacenaje de las materias primas, productos semielaborados o terminados, lo cual permite la optimización de los precios del producto, información, y dinero dentro y fuera de la organización, para cumplir con los requerimientos exigidos por el cliente. El principal objetivo de la logística es aumentar las ventajas competitivas, captando y reteniendo clientes y generando un incremento en los beneficios económicos obtenidos por la comercialización y producción de bienes y servicios mediante la interacción de actividades logística.”⁹

5.2 TRANSPORTE DESDE COLOMBIA HASTA ESPAÑA

La oferta de transporte desde Colombia, facilita el acceso al mercado Español de manera frecuente y regular.

El transporte marítimo es constante, con una buena cobertura hacia los puertos comerciales más importantes, pero con limitaciones para carga suelta.

Los puertos españoles movilizan cerca del 13.10% del total de contenedores transportados en Europa (35.28 millones de TEU's).

⁹ Modulo “COSTOS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL”, Minor en Negocios Internacionales, 2003

5.2.1 TRANSPORTE MARÍTIMO

Los puertos se encuentran en el Mediterráneo, allí se encuentran los principales puertos de España especializados en el tráfico de contenedores: Barcelona y Valencia. En el norte se destaca Bilbao

5.2.1.1 BARCELONA

El puerto ubicado en el Mediterráneo es uno de los más importantes de esta zona, y es considerado como la puerta de entrada de mercancías al Sur de Europa. Con 313 líneas regulares, se encuentra conectado con 423 puertos de todo el mundo.

Las actividades logísticas, lo constituyen un centro de distribución privilegiado para abastecer a los mercados de la Península Ibérica, el Sur de Europa y la cuenca mediterránea. Gracias a su situación estratégica y a su completa intermodalidad, el puerto de Barcelona se convierte en un modelo de plataforma intermodal a escala internacional.

Con una superficie terrestre de 795.98 ha, sus instalaciones cuentan con un área de muelles y atraques de 20 Km, dichos muelles, se especializan en el movimiento de diferentes tipos de carga, como Ro – Ro para la cual dispone de 31 rampas, perecedera, a granel, general, y movimiento contenedorizado. Para el manejo de todo este tipo de carga dispone de almacenes cubiertos con un área de 119.916 metros cuadrados y zonas descubiertas de 2.296.140 metros cuadrados.

Por su parte Barcelona es un puerto con acceso directo a la red ferroviaria y de carreteras europea lo cual otorga amplias ventajas al momento de trasladar la carga hacia otros destinos del continente.

MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL.

El exportador tiene la opción de enviar muestras las cuales no tendrán ningún costo, pero se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

Estarán exentas del impuesto las importaciones de:

- Muestras de mercancías sin valor comercial estimable.
- Los impresos de carácter publicitarios tales como catálogos, listas de precios, instrucciones de uso o folletos comerciales.

La exención de los anteriores bienes quedará condicionada al cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Los impresos deberán llevar de forma visible el nombre del empresario o profesional que produzca, venda o alquile las mercancías o que ofrezca las prestaciones de servicios a que se refieran.
- Cada envío comprenderá un solo ejemplar de cada documento o, si comprendiese varios ejemplares, el peso bruto total no podrá exceder de un kilogramo.
- Los objetos de carácter publicitario que, careciendo de valor comercial intrínseco, se remitan gratuitamente por los proveedores a sus clientes, siempre que no tengan otra finalidad económica distinta de la publicitaria.

Los bienes que a continuación se relacionan, destinados a una exposición o manifestación.

- Las pequeñas muestras representativas de mercancías. Que se distribuyan gratuitamente al público durante la manifestación o exposición para su utilización o consumo.

- Que sean identificables como muestras de carácter publicitario de escaso valor unitario.
- Que no sean susceptibles de ser comercializadas y se presenten, en su caso, en envases que contengan una cantidad de mercancías inferior a la más pequeña cantidad de la misma mercancía ofrecida efectivamente en el comercio.
- Tratándose de muestras de productos alimenticios y bebidas no condicionados en la forma indicada anteriormente, se deben consumir en el transcurso de la exposición.

Las exenciones establecidas no se aplicarán a las bebidas alcohólicas, al tabaco en rama o manufacturado, a los combustibles ni a los carburantes.

Transporte de muestras sin valor comercial

Como alternativa para envíos de carácter urgente, de exportaciones en volúmenes pequeños y muestras sin valor comercial, se encuentran los servicios de carga y courier los cuales garantizan mejores tiempos de entrega.

Para este tipo de servicios puede contarse con diferentes compañías como: DHL, FEDEX, SERVIENTREGA y UPS entre otras.

5.3 COSTOS DE DISTRIBUCCION

5.3.1 CARACTERISTICAS DE EMBARQUE.

Identificación Del Producto

- **Nombre del producto:** Ananas camousus .
- **OPERACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR:** Exportación.

- **SUBPARTIDA ARANCELARIA:** 08.04.30.00.00

5.3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA CARGA.

- **Naturaleza:** Pecedera.
- **Tipo de carga:** Carga general, en cajas paterizadas
- **Peso bruto y neto:** 21.441 y 18.000 kgrs respectivamente.
- **Cubicaje:** Cajas de cartón con dimensiones de 60" 40" 15" peso bruto promedio de las cajas: 14.29 Kgrs, peso neto caja: 12 Kgrs,
- **Embalaje:** Pallets.
- **Unitarización:** Por vía marítima 1 contenedor refrigerado de 40 pies.

5.3.3 CONDICIONES DE VENTA.

- **Numero de embarque:** 1
- **Valor del embarque marítimo:** Us\$ 3.400 fletes
- **Termino de venta:** Fob
- **Condiciones de pago:** 60% al momento del embarque y el resto 40% cuando sea recibida la mercancía. Y descuento por pago oportuno (30 días): 8%.
- **Condiciones de entrega y fecha de embarque:** Limpio a bordo. Fecha de zarpe de la motonave.

5.3.4 LUGARES DE PASO

- **País exportador:** Colombia, Sur América.
- **Lugar de producción:** Hacienda San Juanito. Dir: Frente a la bodega de la asociación nacional de cafeteros. Municipio de Bugá- Valle.
- **Lugar de embarque internacional:**
Sociedad Portuaria Regional de Cartagena.
- **Lugares de ruptura de carga e interfases:**
El producto va directo al país importador.
- **Lugar de desembarque internacional:** el puerto de Barcelona, España.
- **País importador:** España

5.4 DEFINICIÓN DE LOS COMPONENTES DEL COSTO.

5.4.1 Definición De Los Componentes De Costo En Colombia.

- **Marcado:** Agenfrutas
- **Documentación:** B/L, factura comercial, certificado de origen y fitosanitario.

5.4.2 Unitarizacion :

- **Lavado del contenedor:** El lavado y acondicionamiento del contenedor esta incluido en el flete marítimo.

- **Transporte desde el local del exportador al puerto de embarque internacional:**

A. Transporte desde Buga-Valle hasta el puerto: \$1'500.000 en pesos.

- **Almacenaje en puerto:**

A partir de la fecha de entrada el puerto le dan 5 días de gracia al exportador ,a partir del sexto día se cobra a razón de US\$ 25.

- **Manipuleo en el lugar de embarque:**

A. En la Sociedad Portuaria de Cartagena:

Tabla #18

Costo del manipuleo del embarque

Uso de Instalaciones	\$ 253.000
Manejo de Contenedor	\$ 398.000
Pago de energía	\$ 545.000
Total	1'196.000

Fuente: Sociedad Regional Portuaria de Cartagena

- **Costo aduanero:** Gastos adicionales por aforos e inspecciones = \$ 62.100.

- **Fletes :**

Flete terrestre de Buga-Valle a Cartagena (furgón refrigerado) = 1'500.000

Flete marítimo de Cartagena a Barcelona = US \$ 3.400

- **Agentes de intermediación aduanera: \$ 127.600 (Comisión Aduanera)**

5.5 Factibilidad de la exportación

Ingreso:

Variedad piña	Cantidad	Número de piña en las cajas	Precio Unitario	Precio Total
Variedad Gold	225 Cajas	1350	7.56 Euro	1.701 Euro
Variedad Cayena	1275 Cajas	7650	5.16 Euro	6.579 Euro

Fuente: Datos proporcionado por Ascointer S.I.A

Costo: Compra de la piña en los mercados nacionales

Variedad piña	Número de piña en las cajas	Precio promedio en los mercados Nacionales	Precio
Variedad Gold	1350	861	1'162.350
Variedad Cayena	7650	850	6'502.500

Fuente: Revista semanal de Sipsa. Enero/2004

Total ingreso = 8280 Euros * \$ 3.262.74	\$ 27'015.487
Costos:	
Compra de piña en los mercados nacionales	(7'664.850)
Transporte:	
de Buga-Valle a Cartagena	(1'500.000)
marítimo de Cartagena a Barcelona = US \$ 3.400 * \$ 2713.30	(9'225.220)
Costo aduanero	(62.100)
Costo del Manipuleo:	
Uso de instalaciones	(253.000)
Manejo del contenedor	(398.135)
Pago de energía	(545.000)
Sociedad de intermediación aduanera	(127.600)
Utilidad de la exportación	\$ 7'730.082

5.6 CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DE BARCELONA

Canal de distribución, lo podríamos definir como áreas económicas totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final. Aquí el elemento clave radica en la transferencia del derecho o propiedad sobre los productos y nunca sobre su traslado físico. Por tanto, no existe canal mientras la titularidad del bien no haya cambiado de manos, hecho muy importante y que puede pasar desapercibido.

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal.

5.6.1 EJEMPLOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Directo: bancos, seguros, industriales, Cupón ONCE...
- Cortos: muebles, grandes almacenes, grandes superficies, coches...
- Largos: hostelería, tiendas de barrio...
- Dobles: máster franquicias, importadores exclusivos...

5.6.2 FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Centralizan decisiones básicas de la comercialización.
- Participan en la financiación de los productos.
- Contribuyen a reducir costes en los productos debido a que facilitan almacenaje, transporte...
- Se convierten en una partida del activo para el fabricante.
- Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.
- Tienen una gran información sobre el producto, competencia y mercado.
- Participan activamente en actividades de promoción.
- Posicionan al producto en el lugar que consideran más adecuado.
- Intervienen directa o indirectamente en el servicio posventa.
- Colaboran en la imagen de la empresa.
- Actúan como fuerza de ventas de la fábrica.
- Reducen los gastos de control.
- Contribuyen a la racionalización profesional de la gestión.
- Venden productos en lugares de difícil acceso y no rentables al fabricante.

5.6.3 CLASIFICACIÓN DE CANALES

Canal de distribución de bienes de consumo. Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida. Ejemplo: Los agricultores pueden hacer llegar sus productos por medio de una central de abastos o por medio de agentes de ventas.

Canal de distribución de los bienes industriales. Es cuando se dispone de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones. Ejemplo: Las empresas que fabrican partes para la elaboración de un auto, las proporcionan a empresas ensambladoras para llevar a cabo su producción.

Canal de distribución de servicios. La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

- Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ejemplo: Una persona que demanda servicio de masaje; éste se aplica al mismo tiempo en que se produce.
- Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo. Ejemplo: Cuando una persona hace una reservación de hotel, podría decirse que el servicio ya está comprado y producido. Pero llegara a ser utilizado hasta que el demandante lo decida.

5.6.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN BARCELONA

Los canales de distribución mas apropiado para la piña son los supermercados de Barcelona, en donde el cliente entra en contacto con el producto. Los principales supermercados de Barcelona son:

5.6.4.1 CAPRABO

“En 1959 nace Caprabo inaugurando una nueva forma de autoservicio inédita en España, con una primera planta situada en la calle Padre Claret de Barcelona. Eran tiempos en los que mandaba la oferta y no la demanda. Comenzaba a tomar forma una filosofía basada en la lealtad con los clientes, cumpliendo con el compromiso de hacerles llegar los mejores productos, la mayor variedad y hacerlo a los mejores precios”¹⁰.

La misión de Caprabo es garantizar a los clientes la vigencia de sus cuatro compromisos: Servicio, Calidad, Proximidad e innovación. Para cumplir con lo anterior Caprabo ejerce una labor de selección y presentación de los mejores productos y se centra en dos líneas básicas: En primer lugar, en las secciones de productos frescos, donde se observa y exige la excelencia, desde la cuidada selección de origen de los mejores productos hasta la presentación de este de una forma sugestiva. La segunda línea es la selección del surtido mas completo y variado, trabajando con marcas líderes de productos envasados ofreciendo en los lineales la variedad mas completa de primeras marcas en cada sector.

5.6.4.2 CARREFOUR

Nacimiento

Carrefour inició su andadura en España en 1973 con la apertura en Barcelona del primer hipermercado de nuestro país: Carrefour Prat (en la foto). Tres años

¹⁰ <http://www.caprabo.es/indexIE.jsp>

después, en 1976, abrió en Valencia el primer hipermercado Continente (de Promodés).

Posteriormente los hipermercados Carrefour en España pasaron a llamarse Pryca y su número fue en aumento por todo el país, al igual que el de los hipermercados Continente de Promodés. En 1999, la fusión de ambas empresas dio lugar al nuevo Grupo Carrefour. Entonces fue el verdadero nacimiento de la compañía existente en la actualidad.

En septiembre del año 2000, todos los hipermercados Pryca y Continente cambiaron su rótulo por el de Carrefour. Simultáneamente, los supermercados procedentes de ambas empresas se unificaron bajo la enseña Champion. Completada con éxito la fusión, el Grupo Carrefour lidera en España el sector de la distribución y es una de las principales empresas creadoras de empleo en nuestro país.

CARREFOUR EN BARCELONA

CARREFOUR CABRERA

Dirección: Carretera Nacional II, Km. 644

08349 Cabrera de mar.

Tel: 937595951

Fax: 937594655

CARREFOUR LAS GLORIAS / LES GLORIES

Dirección: C/ Ilacunna 155

08018 Barcelona

Tel: 934847900

Fax: 934847907

CARREFOUR MANRESA

Dirección: C/ Alvar Aalto, s/n

08240 Manresa

Tel: 938770087

Fax: 938772722

CARREFOUR PRAZ

Dirección: Autopista de Castelldefells Km. 5

08820 Praz de llobregaz

Tel: 93478221

Fax: 933792404

CARREFOUR VALLES TERRASA

Dirección: Autopista A-18, Km. 17, 8

08228 Terrassa

Tel: 937859900

Fax: 937863131

5.6.4.3 **EL CORTE INGLES**

En este supermercado se realizan los compras a través de internet, la página es

www.elcorteingles.es , Tel: 902119368

6. CONCLUSIONES

Por medio de este manual se ha identificado la oportunidad de exportación de la piña hacia el mercado europeo, debido a que ningún país de este continente produce la fruta y además la cual es llamativa a los consumidores por ser una de las más exquisitas frutas tropicales, actualmente la industria de los enlatados la usa en rodajas, se caracteriza por ser una fruta herbácea, rica en carbohidratos, vitaminas y minerales aporta fibra a la dieta humana, es un buen alimento digestivo y se utiliza como ablandador de carne.

Colombia cuenta con condiciones climatológicas que permiten la producción de la fruta en todos los meses del año. Además cuenta con condiciones naturales con respecto al suelo y a la luz solar y mano de obra de bajo costo que ayuda que el producto sea de mayor calidad y bajo precio.

La variedad más exportada es la Gold del Monte que se caracteriza por un color naranja en su corteza, un color dorado en su pulpa, un mayor contenido de azúcar, aunque la cayena lisa es la que mayor se comercializa por vía marítima y pocos volúmenes por vía área.

Para realizar una exportación exitosa el exportador debe cumplir las normas de calidad tanto nacionales como internacionales para garantizar la calidad de su producto, el cual debe presentarse en la siguiente condiciones: no deben presentar heridas ,deben estar enteras, sanas, libre de señales de hongos y mohos, de aspecto fresco y consistencia firme, limpias ,libre de residuos de tierra o de otro material extraño visible, de humedad externa anormal, de olores extraños y de insectos.

Colombia no ha aprovechado todas las oportunidades para realizar exportaciones de este tipo de producto, teniendo las posibilidades y las condiciones para hacerlo, debido a su fácil acceso de transporte en barco, en donde el tiempo de llegada de la mercancía desde Cartagena, hasta el puerto de Barcelona es de 14 días. Y el puerto de destino en este caso Barcelona cuenta con una excelente infraestructura portuaria que permite el manipuleo de la carga, sin dañar o alterar el producto, lo cual permite una satisfacción tanto en el exportador como en el importador.

Existen varios tratados internacionales con diferentes países, incluyendo con la Comunidad Europea con el cual se cuenta con el acuerdo de Sistema Preferencial Generalizado Andino, en donde la fruta no paga aranceles.

El canal mas visible y mas rápido que utilizan el consumidor final son los supermercados ya que gran número de compras que efectúa el público en general se realiza a través de este sistema, el canal de distribución lo constituye un grupo de intermediario relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios final.

7. RECOMENDACIONES

- Para que el producto sea aceptado en España se deben cumplir con cada una de las normas de calidad exigidos tanto en el país origen como en el país destino, y que el productor ejerza un control en cada una de las etapas de producción.
- Realizar diferentes estudios de mercados en los diferentes países de la Unión Europea donde existe la oportunidad de la exportación del producto, ya que ningún país de este continente produce este producto y aprovechar el acuerdo de sistema preferencial generalizado andino en donde en el caso específico de las frutas no pagan aranceles.
- Para que los productores de piña del departamento de Bolívar exporten, deben mejorar el nivel tecnológico, capacitarse en el manejo del cultivo y ampliar el área cosechada del producto para satisfacer las necesidades del cliente.
- Escoger el mejor canal de distribución que realice todos los cuidados necesarios para mantener el fruto fresco hasta que llegue al consumidor final.
- Los productores deben realizar los cuidados adecuados, con respecto al control de enfermedades y de las plagas en la fruta.
- El transporte marítimo es el mas óptimo para exportaciones de este tipo de producto, ya que este es mas económico y permite mayor cantidad de frutas, con respecto al transporte aéreo que a pesar de ser más rápido es muy costoso y su capacidad no es tan amplia.

BIBLIOGRAFÍA

- **Corporación Colombia Internacional.** Boletín semanal. Dic 28/02 Enero 3/03. SIPSA.
- **Fairbanks, Miachael Arando** en el mar: fuentes ocultas de la creación y riqueza en los países en desarrollo. México, DF: Mc Graw-Hill 1999.
- **Guzmán, Manuel.** Modulo “ COSTOS Y LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL”, Minor en Negocios Internacionales, 2003
- **León Jorge.** Botánica de los cultivos tropicales. Ed: Servicio editorial del instituto interamericano de cooperación para la agricultura. San José de Costa Rica, 1987.
- **Mandehall, William.** Estadística para la administración y economía. Grupo editorial Iberoamericano, México D.F, 1981.
- **Mercado H, Salvador.** Comercio Internacional: Importación, exportación. México, D.F, Limusa, 1986.
- **Plaza y James.** Gran Larousse Universal. Tomo 5. Ed: Larousse. impreso en España, Sabadell. Barcelona, 1998.
- **Plaza y James.** Gran Larousse Universal. Tomo 7. Ed: Larousse. impreso en España, Sabadell. Barcelona, 1998.
- **Ruiz Camacho Ruben.** Manual práctico de frutales. Ed: Toa. Séptima edición. Agosto 1987.

- Sánchez, Javier. Estadística básica aplicada. Medellín: Servigraficas.1976.
- Serge, Maria Elena. Modulo “ Operación de importación y exportación”, Minor Negocios Internacionales. 20003
- Tabares Antonio. Biología Vegetal. Ed: Bedout s.a. tercera edición.
- Quía “Cultivemos”. Unidad regional de Planeación Agropecuaria. Bogotá, 2001.
- Disponible en internet:

www.europages.com

www.frutasyhortalizas.com

www.mincomercio.gov.co

www.proexport.com

www.ines.es

www.google.com

www.carrefour.es