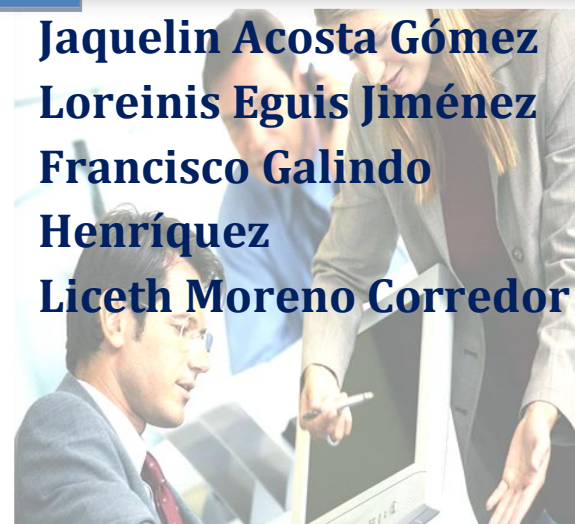




**CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN  
DE LA NARANJA DESDE EL DEPARTAMENTO DEL  
MAGDALENA HACIA ALEMANIA  
2010**



**Jaquelin Acosta Gómez  
Loreinis Eguis Jiménez  
Francisco Galindo  
Henríquez  
Liceth Moreno Corredor**



**“Exportación de naranja del departamento del Magdalena: una visión productiva y competitiva para los mercados internacionales”**

**Diplomado en comercio exterior y aduanas**

**Jaquelin Acosta Gómez  
Loreinis Yulié Eguis Jiménez  
Francisco Alberto Galindo Henríquez  
Liceth Karina Moreno Corredor**

**Coordinador: Edwin Chacón**

**Universidad del Magdalena  
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas  
Santa Marta D.T.C.H.  
2010**

## TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo
2. Objetivos
  - 2.1. Objetivo general
  - 2.2. Objetivos específicos
3. Justificación
4. Planteamiento del problema
5. Antecedentes o marco histórico
6. Marco de referencia
  - 6.1. Generalidad del producto: Naranja
  - 6.2. Marco contextual
    - 6.2.1. Producción nacional de cítricos
    - 6.2.2. Producción regional de cítricos
    - 6.2.3. Comercialización
    - 6.2.4. Problemas que enfrenta el sector
    - 6.2.5. Costos de producción
    - 6.2.6. Comercio exterior
      - 6.2.6.1. Exportaciones
    - 6.2.7. Sector citricultor en el magdalena
  - 6.3. Mercado internacional
    - 6.3.1. Producción y demanda mundial
    - 6.3.2. Entrada de productos agrícolas a Alemania
      - 6.3.2.1. Comportamiento del consumidor alemán
        - 6.3.2.1.1. El consumo Premium
        - 6.3.2.1.2. Oferta de productos
      - 6.3.2.2. Requisitos sanitarios y normas técnicas
        - 6.3.2.2.1. Normas técnicas
          - 6.3.2.2.2. Estándares de calidad
7. Marco conceptual
8. Área y línea de investigación aplicada
9. Resolución de la problemática planteada
  - 9.1. ESPECIFICACIONES ORGANIZACIONALES PARA ACCEDER AL MERCADO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (NARANJAS).
    - 9.1.2. Buenas Prácticas Agrícolas – BPA-
    - 9.1.3. Aplicación de un Programa de Manejo Integrado (MIP)
    - 9.1.4. Manejo óptimo de Productos para la Protección de Cultivos -PPC-
    - 9.1.5. La inocuidad de los alimentos

- 9.1.6. Certificaciones
- 9.2. PROCEDIMIENTOS ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE NARANJAS
  - 9.2.2. Costo en que se incurre en la exportación
- 9.3. ACUERDOS COMERCIALES
- 9.4. INCENTIVO A LAS EXPORTACIONES
  - 9.4.2. Incentivos Fiscales
  - 9.4.3. Incentivos de promoción y ayuda a la comercialización
  - 9.4.4. Incentivos a través medidas sanitarias y fitosanitarias
- 9.5. LOGÍSTICA INTERNACIONAL
- 9.6. EFECTO DE LA SITUACION CAMBIARIA DE COLOMBIA
- 10. Conclusiones
- 11. Referencias

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El departamento del Magdalena tiene una gran variedad de productos o actividades dentro de sus apuestas productiva, dentro de las cuales la agroindustria sigue ocupando un gran porcentaje de las actividades económicas a las que se dedica el departamento. Sin embargo muchos de los subsectores agroindustriales no son explotados del todo ya que existen muchas variables en términos económicos, sociales, logísticos e informáticos que no han permitido la correcta inserción y desarrollo de estos sectores económicos a nivel regional e internacional.

En la actualidad, ante las recientes crisis económicas que ha tocado a las naciones, se evidencia la necesidad de diversificar las actividades productivas para lograr un desarrollo y crecimiento sostenible. Enmarcado en esto, el presente trabajo caracteriza el sector citrícola, del departamento, especialmente el de la naranja, evaluando los componentes internos que la hacen comparativas a otros mercados, y los externos, del cual a través de la correcta implementación de herramientas y métodos que estimulen dicha producción, haría de este, un sector potencialmente competitivo dispuesto a ser inserto en los mercados internacionales.

Por lo anterior, se hace perentorio, la sincronización de la academia a través de la preparación de profesionales que generen un valor agregado a los sectores económicos del departamento, conjunto al sector público, para que propiciar los escenarios adecuados y las políticas de promoción al aparato industrial en pro de la consecución de mayores inversiones con gran impacto en la sociedad.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

- ✚ Caracterizar los procesos aduaneros para que los pequeños productores de naranja del departamento del Magdalena comercialicen sus productos en el mercado alemán.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✚ Analizar las ventajas y desventajas desde los procesos aduaneros para la exportación de la naranja
- ✚ Describir como los acuerdos comerciales existentes entre Colombia y Alemania favorecen la comercialización de la naranja en el mercado alemán.
- ✚ Estudiar las iniciativas gubernamentales que apoyan y fomentan las exportaciones de productos agrícolas, especialmente la naranja.
- ✚ Describir como la situación cambiaria del país afecta la exportación de la naranja.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto es realizado con el fin de caracterizar el proceso de exportación del sector cítrico colombiano, específicamente la naranja como producto foco de comercio internacional desde el departamento del Magdalena.

Además se resaltan problemáticas que hacen más gravoso este proceso como son: la ineficiente infraestructura logística tangible e intangible con la que cuenta el departamento y la nación; la no coordinación en la producción del producto para satisfacer el volumen demandado y la calidad exigida por el mercado de destino.

Sin embargo se puntualiza los incentivos, ciertas ayudas o acuerdos comerciales que el gobierno ofrece en para fomentar las exportaciones de productos sin alto valor agregado y no tradicionales de la balanza comercial colombiana, permitiendo a si oportunidades de inserción en mercados extranjeros como el de Alemania.

#### **4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El departamento del Magdalena goza de unas ventajas comparativas que favorecen al desarrollo del mismo, siempre y cuando estas sean aprovechadas de la mejor manera para optimizar su posición frente a los demás departamentos; una administración eficiente de tales recursos le permitirán al mismo alcanzar mejores niveles de competitividad, productividad y desarrollo.

Sin embargo al analizar el desempeño del departamento en cuanto a comercio exterior se puede observar un gran contraste si se compara al Magdalena con los demás departamentos del interior del país como Cundinamarca, Antioquia y Valle que son los que más aportan al comercio exterior a nivel nacional. Es incomprensible esa contradicción al notar que los departamentos que poseen puertos, a pesar de tener esa ventaja que favorece a la industria o sector que se desarrolla al interior de estos, no participan activamente en el comercio internacional del país.

Según el informe sobre el Perfil Exportador y Apuestas Productivas del Magdalena el departamento presenta un dinamismo medio frente a las exportaciones del país. Las exportaciones por habitante del departamento (excluyendo la minería) alcanzan los US \$210 y se encuentran por debajo de la media nacional sin minería que es US \$297. Así mismo, este documento menciona que la canasta exportadora de Magdalena es poco diversificada ya que los diez productos más exportados constituyen casi el 100% de las exportaciones totales del departamento. De ese 100%, el 90% está representado por productos básicos como el banano, café y aceite de palma.

Debido a lo anterior el gobierno nacional ha esgrimido un plan para impulsar la productividad y competitividad en las diferentes regiones del país, el cual se materializa a través de la Agenda Interna para la Competitividad y Productividad del Magdalena, que presenta un compilado de todas aquellas actividades en el que el departamento puede incursionar para ser más competitivo teniendo en cuenta sus ventajas comparativas. Además se han propuesto una serie de apuestas para avanzar hacia el desarrollo económico del Departamento.

El mencionado documento sugiere que el fomento de la actividad agropecuaria y agroindustrial requiere del aumento de la productividad en actividades tradicionales de la economía departamental, como la palma africana, la ganadería bovina, el banano y la pesca (cadena acuícola), así como la promoción de actividades nuevas o incipientes, como cítricos, cacao, flores tropicales, plantaciones forestales y plantas medicinales (sábila).



En la actualidad, los cultivos permanentes (banano, palma africana, plátano, yuca, tabaco, ñame y cacao) en la región ocupan el 65,5% de la superficie y aportan el 93,8% del volumen de la producción agrícola del departamento. Se destaca el banano de exportación con el 13,5% de la superficie y el 58,8% del valor de la producción agrícola; le siguen la palma africana con el 31,7% de la superficie y el 23,6% del valor, y la yuca, con participaciones respectivas de 16,3% y 8,1%<sup>1</sup>.

Sin embargo, la producción de este departamento tiene desventajas como la baja participación de productos de alto valor agregado en la exportaciones agroindustriales, la poca diversificación de su oferta exportadora y la limitada capacidad del departamento para cumplir con los estándares en materia de sanidad animal y vegetal exigidos por los mercados internacionales. Este último aspecto incide directamente en el proceso de exportación al hacerse más gravoso el trámite, pues al no cumplir con las normas internacionales relativas a la calidad de los productos se va a presentar trabas para el ingreso de los mismo, además de que se van a ver en desventaja frente a los de otros países que son más competitivos en cuanto tal atributo. Por lo anterior se debe configurara unos instrumentos que vallan encaminados hacia políticas sanitarias y de inocuidad que garanticen el acceso efectivo de los productos de la cadena a los mercados internacionales

Dada su geografía y su posición astronómica el departamento del Magdalena goza de un clima que favorece el cultivo de ciertos productos agrícolas, agregando además la fertilidad de sus suelos, que de darse una adecuada utilización puede darse lugar a una producción agrícola mas heterogénea y así aumentar la oferta exportable del departamento con miras a una mayor productividad. Es por esto que en el presente informe se aborda el cultivo de cítricos, más específicamente la naranja, como un elemento más para potenciar la diversificación de las exportaciones del Magdalena.

El departamento de Magdalena posee numerosas ventajas en la producción de frutas cítricas: su clima, la fertilidad de su suelo y su cercanía a la costa Atlántica, vía de salida del producto hacia los principales mercados internacionales. Esta Apuesta se inscribe en una estrategia de fortalecimiento del *cluster* de los cítricos en la costa Atlántica, que incluye también los departamentos de Bolívar y del Atlántico<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Departamento Nacional de Planeación, DNP. Agenda Interna para la Productividad y Competitividad, documento regional Magdalena. Pág. 21

<sup>2</sup> Ibíd. Pág. 36

## 5. ANTECEDENTES O MARCO HISTÓRICO

El departamento del Magdalena contempla entre sus apuestas productivas potencializar el subsector de cítricos por esto desde los sectores públicos y privados se han realizados diferentes estudios para incentivar la producción y comercialización de estos productos.

*Según Departamento Nacional de Planeación – DNP. Agenda Interna de Magdalena. 2005. Los recursos y apuestas productivas con los que cuenta la región deben estar centradas entre la prestación óptima de los servicios al comercio exterior, el ecoturismo y en el fortalecimiento de los sectores productivos propiamente, preservando las actividades tradicionales como la ganadería libre de aftosa, y mejorando la competitividad en la producción del aceite de palma y sus subproductos, además del desarrollo de cafés especiales, el banano, flores tropicales, frutos cítricos, tabaco y cacao.*

En lo concerniente al subsector Citrícola, se visiona al departamento y a la región como un líder en la producción y exportación de cítricos de fruta fresca (lima tahití, limón común, naranja), y procesada con sus derivados de alta calidad y competitividad con una estructura empresarial sólida y unida. Gracias a sus Ventaja competitivas: Bajos costos de operación en más de un 30% comparado con otras regiones del país.

El presente estudio revela los Mercado potenciales a los cuales sería factible exportar debido a la naturaleza de su demanda: Reino Unido, Alemania, Inglaterra, Holanda, Estados Unidos, Bélgica, Sri Lanka, Ecuador cuyos segmentos objetivos son los consumidores de alto poder adquisitivo, tiendas y supermercados especializados.

Si bien el estudio destaca las ventajas naturales que tienen el departamento y la región Caribe, también resalta las carencias de procedimientos logísticos necesarios para comercializar la fruta a los mercados internacionales.

Por otro lado el *Plan de Desarrollo Departamental de Magdalena 2004-2007 se suma a la premisa que el objetivo de largo plazo será el de mejorar la posición competitiva global del departamento, medida en términos de los factores de competitividad del Foro Económico Mundial, tales como el crecimiento de la*

productividad y las exportaciones, el fomento de la cultura exportadora, empresarial y las competencias laborales<sup>3</sup>.

La Cámara de Comercio de Santa Marta en un estudio realizado sobre las cadenas productivas en el Magdalena evidencia que los departamentos de la costa atlántica buscan fortalecer la cadena productiva citrícola, involucrando los agricultores, los proveedores de insumos, bienes y servicios, los industriales, los comercializadores, los gobiernos departamentales, para avanzar en la modernización de la citricultura de esta región del país<sup>4</sup>.

El documento realiza un breve diagnóstico estratégico y revisión del desempeño productivo a nivel nacional e internacional, repasa la historia de la producción de naranja en la costa atlántica y analiza la situación actual, la matriz de actores, el Flujo grama de la cadena productiva.

*“La Cadena Productiva de los cítricos en Colombia enfrenta una demanda creciente en fresco y procesado, en el ámbito interno y en los mercados internacionales. No obstante, las oportunidades que ofrecen los mercados no se satisfacen adecuadamente con la oferta nacional, de manera que se ha generado un déficit estructural en la balanza comercial del sector y su participación en los mercados globales es prácticamente nula. Las deficiencias en calidad, oportunidad y precios que presenta la producción interna, se están supliendo con productos importados, hasta el momento representado principalmente por concentrados de jugos de naranjas, cuyas compras en el exterior son cada vez mayores. De otro lado, los precios mayoristas de los cítricos, en términos reales, han tendido a mantenerse constante durante los últimos años, y el índice de precios al productor supero sistemáticamente al índice de precios al consumidor durante la pasada década”.*<sup>5</sup>

En el ámbito nacional la investigación realizada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Observatorio Agrocadenas Colombia en el país solo hay dos períodos de baja oferta: marzo-abril y agosto-septiembre pues la mayor parte del año se encuentra buena producción de cítricos, ya que en el eje cafetero la producción se da en los meses mayo-julio y octubre-diciembre, en los llanos la cosecha se da en la época de octubre-febrero y julio-agosto, en Santander de diciembre- enero y mayo-junio, y en la Costa Atlántica de marzo a junio.

---

<sup>3</sup> Ministerio de Comercio Exterior. Centro de Asesoría de Comercio Exterior del Magdalena. CARCE “Plan Estratégico Exportador Regional Del Magdalena”.

<sup>4</sup> Cámara De Comercio De Santa Marta. Gestión Empresarial y Regional. Productividad y Competitividad. Cadenas productivas. Cítricos: Cadena Productiva Citrícola Costa Atlántica. Santa Marta.

<sup>5</sup> Ibíd.28

En Colombia, las estadísticas oficiales del Ministerio de Agricultura sobre cítricos se refieren por un lado, a superficies de cítricos considerados en conjunto o asociados, y por otro individualmente a naranja, limón y mandarina como áreas de monocultivo o especialización. Colombia presenta una dinámica importante en la producción de cítricos, especialmente en lo que se refiere a naranjas, mandarinas y lima-limón.

La región de la Costa Atlántica que agrupa los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Sucre, Córdoba, Magdalena y Guajira, la región de la Orinoquía, tienen en conjunto el 25.0% del total de hectáreas del país, participando con el 22.3% de la producción nacional<sup>6</sup>.

En rendimientos por hectárea, el liderazgo lo tienen las regiones de occidente y Costa Atlántica; los rendimientos de algunos de sus departamentos evolucionan por encima del promedio nacional, como en el caso de Quindío, Caldas, Valle, Bolívar, Antioquia, Risaralda y Magdalena<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Observatorio Agrocadenas Colombia. *La cadena de cítricos en Colombia: una Mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*. Fecha: Marzo 2005. Disponible en <http://www.agrocadenas.gov.co>

<sup>7</sup> Corporación Colombiana Internacional. *Perfil del Producto Naranja*. Fecha: julio –septiembre 2000. Disponible en <http://www.cci.org.co>.

## 6. MARCO DE REFERENCIA

### 6.1 GENERALIDADES DEL PRODUCTO: NARANJA

**Información nutricional Ración:** 1 naranja (150g)

**Calorías:** 70      **Grasa:** 0g.

**Colesterol:** 0mg      **Sodio:** 0mg

**Carbohidratos:** 21g      **Fibra:** 7g.

**Azúcares:** 14g.      **Proteínas:** 1g.

**Propiedades:** - Rica en vitamina C, beta-caroteno y bioflavonoides. - Contiene pequeñas cantidades de vitaminas B1, B2, B3, B5, B6 y E. - Indicada para los dolores de garganta y encías, así como para prevenir o combatir resfríos. - Excelente para combatir problemas circulatorios y las venas varicosas al tener componentes que fortalecen los vasos sanguíneos. - Previenen el escorbuto. Además de la tradicional propiedad de prevenir resfríos se han descubierto propiedades anticancerígenas de la naranja.

El Instituto Nacional del Cáncer de Estados Unidos atribuye al consumo masivo de jugo de naranja la reducción de cánceres de estómago en los últimos años en este país. Básicamente hay dos tipos de naranja: la amarga (*Citrus aurantium*) y la dulce (*Citrus sinensis osbeck*). La primera se originó en China dos mil años antes de Cristo y llegó a Europa gracias a los árabes quienes la llevaron a Sicilia y España. Las dulces fueron introducidas por Vasco da Gama de la India a principios del siglo XVI.

Además de vitamina C (alrededor de 50mg cada 100g) las naranjas contienen un 88% de agua, 0.75% de proteínas, un 0.50% de fibras, 0.50% de vitaminas y grupo B, minerales (calcio, fósforo, hierro y potasio) y un 0.25% de grasa. Por su excelente sabor las naranjas son para muchas personas un "manjar único". Se diferencian las "de mesa" que se utilizan para postre de las "para jugo" que son menos pulposas pero igualmente sabrosas. La naranja es tan buena para consumir fresca, como para elaborar jugos, licores, utilizarla como ingrediente básico de las ensaladas de frutas o macedonia, y también en la preparación de exquisitos platos como el conocido pato a la naranja, salsas para carnes. La naranja agria es inmejorable para preparar mermelada al estilo inglés. La forma más popular de consumirlas es a través de los jugos ya sean naturales, o industriales.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Estudio del Mercado Frutas Cítricas Frescas y la República Dominicana. PDF

## **6.2 MARCO CONTEXTUAL**

### **6.2.1 PRODUCCIÓN NACIONAL DE CÍTRICOS**

Los cultivos de cítricos se encuentran dispersos por todo el país. Desde los 0 a 2.200 metros de altura sobre el nivel del mar, con condiciones de clima, suelos, infraestructura y características socioeconómicas muy diversas, que dan origen a diferentes sistemas de producción. La naranja y las demás frutas clasificadas como cítricos participan con el 30,95% del área cosechada en frutales, con el 1.78% del área en cultivos permanentes y con el 1.1% del área total cosechada en el país. Aunque los cítricos no participan de manera importante en el área total cosechada en el país, sí es evidente su importancia dentro del grupo de los frutales.<sup>9</sup>

La producción en el mercado nacional está ubicada principalmente en el centro del país, (Santander, Boyacá, Cundinamarca y Tolima) que participa con el 48% del área; le siguen el occidente (Eje Cafetero, Antioquia y Valle del Cauca), con una participación del 24%, la Costa Atlántica (Atlántico, Bolívar, Cesar y Magdalena), que participa con el 16.3% del área nacional, y la Orinoquia (Meta y Casanare), con una participación del 4.5%.

---

<sup>9</sup> Sistema de Inteligencia de Mercados. [http://www.cci.org.co/cci/cci\\_x/Sim/Perfil%20de%20Productos/perfilnaranja9.pdf](http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Perfil%20de%20Productos/perfilnaranja9.pdf)

## Producción Regional de Cítricos Asociados en Colombia

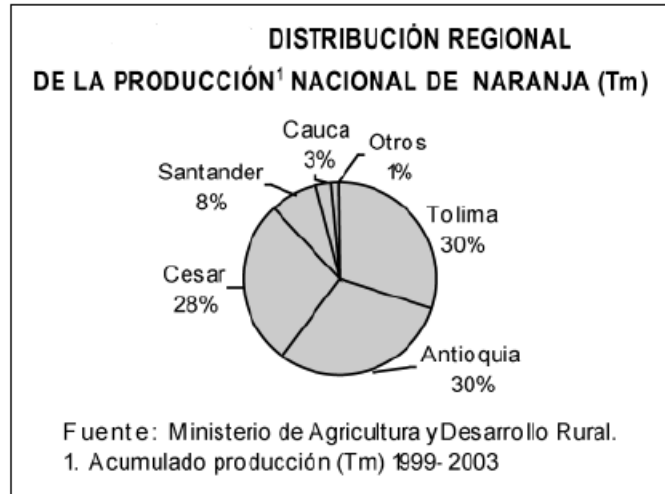
Puesto*	Departamento	1992			2004			Producción acumulada 2000-2004	Part. (%)*	Crecim. (%) Producción 92 - 04
		Has.	Tm	Tm/ha	Has.	Tm	Tm/ha			
1	Cundinamarca	6,512	81,460	12,509	10,739	120,374	11,209	577,154	17.3%	3.7%
2	Valle	2,745	45,431	16,550	3,934	102,908	26,161	437,472	13.1%	6.8%
3	Quindío	582	18,819	32,335	2,356	73,122	31,034	359,788	10.8%	12.2%
4	Santander	3,323	47,059	14,162	2,327	46,478	19,973	330,034	9.9%	2.3%
5	Meta	636	7,702	12,110	4,090	69,499	16,992	280,592	8.4%	15.6%
6	Boyacá	1,014	26,907	26,536	2,139	50,854	23,775	258,832	7.8%	3.2%
7	Caldas	1,900	38,000	20,000	1,597	41,910	26,243	228,991	6.9%	0.7%
8	Magdalena	1,901	36,620	19,264	2,310	46,555	20,154	214,299	6.4%	1.2%
9	Bolívar	1,347	21,133	15,689	4,228	64,617	15,285	210,965	6.3%	4.5%
10	Risaralda	628	13,196	21,013	1,601	40,715	25,431	164,920	4.9%	6.2%
11	Norte Santander	457	7,810	17,090	1,799	25,725	14,300	138,833	4.2%	18.6%
12	Córdoba	70	420	6,000	446	8,432	18,906	45,699	1.4%	11.1%
13	Nariño	457	7,810	17,090	1,858	12,207	6,572	42,906	1.3%	4.3%
14	Huila	188	1,880	10,000	831	8,179	9,842	31,952	1.0%	10.4%
15	La Guajira	-	-	N.I.	187	1,558	8,332	8,324	0.2%	
16	Casanare	10	400	40,000	120	2,136	17,800	4,495	0.1%	
17	Vaupés	-	-	-	93	270	2,903	828	0.0%	
18	Antioquia	193	2,026	10,497	23	202	8,774	459	0.0%	
19	Sucre	-	-	N.I.	-	-	N.I.	370	0.0%	
20	Cauca	113	3,818	33,788	-	-	N.I.	-	0.0%	
21	Tolima	745	14,900	20,000	-	-	N.I.	-	0.0%	
	<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>22,821</b>	<b>375,391</b>	<b>-</b>	<b>40,677</b>	<b>715,741</b>	<b>-</b>	<b>3,336,912</b>	<b>100.0%</b>	<b>5.0%</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

### 6.2.2. PRODUCCION REGIONAL DE CITRICOS

En cuanto a la producción nacional se presentan solo dos periodos de baja oferta, (Marzo-Abril, Agosto-Septiembre), en regiones como la cafetera la producción está entre los meses de Mayo-Julio, Octubre-Diciembre, mientras que en los llanos se da entre Octubre-Febrero, Julio-Agosto y en la Costa Atlántica durante los meses Marzo-Junio; claramente se observa q son pocas las regiones que suplen el abastecimiento necesario o en otro de los casos la demanda que existe por parte de compradores.

En la siguiente grafica se puede observar con mayor claridad, cuales son los departamentos productores de naranja según la distribución, hasta el 2003.



Los departamentos de Antioquia y Tolima presentan una producción acumulada hasta el 2003 de un 30%, donde se comprueba que en las regiones donde se ubican estos departamentos se presenta la mayor producción a nivel nacional, seguidos de los departamentos del Cesar con un 28% y Santander y Cauca con un 8% y un 3% respectivamente.

### 6.2.3 COMERCIALIZACION

Los cítricos en general se comercializan de forma tradicional, utilizando canales de comercialización como las plazas mayoristas, donde el acopiador rural compra el producto a campesinos y pequeños productores, para trasladarlo a la plaza regional, donde es comprado por el intermediario mayorista y venderlo a los detallistas.<sup>10</sup> En estos sistemas tradicionales de comercialización los intermediarios están presentes gracias a que en estos no se exige en cuanto a empaque y calidad externa del producto, además el precio que se fija en estos casos es dado por la oferta y la demanda, brindándole muchos beneficios a los mismos en cuanto a ganancias.

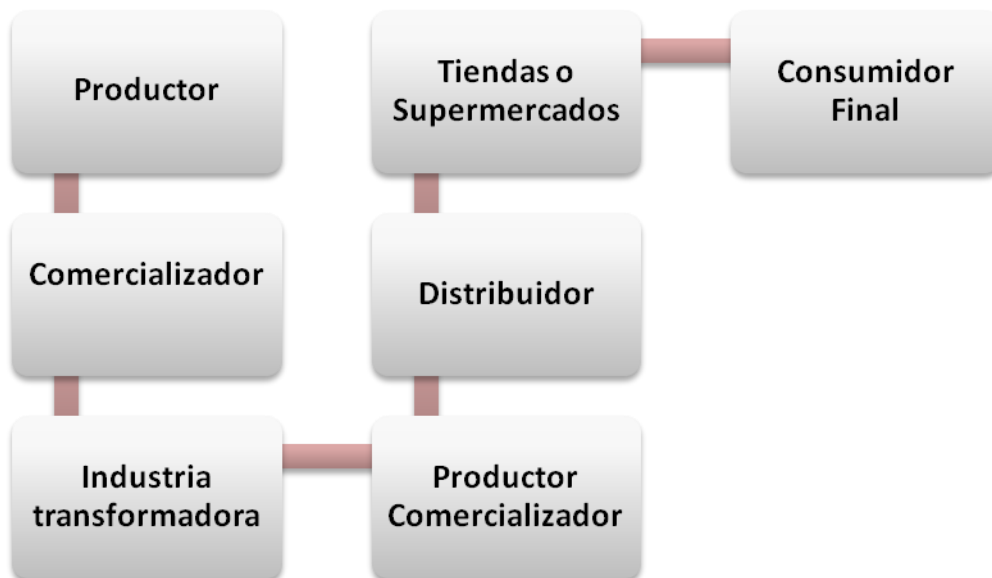
<sup>10</sup> Ministerio de Agricultura y desarrollo rural Observatorio agro cadenas de Colombia. Documento 66.  
[http://201.234.78.28:8080/dspace/bitstream/123456789/620/1/2005112155430\\_caracterizacion\\_citricos.pdf](http://201.234.78.28:8080/dspace/bitstream/123456789/620/1/2005112155430_caracterizacion_citricos.pdf)



Actores en los sistemas tradicionales:



En el caso de un comercio especializado participan:



Claramente se puede observar que en el caso del comercio especializado existen agentes como industrias o establecimientos como supermercados o tiendas que se encargaran de transformar o cumplir con los requerimientos de empaques y calidad externa del producto; cabe anotar que en uno de las dos maneras de comercializar pueden intervenir más o menos agentes al llevarse a cabo el proceso de comercialización.

#### **6.2.4. PROBLEMAS QUE ENFRENTA EL SECTOR.**

Según el documento presentado por el Ministerio de Agricultura llamado *Cadena de cítricos en Colombia: una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*, el país tiene una ínfima participación en producción global de cítricos y aunque la dinámica de este subsector ha mejorado, no es suficiente para ganar terreno siquiera en el mercado nacional, pues las importaciones de este tipo de frutas continua siendo superior a las exportaciones debido a que la producción interna presenta deficiencias en calidad y precios por lo cual el mercado nacional se está abasteciendo con productos importados, hasta el momento representado principalmente por concentrados de jugos de naranjas, cuyas compras en el exterior son cada vez mayores y también le ha impedido incursionar en los mercados internacionales<sup>11</sup>.

La falta de gestión empresarial y el desarrollo tecnológico hacen que la producción y comercialización de productos cítricos sea menos competitivas tanto en el mercado interno como en el externo. Otra razón por la que el país no ha podido llevar su producción de cítricos a otros países es porque no se cuenta con las variedades ni cualidades adecuadas, no hay continuidad en la oferta exportable e igualmente se deben de superar problemas de empaque y presentación, así como barreras técnicas y sanitarias<sup>12</sup>.

Además la industria nacional de jugos y frutas procesadas no se sule de materia prima proveniente del propio territorio nacional sino que esta se sule de materia prima importada, debido a que la producción nacional no se ajusta a sus requerimientos, ni en calidad y precios.

Se puede notar que la principal traba que impide el posicionamiento del subsector de cítricos en los mercados nacionales e internacionales es la calidad que los

---

<sup>11</sup> Cámara De Comercio De Santa Marta. Gestión Empresarial y Regional. Productividad y Competitividad. Cadenas productivas. Cítricos: Cadena Productiva Citrícola Costa Atlántica. Santa Marta. En: <[http://www.ccsm.org.co/gest\\_emp/productividad/ge\\_produc\\_index.php](http://www.ccsm.org.co/gest_emp/productividad/ge_produc_index.php)>

<sup>12</sup> Ministerio de Agricultura. *La Cadena de cítricos en Colombia: una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*. Bogotá. Marzo, 2005. Pág. 1

consumidores perciben de las frutas, el bajo grado de integración entre agricultores, la ausencia de una agroindustria especializada en este tipo de productos agrícolas, falta de asistencia técnica para los productores, poca investigación y transferencia de tecnología en la fase agrícola y agroindustrial.

## 6.2.5. COMERCIO EXTERIOR

### 6.2.5.1. EXPORTACIONES

Colombia enfrenta problemas para incursionar en los mercados externos, debido entre otros factores a que no cuenta con las variedades ni calidades adecuadas, no hay continuidad en la oferta exportable e igualmente se debe mejorar problemas de empaque y presentaciones, así como barreras técnicas y sanitarias.

Dentro de los productos exportados por Colombia se encuentran las naranjas frescas o secas, los limones frescos o secos, las mandarinas incluyendo la tangerina y satsuma frescas o secas, lima agria fresca o seca, jugo de naranja congelado, confituras, mermeladas y purés de agrios (cítricos), entre otros.

En la siguiente tabla se observa mejor cuales son los productos y su orden dependiendo de la cantidad al ser exportados.

**CADENA DE CÍTRICOS: EXPORTACIONES COLOMBIANAS SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA  
(FOB US\$)**

Partidas Arancelarias	Partidas Arancelarias	1991	2003	Acumulado <sup>1</sup>	Part. <sup>2</sup> (%)	Crecim. <sup>3</sup> (%)
0805100000	NARANJAS FRESCAS O SECAS.	92.479	330.157	2.150.893	60,3%	39,3%
0805201000	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS (TANGERINAS Y SATSUMAS) FRESCAS O SECAS.	2.810	20.183	30.819	0,9%	45,9%
0805209000	LAS DEMAS MANDARINAS CLEMENTINAS, WILKINGS E HIBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS, FRESCOS O SECOS.	23.627		-	0,0%	-92,7%
0805301000	LIMONES (CITRUS LIMON Y CITRUS LIMONUM). FRESCOS O SECOS.	159.058		512.808	14,4%	-77,1%
0805302000	LIMA AGRIA (CITRUS AURANTIFOLIA) FRESCOS O SECOS.	2.652		2.351	0,1%	-45,5%
0805400000	TORONJAS O POMELOS FRESCOS O SECOS.	21.633		3.200	0,1%	-47,1%
0805900000	LOS DEMAS FRUTOS AGRIOS (CITRICOS) , FRESCOS O SECOS.	14.307	4.661	14.798	0,4%	-21,0%
2007911000	CONFITURAS, JALEAS Y MERMELADAS DE AGRIOS (CITRICOS).	3.035	1.050	40.636	1,1%	-1,8%
2007912000	PURES Y PASTAS DE AGRIOS (CITRICOS).	2.772	22.406	31.332	0,9%	-16,0%

2008300000	AGRIOS (CITRICOS) PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL.	98.567	6.914	50.974	1,4%	-15,9%
2009110000	JUGO DE NARANJA CONGELADO.	2.000	191.188	587.656	16,5%	-5,1%
2009190000	LOS DEMAS JUGOS DE NARANJA.	28.786	48.862	95.710	2,7%	12,7%
2009200000	JUGO DE TORONJA O POMELO.			10.329	0,3%	20,3%
2009300000	JUGODE CUALQUIER OTRO AGRIO (CITRICO).	70.436		35.111	1,0%	-68,5%
<b>TOTAL EXPORTACIONES DE LA CADENA DE CITRICOS</b>		<b>522.162</b>	<b>625.421</b>	<b>3.566.617</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,3%</b>

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Corresponde al período 1999-2003.

2. Tasa de participación sobre el total del acumulado.

3. Tasa de crecimiento logarítmica 1991-2003.

La tabla anterior muestra los niveles de exportación según partidas arancelarias, donde las naranjas frescas o secas aparecen como el producto líder de exportación con un 60% del total de las exportaciones en el país, seguido del jugo de naranja congelado con un 16% y los limones frescos o secos con un 14%.

Por otra parte se puede observar en la siguiente tabla que países como Ecuador , Alemania, Holanda y países bajos son los principales importadores de frutas cítricas.

**CADENA DE CÍTRICOS: PRINCIPALES EXPORTACIONES COLOMBIANAS SEGÚN PARTIDA ARANCELARIA Y PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO (FOB US\$)**

Partida Arancelaria		País	Acumulado 1998-2003	Participación <sup>1</sup> 1998-2003	Crecimiento <sup>2</sup> 1991-2003
0805100000	NARANJAS FRESCAS O SECAS.	Ecuador	1.602.840	75%	-65%
		Zona Franca del Pacífico	186.600	9%	-82%
		Otros países	361.453	17%	-29%
		<b>TOTAL</b>	<b>2.150.893</b>	<b>100%</b>	<b>7%</b>
0805301000	LIMONES (CITRUS LIMON Y CITRUS LIMONUM). FRESCOS O SECOS.	Holanda, Países Bajos	346.627	68%	46%
		Reino Unido	75.555	15%	5%
		Alemania	65.597	13%	-20%
		Pakistán	13.464	3%	
		Ecuador	5.250	1%	-6%
		Otros países	6.315	1%	-60%
		<b>TOTAL</b>	<b>512.808</b>	<b>100%</b>	<b>-13%</b>
2008300000	AGRIOS (CITRICOS) PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO, INCLUSO CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE O ALCOHOL.	Estados Unidos	26.151	51%	-22%
		España	19.624	38%	36%
		Alemania	4.076	8%	57%
		Bélgica y Luxemburgo	960	2%	
		Otros países	163	0%	-20%
		<b>TOTAL</b>	<b>50.974</b>	<b>100%</b>	<b>-16%</b>

2009110000	JUGO DE NARANJA CONGELADO.	Estados Unidos	543.524	92%	-2%
		México	18.642	3%	
		Zona Franca de Bogotá	12.538	2%	
		Venezuela, RB de	11.329	2%	
		Otros países	1.623	0%	-7%
		<b>TOTAL</b>	<b>587.656</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>

Fuente: DANE. Cálculos Observatorio Agrocadenas.

1. Tasa de participación sobre el total del acumulado 1998-2003

2. Tasa de crecimiento logarítmica 1991-2003

### Para tener en cuenta...

La naranja Común y Valencia que se produce en Colombia, se destina casi en su totalidad al mercado en fresco y aunque su vocación es servir de insumo para la Agroindustria, esta no se ajusta ni en calidad ni en precio.

Aunque en el país existen diferentes productores regionales que comercializan y distribuyen la naranja en canastillas plásticas o empaques rígidos de cartón, la práctica más común es someter el producto a procesos de selección y comercializarla en costales.

La naranja se clasifica según variedad, categoría, color, calibre, para luego ser lavada y encerada. Posteriormente se almacena en canastillas de 50x30x35, con capacidad de 20kg, si es comercializada en plazas solo se empaacan en costales.

Los costos variables que surgen cuando se incurre en una producción de naranja están representados principalmente por mano de obra, fertilizantes e insecticidas.<sup>13</sup>

### 6.2.6. SECTOR CITRICULTOR EN EL MAGDALENA

La producción de naranja en el departamento y de los cítricos en general no es la más óptima, como se observó en las gráficas anteriormente vistas, ya que los sobrepasan los departamentos ubicados en la región Andina.

El Departamento del Magdalena posee ventajas en cuanto a la producción de frutas cítricas, gracias a la fertilidad de su suelo, su clima, su cercanía a la costa Atlántica, vía de salida de productos hacia los principales mercados

---

<sup>13</sup> Ibíd.

internacionales.<sup>14</sup>A pesar de estas ventajas, es necesario que el departamento se enfoque aun más en las necesidades que este tiene, para mejorar y complementar la producción y competitividad a nivel nacional.

Estas necesidades abarcan la reparación de las vías de los principales corregimientos y municipios dedicados a la producción de estos productos, esto es diseñar proyectos que vallan encaminados al desarrollo logístico del departamento que facilite la movilización de productos entre los diferentes municipios hasta el puerto de la ciudad; es evidente el rezago y abandono en que se encuentran las vías terrestres que los comunican, pues el transporte se hace por medio de trochas que entorpecen la adecuada movilización de productos y mercancías y además causan perjuicio a los mismos, para el caso de las naranjas que estas se magullen afectando directamente en la calidad y presentación de esta.

Se observa que además de centrarse en la diversificación de productos para el exportación, también es importante que se ponga énfasis en otros medio que hacen posible tal objetivo y que influyen directamente en la competitividad y productividad del departamento; es por esto necesaria la organización y fortalecimiento de gremios en cuanto a creación de alianzas estratégicas para mejorar la competitividad regional y del subsector de las frutas, además del desarrollo tecnológico sostenible y competitivo para la citricultura del sur del departamento del magdalena.<sup>15</sup>

Por lo anterior el Departamento trabaja sobre la Agenda Interna de Productividad del Magdalena para impulsar aquellos sectores en los que el departamento tiene gran potencial y los cuales pueden aportar al desarrollo del departamento desde la óptica del comercio exterior. El proyecto se ocupa en las áreas de logística y transporte y agroindustria. Por el lado del sector de cítricos este plan busca que para el 2010 el departamento sea líder en la producción, comercialización y exportación de este tipo de frutas (lima Tahití, limón común, naranja) ya sean frescas o procesadas, con una industria sólida. Se contempla trabajar en: adecuación de la malla vial que permita el libre acceso a las zonas productoras y desarrollo de los componentes y sus líneas estratégicas (la institucionalidad, asistencia técnica transferencia de tecnología e investigación, desarrollo tecnológico al servicio de los cítricos, mercadeo y comercialización, organización y fortalecimiento gremial, medio ambiente, agroindustria, financiación, desarrollos del talento humano, infraestructura, vías y servicios públicos, seguridad.)<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Agenda interna para la productividad y la competitividad. Insumos Magdalena, pdf. Pág. 31

<sup>15</sup> *Ibíd.*

<sup>16</sup> Araujo Ibarra, Consultores en negocios internacionales. Magdalena: Estructura productiva y productos potenciales. Noviembre de 2006. Pág. 13

Existe además *El Plan Estratégico Exportador Regional del Magdalena*, diseñado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, dentro de este se plantea como objetivo desarrollar mecanismos para el fomento del turismo, la ganadería, la agricultura, la agroindustria, la industria forestal y la pesca.

El mismo se encamina hacia la mejora en la infraestructura y logística para apoyar y mejorar el proceso exportador, mediante proyectos de perfeccionamiento de la cobertura y la calidad en los servicios públicos, apoyo al desarrollo multimodal que promueva las exportaciones y mejorar la infraestructura vial férrea del Magdalena. También se busca identificar mercados para adaptar la oferta exportable mediante estrategias de marketing y promoción de las exportaciones.<sup>17</sup>

Otro proyecto que apoya al desarrollo del sector citrícola es el referente a la *Cadena Productiva Citrícola y Oleaginosas, Aceites y Grasas*, también diseñado por el MINCOMERCIO, a través de esta propuesta la costa atlántica busca fortalecer la cadena productiva citrícola y para ello buscan concertar por medio de este documento una estrategia que se conforme en un Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva citrícola de la Costa Atlántica<sup>18</sup>.

Estos son algunos planes que se han esgrimido por el Departamento y algunas entidades públicas nacionales para impulsar el desarrollo económico, la competitividad, productividad y posicionamiento del Magdalena a nivel nacional e internacional.

## **6.3 MERCADO INTERNACIONAL**

### **6.3.1 PRODUCCION Y DEMANDA MUNDIAL**

Según la FAO (Food and Agriculture Organization) para 2003 los mayores productores de cítricos a nivel mundial son Brasil y Estados Unidos con una participación de 21.4% y 14.5% respectivamente. También es de importante destacar la participación conjunta de China, México, España e India, que juntos contribuyen a la producción mundial en un 27.6% (esta apreciación se pueden observar en la tabla siguiente). Por su parte Colombia presenta una participación muy marginal como productor de naranja con apenas un 1% del total mundial.

---

<sup>17</sup> *Ibíd.* Pág. 27

<sup>18</sup> Cámara De Comercio De Santa Marta. Gestión Empresarial y Regional. Productividad y Competitividad. Cadenas productivas. Cítricos: Cadena Productiva Citrícola Costa Atlántica. Santa Marta, En <[http://www.ccsm.org.co/gest\\_emp/productividad/ge\\_produc\\_index.php](http://www.ccsm.org.co/gest_emp/productividad/ge_produc_index.php)>

Durante 1999, según cifras reportadas por este mismo organismo, se registraron 3,78 millones de hectáreas cosechadas en naranja. De ellas, el 36.80% estaba localizado en Brasil, 14.49% en Estados Unidos, el 4.83% en China, el 4.69% en México y el 4.34% en España, países que, en su conjunto, contaban con el 57% del área cosechada mundial en 1999; esto demuestra que en algunos países como Brasil se disminuye la producción aprox. un 15%, a diferencia del resto de los países que se mantuvieron en la producción de naranja.

Existen dos mercados en el cultivo mundial de la naranja: el de frutas frescas y el de zumo concentrado. En el de las frutas frescas, destacan, por orden, como principales exportadores mundiales, España, Estados Unidos, Italia, Grecia y Turquía. El de zumo concentrado está prácticamente dominado por Brasil y Estados Unidos que, juntos, producen el 90% del total mundial.

Entre los países con mayor dinamismo en cuanto a la producción de naranja se encuentra Costa Rica, cuya área cosechada creció a una tasa anual promedio de 16.83%, aunque también mostraron una dinámica interesante China, Brasil, México, España, Marruecos, Suráfrica, Ghana y Colombia, cuyas áreas crecieron entre 1999 y 2003 a tasas anuales promedio superiores al crecimiento mundial, situado en 2.2% anual promedio. El dinamismo de Colombia frente a los demás países fue inferior al promedio mundial, ubicándose en el 2.0%

La producción mundial de naranja alcanzó las 61,9 millones de toneladas en 2003, mostrando una tasa anual de crecimiento de 1.3% entre 1999 y 2003. Ese mismo año los cinco países que participaron con el 57% del área cosechada produjeron el 65,1% de la naranja en el mundo y participan así en el total: Brasil, con el 36.8%; Estados Unidos, con 14.49%; China, con 4.83%; México, con 4.69%, y España, con 4.34%.

El 52% de la producción mundial se destina al consumo en fresco dentro de los países productores, el 8% se comercializa como fruta fresca en los mercados internacionales y el restante 40% se destina al consumo industrial interno y externo de los países.

Brasil, Estados Unidos y España tienen relativamente altos niveles tecnológicos y de productividad que se evidencian en tasas anuales promedio de crecimiento de la producción, mayores a las tasas de crecimiento del área cosechada



## PRODUCCION MUNDIAL DE NARANJA (MILES DE TONELADAS)

Paises	1995	1996	1997	1998	1999	Part. 1999 %	Crec. <sup>1/</sup> 99/95 %
Brasil	19.613,121	18.649,22	19.60,820	20.731,922	22.772,2	36,80	2,45*
Estados Unidos	10.371,010	10.366,011	11.514,012	12.401,0	8.968,0	14,49	-1,11*
China	2.124,4	2.182,3	2.640,4	2.255,0	2.988,5	4,83	7,15
México	3.571,5	3.984,6	3.943,9	3.331,2	2.903,0	4,69	-5,94
España	2.587,3	2.200,8	2.845,0	2.442,8	2.685,4	4,34	1,79*
India	2.080,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	3,23	-0,78
Italia	1.596,8	1.771,1	1.823,6	1.921,1	1.993,6	3,22	5,25
Irán	1.555,9	1.669,5	1.705,7	1.749,2	1.749,2	2,83	2,81
Egipto	1.555,0	1.613,3	1.522,1	1.441,7	1.525,0	2,46	-1,51*
Pakistán	1.371,6	1.400,0	1.425,9	1.450,0	1.450,0	2,34	1,46
Suráfrica	747,6	890,3	962,5	992,8	1.026,2	1,66	7,42
Grecia	938,2	971,8	1.010,9	813,6	900,0	1,45	-2,61*
Marruecos	702,0	1.032,3	804,0	1.103,8	873,5	1,41	5,04*
Turquia	842,0	890,0	740,0	830,0	830,0	1,34	-0,99*
Argentina	760,1	504,4	918,7	983,8	780,0	1,26	7,20*
Indonesia	1.004,6	730,9	693,2	613,8	613,8	0,99	-11,60
Colombia	395,5	407,0	450,0	470,0	508,9	0,82	6,48
Australia	442,1	522,6	500,0	442,8	470,0	0,76	-0,43*
Vietnam	379,4	380,0	380,0	379,0	405,1	0,65	1,28*
Cuba	275,5	283,2	482,3	400,0	400,0	0,65	10,91
Israel	350,3	343,3	326,8	312,9	385,0	0,62	0,96*
Venezuela	593,5	542,9	513,7	398,5	331,8	0,54	-14,73
Tailandia	325,0	315,0	315,0	320,0	320,0	0,52	-0,15*
Otros	4.565,9	4.671,9	4.971,5	5.356,2	5.003,1	8,08	3,20
Total	58.748,661	61.538,265	65.450,063	73.140,961	82.182,1	100,00	1,30*

\*Series erráticas y sin tendencia definida. <sup>1/</sup>Tasas de crecimiento anual promedio. Estimaciones lineales.

Fuente: FAO. Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

Por el lado de la demanda de cítricos, los mayores compradores o importadores de estas frutas son: Alemania, Francia, Japón, Reino Unido, Holanda, Canadá, Estado Unidos, Bélgica, Luxemburgo, Hong Kong y Polonia, los cuales en conjunto representan el 68.5% de la demanda mundial. La Unión europea es la región más grande que importa cítricos.

Las importaciones mundiales de cítricos alcanzaron en 1999 un valor de US\$ 4.638 millones llegando a US\$ 5.421 millones en 2002. Las importaciones de

colombianas de frutas mostraron más dinámica que las realizadas a nivel mundial con un crecimiento de US\$ 28.000 en 1999 a US\$ 989.000 en 2002, esto indica que el país mantiene una fuerte dinámica

Alemania es el cuarto país destino de las exportaciones del Magdalena después de Bélgica, Estados Unidos y Reino Unido.

### **6.3.2. ENTRADA DE PRODUCTOS AGRICOLAS A ALEMANIA**

#### **6.3.2.1. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ALEMAN**

Para poder llevar a cabo un buen proceso de distribución de un producto en cualquier país, se hace necesario además de estudiar el entorno político, económico y social, se necesita determinar los gustos e intereses que reflejan las persona o consumidores a quien va dirigido el producto; en esta ocasión estudiaremos un poco cuales son las preferencias del mercado alemán, para determinar los parámetros o los procedimientos que hay que seguir al momento de incursionar en este mercado.

En el mercado alemán existe una dicotomía entre los consumidores que están orientados hacia precios bajos y productos económicos y de aquellos identificados con el segmento Premium. Según un análisis, el 27 % de los hogares alemanes está en condiciones de comprar todo lo que necesitan en cuanto el 24% de los hogares tiene recursos bastante más reducidos orientados a buscar precios más convenientes. El restante 50% de la población se ubica entre estos dos extremos y dice que está en condiciones de comprar en general lo que precisa<sup>19</sup>.

Esto revela que los consumidores alemanes del segmento medio inviertan un 22% de sus ingresos en la compra de alimentos, bebida y tabaco, en promedio unos 310 Euros al mes por hogar. Esto permite a la mayoría de la población alemana acceder a tener la posibilidad de satisfacer sus necesidades de consumo de manera fácil y sin ningún problema, contribuyendo a elegir productos cada vez más elaborados, cambiar sus preferencias y hábitos de consumo de modo más rápido y buscar siempre lo novedoso.

Pero no solo se determina el consumo según las divisiones preferenciales que existen entre los habitantes, además de esto existen tres segmentos o tendencias que predominan en Alemania, como lo son el bienestar, la comodidad y el placer,

---

<sup>19</sup> Chile potencia Alimentaria. <http://www.chilepotenciaalimentaria.cl/content/view/1554/Tendencias-del-consumo-en-Alemania.html>

estas tendencias intervienen de manera importante a la hora de adquirir productos en el mercado.

El bienestar hace referencia a la calidad del producto, en muchos casos de trata de consumidores maduros con ingresos elevados que buscan alimentos con un valor agregado y beneficiosos para la salud; en cuanto a la comodidad se observa una tendencia cada vez mayor hacia productos preparados, no solo congelados, pero igualmente alimentos refrigerados «chilled food», listos para su inmediato consumo. Productos preparados y envasados, como fruta cortada y lavada, pasta pre cocida, ensaladas lavadas que permitan ahorro de tiempo en la compra y preparación de alimentos, por lo tanto, este tipo de utilización adquieren cada vez más relevancia sobre todo entre las familias,<sup>20</sup> esto indica que entre más practicidad refleje el producto a la hora de consumirlo o utilizarlo es mucho mas apetecido por decirlo así, por los consumidores; y por último el placer, que es tenido en cuenta principalmente por consumidores adultos (mayores de 50 años) y de ingresos altos.

#### **6.3.2.1.1. EL CONSUMO PREMIUM**

Los productos Premium ocupan actualmente un 12.3% del mercado alemán, estos productos al ser mas estandarizados generan mayores ingresos para las tiendas, supermercados o distribuidores ; aunque en el mercado alemán existe una tendencia el ahorro o a economizar, esta iniciativa (Productos Premium) se explica parcialmente por factores sociológicos, ya que una marca de nombre aporta mayor seguridad al consumidor por haber elegido bien, el cual está confundido por la amplia oferta de productos y por la oferta de estos en el mercado.

#### **6.3.2.1.2. OFERTA DE PRODUCTOS**

El consumidor alemán puede seleccionar entre una diversificada oferta de 150.000 bienes alimenticios y bebidas, cada semana salen al mercado aproximadamente 600 nuevos productos con origen. Sin embargo, el comportamiento de compra es relativamente conservador entre la población, cada hogar consume sólo 440 productos diversos al año, 60% de éstos son los mismos que el año anterior, en total alcanzan a 180 productos nuevos, un número relativamente reducido de los 30.000 productos originales que salen cada año al mercado.<sup>21</sup>Esta situación hace que los productos que salen al mercado por primera vez tengan una elevada tasa de mortalidad, indicando que es necesario que se aplique o que se tenga en

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Ibid.

cuenta un buen estudio del mercado alemán y de sus preferencias y/o necesidades, antes de realizar el lanzamiento de dicho producto.

### **6.3.2.2. REQUISITOS SANITARIOS Y NORMAS TÉCNICAS**

Es indispensable, conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnica, de etiquetado, de empaque, embalaje y demás requisitos que puedan exigir las autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachada la mercancía.

La entrada de productos agrícolas a la Unión Europea se ve regulada bajo la Política Agraria Común (PAC) introducida con el fin de proteger la producción local de alimentos. Una característica del PAC es el sistema de gravámenes integrado en un sistema de precios de entrada, por ejemplo si el precio de importación es inferior al precio de entrada mínimo, se impone un derecho adicional además del derecho de aduana ya estipulado por la legislación. El sistema se aplica a varios productos durante todo el año y a otros productos durante determinadas épocas, con excepción de las frutas y verduras. Este último aspecto representa un obstáculo menos para la exportación de cítricos desde el departamento pues se incurren en un costo menos en el país de destino con relación a la importación de frutas, en este caso naranjas.

Otro punto a considerar es el hecho de que en la Unión Europea se le da mucho énfasis a la seguridad alimentaria, razón por la cual se han implementado medidas para garantizar que los productos alimenticios, que incluyen aquellos de procedencia agrícola, lleguen en condiciones saludables a la población. Es importante tener en cuenta este aspecto de la legislación aduanera en este país, pues como se mencionó al inicio del trabajo, el departamento tiene deficiencias en la aplicación de normas de calidad a lo que se refiere a la capacidad del departamento para cumplir con los estándares en materia de sanidad animal y vegetal exigidos por los mercados internacionales.

En virtud de lo anterior cualquier información relativa a la composición, los procesos de fabricación y la utilización de los alimentos debe ser clara y precisa. Para garantizar un alto nivel de salud pública, la Unión Europea y los Estados miembros han incluido la seguridad alimentaria entre las prioridades de la agenda política europea. Además los consumidores son cada vez más exigentes en materia de seguridad y calidad alimentarias. Es claro el hecho de que los productos alimenticios que salen del departamento deben cumplir con todos los requerimientos de los consumidores europeos; mas aun sabiendo que la

competitividad de los productos agrícolas que se siembran en el departamento depende en gran medida del grado en que estos cumplen con los protocolos internacionales en materia de normas fitosanitarias.

Por otra parte la Unión Europea es el segundo exportador mundial de productos agrícolas, después de los Estados Unidos y su industria agroalimentaria de transformación ocupa el primer puesto mundial, esto le exige al departamento y a los productores la búsqueda e implementación de herramientas que los catapulten a hacia mejores niveles de competitividad con el fin de estar a la par de sus competidores extranjeros.

La Comisión Europea ha tomado conciencia de la necesidad de aplicar y hacer respetar una serie de normas de seguridad más estrictas en relación con toda la cadena alimentaria, prueba de ellos son los importantes cambios en la legislación de Alimentos, los cuales afectarán las exportaciones que efectúen terceros países como Colombia. A partir del 1° de enero de 2005, mediante el reglamento 178/02 de la Comisión Europea, se están haciendo exigibles los requisitos en materia de Trazabilidad, esto quiere decir que los exportadores de alimentos deben implementar un sistema de rastreo a los productos a lo largo de la cadena de producción, transformación y distribución. Ahora no solo los productores agrícolas tendrán que mejorar la calidad de las naranjas sino también modificar los sistemas de producción si quieren llegar al mercado alemán, lo cual también implica inversión en tecnología para hacerse a este sistema de seguimiento de la producción.

Según el artículo 18 del reglamento 178/02, las empresas de alimentos deberán contar con sistemas y procedimientos que les permitan: 1- identificar a los proveedores; 2- Identificar a las empresas a la cuales se les suministren los productos; 3- Poner a disposición de las autoridades esta información. Así mismo, los productos que se comercialicen o que se piensen comercializar en la Comunidad Europea deberán estar etiquetados y marcados adecuadamente<sup>22</sup>.

#### **6.3.2.2.1. NORMAS TÉCNICAS**

A pesar de la liberación del comercio, el acceso al mercado europeo puede hacerse más difícil debido a la rápida proliferación de reglamentación en el área de seguridad, salud, calidad y medio ambiente. La nueva reglamentación tiene

---

<sup>22</sup> Proexport. Cartilla de Exportación. Alemania. Pág. 57

grandes repercusiones en las posibilidades de venta de los productos de los países en desarrollo y países en transición, en el mercado de la UE. Dentro de estas reglamentaciones se encuentran: la Marca de la CE, la Responsabilidad del producto, ISO 9000, Reglamentación relativa al Medio Ambiente y Etiquetado de Comercio Justo. Además de las exigencias en cuanto a tramitología también se presenta la dificultad de incursión de los productos provenientes de países como Colombia, que afecta las oportunidades de negocios que los productores, más específicamente, magdalenenses encuentran en Alemania.

#### **6.3.2.2.2. ESTÁNDARES DE CALIDAD**

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.

Algunos de estos requisitos se encuentran contemplados bajo la norma 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.

Existe además otra legislación para los niveles máximos de pesticidas, metales, y contaminación microbiológica o radiológica. El EUREP (Euro Retailer Producer Group), desarrolló la GAP (Good Agricultural Practice), para las hortalizas, en cuanto a criterios de dirección, uso de fertilizantes, protección de cultivos, manejo de plagas, cosechas, seguridad y salud de los trabajadores. Los exportadores de frutas y vegetales frescos, que esperan suplir las cadenas de supermercados Europeos, deberán demostrar que cumplen con estas directrices. Actualmente los compradores de productos agrícolas frescos de Europa exigen la certificación del protocolo EUREPGAP a los exportadores colombianos. Por esta razón, el convenio No. 000152/05 entre el SENA y la Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC, con la asesoría técnica y participativa del ICA, tiene como objetivo capacitar agricultores, asistentes técnicos, personal docente y autoridades regionales del sector agropecuario para suministrar las herramientas técnicas en

materia sanitaria y organizacional, que permitan el acceso a un mercado global, cada día más exigente y preparado<sup>23</sup>.

Por otra parte el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a través del programa de ayuda de la Unión Europea, llamado Asistencia Técnica al Comercio en Colombia que busca reducir el impacto de barreras no arancelarias sobre las exportaciones colombianas, entre ellas las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), mediante capacitaciones al sector público y privado sobre sistema MSF de la UE: normatividad sanitaria básica, requisitos para importar animales vivos y productos de origen animal/acuático, requisitos para importar vegetales, listados de países y de establecimientos autorizados a importar, planes de residuos, etc.; y entrenamiento para sistemas de información a exportadores (SISPAP-ICA Y SIIC Proexport) en utilización de fuentes de información sobre requisitos MSF.

Como se puede observar el mercado y las autoridades europeas son muy exigentes en materia de calidad, por lo tanto los empresarios que deseen llevar sus productos a la plaza alemana deben mejorar sus estrategias de producción. Como se está haciendo énfasis en la exportación de naranjas, que es un producto agrícola y alimenticio, esto lo hace más susceptible a las exigencias de las autoridades aduaneras en el país destino. El consumidor de hoy exige que el productor conozca a fondo la estructura de su actividad y los estándares de sanidad e inocuidad que ésta requiere. El compromiso del productor es hacer un seguimiento del comportamiento sanitario, no sólo teniendo en cuenta los aspectos locales y regionales, sino también los factores nacionales e internacionales que lo afectan.

### **6.3.2.2.3. TRIBUTACION**

En cuanto a tributación se aplica el Impuesto de Valor Añadido (IVA), para los productos importados y de producción local. Generalmente para los productos básicos, las tarifas son bajas, y para los productos de lujo, altas. Para el caso de la naranjas bajo cosificación arancelaria 80.05.10.20 (naranjas dulces, frescas) el IVA que se causa es del 7% sobre la base gravable

---

<sup>23</sup> SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA), SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA (SAC), INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO (ICA). Especificaciones técnicas en materia fitosanitaria y organizacional, para acceder al mercado de productos Agroalimentarios. Bogotá. Junio de 2006. Pág. 5

## 7. MARCO CONCEPTUAL

**Buenas Prácticas Agrícolas (BPA):** son un sistema de aseguramiento de la inocuidad, que con un enfoque preventivo aplicado a toda la cadena, reúne las condiciones y prácticas operativas recomendadas para el mejoramiento de los métodos convencionales de producción agrícola, haciendo énfasis en la inocuidad del producto, y con el menor impacto de ellas sobre el ambiente, la fauna, la flora y la salud de los trabajadores.

**Certificación:** es una garantía por escrito dada por un organismo independiente, que asegura que el producto y/o sistema de producción cumple con determinados requisitos.

**Certificado Fitosanitario:** certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades.

**Cuotas:** son restricciones en la cantidad de importaciones o exportaciones, y son utilizadas para regular la oferta.

**DIAN:** Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

**Dicotomía:** División en dos partes de una cosa; en el caso de una dicotomía de los consumidores, es la división de consumidores según la preferencia de productos de bajo precio a productos Premium.

**ETA:** enfermedades transmitidas por alimentos

**GLOBALGAP:** antigua EUREPGAP, Es un programa privado de certificación voluntaria relativamente nuevo, creado por 24 cadenas de supermercados que operan en diferentes países de Europa. El propósito es aumentar la confianza del consumidor en la inocuidad de los alimentos, desarrollando “Buenas Prácticas Agrícolas” (BPA) que deben adoptar los productores. A diferencia de los otros programas de certificación, esta hace énfasis en la sanidad de los alimentos y el rastreo del producto hasta su lugar de origen.

**INCOTERMS:** International Commercial Terms

**Inocuidad:** Es La garantía de que los alimentos no causarán perjuicio o daño al consumidor, cuando sean preparados e ingeridos de acuerdo con su uso previsto.

**Integrado:** Integrado significa que un amplio e interdisciplinario enfoque es iniciado, usando principios científicos de protección de cultivos, para fusionar en un sistema simple una variedad de métodos y tácticas.



**Manejo integrado de plagas(MIP):** es una herramienta que utiliza todas las técnicas de manejo disponibles y las integra en un sistema que permite proteger el medio ambiente y la salud de los trabajadores, así como garantizar o asegurar la inocuidad del producto final, teniendo en cuenta principalmente las actividades de prevención.

**PAC:** Política Agraria Común

**PPC:** Productos para la Protección de Cultivos

**Plantas resistentes:** La creación de plantas resistentes señala el esfuerzo por desarrollar variedades sanas y vigorosas que serán resistentes a determinada plaga.

**RUT:** Registro Único Tributario

**Seguridad Alimentaria:** Es la capacidad de garantizar la disponibilidad y el acceso a la cantidad y variedad de alimentos inocuos que la población requiere para llevar una vida activa y saludable.

**Trazabilidad :** posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo (reglamento 178/02 de la Comisión Europea)

**ZEIKY:** Centro de Información Empresarial

## **8. AREA Y LINEA DE INVESTIGACION APLICADA**

El campo de estudio del presente proyectó está enmarcado en el eje de desarrollo productivo del plan de Ciencia Tecnología e Innovación de la Universidad del Magdalena, enfocado en el sector de la Agroindustria e Industria Exportadora, ya que el desarrollo productivo se presenta como la oportunidad de desarrollo económico para las poblaciones del Magdalena, siendo de vital importancia la agroindustria e industria exportadora y los servicios logísticos necesarios para la ejecución de estas actividades productivas en pro de la inserción óptima del departamento en los mercados internacionales.

## **9. RESOLUCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA PLANTEADA**

Para llevar a cabo un buen proceso de inserción en los mercados internacionales de las apuestas productivas del departamento del Magdalena especialmente la del subsector cítrico, se plantea la siguiente propuesta teniendo en cuenta la situación interna y externa para la producción y exportación de naranjas.

### **9.1 ESPECIFICACIONES ORGANIZACIONALES PARA ACCEDER AL MERCADO DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS (NARANJAS).**

Según las apuestas productivas del departamento, el sector agrícola es el fuerte motor de la economía regional, pero todavía hay subsectores que no son explotados al máximo porque no se cuenta con las condiciones necesarias en materia logística, ambiental y de información para hacer de éstos una producción netamente sostenible y con gran impacto positivo en la calidad de vida de sus habitantes.

Como es el caso del subsector cítrico, especialmente en el municipio de Guamal Magdalena, donde hay una existente producción de naranjas sin explotar, debido a las condiciones anteriormente mencionadas.

Por tal, básicamente se debe empezar por una organización de los productores, bien sea que, estos solo puedan exportar de acuerdo a su capacidad instalada o recurrir a una figura jurídica (asociación, cooperativa, fundación, gremio, etc.) que congregue las fincas o parcelas de los pequeños productores y de esta forma desplegar una inteligencia de mercado tanto intrínseca, en tanto con el cumplimiento de trámites, permisos, capacidad instalada para la exportación, inocuidad y trazabilidad del bien, especialmente para aquellos países que implementan protocolos de seguridad alimentaria como es el caso de Alemania, para el cual deben aplicar un programa de manejo integrado de plagas (MIP).

Además del conocimiento de los crecientes costos de producción especialmente si se va a incursionar a los mercados globales por primera vez, ya que cada día son más exigente y preparados.

En tanto que la parte externa, enfocada al conocimiento de los incentivos nacionales para la promoción de la exportación de productos agrícolas, la demanda internacional, las políticas cambiarias y financieras, como también los procesos logísticos y de contratación internacional para el cumplimiento de los intercambios comerciales a través de las fronteras.

### **9.1.1. BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS –BPA-**

Colombia cuenta con una Norma ICONTEC, la NTC 5400 “Buenas prácticas agrícolas para frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas. Esta Norma de carácter voluntario, cuyo objetivo es definir requisitos y procedimientos que sirvan de orientación a los pequeños, medianos y grandes productores, busca mejorar las condiciones de la producción de estos cultivos, para el mercado en fresco nacional o de exportación, así como para la agroindustria.

Con el fin de garantizar que los alimentos no representen riesgo a la salud de los consumidores, se deben asumir compromisos en materia sanitaria para cumplir con los factores que exigen los consumidores internacionales, lo que a su vez es lo que le da competitividad al producto: Calidad, precio, puntualidad, presentación (empaquete y embalaje), higiene y seguridad, normas de manejo acorde con las normas internacionales, trazabilidad, seguridad fitosanitaria y de productos químicos.

Se debe implementar un sistema de Buenas Prácticas Agrícolas mediante:

- ✓ Aplicación de manejo integrado de plagas.
- ✓ Manejo limpio de los productos en campo.
- ✓ Historial sanitario desde la siembra hasta post-cosecha
- ✓ Utilizar productos de mayor categoría toxicológica
- ✓ Manejo y uso eficiente de fertilizantes y abonos para la competitividad.

### **9.1.2 APLICACIÓN DE UN PROGRAMA DE MANEJO INTEGRADO (MIP)**

El Manejo Integrado de Plagas, MIP, se constituye en una de las estrategias básicas que se deben implementar para realizar controles sanitarios y fitosanitarios desde la finca y mantener estándares de calidad en la producción

con fines de satisfacer las exigencias de los consumidores.<sup>24</sup> Contemplando cuatro principios básicos: Exclusión. Supresión, erradicación y plantas resistentes.

Para el desarrollo de estos principios, se parte desde la identificación de plagas claves y organismos benéficos que tengan una afectación en la producción de naranjas.

Luego se toman las medidas preventivas para la minimización de las plagas. Asesorados por los técnicos capacitados, para posteriormente hacer la predicción de los riesgos y pérdidas involucrados y finalizar con la evaluación y seguimiento a la plantación.

### **9.1.3 MANEJO ÓPTIMO DE PRODUCTOS PARA LA PROTECCIÓN DE CULTIVOS (PPC)<sup>25</sup>**

Como se trata de producción agrícola, los productores deben estar sabios a cerca de las estrategias para la prevención y control de cualquier plaga, insecto o malezas en aras de mantener el buen desarrollo agro productivo de las cosechas para poder cumplir con la demanda internacional. Para esto se contempla la utilización de productos para la protección de cultivos, los cuales deben usarse siguiendo las recomendaciones técnicas definidas en la etiqueta.

### **9.1.4 LA INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS**

Es la garantía de que los alimentos no causarán perjuicio o daño al consumidor, cuando sean preparados e ingeridos de acuerdo con su uso previsto (FAO/OMS 1997).

La inocuidad de los alimentos es hoy en día una preocupación mundial, tanto para los consumidores como para las autoridades sanitarias, debido a que las enfermedades transmitidas por los alimentos, conocidas como ETAs, son cada vez más frecuentes<sup>26</sup>.

### **9.1.5 CERTIFICACIONES**

La certificación es una garantía por escrito, dada por un organismo independiente, que asegura que el producto y/o sistema de producción cumple con determinados requisitos. Esos requisitos pueden estar contenidos en una norma técnica, un reglamento, un protocolo o corresponder a un acuerdo entre el comprador y el vendedor.

---

<sup>24</sup> Cartilla-ICA-SAC-FINAL.aspx

<sup>25</sup> Cartilla-ICA-SAC-FINAL.aspx, Especificaciones técnicas en materia fitosanitaria y organizacional para acceder al mercado de productos agroalimentarios, Colombia junio de 2006, pág. 16

<sup>26</sup> Cartilla-ICA-SAC-FINAL.aspx, Especificaciones técnicas en materia fitosanitaria y organizacional para acceder al mercado de productos agroalimentarios, Colombia junio de 2006, pág. 21

Actualmente es necesario contar con cualquiera de estas certificaciones, y más en los mercados internacionales, porque establecen un medio de verificación del que el producto cumple con unos estándares de calidad y es congruente con el entorno que le rodea, por otra parte garantiza un acceso más fácil a diferentes mercados, especialmente aquellos nichos de mercado internacional en el cual, cada vez más consumidores responsables, abogan por esta clases de productos.

Dentro de las certificaciones que actualmente los compradores de productos agrícolas de Europa exigen, se encuentran el protocolo de EUREPGAP y la certificación o sello de Comercio Justo (FAIRTRADE).

## **9.2 PROCEDIMIENTOS ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE LAS NARANJAS**

En Colombia las mercancías provenientes o con destino a otro país son sometidas a unos regímenes aduaneros, lo cual indica que estas deben cumplir con una serie de normas que son establecidas por estas ordenanzas para que se dé de manea efectiva la importación o exportación de los productos objeto de comercio exterior. Como el presente trabajo aborda la exportación de naranjas se va exponer los trámites que todo exportador debe adelantar ante las diferentes entidades del Estado.

Según la Ley 7<sup>o</sup>, ley marco del comercio exterior colombiano, el papel de las exportaciones es fundamental para: i) Impulsar la internacionalización de la economía del país para alcanzar un ritmo sostenido y creciente de desarrollo; ii) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor. Es por esto que el gobierno siendo consciente del importante rol que tienen las exportaciones dentro del logro de los mencionados objetivos ha venido tomando medidas que facilitan y simplifican los trámites que los exportadores deben realizar ante las diferentes instituciones públicas; además de diseñar unos instrumentos de apoyo y promoción a las exportaciones.

A continuación se especifican los diferentes trámites y actividades que debe realizar todo exportador para llevar su producto a otro país.

### **9.2.1 Estudio de mercado**

Todo empresario antes de realizar tan importante y delicada operación de comercio exterior (exportación) debe primero conocer el mercado al cual está

apuntando; es imprescindible que tenga conocimiento acerca de la demanda del producto e identifique los gustos o preferencias de los consumidores en el país extranjero, cultura, hábitos y costumbres, posibles canales de distribución, competencia, los requisitos comerciales y documentarios exigidos, conocer las normas e impuestos arancelarios de las importaciones.

Con todo esto se hace mención a un detallado y amplio estudio de mercado, para que el producto que se va a exportar no tenga inconvenientes a la hora de venderse y promocionarse en el mercado extranjero. Con esto no se quiere decir que el exportador tiene que hacer toda esta investigación, para eso existe PROEXPORT que por medio de su página web el empresario puede acceder a toda la información relacionada con los estudios de mercado que este organismo ha realizado, brindando información sobre la demanda internacional y la mejor manera de posicionar los productos en el exterior. Este es el primer paso que debe realizar todo exportador antes de decidir llevar su producto a la plaza internacional.

Por otra parte es bien sabido que para realizar una exportación se deben llevar a cabo diferentes trámites ante diversos organismos y diligenciar algunos documentos. Así mismo, dependiendo de la clase de producto que desea exportar, debe solicitar el Visto Bueno expedido por la entidad correspondiente.

Este tipo de información se puede encontrar en el Portal del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y en el Portal de la DIAN en la Sección de Trámites.

Para empezar los procesos propiamente de exportación, se deben diligenciar los trámites previos que acreditarán a los pequeños productores de naranjas como exportadores.

### **9.2.2. Registro ante la cámara de comercio y obtención del NIT.**

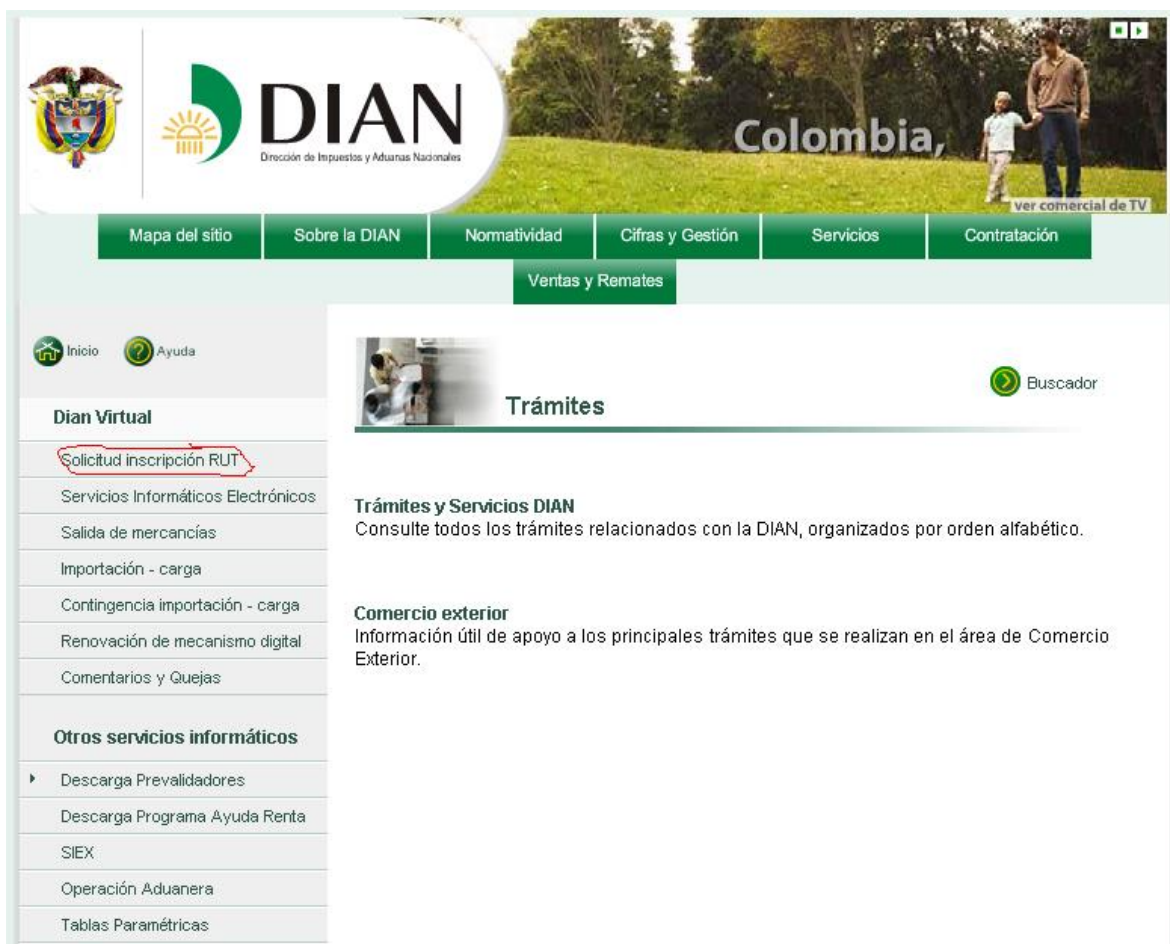
Las personas naturales o jurídicas que proyecten realizar actividades empresariales deben registrarse ante la Cámara de Comercio de su jurisdicción y obtener el Número de Identificación Tributaria (NIT), ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

### **9.2.3. Registro Único Tributario (RUT)**

El Registro Único Tributario (RUT) debe obtenerse en la administración de la DIAN más cercana a su domicilio principal. Este se tramita con anterioridad a la realización de la exportación, para tener derecho a la devolución del IVA.

Para registrarse como usuario aduanero, debe colocarse el código correspondiente (10) en la casilla 53 de **responsabilidades** del formulario RUT. Adicionalmente, en la casilla 54 se colocar el código de la actividad aduanera, para el caso del exportador el código 22.

Este trámite se puede hacer vía internet ingresando al sitio web de la DIAN en la sección de trámites y posteriormente al link **solicitud RUT** para diligenciar el formulario. Este formulario se tramita a través del portal MUISCA (Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado, que la DIAN ha habilitado para que los usuarios



The image shows a screenshot of the DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) website. The header features the DIAN logo and the text 'Colombia, ver comercial de TV'. Below the header is a navigation menu with links: 'Mapa del sitio', 'Sobre la DIAN', 'Normatividad', 'Cifras y Gestión', 'Servicios', and 'Contratación'. A secondary menu includes 'Ventas y Remates'. The main content area is titled 'Trámites' and includes a search bar labeled 'Buscador'. On the left side, there is a sidebar menu under 'Dian Virtual' with the following items: 'Solicitud inscripción RUT' (highlighted with a red circle), 'Servicios Informáticos Electrónicos', 'Salida de mercancías', 'Importación - carga', 'Contingencia importación - carga', 'Renovación de mecanismo digital', and 'Comentarios y Guejas'. Below this is a section for 'Otros servicios informáticos' with links for 'Descarga Prevalidadores', 'Descarga Programa Ayuda Renta', 'SIEX', 'Operación Aduanera', and 'Tablas Paramétricas'. The main content area also includes sections for 'Trámites y Servicios DIAN' and 'Comercio exterior'.

También este documento se puede tramitar personalmente con la asistencia de un funcionario de la DIAN en las oficinas de la entidad o en puntos autorizados por ésta

## 9.2.4. Ubicación de la subpartida arancelaria

Es necesario ubicar la partida arancelaria, ya que permite orientar al exportador acerca de los trámites, permisos o requerimientos técnicos a cumplir para poder exportar su producto a los mercados internacionales.

El exportador puede consultar la subpartida del producto en la página de la DIAN [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co). En la sección salida de mercancías.



The screenshot shows the DIAN website interface. At the top, there is a navigation menu with items: Mapa del sitio, Sobre la DIAN, Normatividad, Cifras y Gestión, Servicios, and Contratación. Below this is a sub-menu for 'Ventas y Remates'. On the left side, there is a 'Dian Virtual' section with a list of services: Solicitud inscripción RUT, Servicios Informáticos Electrónicos, Salida de mercancías (highlighted with a red circle), Importación - carga, Renovación de mecanismo digital, and Comentarios y Quejas. Below this is the 'Otros servicios informáticos' section with links for Descarga Prevalidadores, Descarga Programa Ayuda Renta, SIEX, Operación Aduanera, Tablas Paramétricas, Capacitación, Chat Contact Center, and Foro Dian. The main content area is titled 'Novedades' and contains several news items, including 'Comunicado a la opinión pública - Avances en la solución y continuación del trámite para 7 contenedores en Buenaventura' and 'Normatividad Información Exógena Precios de Transferencia 2010'. On the right side, there is a 'Buscador' (search bar), a 'Rendición de CUENTAS' button, and a 'Síguenos en:' section with a Facebook icon. Below that is a 'NOTICIAS' section with the headline 'Avances en la solución caso VENCELL CARGO S.A. en Buenaventura' and two bullet points: 'Continuación del trámite para siete (7) contenedores' and 'La DIAN autorizará la continuación del trámite bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes de la mercancía contenida en 7 contenedores que se encuentran en Buenaventura bajo su custodia.'

Después de ingresar en esta sección se remite a **consulta de arancel** y posteriormente digitar número de NIT, documento de identificación y contraseña.



**DIAN**  
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

**Papi, ¿y tu pagas impuestos?**

ver comercial de TV

**DIAN Virtual**

- Tenga en cuenta
- Iniciar sesión

**Otros servicios**

- Verificar su sistema para firma
- Verificar Requisitos
- Crear cuenta de usuario
- Habilitar cuenta
- Consulta de Inconsistencias
- Consulta del Arancel**

**Iniciar Sesión**

MUNISCA  
Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado

Para ingresar digite su organización, usuario y contraseña.

Organización: NIT

Identificación: Cédula de ciudadanía

Contraseña

Contraseña

Ingresar

¿ Ha olvidado su contraseña ?

Habilitar su cuenta de usuario

2005 Derechos Reservados DIAN  
Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

### 9.2.5. Ventanilla Única de Comercio Exterior

En la Ventanilla Única de Comercio Exterior se pueden tramitar las autorizaciones, permisos, certificados o Vistos Buenos previos que exigen las diferentes entidades competentes para la realización de las operaciones específicas de exportación y consultar información relacionada con los procedimientos previos a la exportación.

A través de la VUCE, se integran 18 entidades administrativas relacionadas con trámites de comercio exterior, dependiendo del producto, las cuales emitirán las autorizaciones previas electrónicamente.

Las entidades que participan en el proceso son los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Minas y Energía; Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Transporte, Protección Social, Relaciones Exteriores, Agricultura, Defensa y Cultura; las Superintendencias de Industria y Comercio y de Vigilancia y Seguridad Privada; Incoder, ICA, Ingeominas, Invima, Indumil, Dirección Nacional de Estupefacientes y el Fondo Nacional de Estupefacientes.

Para realizar trámites en cualquiera de los módulos o efectuar consultas ante el VUCE es indispensable haberse registrado previamente en el sistema, para lo cual debe seguirse un procedimiento especial para cada tipo de usuario aduanero.

Al ingresar al VUCE, en el módulo de exportaciones, el usuario tiene dos opciones para realizar sus trámites. La primera consiste en iniciar las autorizaciones previas para trámites ordinarios, aquí el sistema define automáticamente, según la subpartida, qué entidad es competente para otorgar las autorizaciones previas de exportación. En otro caso, cuando el exportador selecciona la entidad ante la cual requiere radicar una solicitud de autorización previa, el usuario utiliza la opción de autorizaciones previas para trámites extraordinarios.

Para radicar una autorización previa a la exportación de un producto se debe ingresar a la página [www.vuce.gov.co](http://www.vuce.gov.co) y se digita el usuario y contraseña asignada por MINCOMERCIO.

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO**  
República de Colombia  
Libertad y Orden

**VUCE**  
VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR

Bienvenido al servicio de la  
Única de Comercio Exterior.

Sobre VUCE | Contáctenos | Ayuda | Califíque Nuestro

**Inicio**

**EXPORTACIONES**

**IMPORTACIONES**

**FORMULARIO UNICO DE COMERCIO EXTERIOR**

**VUCE PARA NIÑOS**

**BOLETIN DE LA VUCE**

Portal  
Gobierno en línea  
Colombia

VeriSign  
Secured

**Entidades responsables:**

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Superintendencia de Industria y Comercio
Ministerio de Minas y Energía	Dirección Nacional de Estupefacientes
Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial	Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada
Ministerio de Transporte	Instituto Colombiano de Desarrollo Rural - INCODER
Ministerio de Protección Social	Instituto Colombiano Agropecuario - ICA
Ministerio de Relaciones Exteriores	Fondo Nacional de Estupefacientes
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	Indumil
Ministerio de Defensa	Invima
Ministerio de Cultura	Ingeominas

**Entidades Vinculadas :**

Dian / Confecamaras

**ENTIDADES**

**ADUANAS**

**SOORTE EN LINEA**

www.presidencia.gov... x Ventanilla Única de Co... x Trámites de Aduana pa... x www.consuladodecolo... x FUCE - VUCE | CONSU... x

https://export.vuce.gov.co/exportadores/

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
República de Colombia

LIBERTAD Y ORDEN

VUCE  
VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR

Bienvenido al servicio de exportaciones de la Ventanilla Única de Comercio Exterior

Sobre VUCE | Contáctenos | Ayuda | Cerrar

**Exportaciones**

Por favor digite su usuario y contraseña.  
Para poder ingresar al sistema, usted debe estar registrado previamente

¿Actúa en nombre de un tercero?

Usuario

Contraseña

Aceptar Cancelar

Bienvenido al servicio de exportaciones de la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

Este servicio permite solicitar y consultar trámites de exportación asociados a una subpartida arancelaria. Estos trámites le permitirán a usted solicitar ante las entidades aprobadoras las autorizaciones previas y las inscripciones requeridas para la exportación desde Colombia y las requeridas por el país de destino.

[Ver información de Registro](#)

Agencia de **Comercio Exterior** GOBIERNO NACIONAL

Al ingresar, el sistema confirma la información del Registro único Tributario RUT, y el usuario debe verificar que los datos estén correctos. A continuación se debe seleccionar la matrícula mercantil que se desee asociar con la solicitud. Luego el exportador debe seleccionar el tipo de trámite que va a realizar, si es ordinario o extraordinario. Se digita o selecciona la subpartida arancelaria, la cantidad del producto a exportar, el valor FOB, la unidad de medida, el país de destino y el puerto de embarque. Posteriormente, se debe diligenciar la información específica que requiere cada entidad relacionada con la subpartida seleccionada, y se deben desmarcar los formularios sugeridos u opcionales. Por último, se firma digitalmente la solicitud de autorización y se realiza el pago electrónicamente si el trámite lo requiere.

#### 9.2.6. Formulario Único de Comercio Exterior.

Es un módulo que hace parte del VUCE a través del cual se realiza el trámite electrónico para las inscripciones previas ante las diferentes entidades.

Al ingresar al módulo del FUCE, el usuario exportador o importador puede radicar una inscripción para un producto determinado, ante una sola entidad de control; radicar una inscripción para un producto ante varias entidades, seleccionando formularios correspondientes a cada una de ellas y, por último, marcar la

subpartida arancelaria y diligenciarla en cada formulario, dependiendo de los productos que esté interesado en inscribir ante las diferentes entidades de control.

Para radicar una inscripción previa de exportación o importación de un producto se ingresa por la página [www.vuce.gov.co](http://www.vuce.gov.co) y se digita el usuario y contraseña asignada por MINCOMERCIO. Al ingresar, el sistema confirma la información del Registro Tributario RUT, y el usuario debe verificar que los datos estén correctos. A continuación se debe seleccionar la matrícula mercantil que se desee asociar con la solicitud. Posteriormente, se digita o selecciona la subpartida arancelaria del producto para el que se está solicitando la inscripción. El sistema mostrará un listado con todos los trámites asociados a la subpartida seleccionada, y con esta información se podrá diligenciar la información específica que requiere cada una de las entidades relacionadas con ese producto. Por último se firma digitalmente la solicitud y se realiza el pago electrónico si el trámite lo requiere.

### **9.2.7. Registro Nacional de Exportadores.**

Según el decreto 2681 de 1999 el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios es un instrumento fundamental para el diseño de la política de apoyo a las exportaciones en tanto permitirá mantener información actualizada sobre composición, perfil y localización de las empresas exportadoras así como sobre la problemática en materia de acceso a terceros mercados, obstáculos en infraestructura, competitividad de los productos colombianos, comportamiento de los mercados, obstáculos relacionados con los trámites de importación y exportación, entre otros.

La Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios es gratuita y tendrá una vigencia de un año y deberá renovarse anualmente. Esta se realiza ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo mediante el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios (Forma 001), establecido por la Dirección General de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio (DGC), Industria y Turismo mediante el decreto 2681 de 1999. La persona debe acudir al ministerio de comercio, industria y turismo de su ciudad o puede obtener información del Registro de Productores Nacionales y Determinación de Criterios de Origen en la página del ministerio <http://www.mincomercio.gov.co>

De acuerdo con el artículo 3 del mencionado decreto para la inscripción y renovación en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, será requisito indispensable el diligenciamiento del formulario que para tal efecto establezca la Dirección General de Comercio Exterior, y suministrar ante dicha entidad la siguiente información:

1. Fotocopia del NIT de la sociedad, de la cédula de ciudadanía del representante legal o la cédula de ciudadanía del exportador.

2. Para las personas jurídicas y comerciantes, Certificado de existencia y representación legal o registro mercantil expedido por la cámara de comercio del lugar donde se encuentra domiciliada la sede principal de las actividades de la sociedad o del comerciante, con fecha de expedición no mayor de tres (3) meses a la fecha de presentación.

Es importante que todo exportador realice la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, pues esta será requisito indispensable para:

1. La devolución del IVA.
2. La exención del IVA para los servicios prestados en el país en desarrollo de un contrato de exportación de servicios demostrado en la forma que señala el presente decreto, y que se utilicen exclusivamente en el exterior por empresas sin negocios o actividades en Colombia.
3. La aprobación de Sistemas Especiales de Importación - Exportación.
4. El reconocimiento del Certificado de Reembolso Tributario CERT.
5. La prestación de cualquier servicio por parte de Proexport.
6. La utilización de programas aduaneros especiales y de regímenes para usuarios altamente exportadores.
7. El registró como comercializadora internacional, usuario permanente de una zona franca.
8. El otorgamiento de crédito de Bancoldex.
9. La solicitud de determinación de Criterios de origen para productos de exportación.

### **9.2.8. Envío de la Cotización Internacional**

Una vez realizada la investigación de mercado, cumplido con los requisitos anteriores y haber hecho contacto con el comprador o importador en el otro país con el que se realiza la respectiva negociación de acuerdo con los términos internacionales INCOTERMS y la firma del acuerdo o contrato, el siguiente paso es la remisión de la **factura proforma o cotización** al importador donde el exportador consigna los siguientes datos: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación.

Es importante tener en cuenta los costos fijos y los costos variables y los gastos que se generan para llevar el producto hasta el punto de entrega acordado previamente con el comprador, precisando el término INCOTERM al se está cotizando.

Los INCOTERMS regulan cuatro grandes problemas que soporta toda transacción comercial:

- La entrega de la mercancía

- Transferencia de riesgos
- Distribución de gastos
- Trámites documentales

De esta forma, en caso de conflicto quedan claramente establecidas las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación. Estas reglas son de aceptación voluntaria por cada una de las partes y pueden ser incluidas en el contrato de compraventa internacional.

La estimación del precio de exportación es el resultado de un proceso de análisis de diferentes variables como: costos de producción; costos de distribución internacional, de promoción y comercialización en general.

#### **9.2.9. Establecimiento de la forma de pago.**

Después que el importador acepta la oferta que hace el exportador a través de la cotización se establecen las formas de pago, ya sea por medio de un pago anticipado, directo o por una carta de crédito, para garantizar la liquidación de la compra. Es importante que el manejo cambiario en exportaciones se haga cumpliendo con los requisitos exigidos por el Banco de la República que de no cumplirse a cabalidad genera la aplicación de las sanciones previstas en el régimen cambiario.

El pago de la exportación genera una obligación cambiaria, esta se refiere al Reintegro de Divisas, y debe hacerse solo a través de las entidades financieras autorizadas o intermediario cambiario, para así evitar infracciones que puedan repercutir en sanciones para el exportador, es decir, debe darse la canalización de la exportación, mediante el formulario Declaración de Cambio *F2*.

#### **9.2.10. Factura Comercial**

Teniendo en cuenta lo pactado con el comprador, el exportador debe proceder a elaborar la **Factura Comercial**, en el término de cotización internacional (INCOTERM) acordado, la lista de empaque, certificado de origen y demás documentos exigidos por el comprador.

La factura debe contener los requisitos que se describen a continuación:

- **Factura por talonario o papel:** en forma impresa la denominación **factura de venta**, el nombre o la razón social del exportador o vendedor y el número de NIT, con dirección, teléfono y país del exportador o vendedor; la numeración consecutiva autorizada por la DIAN; nombre o razón social del

importador, con dirección, teléfono, ciudad y país; fecha de expedición, descripción del producto y valor total de la exportación.

- **Facturas por computador:** A partir del 1 de julio de 1997, el sistema de facturación debe de ser solicitado ante la DIAN, el cual debe garantizar la numeración de las facturas en forma consecutiva, conteniendo como mínimo la información citada en el numeral anterior.
- **Facturas por fax:** conforme a la Resolución 2719 de 1991, se acepta la factura por fax, la cual debe expedirse bajo la gravedad de juramento, con la información mencionada previamente en el primer inciso. Adicionalmente, en la factura puede incluirse además de la información citada anteriormente, la acordada con el comprador, siguiendo las instrucciones que parecen en la guía para elaborar la oferta comercial.

### 9.2.11. Certificado de Origen

Para tener acceso a las preferencias o beneficios arancelario, el empresario colombiano o el importador, deben demostrar en el momento de introducir el producto, el certificado de origen junto con los demás documentos de importación requeridos en cada país.

El certificado de origen es un documento expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entidad oficial que certifica el cumplimiento de los requisitos en virtud de acuerdos el cual se debe anexar como prueba documental, en el momento de introducir productos.

Debe tenerse en cuenta que para cada acuerdo o convenio existe un certificado de origen diferente y que para cada embarque se debe tramitar un certificado de origen.

- **Criterios Generales de Origen:** para que el certificado de origen sea expedido y aceptado por los países que otorgan preferencias, los productos deben cumplir con ciertas normas de origen, las cuales se resumen de la siguiente manera:
  1. Que el producto sea 100% nacional, esto es, que sea extraído, cosechado o totalmente manufacturado con materia prima nacional
  2. Si el producto ha sido elaborado con materias primas, insumos, partes o componentes nacionales o importados, o de origen desconocido, se debe observar: a) que los insumos o materias primas sufran una transformación sustancial, de manera que generen un nuevo producto, conocido comúnmente como salto de

posición arancelaria; b) que de la relación entre los insumos importados y el valor del producto terminado, sea de un criterio conocido como de porcentaje o valor agregado.

3. Que los productos originarios sean transportados directamente desde Colombia al país otorgante de la preferencia arancelaria. Sin embargo, se permite el tránsito por el territorio de terceros países, únicamente para operaciones de cargue, descargue, fraccionamiento de los embalajes, reembalajes, simple almacenamiento o cualquier operación necesaria para mantenerlos en buenas condiciones.

- **Expedición del Certificado de Origen:** Una vez obtenida la determinación de origen por el MINCOMERCIO y previa la identificación exacta del país al cual se va a exportar, se debe diligenciar el formulario de **REGISTRO DE PRODUCTORES NACIONALES, OFERTA EXPORTABLE Y SOLICITUD DE DETERMINACION DE ORIGEN**; el cual suministra el MINCOMERCIO gratuitamente. Este debe radicarse en original y copia, junto con copia de Registro Nacional de Exportadores y el certificado de constitución y gerencia si se trata de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de personas naturales, en la ventanilla de correspondencia de las Direcciones Territoriales o Puntos de Atención.

Radicado el mencionado formulario, se verifica la información y se determina el criterio de origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla "Relación de Inscripción y Determinación de Origen".

El MINCOMERCIO a través de las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención expide los Certificados de Origen para los distintos productos de exportación que gozan de preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales.

De acuerdo con el país al que se efectúe la exportación se requerirá de un certificado de origen. Estos formularios los expende MINCOMERCIO (por intermedio del Banco Bancafé) y tienen un costo de \$10.000.00 cada formulario.

Al momento del diligenciamiento se debe tener en cuenta un código que está acorde con los tratados o las normas de los distintos sistemas de integración económica con que el país tiene acuerdos, para el otorgamiento de preferencias arancelarias.

Para este caso estudio, el Código es 250 del sistema generalizado de preferencias, SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental, Japón y Canadá; el cual incluye a Alemania.



### 9.2.12. Procedimientos de vistos buenos

Uno de los objetivos o importancia de establecer la partida arancelaria en el *Arancel de Aduanas*, radica en la determinación de los vistos buenos y/o permisos previos requeridos para la autorización de la exportación del bien; los cuales deben ser tramitados previamente a la presentación la declaración de exportación (DEX) ante la DIAN.

Ahora como se está hablando de exportación de naranjas, es importante tener en cuenta, ya que es un producto agrícola y de consumo, que este tipo de productos debe cumplir con unas exigencias en materia de calidad y salubridad, por lo cual antes de enviarlos o exportarlos a los mercados internacionales estos deben contar con los vistos buenos necesarios por parte de las entidades encargadas del control y vigilancia de los mismos, que de conformidad con las normas vigentes requiera el producto para ser exportado.

Los productos nacionales que van con destino a otros mercados deben cumplir con ciertos requerimientos que de no ser así se impedirá la salida de los mismos hacia la plaza internacional, pues el país se ha comprometido a cumplir con los protocolos internacionales en materia de normas sanitarias, zoonosanitarias, fitosanitarias y demás estándares en calidad para proteger al consumidor tanto nacional como al que se encuentra en el mercado externo. Aquí se puede presentar una impedimento para la exportación de naranjas pues como se ha mencionado la estructura productiva de cítricos está muy rezagada en el país y el departamento, hasta el punto que esta fruta se importa; teniendo en cuenta además, que las normas técnicas en los demás países suelen ser muy rigurosas para los productos agrícolas, bueno, no solo de esta clase sino todo tipo de productos alimenticios.

ENTIDAD	REQUISITOS	PRODUCTO
ICA	Certificado fito o zoonosanitario	Animales vivos y vegetales. Productos de origen vegetal o animal sin procesar
MINISTERIO DE COMERCIO		Frutas y Hortalizas, Panela, Azúcar, Textiles Y Confecciones A USA
MINSALUD-INVIMA	Registro sanitario	Alimentos procesados, drogas y productos

		que la contengan
<b>INVIMA</b>	Registro sanitario	Glándulas y órganos de origen humano, productos farmacéuticos y de cosmetología; productos alimenticios

A pesar de contar con asesoría institucional, el sector agroalimentario presenta dificultades para cumplir con los estándares de los mercados receptivos en cuanto a las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF). El uso de medicamentos veterinarios, plaguicidas, hormonas y aditivos, sin el cumplimiento de las recomendaciones técnicas, unido a los riesgos de contaminación de los recursos de agua y suelo, hacen necesaria una disciplina técnica por parte de los productores, y la intervención de entidades como el ICA, el SENA, la SAC, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, así como del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, responsables de formular las políticas y apoyar el desarrollo de acciones que garanticen el mejoramiento de las condiciones de producción.

Además hay que tener en cuenta los sellos que existen a nivel internacional que garantizan las buenas prácticas agrícolas, que se logran a través del mejoramiento de los métodos convencionales de producción agrícola, haciendo énfasis en la inocuidad del producto; y que dichas prácticas tengan un menor impacto sobre el ambiente, la fauna, la flora y la salud de los trabajadores. Dadas las tendencias y las exigencias de los consumidores en materia de productos agroalimentarios, los requisitos están relacionados tanto con el sistema de producción como con el producto. En relación con el sistema de producción se busca que las prácticas empleadas permitan obtener alimentos inofensivos, protejan el ambiente, y no afecten la salud y el bienestar de los trabajadores rurales<sup>27</sup>.

En la actualidad existen diversos Códigos de Prácticas, Protocolos y Normas para la implementación de las BPA. Hoy Colombia cuenta con una Norma ICONTEC, la NTC 5400 “Buenas prácticas agrícolas para frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas. Esta Norma de carácter voluntario, cuyo objetivo es definir requisitos y procedimientos que sirvan de orientación a los pequeños, medianos y grandes productores, busca mejorar las condiciones de la producción de estos

---

<sup>27</sup> Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Especificaciones técnicas en materia fitosanitaria y organizacional, para acceder al mercado de productos Agroalimentarios. Bogotá. Junio de 2006. Pág. 26

cultivos, para el mercado en fresco nacional o de exportación, así como para la agroindustria<sup>28</sup>.

La importancia de estos sellos radica en que estos constituyen una de las pocas alternativas que tiene los pequeños productores de los países en desarrollo para llevar sus productos a la plaza internacional; de ahí la importancia de que el gobierno ejecute programas que les permita a estas personas llevar a cabo su actividad productiva de tal manera que el proceso cumpla con los requerimientos para acceder a alguno de estos sellos, por lo cual se exigen mejores condiciones para transformar cuantitativa y cualitativamente toda la cadena productiva.

Es relevante que los productos colombianos, especialmente los agrícolas obtengan estas certificaciones o sellos, pues esta representa una garantía para el consumidor extranjero de que durante el proceso de producción se respetaron ciertos principios y reglas que le dan calidad y seguridad al producto; sin embargo como ya se ha mencionado la estructura productiva de los cítricos en el país presenta deficiencias, lo cual hace que se dificulte la certificación de la fruta y a la vez esto se convierte en una traba para la comercialización de la naranja en el mercado internacional.

### 9.2.13. Trámite ante la DIAN para la realización de la exportación

Las disposiciones que regulan todo lo relacionado con el proceso de exportación, están contenidas en el Título VII del Decreto 2685 de 1999. Según este Decreto el trámite de una exportación se inicia con la presentación y aceptación de una **solicitud de embarque**, a través de los servicios informáticos electrónicos. Autorizado el embarque, embarcada la mercancía y certificado el embarque por parte del transportador, el declarante deberá presentar la declaración de exportación correspondiente, en la forma y condiciones establecidas por la DIAN.

- **Solicitud de autorización de embarque:** La solicitud de autorización de embarque deberá presentarse ante la administración aduanera con jurisdicción en el lugar donde se encuentre la mercancía, a través de los servicios informáticos electrónicos.
- **Documentos soporte de la solicitud de autorización de embarque:** para efectos aduaneros, el declarante debe conservar por un período de cinco años contados a partir de la fecha de presentación y aceptación de la solicitud de autorización de embarque, el original de las siguientes documentos, los cuales deberá poner a disposición de la autoridad aduanera cuando ésta lo requiera así. Los documentos soportes son: a) documento que acredite la operación

---

<sup>28</sup> *Ibíd.* Pág. 23

que dio lugar a la exportación; b) vistos buenos o autorizaciones cuando a ello hubiere lugar; c) mandato, cuando actúe como declarante una Agencia de Intermediación Aduanera o un apoderado. En la solicitud de autorización de embarque, el declarante deberá suministrar a la aduana toda la información que esta requiera, incluyendo la contenida en los documentos anteriores.

Por otra parte, cuando los mencionados vistos buenos correspondan a los expedidos por el ICA o el INVIMA, o la entidad que haga sus veces, el declarante estará obligado a presentarlos al momento del embarque de las mercancías y a conservarlos durante el termino previsto en este inciso.

- **Aceptación de la autorización de embarque:** la solicitud de autorización de embarque se entenderá aceptada, cuando la autoridad aduanera, a través de los servicios informáticos, manifieste el recibido satisfactorio de la misma. En caso contrario la autoridad aduanera a través del mismo medio, comunicará inmediatamente al declarante las causales que motivaron su no aceptación.
- **Vigencia de la solicitud de autorización de embarque:** la solicitud de autorización de embarque tendrá una vigencia de un mes contado a partir de la fecha de su aceptación. Vencido el término deberá tramitarse una nueva solicitud de autorización de embarque para realizar la exportación.

Dentro de este término se deberá producir el traslado e ingreso de la mercancía a zona primaria aduanera y el embarque de la misma.

- **Traslado de la mercancía a Zona Primaria Aduanera:** las mercancías objeto de exportación amparadas con una solicitud de autorización de embarque, deberán ser trasladadas al lugar de embarque por donde se efectuará su salida del territorio aduanero nacional. Esta operación deberá registrarse en los términos y condiciones que establezca la DIAN. Al momento de ingresa la mercancía a la zona de embarque el transportador o usuario operador de la zona franca debe informar tal hecho a la DIAN; efectuado el ingreso se autorizará el embarque o se determinará la práctica de inspección aduanera.

Si el medio de transporte no está disponible para el cargue inmediato, la aduana ordenará el ingreso de dicha mercancía a un depósito habilitado por el término de vigencia de la autorización de embarque. Si dentro de dicho término no se produce el embarque y salida de la mercancía del territorio aduanero nacional o a zona franca perderá vigencia la autorización de embarque, por lo cual se debe diligenciar una nueva solicitud de autorización de embarque

- **Inspección aduanera:** La autoridad aduanera, con fundamento en criterios técnicos de análisis de riesgo, podrá determinar la práctica de la inspección documental o física de la mercancía en trámite de exportación.

- **Autorización de embarque:** La autorización de embarque procede cuando ocurra uno de los siguientes eventos: a) cuando la DIAN a través de los servicios informáticos así lo determine; b) cuando practicada la inspección aduanera documental, se establezca la conformidad entre lo declarado en la solicitud de autorización de embarque y la información contenida en los documentos soporte; c) cuando practicada la inspección aduanera física, se establezca la conformidad entre lo declarado en la solicitud de autorización de embarque y la información contenida en los documentos soporte.
- **Embarque:** es la operación de cargue en el medio de transporte de la mercancía que va a ser exportada, previa autorización de la autoridad aduanera.
- **Certificado de embarque:** el transportador tramitará a través de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN la información del manifiesto de carga, relacionando la mercancía según los embarques autorizados por la autoridad aduanera.

#### 9.2.14. Presentación del a Declaración de Exportación

Hecha la solicitud de vistos buenos y la obtención de los certificados que avalan dicho requisito, se procede a presentar el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía<sup>29</sup> y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:

- ✚ Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera,
- ✚ Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte),
- ✚ Factura comercial,
- ✚ Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto. Para el caso de las naranjas estos son: Certificado de inspección sanitaria exportación de alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA) y el Certificado fitosanitario otorgado por el Instituto Colombiano Agropecuario, estos trámites se hacen cuando se va a embarcar la

---

<sup>29</sup> **Aforo de las mercancías:** Facultad de la autoridad aduanera que consiste en efectuar una o varias de las siguientes actuaciones: Comprobación del Documento Único Aduanero (DUA), reconocimiento físico de las mercancías, revisión de toda la documentación exigible en aplicación de las leyes y reglamentos relativos a la importación o exportación de las mercancías, a efectos de constatar el cumplimiento de los requisitos y condiciones exigidos por el régimen aduanero solicitado y de la determinación de los tributos aduaneros exigidos.

mercancía; Certificado de Exportación – INVIMA y el Certificado de no obligatoriedad – INVIMA, estos trámites son un requisito previo a la exportación y se diligencian por medio de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, VUCE.

- ✚ Lista de empaque (si lo requiere)

Una vez presentado estos documentos e incorporados al Sistema Informático Aduanero, este determinará si requiere inspección física o documental, la cual se hace en las bodegas de la aerolínea, en el puerto de salida o lugar habilitado por la DIAN.

#### **9.2.15. Normas de empaquetado.**

Uno de los aspectos que más se tiene en cuenta tanto en el país de origen como el país destino es la forma en que el producto está empacado y embalado. Es importante que los exportadores realicen una revisión de la revisión de la Norma Técnica Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) No. 15 de abril de 2009, establece que todos los embalajes de madera utilizados en el comercio internacional deben ser fabricados utilizando madera sin corteza

Es responsabilidad del EXPORTADOR usuario de embalajes de madera, el manejo de estos bajo condiciones adecuadas de almacenamiento, de forma tal que no se interrumpa la cadena de seguridad fitosanitaria a través de ZONAS DE RESGUARDO que impidan una eventual re infestación

En cumplimiento de las directrices establecidas en la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias, NIMF, No. 15, el ICA exige, sin excepciones, para Colombia el cumplimiento de la Resolución 1079 de 2004, para todas las exportaciones e importaciones que utilicen embalajes de madera a partir de 16 de septiembre de 2005.

Mediante Memorando Técnico de Entendimiento en materia Cuarentenaria entre el ICA, la DIAN y la Policía Nacional, se garantizará el cumplimiento de la resolución 1970 de 2004, siendo el ICA la entidad responsable de la ejecución de medidas fitosanitarias y/o sanciones.

#### **9.2.16. Pago y reintegro de divisas**

El último paso para hacer efectiva la exportación es el pago de la misma, la cual se canaliza a través del mercado cambiario. Esta acción genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas, según lo establecido en el régimen cambiario

(Resolución 08/ 00 de la Junta Directiva del Banco de la República) se deberá efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, autorizados por el Banco de la República (bancos comerciales y demás entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación.

El exportador tiene la obligación de reintegrar la totalidad de las divisas obtenidas por la venta de sus mercancías dentro de los doce meses siguientes a la recepción de las mismas, ya sea por exportaciones realizadas o las recibidas como pago anticipado. Esta operación se puede realizar a través de una cuenta de compensación en el exterior o de los intermediarios financieros debidamente autorizados.

Los exportadores de bienes deberán diligenciar la Declaración de Cambio por exportación de bienes, formulario nº 2 del Banco de la República, en el momento de reintegrar las divisas, bien sea mediante su venta a los intermediarios del mercado cambiario o su consignación en las cuentas corrientes de compensación

### **9.2.1 COSTO EN QUE SE INCURRE EN LA EXPORTACION**

Este rubor es importante que el exportador lo tenga en cuenta pues a partir de este el empresario puede buscar la manera de optimizar el proceso de producción. Es por esto que el exportador debe analizar la estructura de costos y gastos en los que se incurre a la hora de llevar su producto a los mercados internacionales con el fin de ofrecer su producto a precios competitivos. A continuación se exponen los costos y gastos a que hay lugar durante esta operación de comercio exterior teniendo en cuenta los términos de cotización internacional, INCOTERMS:

Gastos de fabricación	Gastos de despacho	Gastos Externos	Gastos de embarque
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Costos Directos</li> <li>•Materia prima</li> <li>•Mano de obra</li> <li>•Depreciación maquinaria y equipo</li> <li>•Gastos</li> <li>•Administrativos</li> <li>•Promoción y ventas</li> <li>•financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Empaque</li> <li>•Embalaje</li> <li>•Etiquetado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Fletes (puerto destino)</li> <li>•Seguros (el comprador como beneficiario)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Fletes (puerto de embarque)</li> <li>•Almacenamiento</li> <li>•Manejo de cargar</li> <li>•Documentos</li> </ul>

### Estructura de costos

<b>Costo del producto</b>		
<b>fabricación</b>	\$	
Empaque especial para exportación	\$	
Etiquetas especiales para exportación	\$	
Embalaje	\$	
Costo franco fábrica directa (EXW)	\$	\$
<b>Costos de comercialización</b>		
<b>Promoción en el exterior</b>	\$	
Comisión representante en el país exportador	\$	
Comisión representante en el país importador	\$	
Costo franco fabricación intermediario	\$	\$



<b>Costo de transporte y seguro interno</b>		
Fletes fabrica-puerto despacho	\$	
Seguros de transporte (fábrica-puerto despacho)	\$	
Costo franco terminal	\$	\$
<b>Costos varios</b>		
Comisión agente de aduana despachador	\$	
Costo documentos de exportación	\$	
Costo certificado de origen	\$	\$
<b>Costos portuarios</b>		
manejo de carga	\$	
Utilización de instalaciones portuarios	\$	
Almacenaje		
Pesaje o cubicaje carga	\$	
Vigilancia portuaria	\$	
Cargue y estiba	\$	
Otros	\$	\$
<b>Costos financieros</b>		
Crédito otorgado al comprador	\$	
Póliza seguro de crédito a la exportación	\$	\$
<b>Otros costos de exportación</b>		
Varios (comisiones, envío de muestras, etc.)	\$	
Costo FOB puerto origen	\$	\$
<b>Costo de transporte internacional</b>		
Marítimo: puerto origen	\$	

-puerto destino		
Aéreo de___ a___	\$	
Costo CFR puerto de destino	\$	\$
<b>Seguros de transporte al exterior</b>		
Contra todo riesgo	\$	\$
<b>TOTAL COSTO CIF PUERTO DESTINO</b>	\$	\$

### 9.3 ACUERDOS COMERCIALES

Los acuerdos comerciales constituyen un componente importante en el desarrollo económico de un país, aunque se pueden presentar riesgos como en toda negociación o acuerdo, es importante resaltar las ventajas que estos generan como por ejemplo el contribuir con una mejor calidad de vida, incrementar y diversificar las exportaciones, dar apertura a nuevos mercados y el promover el desarrollo y la atracción de inversión extranjera, entre otros.

Dentro de los Acuerdos Comerciales a los que Colombia se ha suscrito y que aportan grandes beneficios a la comercialización de nuestro producto (La Naranja), en el exterior, podemos nombrar el Sistema Generalizado de Preferencia en el cual fue incluido Colombia por los próximos tres años, a partir del 1° de enero del 2009 o sea hasta el 31 de diciembre del 2011, como beneficiario de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, como estímulo especial al desarrollo sostenible, más conocido como Régimen “SGP Plus<sup>30</sup>”.

Es importante resaltar que el régimen especial de estímulo (SGP PLUS) del desarrollo sostenible y la gobernanza se aplica a países en desarrollo que son vulnerables por su falta de diversificación y su insuficiente integración en el comercio mundial<sup>31</sup>, este régimen de preferencias arancelarias incluye 6.600 productos diferentes. Si son de origen colombiano, todos tiene arancel cero, excepto el camarón que está gravado con un arancel preferencial del 3.6%, el cual es menor que el arancel general que alcanza el 12%.

Atún, camarón, plátano, hortaliza, café liofilizado, aceites vegetales, cacao y sus productos, algunas frutas tropicales, textiles, confecciones, artículos plásticos,

<sup>30</sup> Ministerio de comercio. [www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=390&IDCompany=1](http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=390&IDCompany=1)

<sup>31</sup>

Proexport. [www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4042DocumentNo3417.PDF](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4042DocumentNo3417.PDF).

cerámicos de cuero, artículos de cuero, calzado, son algunos de los productos industriales que entran a Europa con arancel 0%. Con este régimen de preferencias arancelarias, las exportaciones de Colombia hacia ese país no serán gravadas en los próximos 10 años, sin interesar el volumen de exportaciones.

Estas preferencias han permitido que el 22,6% de los productos colombianos que ingresan a la Unión Europea tenga un arancel del cero por ciento o un arancel muy bajo. De este porcentaje, los productos industriales representan el 14,2% y los productos agrícolas y agroindustriales el 8,5%. Las preferencias del esquema “SGP Plus” ayudan al fortalecimiento del sector externo de la economía, al aumento de la producción nacional, a la generación de nuevos empleos y una mayor eficiencia en las empresas orientadas hacia la exportación.<sup>32</sup>

Por otra parte cabe anotar el reciente acuerdo de libre comercio que se cerró con la Unión Europea en mayo del presente año. Con la implementación de este acuerdo el 99,9 por ciento de las exportaciones de Colombia a la Unión Europea tendrán libre acceso sin aranceles a ese bloque, desde la entrada en vigencia del mismo. En bienes agrícolas, se tendrá acceso libre de aranceles para flores, tabaco, café y procesados, biocombustibles, aceite de palma, y la mayoría de frutas y hortalizas, entre otros<sup>33</sup>.

Sin embargo este acuerdo aun no ha entrado en vigencia y además no ha sido ratificado por ninguno de los países signatarios; se espera que éste entre en vigor dentro de tres años, tiempo que debe aprovechar el gobierno para implementar estrategias que permitan al sector citrícola fortalecerse y ganar competitividad.

Este beneficio del cual el país es acreedor les brinda oportunidades a los productores colombianos de tener un fácil acceso al mercado Europeo, reduciéndose un poco las trabas. Sin embargo de nada sirve tener esta preferencia arancelaria si los productos del Magdalena, más específicamente la naranja, no cumplen con las exigencias anteriormente planteadas debiéndose trabajar más en la parte productiva y de gestión de calidad.

---

<sup>32</sup> *Ibíd.*

<sup>33</sup> Revista Dinero. UE cierra acuerdo de libre comercio con Colombia y Perú. Mayo 19 de 2010. Disponible en: [http://www.dinero.com/negocios-online/comercio-externor/ue-cierra-acuerdo-libre-comercio-colombia-peru\\_72036.aspx](http://www.dinero.com/negocios-online/comercio-externor/ue-cierra-acuerdo-libre-comercio-colombia-peru_72036.aspx)

## 9.4 INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES

El país concede muchos beneficios a los exportadores en materia aduanera, tributaria, cambiaria y financiera; por tal razón es importante que los productores de naranja aprovechen tales beneficios, que fueron creados por el gobierno con el fin de fortalecer y modernizar el aparato productivo para incrementar y diversificar las exportaciones del país, de manera que puedan mejorar la producción de este fruto y así cumplir con las exigencias en cuanto a estándares de calidad, precio, productividad y competitividad.

Dentro de los distintos mecanismos de incentivos que el Gobierno colombiano oferta con el ánimo de promover las exportaciones domesticas, como es el caso de las frutas cítricas, que pertenecen al sector agroindustrial de la economía nacional es necesario resaltar los siguientes:


### 9.4.1. Incentivos Fiscales:

#### **Plan Vallejo.**

Es un régimen que permite a personas naturales o jurídicas que tengan el carácter de empresarios productores, exportadores, comercializadores o entidades sin ánimo de lucro, importar temporalmente a territorio aduanero colombiano con exención total o parcial de derechos de aduana e impuestos; insumos, materias primas, bienes intermedios o bienes de capital y repuestos que se empleen en la producción de bienes de exportación o que se destinen a la prestación de servicios directamente vinculados a la producción o exportación de estos bienes.

 **Plan Vallejo** con operaciones según Artículo 172 Decreto Ley 444 de 1967:

A través del cual se puede importar temporalmente materias primas e insumos con el objetivo de utilizarlos exclusivamente en la producción de bienes destinados a la exportación o de bienes que, sin estar destinados directamente a los mercados externos, vayan a ser utilizados en su totalidad por tercera o terceras personas en la producción de bienes de exportación .

 **Plan Vallejo** con operaciones de Reposición de Materias Primas

Quien exporte con el lleno de los requisitos legales bienes nacionales en cuya producción se hubieren utilizado materias primas o insumos importados por canales ordinarios o por reposición, tendrá derecho a que se le otorgue registro para importar, con los beneficios estipulados en el Artículo 179 del Decreto.

Incentivos Financieros: A través de los cuales el gobierno busca aportar recursos de inversión para financiar programas de reconversión y de promoción, así como facilitar procesos de colocación de productos domésticos en el exterior.

#### **Bancoldex: Banco de Comercio Exterior de Colombia.**

Banco de redescuento especializado en comercio exterior, el cual ofrece productos y servicios financieros a las empresas que forman parte de la cadena exportadora de bienes y servicios colombianos, además brinda un esquema de financiación integral, que permite atender todas las necesidades en las diferentes etapas de la cadena de producción y comercialización de los bienes y servicios de exportación. Los programas que ofrece son: línea de crédito pre-embarque y post-embarque, Capital de Trabajo, Inversión fija, financiación a PYMES, Leasing, Creación, capitalización y adquisición de empresas, Proyectos de Infraestructura de transportes, Liquidex- Dólares, Liquidex- Pesos; estas líneas de crédito son otorgadas mediante operaciones de redescuento de recursos en moneda nacional y extranjera a través de intermediarios financieros debidamente autorizados.

#### **Finagro: Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario**

Entidad autónoma y especializada en el manejo de los recursos de crédito , tiene como objetivo principal estimular la transferencia de tecnología, fortalecer y mejorar las condiciones sociales del sector agropecuario, mediante la canalización de capital de trabajo e inversión en proyectos agroindustriales, agrícolas, pecuarios, forestales y pesqueros .

### **9.4.2 INCENTIVOS DE PROMOCIÓN Y AYUDA A LA COMERCIALIZACIÓN**

#### **PROEXPORT**

Organización encargada de la promoción de las exportaciones no tradicionales, turismo y la inversión extranjera, a través de una red nacional e internacional de oficinas, Proexport brinda apoyo y asesoría a los empresarios lo cual incluye, la identificación de oportunidades de mercado, diseño de estrategias de penetración de mercados y planes de acción; adicionalmente ofrece una gama de servicios de preparación y adecuación de oferta exportable incluyendo servicios de información y asesoría, acompañamiento de las partes para la promoción de las exportaciones y atracción de inversión.

#### **AGROINGRESO SEGURO**

Este programa ofrece a los productores agropecuarios recursos para financiar las principales actividades de este componente, como la protección de Ingresos para Productores de Bienes Agrícolas Exportables con alto potencial exportador como

azúcar, banano, cacao, camarón, carne de bovino, flores y follajes, frutas, hortalizas, leche y derivados para exportación, palma africana, plátano, tabaco y tilapia.

### **9.4.3 INCENTIVOS A TRAVÉS MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS**

#### **ICA: Instituto Colombiano Agropecuario**

Este instituto asesora a la Gerencia General en la formulación, preparación y desarrollo de políticas, planes, programas, proyectos, medidas y procedimientos dirigidos a la protección de la sanidad vegetal, a proteger los derechos de obtentores de las variedades vegetales, a verificar la calidad en la producción, comercialización y uso seguro de las semillas y los insumos agrícolas, a propender por la inocuidad en la producción primaria de los productos de origen vegetal.

También establece y mantiene las zonas libres y de baja prevalencia de plagas de control oficial; determina el estatus fitosanitario del país y coordina los programas fitosanitarios para que cuenten con los elementos que permitan lograr el reconocimiento de zonas libres y de baja prevalencia, realiza además acciones preventivas en forma conjunta con los productores, exportadores, importadores y otras autoridades, para proteger la producción vegetal, de plagas y enfermedades que afecten o puedan afectar las especies vegetales del país.

En conjunto con la Subgerencia de Regulación Sanitaria y Fitosanitaria realizan el proceso de expedición y difusión de las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias necesarias, para proteger y mejorar la productividad del sector agrícola del país . E impulsa los procesos de ingreso de los diferentes productos agropecuarios a los mercados internacionales, favoreciendo de este modo el desarrollo de la agroindustria colombiana, apoyando la apuesta exportadora, las políticas encaminadas a los tratados de libre comercio, proveyendo adicionalmente mayores ingresos económicos y oportunidades de empleo; generando pautas para mayor eficiencia agropecuaria .

## **9.5. LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

La logística de los productos cítrico, en este caso naranja, abarca desde su obtención por parte del cultivador, compra, distribución y comercialización; parte de la logística consiste en hacer seguimiento en todas las etapas de producción y garantizar la entrega del producto en condiciones de calidad óptimas, a buen

precio y a tiempo. La operación logística incluye, además, todas las etapas del proceso de exportación desde la obtención del producto hasta su llegada al consumidor final<sup>34</sup>, ya sea en el mercado internacional o el internacional.

El proceso logístico de este tipo de fruta inicia con la compra directa de los mismos a los campesinos o cultivadores. Se les exige a los productores cumplir con las normas establecidas por el INCONTEC y estar registrado como productor exportador de fruta fresca ante el ICA que permite garantizar el estado fitosanitario de la fruta a los mercados importadores.

Para la exportación de productos como la naranja se exige que los proveedores entreguen un producto de calidad, si cumplen con las exigencias de los acopiadores la fruta se traslada en canastilla al centro de acopio de la empresa comercializadora; para luego pasar a un proceso de selección, el cual consiste en separa la fruto que esta apta para la comercialización internacional de la que se encuentra en mal estado (frutas descompuestas, enfermas o machadas por pesticidas)<sup>35</sup>. La fruta que no reúna las características que la cataloguen como fruta para exportación será devuelta al proveedor que la comercializa en el mercado nacional.

Como se ha mencionado para que la naranja cumpla con todos los protocolos en materia de normas de calidad, sanitarias y fitosanitarias; deben efectuarse cambios en la estructura productiva y en las prácticas agrícolas teniendo en cuenta las normatividad internacional y del país destino (Alemania).

Es importante capacitar al cultivador para que este conozca aspectos tales como: las exigencias del mercado, el estado de las vías y la disponibilidad de la mano de obra.

Como el flujo de mercancías es continuo y la demanda creciente, es imprescindible el manejo del tiempo durante el proceso de exportación, pues el hecho de que el producto este justo a tiempo en el lugar donde el consumidor final lo puede encontrar le da al producto un valor agregado y una ventaja sobre los demás. En un mundo cada vez más globalizado la logística juega un papel importante en el manejo del tiempo.

Un medio de transporte y elementos para su traslado adecuados, permiten conservar la fruta y mantener sus propiedades influyendo directamente en la calidad y presentación de la misma. Es por esto que se hace necesario que el

---

<sup>34</sup> Cedeño, María Mercedes & Montenegro, Diana Margarita. Plan exportador, logístico y de comercialización de la uchuva al mercado de Estados Unidos para Futexpo S.C.I. Ltda. Trabajo de Grado. Facultad de Ingeniería, Ingeniería Industrial. Universidad Pontificia Javeriana. Pág. 57. En: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis135.pdf>

<sup>35</sup> Ibid.

exportador cuente con las condiciones adecuadas para trasladar la naranja, es decir, que se cuente con la infraestructura de transporte idónea para trasladar el producto desde el lugar del cultivo al centro de acopio y de éste al lugar de destino; razón por la cual se ha de mejorar las vías de acceso al puerto, para que el movimiento de la fruta se dé sin ningún contratiempo y dificultades que afecte a la fruta y más teniendo en cuenta que se trata de un producto perecedero y por lo que debe comercializarse con rapidez.

Como es un alimento perecedero se debe contar con una logística bien estructurada. La fruta debe almacenarse en condiciones ambientales adecuadas para conservar su calidad y apariencia externa durante la comercialización por eso deben estar lo más libre posible de hongos, magulladuras y evitarse todo tipo de deterioro. El almacenamiento en refrigeración es el más adecuado para frutas frescas como la naranja, pues retrasa el envejecimiento debido a la maduración, el reblandecimiento y los cambios de textura y color, la pérdida de humedad y el marchitamiento y el daño causado por la invasión de bacterias y hongos. Para obtener mejores resultados en la conservación de la fruta se debe mantener la temperatura en las cámaras de almacenamiento debe ser constante. La variación de temperatura causa condensación de la humedad en los productos almacenados, lo cual no es recomendable ya que favorecería el crecimiento del moho y el desarrollo de putrefacción<sup>36</sup>

Una vez la naranja esté debidamente seleccionada, empacada y almacenada se traslada al puerto de despacho donde se iniciará tratamiento cuarentenario.

Se ha de tener muy en cuenta las normas de empaquetado pues estas son susceptibles a legislaciones, normativas y costumbres de diferentes consumidores. Sabiendo esto se debe contar con un sistema de empaque y embalaje eficaz durante el proceso de exportación a Alemania que proteja el producto de los riesgos que se puedan presentar, le agreguen valor y este acorde con los requerimientos del consumidor y la normativa y legislación del país destino<sup>37</sup>.

Para el caso que se trata en este trabajo el exportador debe acatar la normatividad alemana en esta materia y cumplir con todos los requerimientos que exige los estatutos de ese país. 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

---

<sup>36</sup> *Ibíd.* Pág. 64

<sup>37</sup> *Ibíd.* Pág. 65



120 ó 110 x 110 drum pallet<sup>38</sup>; además los productos de consumo deben llevar etiquetas en el idioma del país al que se va a exportar.

### **9.5.1. Acceso a Alemania.**

El tráfico Colombia - Alemania cuenta con una amplia gama de servicios marítimos y aéreos. Principalmente a través de conexiones en los principales puertos y aeropuertos del norte de Europa. Los servicios directos no se prestan en transporte aéreo, sin embargo si existen para transporte marítimo. Además, sus aeropuertos están comunicados al resto de las ciudades por una amplia red de autopistas y ferrocarriles, que agilizan la entrega de las mercancías<sup>39</sup>.

## **9.6. EFECTO DE LA SITUACION CAMBIARIA DE COLOMBIA**

El país viene afrontando una crisis en la industria exportadora a razón de la reevaluación de la moneda nacional, cuyo impacto básicamente es el detrimento de los ingresos por los bienes que son comercializados en el exterior. Dicha crisis comienza a proliferarse desde el año 2003, cuando en marzo de ese año el dólar se acercó a los 3.000 pesos y se creía que esos niveles, que garantizaban rentabilidad, seguirían<sup>40</sup>.

El panorama actual con un dólar que se mueve en las cercanías de 1.820 pesos, para una revaluación del peso de 11 por ciento en lo corrido del año, se evidencia un desequilibrio que amenaza con la existencia misma de la industria exportadora del país, especialmente la del campo agrícola. Por lo tanto queda en tela de juicio la capacidad de la empresa como tal para competir, dado que la debilidad del dólar no se revertirá y éstas tienen una total dependencia del comportamiento de la tasa de cambio.

Esto significa , cómo se menciona anteriormente la reducción de los ingresos para los empresarios, más aún cuando están emprendiendo por primera vez con un proyecto productivo que pretende incursionar tanto en los mercados nacionales como internacionales, debido a los costos en que se deben incurrir para llevar una fruta inocua, que cumpla con los requisitos de trazabilidad y las normas técnicas requeridas en lo local y en el mercado final de destino, es decir las pequeñas empresas o productores deben jugársela toda por aumentos significativos de

---

<sup>38</sup> Proexport. Guía para Exportar a Alemania. Pág. 67. En:  
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4042DocumentNo3417.PDF>

<sup>39</sup> *Ibíd.* Pág. 85

<sup>40</sup> [http://www.portafolio.com.co/negocios/agronegocios/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-8194400.html](http://www.portafolio.com.co/negocios/agronegocios/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-8194400.html)

productividad, con mayor valor agregado que le represente sostenibilidad a largo plazo.

Consecuentemente, se pueden incurrir en endeudamientos con los bancos (el Banco Agrario presta un servicio integral y especializado para éste sector con intereses preferenciales) y entidades financieras nacionales, internacionales o directamente con la comercializadora o sus clientes directos; incluso con las organizaciones de etiquetado y certificación. Lo que al final puede significar el mal funcionamiento de la empresa o la no generación de empleo, contrarrestando la visión plasmada en la Ley 7<sup>o</sup>, ley marco del comercio exterior colombiano dentro de las cuales se encuentra: Impulsar la internacionalización de la economía del país para alcanzar un ritmo sostenido y creciente de desarrollo consiguiendo la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad en los mercados internacionales y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.

Para ejemplificar, el sector floricultor del país, que por su naturaleza está también expuesto a los vaivenes de la tasa de cambio mencionados anteriormente: “En lo corrido del presente año, 800 hectáreas han salido de la producción de flores, mientras 10 empresas avanzan en procesos de la ley de reorganización a la que se han acogido. Estas les deben 15.000 millones de pesos a los bancos y 7.400 millones a sus proveedores.”<sup>41</sup>

Es claro que el tema cambiario resulta de los más álgidos puestos que afecta un aspecto fundamental del funcionamiento de toda empresa como lo es la parte financiera, de la que se despliega la factibilidad acerca sí el negocio es rentable y auto-sostenible en el largo plazo.

---

<sup>41</sup> *Ibíd.*

## 10. CONCLUSIONES

La exportación de cítricos, en este caso la naranja, hacia países que demandan gran cantidad de este fruto como lo es Alemania, es un proceso complejo que demanda ciertos requerimientos, que de no cumplirse a cabalidad con lo que cada uno de estas obligaciones exigen, pueden convertirse en un obstáculo para los exportadores a la hora de realizar esta operación de comercio exterior; gracias al estudio e investigación que se ha realizado en este trabajo para caracterizar todo este proceso de exportación hemos podido establecer lo siguiente:

- ✚ El gobierno le ha facilitado al exportador colombiano realizar todos los trámites aduaneros concernientes a la exportación de manera rápida y sencilla, pues dentro de su política de comercio exterior para impulsar las exportaciones ha simplificado las gestiones relacionadas con este proceso. Sin embargo hay que tener en cuenta que los productores deben cumplir con todo lo que se les exigen en materia de documentación, vistos buenos y normas de calidad para que la exportación de sus productos se dé sin ningún tipo de contratiempos.
- ✚ Los acuerdos comerciales como el Sistema Generalizado de Preferencia aportan un gran beneficio para el departamento del Magdalena y para el país en general, en cuanto a comercio exterior y a la exportación de naranjas en este caso, gracias a las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea facilitando el ingreso de productos colombianos con arancel cero.
- ✚ El apoyo que brinda el gobierno es sumamente valioso para hacer de este proceso de exportación más fácil y más beneficioso para los comercializadores y exportadores de naranja, contando con incentivos como los otorgados por medio del **ICA** través medidas sanitarias y fitosanitarias, **Agroingreso Seguro**, que financia actividades de los productores agropecuarios, **Proexport**, otorgando apoyo y asesoría a los empresarios que deseen introducir sus productos a mercados internacionales, **Plan Vallejo**, entre otros.
- ✚ Para evitar malos procedimientos con respecto al cambio de la moneda especialmente por la reevaluación. Se debe empezar por capacitar a los pequeños productores para que sepan que la exportación es de obligatoria

canalización y existe un término de 12 meses para reintegrar las divisas por concepto de esta operación; para que pueda una vez entendido lo anterior, prever cual es el mejor momento para hacerlo, a razón de la no pérdida sus ingresos. A su vez debe garantizarse la certeza del pago de sus ingresos por la implementación de una carta de crédito a través del correspondiente procedimiento con el banco y su comparador, añadiéndose que de esta forma puede pactar el pago con una Tasa Representativa del Mercado (TRM) proyectada, blindándose así de una eminente reevaluación.

- ✚ En caso de necesitar un crédito recurrir a un banco, como el Banco Agrario o BANCOLDEX (Banco de Comercio Exterior de Colombia) para así obtener préstamos con intereses preferenciales, y que estos sean con garantías.
- ✚ Resaltar la importancia de los mercados nacionales, puesto que también podría ser factible vender parte de la producción en el país y así evitar pérdida por reintegro de divisas en caso de reevaluación, a esto se le agrega que se deben visionar varios mercados en lo posible para no estar sujetos y dependiendo de uno solo, es decir se debe abogar por la diversificación de los mercados internacionales.
- ✚ Los subsidios son fundamentales para la supervivencia del sector, por lo que se debe fomentar los incentivos que el gobierno tiene enfocados para contrarrestar la reevaluación: como coberturas cambiarias subvencionadas, incentivos sanitarios, ayudas por heladas, tasas subsidiadas y garantías del ciento por ciento a créditos.

## 11. REFERENCIAS

Ministerio de Agricultura. *La Cadena de cítricos en Colombia: una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005*. Bogotá, Marzo, 2005.

Ministerio de Agricultura y desarrollo rural Observatorio Agrocadenas de Colombia. Documento 66. En: [http://201.234.78.28:8080/dspace/bitstream/123456789/620/1/2005112155430\\_caracterizacion\\_citricos.pdf](http://201.234.78.28:8080/dspace/bitstream/123456789/620/1/2005112155430_caracterizacion_citricos.pdf)

CAMARA DE COMERCIO DE SANTA MARTA. Gestión Empresarial y Regional. Productividad y Competitividad. Cadenas productivas. Cítricos: Cadena Productiva Citrícola Costa Atlántica. Santa Marta. En: [http://www.ccsm.org.co/gest\\_emp/productividad/ge\\_produc\\_index.php](http://www.ccsm.org.co/gest_emp/productividad/ge_produc_index.php)

ARAUJO IBARRA, Consultores en negocios internacionales. Magdalena: Estructura productiva y productos potenciales. Noviembre de 2006

CEDEÑO, María Mercedes & MONTENEGRO, Diana Margarita. Plan exportador, logístico y de comercialización de la uchuva al mercado de Estados Unidos para Futexpo S.C.I. Ltda. Trabajo de Grado. Facultad de Ingeniería, Ingeniería Industrial. Universidad Pontificia Javeriana. En: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis135.pdf>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. *Perfil de Comercio Exterior Magdalena, Dirección de Promoción y Cultura Exportadora, junio 2004*.

Departamento Nacional de Planeación – DNP- *Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, Documento regional magdalena*. Bogotá, Junio 2007.

Vidal López, Carlos Daniel. Loaiza Soto, Alexander. *Proyección de Colombia con Relación a la Exportación de Pulpa de Mora a Estados Unidos*. Universidad Santiago de Cali. Santiago de Cali, Julio de 2008.

[http://www.portafolio.com.co/negocios/agronegocios/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_PORTA-8194400.html](http://www.portafolio.com.co/negocios/agronegocios/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-8194400.html).

Estatuto Aduanero. Ed. Legis.