

EXPORTACIÓN DE MANGO CRIOLLO

**CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE MANGO
CRIOLLO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA HACIA EL
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

**MARIA LETICIA MOGOLLON PEREZ
CRISTIAN ANDRES CONTRERAS
DANIEL ANDRES GONZALEZ HERNANDEZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTA MARTA, D.T.C.H.
2010**

EXPORTACIÓN DE MANGO CRIOLLO

**CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE MANGO
CRIOLLO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA HACIA EL
MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

**MARIA LETICIA MOGOLLON PEREZ
CRISTIAN ANDRES CONTRERAS
DANIEL ANDRES GONZALEZ HERNANDEZ**

**PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN COMO RESULTADO DEL DIPLOMADO
EN COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS**

CARLOS LABARCES
Asesor

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTA MARTA, D.T.C.H.
2010**

CONTENIDO

	PAG.
RESUMEN EJECUTIVO	
PRESENTACIÓN	
1 MARCO HISTÓRICO.....	10
2 MARCO TEORICO.....	15
3 MARCO CONCEPTUAL.....	19
3.1 EXPORTACION.....	19
3.2 ZONA FRANCA.....	19
3.3 CÁMARA DE COMERCIO.....	19
3.4 DIAN.....	19
3.5 NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA – NIT.....	19
3.6 REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO – RUT.....	19
3.7 VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR.....	20
4 MARCO JURIDICO.....	21
5 PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	23
5.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	23
5.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	24
5.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	24
6. OBJETIVOS.....	25
6.1OBJETIVO GENERAL.....	25
6.2OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	25
7 RESOLUCION DE LA PROBLEMÁTICA PLANTEADA.....	26
7.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	26
7.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	26
7.1.2 EL MERCADO DEL MANGO CRIOLLO EN COLOMBIA.....	33
7.1.3 MERCADO DEL MANGO CRIOLLO DEL MAGDALENA.....	40
7.1.4 ESTUDIO DEL MERCADO A NIVEL MUNDIAL.....	41
7.2 ESTACIONALIDAD MUNDIAL DE COSECHAS.....	43
7.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	45
7.4. PRODUCTO.....	48
7.5. PRECIO.....	53
8 TRAMITES PARA UNA EXPORTACIÓN.....	56
8.1 REGISTRO COMO EXPORTADOR.....	56
8.2 ESTUDIO DE MERCADO Y LOCALIZACIÓN DE LA DEMANDA.....	56
POTENCIAL	
8.3 UBICACIÓN DE LA SUBPARTIDA ARANCELARIA.....	56
8.4 PROCEDIMIENTO ANTE EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.....	57
8.4.1 SOLICITUD DE DETERMINACIÓN DE ORIGEN.....	57
8.4.2 SOLICITUD DE CERTIFICADO DE ORIGEN.....	57
8.4.3 PROCEDIMIENTOS DE VISTOS BUENOS.....	58
8.4.4 PROCEDIMIENTOS ADUANEROS PARA DESPACHO ANTE LA DIAN.....	58
8.5.5 MEDIOS DE PAGO.....	63

8.5.6 PROCEDIMIENTOS CAMBIARIOS (REINTEGRO DE DIVISAS).....	63
9. RUTA EXPORTADORA DEL MANGO CRIOLLO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS.....	64
9.1 COTIZACIÓN INTERNACIONAL.....	64
9.2 REMISIÓN DE LA FACTURA PROFORMA.....	66
9.3 ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES.....	67
9.4 FACTURA COMERCIAL.....	68
9.5 LISTA DE EMPAQUE.....	69
9.6 CERTIFICADO DE ORIGEN.....	69
9.7 SOLICITUD DE VISTOS BUENOS.....	70
9.8 REQUISITOS FÍSICOS, QUÍMICOS, MICROBIOLÓGICOS Y SENSORIALES.....	74
10. RÉGIMEN CAMBIARIO.....	76
11. RÉGIMEN SANCIONATORIO.....	78
12. CONCLUSIONES.....	83
13. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	86
14. ANEXOS (1).....	87
15. ANEXOS (2).....	88
16. ANEXOS (3).....	89

RESUMEN EJECUTIVO

La caracterización del proceso de exportación de mango criollo a los Estados Unidos, es producto de la recopilación de información secundaria que permitió analizar si el departamento del Magdalena cumple con los requisitos necesarios para incursionar en el mercado norteamericano.

En esta investigación se incluye un análisis del mercado nacional e internacional que hace referencia a las tendencias mundiales y al desarrollo que presenta Colombia en las principales ciudades exportadoras de mango. Además se comparan los principales departamentos del país con el Magdalena para determinar factores positivos o negativos en el proceso de exportación de mango criollo.

Se evalúan los diferentes competidores, economía, entorno social, tendencias del mercado, Mezcla de mercado; incluyendo el análisis de los datos con aspectos importantes a tener en cuenta en el momento de la exportación. Se muestran los procedimientos, requisitos y procesos que se deben seguir al momento de realizar la exportación de mango criollo a los Estados Unidos.

PRESENTACIÓN

El desarrollo competitivo de la producción agrícola colombiana y la posibilidad de ampliar sus actuales mercados están relacionados, directamente, con la capacidad del país para transformar industrialmente estos productos. De hecho, Colombia no ha obtenido avances en los últimos años para lograr admisibilidad de nuevos productos frescos en el mercado de Estados Unidos, el más importante y dinámico desde el punto de vista de oportunidades comerciales. Se condicionan, de esta manera, las posibilidades de exportación de una amplia gama de frutas y hortalizas a su procesamiento industrial, ya que así se eliminan los riesgos de transmisión de plagas o enfermedades con respecto a su estado fresco.

La demanda de productos procesados con base en hortalizas y frutas podría constituir una fuente de crecimiento de la actividad primaria del país siempre y cuando la oferta primaria nacional cumpliera con las condiciones requeridas a sus productos frescos por el sector industrial.

Las frutas, y entre ellas el mango, es una de las siete mega tendencias del siglo XXI por sus propiedades alimenticias, terapéuticas, medicinales, nutraceúticas y funcionales.

El cultivo del mango en Colombia es importante por la gran aceptación que tiene esta fruta entre los consumidores, por su rentabilidad y por las amplias zonas aptas que existen para su explotación comercial tales como, la Costa Atlántica, los Valles Internos del Magdalena, el Cauca, Sinú y Patía y los Llanos Orientales, donde se pueden utilizar tierras cuyos suelos pueden ser limitantes para otros cultivos.

En Colombia existen aproximadamente 4.000 ha. de mango comercial y más de 10.000 ha. de mango criollo, con un rendimiento promedio de 10,6 toneladas/ha/año, siendo los departamentos de mayor producción,

Cundinamarca y Tolima, con más de 60% de la producción nacional, seguido por Antioquía, Bolívar y Magdalena.

El cultivo del mango tiene gran rentabilidad y además por las amplias zonas aptas que existen para su explotación comercial. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural reportó durante el año 2007, que Colombia exportó más de 200 toneladas de mango fresco y seco a diferentes países, por valor de 582 mil dólares, siendo Estados Unidos el mayor receptor, seguido de Canadá y Alemania. Estas cifras revelan un incremento de más de 74 toneladas comparadas en el año 2006.

El estado por medio de entidades como CORPOICA pretende apostarle a esta naciente cadena productiva dado que existe potencial para crear un buen producto de tipo exportación, como lo es el Magdalena River. Teniendo en cuenta que la demanda de este es grande en países consumidores como los países bajos, Canadá, las islas Centro Americanas y Estados Unidos.

Dadas las condiciones geográficas que presentan el Departamento del Magdalena, su excelente clima, sus pisos térmicos, y la calidad de sus suelos lo podemos ubicar como un espacio propicio para el cultivo de mango criollo, con grandes oportunidades de posicionarse en el mercado nacional e incursionar en el mercado internacional de exportación de mango. No obstante si se compara el Magdalena con las demás regiones del país que también poseen entre sus apuestas productivas el mango, notamos el deficiente desarrollo de ésta región y sus niveles bajos de productividad en este sector, la razón parece explicarse en su escasa vocación emprendedora, deficiente preparación y carencia de incentivos reales en promoción y estrategias para la creación de nuevas empresas que se dediquen al cultivo, producción y exportación de mango para la exportación.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación está encaminada a identificar los requerimientos necesarios dentro del comercio internacional para la exportación de mango criollo o Magdalena River, como acuerdos comerciales, estudio de mercado, logística internacional, sistemas especiales

de importación y exportación, y regímenes cambiarios, para que esta apuesta productiva sea competitiva convirtiéndose en una alternativa para el desarrollo Económico sostenible del departamento.

En el desarrollo de esta investigación se nota que las principales dificultades para exportar el mango, es la poca materia prima existente , es decir no hay suficientes cultivos de mango criollo o “Magdalena River” , la falta de tecnología, la inexistencia de plantas procesadoras que convierta el mango mediante procesos industriales, que generen valor agregado al producto, las zonas donde se encuentran ubicados los cultivos: que generalmente son en zonas muy pequeñas como parcelas dificultan la recolección de una cantidad óptima para exportar lo cual genera simples comercializaciones esporádicas, es decir; no se produce la cantidad suficiente para mantener un mercado como estados unidos continuamente con el agravante que ninguna de las parcelas donde se encuentra el producto cumplen con las normas sanitarias o fitosanitarias exigidas para llevar a cabo un proceso de exportación. Además, la falta de mecanismo de asociatividad entre productores y comercializadores de la zona, falta de conocimiento de los procesos productivos y de visión de agro - negocios, escases de mano de obra calificada.

La falta de trayectoria y experiencia en cuanto a vida crediticia se refiere conforman el conjunto de debilidades de un proceso exportador, lo que conlleva a la no exportación de los derivados del mango.

Se procede a hacer un análisis de las principales ventajas y obstáculos que tiene el departamento del Magdalena en el sector agroindustrial para lograr incursionar con este producto en los mercados internacionales, partiendo de la exportación al mercado de los Estados Unidos, además se espera medir la capacidad de producción y procesamiento, la capacidad de los procesos logísticos existentes en la región para desarrollar actividades de exportación de mango, y por consiguiente la capacidad exportadora del departamento, articulando una de las apuestas productivas con el desarrollo y competitividad del Magdalena y de la región.

Cabe destacar que esta reciente en el país el desarrollo de la cadena productiva del Mango, sin embargo, el país lleva diez años promoviendo el incremento de la producción de mango tecnificada. La base de la investigación ha sido los documentos emitidos por **Corporación Colombiana de investigación Agropecuaria**, es especial, la Agenda Prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Cadena Productiva de Mango Criollo Procesado para Exportación en Colombia.

Por último se hace necesario resaltar que este trabajo se enmarca en la línea de investigación “Comercio exterior y Negociación Internacional” del subprograma “Productividad y competitividad de la Industria – Agroindustria” de la Universidad del Magdalena y pretende ser un aporte desde el punto de vista académico que permita avanzar en la aprehensión de conocimiento y en la creación de estrategias encaminadas a aprovechar el mango criollo como prominente exportable capaz de generar desarrollo económico y competitividad a la ciudad, al departamento del Magdalena, la Región Caribe y al país.

1 MARCO HISTÓRICO

La elaboración de productos industrialmente elaborados a partir de frutas y hortalizas en Colombia se ha mostrado dinámica gracias a factores como: la ampliación y diversificación de su consumo; el mejoramiento de algunas variedades y el interés en los mercados internacionales.

La vulnerabilidad de los productores colombianos frente a los hechos de violencia y a la crisis económica ha tenido como consecuencia un empeoramiento de la disponibilidad de la oferta, de por sí débil, dificultando las posibilidades de encadenamientos con la industria.

Para el abastecimiento industrial, las empresas procesadores acuden a proveedores que van desde grandes intermediarios de las centrales de abastos hasta asociaciones y cooperativas de productores.

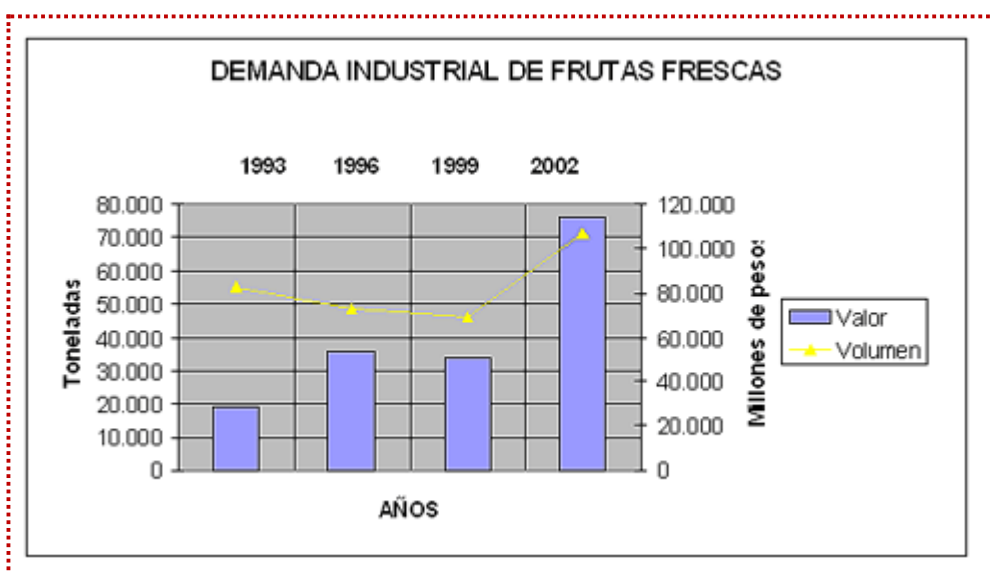
En el caso de los intermediarios mayoristas, la provisión de grandes volúmenes, la estabilidad de la oferta a lo largo del año y las facilidades de pago, generan ventajas sobre otro tipo de proveedores.

La modalidad de adquisición directa al productor por parte de la industria, no es percibida positivamente puesto que, en muchos casos, los productores no cuentan con un adecuado manejo pos-cosecha para el transporte y el almacenamiento y en general, presentan inestabilidad en los volúmenes recolectados. A lo anterior se suma la competencia del mercado en fresco que, generalmente, ofrece mejores precios para el productor.

Algunas empresas procesadoras han recurrido a negociaciones directas con los productores siguiendo un esquema de cooperación en el cual se presta asistencia técnica y se garantiza la compra de las cosechas entre otras ventajas. Aún así, esta modalidad de aprovisionamiento se combina con otras para evitar posibles déficits de materia prima.

El consumo industrial colombiano de frutas y hortalizas se concentra en algunos productos específicos. Es así como entre las frutas se destacan el mango, el plátano, mora, maní y guanábana, mientras que, entre las hortalizas, el consumo industrial se centra en el fríjol y arveja seca, zanahoria, el ají (y los otros pimientos) y los espárragos.

La demanda industrial de frutas frescas ha presentado una gran dinámica en los últimos años al registrar para en el año 1993 aproximadamente 55 mil toneladas momento desde el cual se presentó un decrecimiento constante para los siguientes años hasta el año 1999, en donde se ubicó en 70 mil toneladas, año en el que se registró un incremento decisivo al pasar a 106 mil toneladas para el 2002. Este drástico incremento en el último trienio es obedecido principalmente al aumento en cantidades demandadas y valor pagado principalmente por mango, mora, lulo, guayaba además de otras requeridas para la transformación industrial.



Fuente: DANE. Encuesta Anual Manufacturera

Cálculos: Corporación Colombia Internacional

La demanda de frutas procesadas muestra un decrecimiento al pasar de ubicarse en 35.000 mil toneladas en 1999 a 27.000 mil toneladas para el año 2002.

La agroindustria del mango es tan heterogénea como la especie misma. Esta es originaria de la región del Himalaya donde existen más de 1000 variedades,

se cultiva desde tiempos prehistóricos y a él se hace referencia desde hace 4000 años (SAG, 2006).

El Mango fue introducido en América por los españoles y portugueses a sus colonias tropicales del continente americano, por medio del tráfico entre las Filipinas y la costa oeste de México por los siglos XV y XVI. Jamaica importó sus primeros mangos de Barbados hacia 1782 y las otras islas de las Indias Occidentales al principio del siglo XVII. Los mangos fueron llevados de México a Hawai en 1809 y a California alrededor de 1880, mientras que la primera plantación permanente en Florida data de 1.861. (SAG, 2006).

El mango entro a Colombia probablemente entre los siglos XVII y XVIII por los españoles vía México, igualmente ingresó por el sur traído por los portugueses a las tierras brasileras, distribuyéndose principalmente en las zonas cálidas del país. Es un árbol rústico y vigoroso que crece sin cuidados en cualquier tipo de suelo, desde pesados, pasando por intermedios hasta suelos francos, esto se da porque tiene un sistema de raíces que busca el agua hasta 25 metros de profundidad (SAG, 2006). El cultivo de mango en Colombia cuenta con mucha relevancia a nivel nacional gracias a la gran aceptación que tiene esa fruta entre los consumidores, también por su aceptable rentabilidad por parte del productor y por las amplias zonas aptas que existen para su explotación comercial. Para inicios del siglo XX, solo se conocían en Colombia las llamadas variedades criollas producidas probablemente en las Antillas (Tafur, R, y Toro. J, C. 2006), (Jaramillo, J. 2007).

La fruticultura ha sido considerada en Colombia como el eje de reconversión del sector agroalimentario colombiano, líder por su notable contribución a la creación de empleo e ingresos, a la generación neta de divisas y a la modernización empresarial del sector agrícola, siempre que supere los obstáculos de planeación de la producción con una solución integral de la problemática de calidad, transferencia tecnológica y control de costos. El sector frutícola en Colombia viene exhibiendo una importante dinámica de crecimiento en los últimos años (6,85% frente a 3,23% del total agrícola sin café para el año 2007).

En el año 2001, con el Acuerdo de competitividad de productos hortofrutícolas promisorios exportables, se estableció como productos promisorios exportables de primera generación debido a que presentaron los mayores niveles de ventas al exterior del año 2000, al banano bocadillo (o bananitos), mango, granadilla, pitahaya, tomate de árbol y la uchua. Desde entonces el gobierno inició el proceso de fomentar la producción de estos productos con fines de exportación.

La mayor producción del mango en Colombia proviene principalmente de variedades criollas o prototipos regionales que se caracterizan por su alta estacionalidad de la cosecha. Igualmente, la mayor parte de la producción de mango criollo se destina y comercializa en el mercado nacional con la agroindustria, mientras que por su parte las áreas de mango fino se destinan para consumo fresco y solo una parte relativamente pequeña se exporta. (Tafur, R, y Toro, J.C. 2006).

Las principales frutas de importación de Estados Unidos son el banano que representó en el 2004 el 23% de las compras externas de la categoría, lo que equivale en términos absolutos a un total de 1.357 millones de dólares y 4,1 millones de toneladas, y la uva fresca, con una participación del 15%, equivalente a 878 mil dólares y 1.400 toneladas. En menor grado se destacan las frutas tropicales y subtropicales como el coco, con una participación del 9%, la piña, con el 4,4%, el melón 3,8%, el mango 3,4%, el aguacate 3,1%, la sandía 1,9% y la papaya 1,6%. Estados Unidos también importa cítricos particularmente lima y limón, y mandarina. Las importaciones de lima y limón ascendieron en el 2004 a 162 millones de dólares y representaron el 2,7% de las importaciones totales de frutas en ese año, mientras que las de mandarina alcanzaron los 140 millones y participaron con el 2,3% del total.

Por la tendencia creciente y sostenible de la demanda en los últimos quince años del mango, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR ha implementado una serie de programas encaminados a fomentar la producción

del mango criollo, aprovechando que Colombia es el único país del mundo que produce mango durante diez meses y medio del año.

Estudios realizados en Colombia durante 2007 y 2008 por investigadores de la **Corporación Colombiana de investigación Agropecuaria** acerca de las exportaciones de mango han llevado a la conclusión de que es una oportunidad para los productores y agricultores del país.

2 MARCO TEORICO

La globalización ha llevado a la internacionalización de la economía donde implica libre movilidad del capital productivo, de los flujos financieros y de la fuerzas de trabajo, el intercambio de productos entre países es más fácil por la eliminación de barreras que impedían el ingreso del producto al país.

Colombia ha llevado a una apertura económica desde algunos años creando diferentes tratados para la exportación siendo tradicional la exportación de productos como es el café, banano, las flores y el petróleo. Convirtiéndose en unos de los índices de sostenibilidad para el país por las divisas generadas por la exportación a mercados de Europa, Asia, y Estados Unidos.

Las exportaciones en Colombia han aumentado después de varios convenios que los países han hecho para el intercambio de los productos, como son: El grupo de los tres (G3) entre Colombia, México y Venezuela el pacto Andino y asociaciones como ALADI (asociación latinoamericana de integración) tratado de libre comercio con los Estados Unidos (TLC). De esta manera las empresas nacionales se han beneficiado con el no pago de tributos arancelarios para la exportación de ciertos productos.

El Gobierno Nacional promueve el incremento de las exportaciones y la diversificación de las mismas ante los problemas que registran las exportaciones tradicionales, por la gran competencia y barreras que tienen los productos tradicionales.

Los productos no tradicionales se definen de esta manera precisamente porque son cadenas productivas que se desarrollan en los mercados, en algunos casos de manera esporádica y en pocas cantidades pero esta es una aproximación poco profunda del concepto.

Para Doing Business Especial: “los productos no tradicionales son aquellos que tienen un valor agregado relevante, mayor y que pueden entenderse como productos terminados, como más que sólo insumos. De acuerdo con el Ex-

Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luís Guillermo Plata,” los productos no tradicionales de exportación conforman una categoría que se empezó a utilizar a finales de los años sesenta (60). Hoy en día se refiere también a todos los productos de exportación diferentes de Café, Carbón, Banano, Petróleo, Esmeraldas y Flores. Durante muchos años el objetivo de la política comercial fue el fomento a estas exportaciones y los productos más sobresalientes en su desempeño fueron las flores, las confecciones y el banano”.

El cultivo de mango ha tenido tendencia al incremento, tanto a nivel mundial, como en el nivel nacional. Esto se debe a la cantidad de mango que se consume en el mundo.

Crecimiento de las importaciones en los principales países

PAÍS	USD 2007 CIF	USD 2008 CIF	CRECIMIENTO 2007-2008
ESTADOS UNIDOS	485,651,204.00	564,847,986.00	16.31%
PAÍSES BAJOS (HOLANDA)	1187,132,520.18	200,098,694.10	6.93%
ALEMANIA	158,707,758.87	197,608,554.11	24.51%
FRANCIA	116,747,515.84	130,393,328.97	11.69%
REINO UNIDO	112,588,211.00	105,629,367.24	-6.18%
ITALIA	37,765,545.00	41,414,189.59	9.66%
ESPAÑA	24,246,265.96	34,725,345.49	43.22%

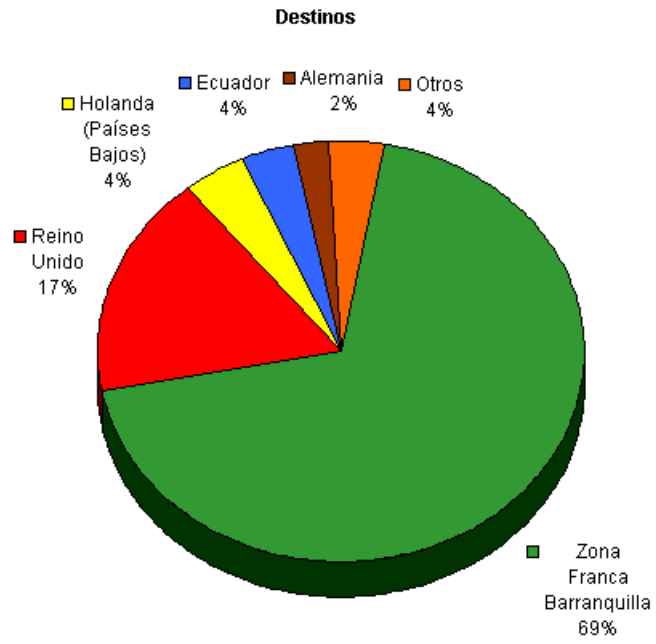
Fuente: Proexport. 2008

Para el año 2007, Colombia alcanzó la cifra record de US\$836 millones, con las exportaciones realizadas a Holanda, con crecimiento estimado del 63% respecto al 2006 que fue de US\$513 millones. Aunque, este crecimiento se debió a las exportaciones hechas de carbón, ferroníquel, café, banano y flores, las frutas frescas, especialmente la pulpa de mango, comenzó hacer su participación en el proceso de exportación, oportunidad que permite aprovechar el mercado y la relación que actualmente tiene con Estados Unidos.

En Colombia la directriz según el CORPOICA es fortalecer la competitividad del país a través del fortalecimiento de ventajas regionales a nivel mundial entre ellos está el promover el cultivo de los productos tradicionales en un 150% pasar de 18.000 hectáreas cultivadas a 27.500 hectáreas cultivadas de frutas tropicales para el año 2025, en el cual encontramos el mango.

Colombia se caracteriza porque el desarrollo del cultivo del mango para industrialización, procesamiento, y comercialización no ha sido homogéneo en todo el país. Los departamentos que la producen están dispersos y son: Atlántico, Antioquia, Bolívar, Córdoba, Cundinamarca, Cesar, Huila, Magdalena y Tolima. Estos a su vez actúan de manera desarticulada y sin un registro constante de su actividad productiva que aplique la trazabilidad en los productos del mango y fortalezcan la cadena de manera competente con las exigencias del mercado objetivo.

El país presentó un importante incremento en sus exportaciones a partir del año 1998 pues pasó de 44 toneladas a 2.800 toneladas de 1997 a 1998, cuando creció la demanda en la Zona Franca de Barranquilla que participa con el 69% del valor y el 94% del volumen total exportado por Colombia de este producto, desde donde se procesa y se exporta pulpa de mango ecológico.



Destinos Participación en valor

Fuente: USDA/Economic Research Service

3 MARCO CONCEPTUAL

3.1 EXPORTACION: Salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otros países, así mismo se considera exportación la salida de mercancías a una zona franca industrial de bienes y de servicios.

3.2 ZONA FRANCA: Una zona franca es un territorio delimitado de un país donde se goza de algunos beneficios tributarios, como el no pago de derechos de importación de mercancías o el no cobro de algunos impuestos.

3.3 CÁMARA DE COMERCIO: Una cámara de comercio es una forma de red de comercio. Los dueños de comercios y empresas de una región forman estas sociedades locales para proteger sus propios intereses. Los empresarios locales son miembros, y eligen un cuerpo ejecutivo para hacer funcionar la cámara. Son organismos extendidos por todo el mundo, usualmente regulados por ley.

3.4 DIAN: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.) Entidad encargada de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras y cambiarias en Colombia y, facilita las operaciones de comercio nacional e internacional.

3.5 NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA – NIT: El Numero de Identificación Tributaria es un código único, generalmente de carácter alfanumérico, utilizado con el fin de poder identificar inequívocamente a toda persona física o jurídica susceptible de tributar, asignado a éstas por los estados, con el que confeccionan el registro o censo de las mismas, para efectos administrativo-tributarios.

Se debe obtener el Registro Único Tributario – **RUT** ante la administración de la DIAN más cercana a su domicilio principal.

3.6 REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO – RUT: Establecido por el artículo 555-2 del Estatuto Tributario, constituye el nuevo y único mecanismo para identificar,

ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

3.7 VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR: Sistema que permite a los agentes de comercio exterior proporcionar en forma electrónica, información a un solo organismo público, para cumplir con todas las visaciones o exigencias que se requieren para la tramitación de las destinaciones aduaneras, de acuerdo a las normas legales y reglamentarias

4 MARCO JURIDICO

Análisis de la normatividad frutícola, asociada a la cadena productiva del mango criollo procesado para exportación

NOMBRE Y TIPO	OBJETIVO	CÓMO BENEFICIA A LA FRUTICULTURA
Ley 9 de 1979	Título V Alimentos Artículos del 243 al 274	En este título se establecen las normas específicas a que deberán sujetarse los procesadores de alimentos, los establecimientos industriales y comerciales y el personal de transporte relacionados con ellos.
Ley 16 de 1990	Por la cual se constituye el Sistema Nacional de Crédito Agropecuario, se crea el Fondo para el Financiamiento del sector Agropecuario FINAGRO y se dictan otras disposiciones.	Crea mecanismos de financiación para los agricultores.
Ley 101 de 1993	Ley general de desarrollo agropecuario y pesquero.	Protege el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, y promueve el mejoramiento del ingreso y calidad de vida de los productores rurales.
Ley 607 de 2000	Modificar la creación, funcionamiento y operación de las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria, UMATA, y se reglamenta la asistencia técnica directa rural en consonancia con el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología.	Garantiza la asistencia Técnica Directa Rural Agropecuaria, a través del ordenamiento de la prestación de los servicios de asistencia técnica directa rural por parte de los entes municipales.

LEY 07 DE 1991, Ley marco del Comercio exterior.

Dentro de esta ley se decretan las normas generales del comercio exterior y se establecen los principios a los que debe someterse el gobierno nacional para regular el comercio internacional del país, algunos de los cuales son¹:

- Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
- Promover y fomentar el comercio exterior de bienes, tecnología, servicios y en particular, las exportaciones.
- Estimular los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen y faciliten las transacciones externas del país.

¹ Tomado de: www.proexport.com.co/.../DocNewsNo1396DocumentNo817.DOC

- Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.
- Procurar una legal y equitativa competencia a la producción local y otorgarle una protección adecuada, en particular, contra las prácticas desleales de comercio internacional.

5 PROBLEMA DE INVESTIGACION

5.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la Costa Atlántica los pocos cultivos que se consideran tecnificados de mango se ubican en los municipios de Santa Marta, Ciénaga, Valledupar y en Zambrano principalmente. Mientras que en los departamentos del interior del país que representan el 66% se destacan departamentos como Cundinamarca, Tolima, Antioquia y Huila (SAG, 2006).

El Departamento Nacional de Planeación, DNP, en el documento regional Magdalena (AGENDA INTERNA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD), registra que el Departamento del Magdalena es una región fértil con una producción competitiva y grandes posibilidades de desarrollo agroindustrial. Con ventajas comparativas basadas en características como ubicación geográfica, la abundancia de recursos naturales, la disponibilidad de mano de obra o el acceso preferencial a los mercados (lo que en economía se llama dotación de factores), y ventajas competitivas, que se construyen a partir de la experiencia, los conocimientos propios y las capacidades desarrolladas para una determinada actividad.

La ubicación del Departamento del Magdalena frente al Caribe y su capacidad portuaria hacen que se convierta en el principal articulador de comercio exterior, especialmente con el centro y oriente con el resto del mundo, en especial la costa este de los Estados Unidos, Centroamérica y Europa.

Muy a pesar de las ventajas competitivas y comparativas que el Departamento del Magdalena presenta para la producción del mango criollo para la exportación, aprovechando la oportunidad de incremento de consumo en el mercado de los Estados Unidos y la población hispana que se encuentra localizada en Norteamérica, debe superar brechas tecnológicas, económicas que actualmente se lo impiden.

Por lo anterior y en aras de contribuir al crecimiento de la región se analiza la posibilidad que tiene el departamento para incursionar en el mercado del Mango Criollo para exportación, tomando como mercado objetivo el mercado de los Estados Unidos. En este contexto, procedemos a plantearnos una serie de interrogantes necesarios que serán resueltos en el transcurso de la investigación con el ánimo de obtener los resultados esperados.

5.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Posee el departamento del Magdalena las condiciones y cumple los requerimientos exigidos para exportar mango criollo a los Estados Unidos?

5.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son los principales factores favorables o desfavorables en el proceso de exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos?

- ¿Qué ventajas desventajas producen los acuerdos comerciales en los comercializadores que exportan mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos?

- ¿Qué iniciativas apoyan o desestimulan la exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos?

- ¿Qué aspectos del proceso cambiario se deben de tener en cuenta para la exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia los Estados Unidos?

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el proceso de exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena al mercado de los Estados Unidos.

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

6.2.1 Determinar los principales factores favorables o desfavorables en el proceso de exportación de mangos criollos desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos.

6.2.2 Identificar las principales ventajas o desventajas que presentan los acuerdos comerciales establecidos para la exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos.

6.2.3 Conocer las iniciativas que apoyan o desestimulan la exportación de mango criollo desde el departamento del Magdalena hacia el mercado de los Estados Unidos.

6.2.4 Analizar qué aspectos del proceso cambiario se deben tener en cuenta para la exportación de Mango (Magdalena River) desde el departamento del Magdalena hacia los Estados Unidos.

7 RESOLUCION DE LA PROBLEMÁTICA PLANTEADA

7.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

7.1.1 Descripción del producto.

El mango se desarrolla de manera óptima en climas cálidos, adaptándose a una amplia gama de condiciones climáticas. En el trópico se cultiva desde el nivel del mar hasta los 620 m.s.n.m. y, en zonas subtropicales, al nivel del mar. Actualmente se cultiva en casi todas las zonas tropicales y subtropicales del mundo, principalmente en la India, China y en México que es hoy el mayor exportador mundial de mango.

El mango presenta la siguiente taxonomía:

REINO	<i>Vegetal</i>
CLASE	<i>Angiospermae Dicotyledoneae</i>
SUBCLASE	<i>Sapindae Anacardiaceae</i>
ORDEN	<i>Mangifera</i>
FAMILIA	<i>Mangifera indica L.</i>



Existen en el mundo más de 500 variedades comercializables de mango, entre los que sobresalen las siguientes:

- *Kent*, de gran tamaño (entre 500 y 800 gramos) y con alto contenido de azúcares;
- *Haden*, que oscila entre los 380 y 700 gramos;
- *Tommy Atkins*, de 600 gramos en promedio que se caracteriza por mayores tiempos de conservación;
- *Irwin*, mango más pequeño que los anteriores (340 g) y de menor calidad;
- *Keitt* (600 g) de pulpa firme y jugosa;
- *Amelie* originario de África Occidental;
- *Manila Super* muy pequeño (10 g) y de sabor fuerte;
- *Ataúlfo* de origen mexicano.

Por ser una fruta que se cultiva en la zona intertropical del mundo, son muchos los países productores, lo que hace que el mercado sea muy competido. Sin embargo, no todos los países productores son exportadores, porque no todos cuentan con las variedades que más se demandan en los mercados internacionales.

Para el caso de Colombia, los cultivares de mango se agrupan en tres grupos:

- *Indios*: que se caracterizan por tener un marcado sabor a trementina, por ser dulces y tener bajo contenido de ácidos; el color y la longitud de la fibra son variables y la piel es de color muy rojo.
- *Indochinos y Filipinos*: que son bastante dulces, no tienen fibra, tienen un bajo sabor a trementina y son de piel color verde - amarillenta.
- *Cultivares de Florida*: desarrollados a partir de cultivares Indios que se caracterizan por tener un alto contenido de ácidos, piel de color rojo muy

atractiva y alta resistencia de la piel a la manipulación y al transporte en largas distancias.

Ciclo del cultivo

Los árboles de mango pueden comenzar a producir a partir del 3° o 4° año después del trasplante, dependiendo de las condiciones climáticas, del manejo y de los cuidados que se tengan con la planta. En Colombia, específicamente en la Costa Atlántica, ha habido casos en los cuales, aún con todos los cuidados, existen factores externos que pueden afectar el comienzo de la producción.

Épocas de cosecha

De acuerdo con reportes de la Federación de Cafeteros de Colombia, las épocas de abastecimiento en las principales ciudades del país se presentan así:

BOGOTA: alto abastecimiento en los meses de febrero a marzo y de agosto a octubre; mediano abastecimiento de mayo a junio y de noviembre hasta enero.

CALI: alto abastecimiento de febrero hasta abril y de septiembre a octubre; mediano abastecimiento de mayo a julio y de noviembre a enero.

MEDELLIN: alto abastecimiento de febrero a marzo y de octubre a noviembre; mediano abastecimiento de junio hasta agosto.

Rendimientos esperados

Según estudios realizados en Colombia, las variedades nativas de mango pueden

Llegar a producir cada año hasta 30 ton/ha y las variedades mejoradas hasta 20 ton/ha, dependiendo de la edad del huerto y del estado sanitario de la

planta. En Colombia, las variedades finas o introducidas han mostrado un rendimiento promedio anual de 10 a 16 ton/ha, con árboles que llegan a tener de 10 a 14 años de edad.

COSECHA

- **Reconocimiento de madurez**

Identificar en forma correcta el momento en que el fruto está maduro, será un factor determinante para la vida pos-cosecha del producto, es indispensable distinguir entre madurez fisiológica y comercial. La madurez fisiológica se refiere a la etapa de desarrollo del mango en la que se ha producido el máximo crecimiento y maduración. La fruta está completamente madura. A esta etapa le sigue el envejecimiento. La madurez comercial está íntimamente relacionada con las exigencias de un mercado determinado. Los términos inmadurez, madurez óptima y sobre madurez se relacionan con las necesidades del mercado.

De acuerdo con la misma fuente, la fruta debe cosecharse sólo cuando alcance su máximo crecimiento, que es el mismo de madurez fisiológica. Este momento se puede identificar por métodos químicos (contenido de almidón, contenido de azúcares, contenido de ácidos, relación sólidos solubles/acidez) y métodos físicos como gravedad específica, forma de la fruta y firmeza.

Existen, además, algunas características visuales que pueden ser usadas para determinar el punto de cosecha:

Color: en la corteza de la fruta se observan cambios en la tonalidad del verde, que de brillante pasa a opaco, como consecuencia de la degradación de la clorofila. Además, se incrementa el tamaño de las lenticelas y pasan de verde o blanco a café. En la parte interna de la fruta se observa que la pulpa empieza a

tomar un color amarillo. Cuando la fruta está totalmente madura, la pulpa se torna amarillo-naranja.

Forma: la fruta adquiere la forma que la caracteriza, dependiendo de la variedad. En algunas variedades, como Tommy y Kent, los hombros se levantan y se forma una cavidad en la región peduncular, además, el pico se hace más prominente. Además, en la fruta aparece su aroma y su sabor característicos.

- **Forma de recolección**

En plantaciones jóvenes o en árboles cuya copa no está todavía bien desarrollada y los frutos pueden ser alcanzados con la mano, el método usual de la cosecha consiste en separar la fruta del árbol con una pequeña torsión, quebrantando el pedúnculo. El pedúnculo se corta si ha quedado muy largo, para evitar que durante el empaque y transporte vaya a perforar la cáscara de otra fruta, causando heridas que conducen a daños y contaminaciones.

Otra forma de cosechar es asegurar la fruta con una mano y con la otra cortar el pedúnculo a la longitud deseada, utilizando para ello tijeras podadoras, similares a las que se utilizan en la cosecha de naranja.

Aquellos frutos de ramas altas se cosechan con una pértiga, generalmente de bambú, en la cual se ha fijado un gancho o navaja cortante, rodeado de una bolsa de lona o una red. La bolsa debe tener una capacidad para 4 o 6 mangos; no se debe incrementar el número de frutas por bolsa ni aumentar el tamaño del saco, pues el exceso causaría mucha fatiga al cosechador (Glavis y Herrera, 1995). La pértiga llena de frutas se baja cuidadosamente para evitar golpear el producto. Las frutas deben ser retiradas de la bolsa con mucho cuidado y colocadas en las cajas que deben estar próximas a los cultivadores. Las cajas llenas se colocarán a la sombra, con el fin de impedir que el sol queme las frutas.

El pedúnculo se corta (1 cm) para evitar que el látex exudado caiga sobre la corteza y la queme, desmejorando su apariencia externa. Si el pedúnculo o pezón se quiebra, es recomendable colocar el mango a la sombra con los hombros hacia abajo para que el látex escurra. Hay que tener cuidado de colocar la fruta sobre algún material como arena, para evitar contacto con el suelo y posible empozamiento del látex. Otra alternativa es limpiar el fruto con esponja mojada en solución de agua con carbonato de calcio al 0.5%.

- **Acopio**

El lugar donde se lleve la fruta debe estar completamente limpio, aireado, a temperatura ambiente y con todos los utensilios necesarios para preparar la fruta para el mercado.

- **Empaque**

La caja de madera es un recipiente de uso tradicional en muchas regiones del país. Sus medidas varían. Existen empaques con capacidad promedio de 15 a 30 kg, pero estos empaques ocasionan pérdidas de tipo mecánico; además, la madera absorbe humedad y puede inducir la contaminación y atraer insectos.

Las canastillas plásticas se han ido imponiendo en el mercado interno, ya que son livianas, no absorben humedad y son fáciles de limpiar. El cartón corrugado es el material que más se usa para el mango con destino al mercado externo (Galvis y Herrera, 1995).

Los empaques para la exportación, según el Códex Alimentarius, debe reunir las características que se especifican a continuación: capacidad de 5 kg, largo de 37 cm, ancho de 31 cm y alto de 11 cm. Cada empaque debe llevar en el exterior una etiqueta o impresión con caracteres que muestren la naturaleza del producto (variedad, envasador), identificación del exportador y/o envasador, origen del producto (país y región) y descripción comercial (contenido neto en kilogramos, número o letra de referencia o número de frutas por envase y designación del producto).

- **Almacenamiento**

Al entrar al cuarto refrigerado, el mango debe ser sometido a un proceso de pre-enfriamiento a través de aire forzado a una temperatura de aproximadamente 12°C, a la cual debe mantenerse en el cuarto refrigerado y a lo largo de la cadena de distribución. (Salazar Castro y ASIAVA, 1991).

El mango nunca se debe congelar o almacenar en cuartos fríos, pues su calidad se deteriora a temperaturas menores a los 12°C. Según la Federación Nacional de Cafeteros, a una temperatura de 13°C y 90-95% de humedad relativa, el mango puede durar entre 2 y 3 semanas.

- **Transporte**

El transporte debe hacerse dentro de cajas bien protegidas que eviten el movimiento de la fruta. El pedúnculo debe ser cortado bien cerca de la base del fruto para que no se lastimen unos magos con otros. El transporte lo realiza el propio cosechador o se puede hacer sacando las cajas a una calle del cultivo, donde será recogida por un tractor que lleve después la fruta hasta el centro de acopio.

Es recomendable tapar el camión o tractor donde se lleva la fruta con lonas de colores claros, dejando más o menos 40 cm libres en la parte superior para circulación de aire (Cerdas, 1993). De esta forma se evita que el sol caiga directamente sobre los frutos. Es mejor que el material para cubrir no sea plástico, ya que éste no permite que circule el aire y las frutas se maduran más rápido. El transporte debe hacerse en las horas de la mañana.

Según el destino, el mango debe conservar las condiciones del almacenamiento (no romper la cadena de frío) si se dirige a lugares lejanos y su transporte es por vía marítima. Cuando se distribuye regionalmente, en Colombia en particular, se transporta en cajas de madera o plástico dentro de camiones que no tienen ningún tipo de manejo de atmósfera (camión de estacas). Cuando se realiza por vía aérea, es necesario evitar los golpes con

otras cajas, no acumular muchas cajas unas sobre otras y, si es posible, continuar con las características del almacenamiento.

7.1.2 El Mercado del mango criollo en Colombia

La mayor producción del mango en Colombia proviene principalmente de variedades criollas o prototipos regionales que se caracterizan por una alta estacionalidad de la cosecha. Igualmente, la mayor parte de la producción de mango criollo se destina y comercializa en el mercado nacional con la agroindustria, mientras que por su parte las áreas de mango fino se destinan para consumo fresco y solo una parte relativamente pequeña se exporta. (Tafur, R, y Toro, J.C. 2006). De las 17.225 hectáreas con mango en producción en Colombia al 2005, se estima que 4.160 hectáreas, es decir, el 26,6% pertenecen a variedades mejoradas, comúnmente conocidas como variedades finas.

El Plan Nacional Frutícola de incrementar en 27.500 hectáreas, es decir en un 150 por ciento, el área de producción de la fruta para el año 2025, para aprovechar la dinámica creciente de la demanda mundial de fruta fresca y derivados. Dicho plan propone que el 70 por ciento de las nuevas áreas que vayan a sembrarse sea con mangos para la agroindustria y el 30 por ciento para consumo en fresco.

De acuerdo con el Plan Frutícola Nacional del 2006 y con ajuste propios de CORPOICA, el total de la producción nacional de mango para el año 2008 fue de 178.367 toneladas, para esta producción se utilizó un área de 17.653 hectáreas, el rendimiento para este periodo fue de 10,1 toneladas por hectárea, la cual es superior al promedio mundial en casi dos toneladas por hectárea. Lo que permite afirmar que si se esta incrementando lo producción de mango criollo en Colombia. Sin embargo, la oferta exportable de mango es relativamente escasa y gran parte de la producción nacional es absorbida por el mercado interno, en especial por las grandes superficies comerciales como las cadenas de supermercados. Se estima que el bajo diferencial de precios entre el mercado nacional y el internacional no ha sido lo suficientemente

atractivo para motivar la exportación de volúmenes significativos de mango, en especial para la producción del interior del país (CCI, 2007).

En la Región Caribe la mayor área cultivada la ocupa los mangos denominados criollo, como el Hilaza, Común, Mango de Puerco, Azúcar, Chancleta, Corazón, Calidad, Papaya, Manzana, Durazno, Ciruela, Papaya Zapote, Pico Rojo, Canela, Piña, Huevo de Burro, Masa, Callo de Monja, Paloma, Rosa, Mamuez, Vallenato, Numero Once, Papo de la Reina, y otros (Reyes, C. 1970). En esta región, se identifican tres tipos de cultivo asociados con perfiles específicos de productores según variedades, aunque predomina el cultivo tradicional/ silvestre:

- Silvestre: mango de hilaza.
- Semi-tecnificado y tecnificado: variedades norteamericanas de la lorida: Tommy Atkins, Van Dyke.
- Tecnificado (mango de azúcar en zonas especializadas como Gaira en Santa Marta).

De acuerdo con el Plan Frutícola Nacional PFN 2006, dentro del grupo de frutales que para el año 2006 presentaron mayor área cultivada, el mango ocupó la segunda posición después de la naranja, con un total de 16.078 hectáreas (Agrocadenas, 2009), lo que equivale a una participación del 11% del área cultivable a nivel nacional.

La producción de mango se determina por el tamaño promedio de la explotación y perfil del productor:

- Mango silvestre o de hilaza: 0-2 hectáreas (entre 80 y 90% del área cosechada de la concentración). Productor de formación promedio primaria, máximo bachillerato, sin acceso (ni necesidad) a la tecnología. Capital de inversión inexistente.
- Mango semi-tecnificado: existen alrededor de 200 has de mango semi-tecnificado, cuyos productores poseen formación superior y especializada, manejan información comercial y, específicamente, en mango y limón, tienen

acceso a la información comercial nacional e internacional y a la tecnología (incluso a la investigación desarrollada a nivel local).

- Mango tecnificado: variedades importadas y mango de azúcar; existe tanto explotación mediana (2-20 hectáreas) como grandes productores (20-60 hectáreas). Poseen un perfil muy similar al anterior.

En Colombia, de los 32 departamentos constituidos políticamente, veinticuatro de ellos cuentan con árboles de mango en áreas aproximadas de 10 hectáreas, pero de estos, *dieciseis departamentos* son significativos por su producción al contar con más de 100 hectáreas establecidas, como lo son los departamentos de Atlántico, Bolívar, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca.

Colombia presentó la siguiente producción en los últimos ocho años:

AÑO/ Miles de toneladas métricas							
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
135	134	141	167	153	149	153	158

Fuente: Grupo ejecutor prospectiva de Mango, Corpoica, 2006

Según cifras del Observatorio de Agrocadenas (2008), para el mango en general, tuvo una participación en el 2008 con el 6,2% de la producción de frutas frescas de Colombia, ocupando el tercer lugar con una producción de 178 mil toneladas. En el periodo 1999-2008 la producción de mango creció a una tasa promedio de 3,6% anual. Entre 1996 y 2008 el área cultivada con mango arrojó un promedio de 14.100 hectáreas y para el mismo periodo una producción promedio de 148.202 toneladas (Agronet, 2008). Con una tendencia creciente y sostenida.

La variación en la producción entre los años 2004 a 2007 obedecen a factores presentados referentes a los fenómenos del Pacífico que afectan considerablemente los promedios climáticos; la temperatura y sus variaciones normales entre el día y la noche influyen directamente sobre la floración del

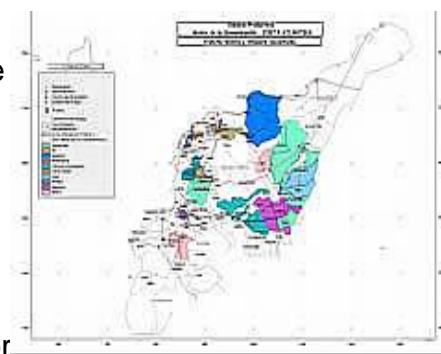
cultivo, que para el mango es un factor determinante dado que la fecundación de la flor se produce en porcentajes muy bajos, por su parte la lluvia que con su aumento de precipitación en épocas fenológicas clave del cultivo, aumenta la incidencia de enfermedades que afectan directamente la producción.

La mayor área sembrada se concentra en los departamentos de Cundinamarca 43,41%, Tolima 13,3%, Córdoba 4,19%, Antioquía 12,21%, Magdalena 8,86% y Bolívar 5,54%. Muy a pesar que en la Costa Atlántica el cultivo se extiende por toda su geografía, se presenta un alto porcentaje de cultivos no tecnificados.

En la Costa Atlántica los pocos cultivos que se consideran tecnificados de mango se ubican en los municipios de Santa Marta, Ciénaga, Valledupar y en Zambrano principalmente. Mientras que en los departamentos del interior del país que representan el 66% se destacan departamentos como Cundinamarca, Tolima, Antioquia y Huila (SAG, 2006).

En la Región Caribe, el mango responde naturalmente a las condiciones agroecológicas de la región (en particular el mango de hilaza): humedad relativa baja y alta luminosidad. Debido a su longevidad y su pico productivo de largo plazo (14 años después de la siembra), el mango silvestre permite una producción sostenida, que para las variedades criollas no necesitan ninguna labor. Por esto los departamentos no dejan de ser considerados como núcleos productivos.

Como se observa en la gráfica, el departamento de Córdoba es pionero en esta cadena productiva.



En Colombia existen cerca de 17 comercializadoras básicamente. El 52.1% de las exportaciones están concentradas en cuatro comercializadoras, que a su vez acumulan el 53.1% de los activos y el 46% de las ventas. Las comercializadoras son de tamaño pequeño a nivel nacional y

sólo una de ellas se clasifica como empresa grande por cantidad de trabajadores y nivel de ventas.

El mercado más importante para las variedades del mango criollo como hilacha o “Magdalena River” es el destinado a la agroindustria, la cual absorbe poco más del 40% de la producción nacional (Reyes. C, 2006). Donde empresas transformadoras y consumidoras de este producto como la Compañía Envasadora del Atlántico CEA, Productora de Jugos S.A., Alpina S. A., Frutícola S.A. (Antes conocida como ESGO) Y Frutas Exóticas Colombianas S.A., Frexco S.A. y Passicol, son las encargadas de captar el mayor porcentaje de la producción nacional.

CADENA PRODUCTIVA DEL MANGO CRIOLLO

El estado actual o línea base de la cadena productiva de mango criollo se construyó retomando los resultados obtenidos en el análisis de desempeño de la cadena, el cual consideró tanto el manejo de la información primaria como secundaria, la identificación de oportunidades y limitantes, brecha tecnológica y comercial en relación con la tendencia mundial. Todo esto se enriqueció y validó a través de talleres con la participación de expertos en el cultivo del mango y actores de la cadena. De esta forma se logró la construcción del estado actual con una visión proactiva, en la cual, más que las fortalezas, se resaltaron los retos que tiene la cadena para lograr una mayor competitividad en el año 2019.

De acuerdo con los criterios de calidad, productividad y competitividad analizados para establecer el estado actual se concluyó que hay mucho camino por recorrer para llegar a tener una cadena constituida como tal, pues en el momento se considera que no se cuenta con la adecuada interacción entre los eslabones que la conforman, lo que conlleva a una desarticulación tanto en el proceso productivo como en el de mercado y comercialización. En este contexto este es el reto más grande que debe afrontar el Consejo Nacional de Mango, constituido en el primer semestre del año 2009 por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y cuya Secretaría Técnica está a cargo de la Corporación Colombia Internacional.

Es evidente en el momento las dificultades sobre la información relevante a la cadena que se encuentran en las diferentes entidades del entorno de la misma, las cuales tienden a confundir al tratar de realizar ejercicios comercialización. Es de suma importancia cuantificarse y calificarse de manera real con el objeto de que las decisiones estratégicas se tomen sobre datos con la mayor exactitud posible y donde se pueda evidenciar particularidades necesarias para consolidar un ejercicio dinámico entre los eslabones que la conforman. La cadena en el estado actual carece de información suficiente que permita caracterizar detalladamente un sistema productivo tan heterogéneo desde factores de productividad, variedades establecidas, rendimientos, áreas, factores comerciales y sociales, los cuales sumados, son la información clave para la aplicación de estrategias de mejora que se acoplen a las condiciones actuales de la cadena.

Como el principal eslabón que conforma la cadena se encuentra el productor de mango criollo colombiano que se caracteriza en general por realizar muy pocas prácticas agronómicas, poseer poco conocimiento agronómico del cultivo, tener parcelas con gran heterogeneidad en variedades y condiciones fenotípicas, no ser un cultivo del cual genere gran porcentaje de su sustento total, lo cual como sumatoria de estos factores se ve reflejado en parcelas poco productivas y cosechas con altos porcentajes de fruta sin condiciones adecuadas para su procesamiento agroindustrial. Existen pocos cultivos que se pueden considerar como tecnificados, estos en su mayoría comprenden cultivos con variedades mesa, los productores tecnificados de mango criollo como tal, presenta rendimientos superiores al promedio colombiano pero sin alcanzar los volúmenes necesarios para poder establecer relaciones continuas de venta al consumidor final, que para este caso se considera como la agroindustria, lo que ve avocado al productor a enfrentar las condiciones impuestas por el comercializador mayorista.

El eslabón de comercializadores de mango criollo en fresco para industria cuenta con dos segmentos claramente diferenciados, los cuales establecen el precio de compra considerado en algunos casos como especulativo, esta

situación particular entre los productores y el eslabón de comercializadores genera una desventaja clara en contra del productor, dado a los precios bajos y forma de pago que recibe por su producción, lo cual en muchas regiones ha sido el principal factor limitante para el desarrollo del eslabón productivo de la cadena, afectando obviamente el desempeño de la misma. Esta eficiencia se ve influenciada por la existencia de un oligopolio formado por el eslabón de comercializadores, agregando costo al producto, pero si generar ningún valor agregado al mismo.

Las empresas agroindustriales que se encargan del procesamiento de la materia prima que en este caso es mango criollo, cuentan con una capacidad operativa instalada, capaz de responder al aumento de la demanda por parte de mercados internacionales hasta en un triple de lo procesado en la actualidad. Este potencial se ve limitado pues para lograrlo es necesario establecer acuerdos comerciales previos bajo marcos de continuidad tanto en volumen como en precio, situación que no es posible debido a la fluctuación y calidad de las cosechas durante todo el año, sumado a la lejanía de la producción.

Con respecto a la ubicación de las plantas de procesamiento y la relación del precio de compra de la fruta. Es por esto que el fortalecimiento de los canales de comercialización resulta de gran importancia para la cadena, no solo en la relación de venta hacia la agroindustria, sino en el contexto general de todos los eslabones, primando factores de calidad en el producto entregado.

Por otra parte, sobresalen los mecanismos establecidos por el Gobierno Nacional para incentivar la actividad agropecuaria, lo cuales se encuentran en los subsidios o prestamos dispuestos por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través de su programa de Agro Ingreso Seguro; por su parte Asohofrucol, dispone de igual manera recursos enfocados al el fortalecimiento de los proyectos productivos en áreas directas de inversión o en proyectos de ciencia, tecnología y desarrollo tecnológico, donde también participan entidades como FINAGRO, COLCIENCIAS, SENA, entre otras. Otro tipo de aporte entregado por las entidades que se encuentran en el entorno de la cadena es el aportado como apoyo técnico y científico en donde se destacan

entidades como ICA, Corpoica, CIAT, Corporaciones Autónomas Regionales, UMATA's, así mismo lo desarrollado por las secretarías de agricultura regionales, esfuerzos todos enfocados a mejorar las condiciones de competitividad de la cadena.

Los productores tradicionales de mango en Colombia, han estado más en el papel de recolectores que de cultivadores por no disponer de la tecnología adecuada para este sistema de producción. Para subsanar esto, CORPOICA, Y FINAGRO realizó la publicación Tecnología para el Cultivo del Mango con énfasis en Mangos criollos, con el propósito de generar un documento de consulta y referencia de los productores de mango, del país y el exterior. Como un aporte fundamental para hacer más eficiente, rentable y sostenible la producción del mango. Este manual técnico recoge en 192 páginas toda la información y recomendaciones para el manejo integrado de las generalidades del cultivo, nutrición y fertilización, insectos, ácaros, enfermedades y desórdenes fisiológicos y manejo pos-cosecha de esta fruta.

Este documento es generado gracias a la ejecución del proyecto de investigación y transferencia de tecnología "Capacitación participativa y divulgación tecnológica de estrategias para la producción más limpia de mango hilacha en el municipio de Santa Bárbara, Antioquia", financiado por Asohofrucol y el Fondo Nacional de Fomento Hortifrutícola.

7.1.3 MERCADO DEL MANGO CRIOLLO DEL MAGDALENA

El mercado del mango criollo en el Departamento del Magdalena. En Colombia de acuerdo con los indicadores de competitividad la Región del Magdalena es una rama productiva que se categoriza como una oportunidad perdida, dado que en el sector existe las condiciones que permiten la siembra del mango "Magdalena River" o hilaza, para atender la demanda latente en los EEUU. Además que el mercado internacional muestra un interés particular en el mango procesado a 28° Brix y ha logrado posesionar el mango criollo reconocido como "Magdalena River".

Las apuestas productivas sirven de base para la estrategia competitiva regional. El Departamento del Magdalena elaboró la Agenda Interna para la productividad y la competitividad, bajo la coordinación del Departamento Nacional de Planeación (DNP). El objetivo de esta agenda es el diseño de un plan de acción de reformas, programas y proyectos prioritarios para fomentar la productividad y competitividad del país y aumentar y consolidar su participación en los mercados internacionales.

7.1.4 Estudio del mercado a nivel mundial.

En el comercio mundial de frutas tropicales, el mango es la cuarta especie después del banano, la piña y el melón. Sin embargo el mango es un frutal que en los últimos quince años ha venido aumentando a una tasa del 10% anual, con una tendencia creciente y estable que permite tener un cierto margen de confianza para aumentar el área con esta especie (SAG, 2006), además es una de las frutas tropicales (producida en la franja tropical del planeta) preferidas en el mercado mundial, tanto como fruta fresca por su agradable sabor, aroma y color atractivo, como también en puré o pulpa concentrada a 28° grados Brix.

Datos reportados para el año 2007, muestran que el mango se produce en 111 países que lo cultivan en una superficie de 4.028.011 hectáreas de las cuales, la India ocupa el 41,3% con 1.665.297 hectáreas; China quien destinó para este cultivo un 11,2%, Tailandia con 7,4%, Indonesia con 7,1% y México con 4,5%.

Dentro de los países suramericanos, la participación sobre el área cultivada, el más representativo es Brasil con una participación de 1,8%, seguido de Cuba con 1,0%, República Dominicana con 0,6% y Ecuador y Colombia que participaron con el 0,4% lo que ubica un puesto vigésimo segundo a nivel mundial.

A nivel mundial se registra una alta competencia que caracteriza la comercialización del mango, a raíz del desarrollo de: Nuevas estrategias de mercado que buscan la ampliación de los destinos para el producto; Alianzas entre países productores para garantizar la oferta durante todo el año bajo una sola marca como es el caso de Capespan de Suráfrica; Marcas como: La Bamba para el mango Tommy Atkins de México y Pango Mango para el producto de Puerto Rico (con los que se busca desarrollar una reputación de calidad excelente y consistente). Nuevas presentaciones del producto tales como fruta pre-cortada, recientemente introducida al mercado por Israel.

Colombia ha exportado pequeñas cantidades de variedades mejoradas de mango fresco al mercado europeo vía marítima y concentrada especialmente en los meses de mayo y agosto. El mango colombiano ingresa a este mercado con el certificado fitosanitario expedido en el lugar de origen. En el mercado de Estados Unidos la admisibilidad el mango está sujeta al tratamiento hidrotérmico (inmersión en agua caliente), en el lugar de origen, en plantas aprobadas por la agencia APHIS, básicamente contra la presencia de mosca de la fruta. Países productores de la región como Brasil, Ecuador y Perú, se han consolidado en este mercado con las mismas exigencias. (Agrocadenas, 2005).

PROEXPORT registró que las importaciones de mangos frescos o secos, para el año 2006, valor CIF, ascendieron a USD 269.320.525 , siendo la participación colombiana de USD 226.037, o el, 0.8% mientras que países como México, Perú, Brasil y Ecuador, participan en USD 145.894.592, USD 32.155.428, USD 26.048.555 y USD 25.730.730 respectivamente. Sin embargo la producción no es constante ya que son afectados por las estaciones, de esa manera en los meses de Noviembre a Marzo, disminuye la exportación.

Durante el año 2007, Colombia se posesionó en el trigésimo segundo lugar en cuanto a ingreso percibidos por las exportaciones de mango con un total de 1.4 millones de dólares, lo que equivale a la exportación de 2.302 toneladas.

La exportación del mango criollo fresco, desde el año 2003 presenta restricciones de entrada al mercado de Estados Unidos por la presencia de la Mosca del Mediterráneo. Es por esto que la fruta con destino a este mercado debe ser sometida a un tratamiento cuarentenario que consiste en sumergir el mango en agua caliente. Sin embargo, tiene aprobado, por parte de las autoridades sanitarias de Estados Unidos (APHIS), un protocolo de tratamiento cuarentenario de inmersión en agua caliente.

Para Colombia, se señalan algunos factores restrictivos para la comercialización del mango especialmente a mercados de Estados Unidos, como: excesivos controles que afectan la conservación del producto en fresco, altos costos unitarios de fletes internos debido a la distancia entre las zonas de producción y los puertos (por ejemplo, de las zonas productoras del departamento de Tolima al puerto de Santa Marta), bajos volúmenes de producto en condiciones de exportación. Las dificultades para comercializar la fruta desde el interior del país pone en desventaja la producción de estas zonas frente al producto proveniente de las zonas caribeñas que han tenido éxito por su la ventaja natural que poseen para hacer envíos marítimos de mango fresco al exterior, como es el caso de los más importantes productores en Latinoamérica, como Perú, Ecuador, México y Brasil.

Las exportaciones de mango procesado colombiano, tienen un valor adicional, ya que es considerado como un producto natural o ecológico que no recibe ningún insumo agroquímico (SAG, 2006).

7.2. ESTACIONALIDAD MUNDIAL DE COSECHAS.

En lo que respecta a las épocas de producción, países como Egipto, Israel y Estados Unidos cuentan con un periodo de cuatro meses, siendo Egipto e Israel exportadores entre los meses de julio a octubre, mientras que los Estados Unidos lo hacen entre junio y septiembre. Enfocados en el mercado latinoamericano de mango a Estados Unidos, México, tiene su periodo de mayor exportación, desde mediados del mes de mayo hasta agosto; durante varios años han efectuado diversas investigaciones a través de la combinación

de variedades y localidades lo que le ha permitido extender la oferta de mango desde mediados del mes marzo hasta septiembre.

Calendario de exportación de mango

Procedencia/Meses	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
MALI												
INDIA Y PAKISTAN												
BURKINA												
COSTA DE MARFIL												
GUINEA												
SENEGAL												
ANTILLAS												
EGIPTO E ISRAEL												
MEXICO												
ESTADOS UNIDOS												
COLOMBIA												
KENYA												
VENEZUELA												
CONGO												
SURAFRICA												
PERU												
MADAGASCAR												
BRASIL												

Grafico 1.- Calendario de exportaciones de mango

Fuente Base: G. Boyer Vidal. 1987, Programa de Frutales ICA – 1992. Ajustes: Grupo Ejecutor Prospectiva de Mango. Corpoica, 2008.

Ecuador, ocupa la posición 21 en el escalafón mundial de los países productores y cuenta con una gran ventaja frente a países productores en el hemisferio norte, debido a que la estacionalidad de su cosecha comienza regularmente a mediados de octubre y puede prolongar en algunas zonas hasta finales de enero o principios de febrero que es cuando se presenta la ventana principal para el hemisferio sur, que igualmente favorece a países como Brasil, Perú y Colombia con un periodo de producción traslapado con el de Ecuador. Sin embargo, el máximo de producción ecuatoriana es alcanzado en diciembre, cuando Brasil oferta el máximo de su producción, razón por la cual obtiene precios más bajos (FME, 2008).

Esta estacionalidad mundial de cosechas se puede evidenciar más claramente en el Grafico 1, donde se pueden analizar particularidades que pueden ser tomadas como ventajas competitivas, como es el caso de Colombia y Kenya, con una distribución de su producción casi durante todo el año, lo que permite

que en la época desabastecida pueda exportar, logrando precios altos como consecuencia de la poca disponibilidad del producto en los mercados internacionales. (Rincón, C. J., Guzmán, R., Toro, J.C., 1992), ventaja que se ve diezmada por no contar con las condiciones necesarias para afrontar las condiciones sanitarias en los países exportadores y por la baja oferta nacional para el producto procesado.

La participación de los países Latinoamericanos y del Caribe en el total de las exportaciones mundiales de mango fresco es del 59%, y la de los países asiáticos del 29%, la de los africanos el 3,2% y Europa reexporta el 8,7% del volumen total de exportaciones. Cabe aclarar que mientras la producción del hemisferio norte se concentra en los meses de abril a agosto y la del hemisferio sur se da de octubre a marzo, mientras que septiembre se caracteriza por ser el periodo de ruptura entre las producciones de los dos hemisferios (Rincón, C. J., Guzmán, R., Toro, J.C., 1992).

7.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En la actualidad el fomento de algunas especies en el mundo ha estado ligado íntimamente a aspectos de salud y estética como es el caso de las frutas y hortalizas. Colombia no ha sido ajena a esta tendencia y es así como el consumo de jugos naturales y frutas frescas está en crecimiento. Entre las diferentes frutas, en los últimos años el mango ha sido la de mayor crecimiento, especialmente el mango criollo conocido también como "mango hilacha", que se destaca por su excelente sabor, contenido de sólidos solubles y fibra, que lo hace muy recomendado para el sistema digestivo.

De acuerdo con los resultados obtenidos por el DANE mediante la Encuesta Nacional de Hogares (ENH), y el Plan Frutícola Nacional 2006, el consumo de mango fresco en los hogares urbanos de Colombia lleva un crecimiento del 1.9% anual.

AÑOS					
2005	2006	2007	2008	2009	2010

87.085	88.749	90.446	92.179	93.947	95.751
--------	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Cálculos PFN,2006. Ajustes: Grupo ejecutor prospectiva del Mango, Corpoica Palmira.

El consumo agroindustrial de mango en Colombia, también observaron que se encuentra en crecimiento. En el periodo de 1992 y 2007 pasa de 1.986 toneladas en el año 1992 a 333.129 toneladas en el año 2002, proyectándose a 64.797 toneladas en el año 2009.

Es decir, que mientras el crecimiento del consumo de mango en fresco por parte de los hogares colombianos entre 2005 y 2009, fue el 7%, el crecimiento del consumo de mango para industria entre 205 y 2009, llegó a 32%. Cifras que rectifican el importante crecimiento del consumo de mango para industria y la necesidad de contar con cultivos tecnificados, orgánicos o no, que suplan la necesidad del consumo industrial.

La oferta exportable de mango es relativamente escasa y gran parte de la producción nacional es absorbida por el mercado interno, en especial por las grandes superficies comerciales como las cadenas de supermercados. Se estima que el bajo diferencial de precios entre el mercado nacional y el internacional no ha sido lo suficientemente atractivo para motivar la exportación de volúmenes significativos de mango, en especial para la producción del interior del país. (CCI, 2007).

Ranking	País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	India	9.742	10.461	11.354	10.598	10.601	10.644	10.837	11.034	11.235
2	China	3.122	3.208	3.270	3.508	3.558	3.577	3.642	3.708	3.775
3	Tailandia	1.451	1.625	1.689	1.741	1.692	1.667	1.697	1.728	1.759
4	Indonesia	826	876	923	1.402	1.526	1.436	1.462	1.489	1.516
5	México	1.305	1354	1.385	1.330	1.289	1.292	1.315	1.339	1.364
6	Pakistan	900	941	985	987	974	974	992	1.010	1.028
7	Filipinas	831	808	846	920	968	932	949	966	984
8	Brasil	403	471	688	739	787	739	752	766	780
9	Nigeria	729	730	730	730	730	730	743	757	771
10	Egipto	287	298	324	325	318	375	382	389	396
13	Estados Unidos	222	238	241	266	281	279	284	289	294
15	Cuba	237	217	212	208	233	243	247	252	256
21	Perú	171	107	118	146	159	178	181	185	188
24	Colombia	125	139	138	143	170	156	159	162	165
28	Ecuador	79	38	55	71	51	83	85	86	88

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2006 (Crecimiento proyectado del 2%)

En el mundo, del total de 27,9 millones de toneladas producidas en el 2005, solo el 0,6% del producto fresco se comercializa internacionalmente, el resto se consume en los países productores o se comercializa como producto procesado. El consumo de mango en los Estados Unidos desde el año 2000, ha presentado una tendencia creciente y significativa aunque con una leve disminución en el año 2004. Las variedades que más se consumen en fresco para este país son Tommy Atkins, Haden, Kent y Keitt, variedades de mesa las cuales son las más populares. A pesar de que la demanda de mango se concentra en la población inmigrante Latina y Asiática, cada vez hay más consumidores en el resto de la población (CCI, 2006).

De acuerdo con MADR 2006 con datos de FAO, el consumo de mango fresco y procesado per cápita anual, el mayor consumo lo tiene la isla de Santa Lucía con 194 kilos/ habitante. Es de resaltar que de los diez primeros países, cuatro corresponden a islas de las Antillas (Dominicana, Granada, Cuba, Antigua y Barbuda), que tienen una altísima vocación turística representada en el flujo permanente de cruceros. Colombia por su parte, con un consumo de 3,58 kilos per cápita ocupó la posición número 47 (MADR, 2006).

Consumo de mango fresco y procesado per cápita anual en los principales países consumidores. 1999 – 2007. (Kg. / Habitante / Año).

Ran-king	País	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	2007*
1	Santa Lucía	188	188	189	189	187	188	190	192	194
2	Montserrat Isla	28	35	47	47	35	35	35	36	36
3	Haití	27	29	30	31	31	30	31	31	31
4	Tailandia	23	26	27	28	27	27	27	27	27
5	Dominica	25	25	24	24	24	24	24	24	25
6	Granada	20	20	23	23	24	24	24	24	24
7	Samoa	25	25	23	23	22	22	23	23	23
8	Cuba	21	19	19	18	21	22	22	22	22
9	Emiratos Árabes Unidos	22	18	14	17	21	21	21	21	21
10	Antigua y Barbuda	20	20	19	19	19	20	20	20	20
16	México	13	14	14	13	12	12	13	13	13
25	Perú	7	4	4	5	6	7	7	7	7
27	Ecuador	6	3	4	6	4	6	6	7	7
33	Paraguay	6	6	5	5	5	5	5	5	5
36	Brasil	2	3	4	4	4	4	4	4	4
47	Colombia	3	3	3	3	4	4	4	4	4
55	Venezuela	5	5	3	3	3	3	3	3	3
79	Estados Unidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1

El crecimiento en el consumo de mango fresco en Estados Unidos se deben en gran parte a las campañas para promover su consumo, realizadas por el Departamento de Agricultura USDA, al Cadena Nacional del Mango, National Mango Bureau y la Comisión Nacional de Promoción del Mango, National Mango Promotion Board. Otra región que se vislumbra como significativa en cuanto a consumo es la del medio oriente, donde países como Arabia Saudita, Los Emiratos Árabes Unidos y Qatar cuentan con grandes demandas de este fruto gracias a su agradable sabor (FAO, 2004).

En el largo plazo se prevé que las perspectivas de consumo continúen con una tendencia creciente, dado que en los últimos años se han incrementado la oferta de este producto a nivel mundial, situación que se da principalmente por el aumento en el número de hectáreas cultivadas, generado por la demanda insatisfecha del producto.

7.4. PRODUCTO

La pulpa de mango que se obtiene al separar la pulpa del fruto de la semilla y la cáscara para luego ser sometida a un procesamiento térmico y congelado. El mango que se utiliza para procesar se debe cosechar en estado de madurez fisiológica, es decir, cuando el fruto está totalmente maduro. Debe tener su tamaño desarrollado y según la variedad, deben lucir un color amarillo o amarillo y rojo; y que internamente, alrededor de la semilla, tenga una coloración amarilla. Las variedades de mango más recomendables para el procesamiento son: La Criolla, Mora, Filipino, Irwin y Haden.

En el siguiente cuadro, se indica la composición nutricional de la pulpa de mango por 100 g de sustancia comestible:

Nutricionales	Valor por 100gr
Energía	69calorías
Humedad	82,5g
Proteína	2,1g

Grasa	0,5g
Carbohidratos	14,1g
Fibra	0,4g
Ceniza	0,4g
Calcio	19g
Fosforo	15mg
Hierro	0,2mg
Sodio	7mg
Potasio	45mg
Vitamina b1	0,1mg
Vitamina b2	0,1mg
Vitamina c	20,5mg
Niacina	0,2mg

• OPORTUNIDADES

Tabla 15.- Identificación de las oportunidades y limitaciones del agronegocio del Mango en Colombia.

OPORTUNIDADES	LIMITANTES
*Colombia cuenta con condiciones edafoclimáticas excelentes para el cultivo competitivo de variedades de mango criollo desde el nivel del mar hasta los 1.650 metros de altitud.	*En la cadena productiva de mango criollo no se presenta una continua interrelación entre los distintos actores que la conforman, lo que conlleva a una desarticulación, tanto en el proceso productivo como en el de los de mercado y comercialización.
*El mango hilacha produce bien en todo tipo de suelos, desde los suelos pesados, pasando por intermedios hasta suelos francos.	No se ha hecho una colecta nacional de ecotipos de mango criollo seleccionado con características para procesamiento para ser evaluada por productividad, calidad, tolerancia a Antracnosis y Mosca de la fruta.
*Existe una demanda constante y creciente por el mango hilacha en el sector agroindustrial.	*En Colombia, el mango criollo en general tiene problemas de mosca de la fruta y antracnosis, así como también de calidad en los procesos de cosecha y poscosecha y de manejo de la fisiología de la maduración.; puntos críticos de maduración a cosecha.
*El concentrado de mango criollo procesado colombiano a 28 °Brix es el segundo en el mundo después del Mango "Alphonse" de la India.	*La producción de mango hilacha, común o criollo no es suficiente para atender la demanda de la agroindustria, no tanto por producción sino por otros factores relacionados con la cadena.
*Posibles tratamientos comerciales preferenciales con los Estados Unidos y la Unión Europea.	*No todos los productores llevan a cabo registros de las principales actividades agronómicas como los productos manejados para la fertilización, las fechas o periodos y los costos, mientras que otros productores tan solo llevan registro de los costos de los insumos aplicados a su

	cultivo.
*Se presenta el crecimiento en la demanda mundial de productos elaborados (Jugos, conservas, purés, mermeladas, bebidas, trozos y rodajas en almíbar, néctares entre otros).	

Tabla 16.- Oportunidades y limitaciones en el eslabón de consumidores finales de productos de la agroindustria del mango criollo colombiano

OPORTUNIDADES	LIMITANTES
En la actualidad se presenta una tendencia creciente a nivel mundial en el consumo de alimentos sanos e inocuos.	Existe una alta gama de sustitutos entre las frutas y su forma de presentación.
La oferta de productos procesados y transformados es permanente.	

Tabla 18. Oportunidades y limitaciones en el eslabón de comercializadores de productos de la agroindustria del mango criollo colombiano

Oportunidades	Limitantes
La comercialización de los productos provenientes de la transformación del mango criollo colombiano se realiza tanto en el mercado nacional como en el internacional.	El principal problema para las empresas procesadoras que comercializan directamente el concentrado de mango criollo colombiano radica en la alta inestabilidad que ha mantenido la tasa de cambio con respecto al dólar.
La comercialización de concentrado de mango aséptico a 28 °Brix cuenta con una gran generación de valor agregado.	

Tabla 19.- Oportunidades y limitaciones en el eslabón de la agroindustria del mango criollo colombiano

Oportunidades	Limitaciones
Colombia cuenta con empresas transformadoras que han posicionado el mango Magdalena River en diversos mercados internacionales, lo que ha jalonado la demanda por materia prima	El volumen comercializado con la industria de mango hilacha, común o criollo no es suficiente para atender la demanda agroindustrial del mercado nacional ni de la para el mercado de exportación.
Colombia cuenta con empresas transformadoras altamente eficientes, con posibilidades de expansión cuando la materia prima sea abastecida en cantidad y oportunidad suficiente.	Los precios pagados por la agroindustria a los productores, no los incentiva para que la consideren su comprador habitual
	El rendimiento del mango criollo en Colombia es muy disperejo, pero se caracteriza principalmente por rendimientos promedios bajos (Promedio nacional 10,4 toneladas por hectárea.
	Uno de los problemas que caracteriza la producción de mango criollo en Colombia es

	la dispersión de los cultivos que generalmente están ubicados muy lejos de las plantas procesadoras. Esta situación encarece el transporte, afecta la calidad de la fruta y el ingreso del productor.
--	---

Tabla 20- Oportunidades y limitaciones en el eslabón de comercializadores de mango criollo en fresco para agroindustria

Oportunidades	Limitantes
Existe una demanda constante y creciente por el mango hilacha en el sector agroindustrial.	La informalidad con la que los acopiadores y comercializadores de mango criollo reciben el fruto no permite contar con ciertos estándares de calidad para la recepción de la fruta.
La oferta presentada por los productores, acopiadores o intermediarios (minoristas y mayoristas) no es suficiente para satisfacer la gran demanda de mango criollo presentada por la agroindustria.	La tecnología para la conservación y el transporte de las frutas en fresco no es la más adecuada.
	En el proceso de acopio de la fruta, las vías de acceso por las cuales se debe transitar para recoger la fruta se encuentran en muy mal estado.
	Los cultivos de mango criollo se encuentran dispersos por la geografía nacional, en algunas zonas estos se encuentran muy alejados de los cascos urbanos.
	Por lo general, los cultivos de mango criollo se encuentran muy lejanos a las zonas donde se ubican las plantas procesadoras.
	La situación descrita anteriormente permite que en ciertas ocasiones el mango llegue sobre maduro o en alto grado de descomposición, lo que permite el incremento del destare en la planta procesadora.

Tabla 23.- Oportunidades y limitaciones en el eslabón de productores mango criollo para la cadena agroindustrial de mango

OPORTUNIDADES	LIMITANTES
Colombia tiene una de las mayores ofertas disponibles de suelos aptos, a precios razonables para el cultivo competitivo del mango criollo.	Este actor de la cadena productiva posee poca tradición en trabajos asociativos.
Para la consecución de un fruto de mango criollo natural, orgánico e inocuo no es necesaria la aplicación de ningún tipo de agroquímicos, lo cual se ve reflejado en su estructura de costos, que se consigue a través de un proceso oficial de certificación.	Los productores no tecnificados tienen difícil acceso a créditos bancarios para poder desarrollar sus actividades productivas.
La demanda de mango para agroindustria en la actualidad para Colombia no se encuentra satisfecha lo que nos permite apreciar una importante oportunidad de	En algunas ocasiones se han presentado abusos por parte de los intermediarios.

desarrollo de la cadena.	
La capacidad instalada de la agroindustria colombiana para procesar mango criollo puede absorber actualmente cuatro veces la producción actual. Generando una gran oportunidad para los cultivadores de mango.	Los problemas de inseguridad a raíz del conflicto armado con los grupos al margen de la ley en zonas muy apartadas genera cierta inconformidad entre los campesinos, a raíz del pago de vacunas en ciertos porcentajes por venta de su producción.
La producción de mango hilacha, común o criollo no es suficiente para atender la demanda ni del mercado nacional ni de la agroindustria para el mercado de exportación.	Algunos productores no cuentan con los recursos económicos suficientes para hacerse cargo de aplicación tecnológica en la producción.
Entre los prototipos de mango criollo colombiano se han podido observar materiales con tolerancia a la Antracnosis y Mosca de la fruta.	Los productores no cuentan con acceso a materiales de propagación de vivero idóneos que estén disponibles para sus cultivos.
A nivel institucional Colombia tiene cinco centros experimentales en cinco regiones diferentes del país a cargo de Corpoica para adelantar investigación en diferentes áreas relacionadas con el desarrollo de tecnología e innovación en mango criollo. Estos mismos centros sirven para los programas de capacitación y transferencia de tecnología en mango criollo.	A pesar de que se han encontrado materiales con tolerancia a la Antracnosis y a la Mosca de la fruta, y por no contar con un adecuado manejo agronómico se da la presencia de plagas y enfermedades que generan impacto sobre la producción.
La incursión en un proyecto productivo ambicioso se convierte en una importante fuente de empleos (directos e indirectos).	Los productores, al no contar con un conocimiento idóneo sobre el cultivo han presentado problemas en el manejo del mismo en las etapas de cosecha y pos-cosecha, aunque cabe destacar que estas no son problemas del cultivo sino del manejo del mismo.
Gracias a la gran comercialización que ha tenido el mango, la agroindustria garantiza la compra de las cosechas siempre y cuando se cumplan ciertos parámetros de calidad en la fruta.	El cultivo de mango criollo es un cultivo de tardío rendimiento por lo que en determinadas ocasiones el campesino puede seleccionar un producto sustituto y de pronta rentabilidad.

OPORTUNIDADES	LIMITANTES
	Según ASOJUGOS, no se cuenta con una integración estable y adecuada con el sector productivo o primario.
	Según ASOJUGOS, se presenta incumplimiento de normas técnicas por parte de algunos cultivadores o la carencia de las mismas.
	Según ASOJUGOS, los impuestos, la costosa infraestructura de frío para garantizar la calidad de la materia prima se convierte en un factor que inhibe el desarrollo de la cadena.
	Empaques o mecanismos de transporte de la fruta como canastas, canastillas, costales de fique o de fibra, recipientes, tarros, baldes, guacales de madera, son deficientes o se encuentran en mal estado.

Tabla 24. Oportunidades y limitaciones en el eslabón de proveedores de productos para la cadena agroindustrial de mango criollo colombiano

Oportunidades	Limitantes
El crecimiento del desarrollo del sector agroindustrial permite el jalonamiento de otros sectores como el de proveedores e insumos para agroindustria.	El cultivo del mango criollo en Colombia no se ha manejado de la mejor manera, ya que no se desarrollan la mayor parte de actividades agronómicas de un cultivo de mango tecnificado.
Algunos productores utilizan como fertilizantes y controladores de plagas productos naturales, lo que sería una ventaja para de la cadena para demandantes de productos ecológicos.	El desarrollo de los proveedores de insumos queda supeditado a la demanda que presente el sector productivo.
	Aumento en el valor de los insumos para llevar a cabo los diferentes procesos productivos.
	Los proveedores de insumos, aun cuando son considerados integrantes de la cadena, de manera efectiva, no pertenecen a ésta, pues son particulares que comercializan todo tipo de insumos aún para otras actividades agroindustriales.

7.5. PRECIO

El precio de se determinará sobre la base de los costos totales de producción, exportación y distribución, el precio medio de mercado y las diferentes gastos en los que se puede incurrir para la exportación, esto se determinara después del análisis de mercado y financieros.

- **COMERCIALIZACIÓN**

En primer lugar ante la llegada del producto alimentario a las aduanas estadounidenses, la FDA colabora con el Servicio Aduanero estadounidense (U.S.

Customs Service) en la tramitación de las importaciones de productos alimentarios. De esta forma, el importador está obligado a declarar al Servicio Aduanero la entrada de productos alimentarios mediante un aviso de entrada ("*entry notice*") así como a depositar una garantía ("*entry bond*"), la cual es obligatoria para todos aquellos que quieran exportar.

Para realizar la declaración de ingreso del producto se puede hacer por medio escrito o electrónicamente utilizando el sistema de información electrónica del Servicio Aduanero (*Automated Commercial System*) que permite seguir, controlar y examinar cualquier producto importado en Estados Unidos.

- **Envase**

El envasado deberá hacerse en condiciones higiénicas tales que impidan la Contaminación del producto. Para el caso de la pulpa de mango, los envases que más se emplean son los frascos de vidrio herméticos.

También el envasado de la pulpa de mango puede ser realizado en envases de polietileno. En ambos casos, los envases deben garantizar un cierre hermético que impida la contaminación del producto

<http://www.codexalimentarius.net/>

- **Embalaje**

El embalaje se utiliza con el fin de integrar y agrupar cantidades uniformes del Producto y protegerlos de manera directa, simplificando, al tiempo, su manejo. Los materiales de empaque y embalaje se seleccionan con base en las Necesidades del producto, método de empaque, método de pre-enfriamiento, Resistencia, costo, disponibilidad, especificaciones del comprador, tarifas de Flete y consideraciones ambientales.

Las cajas de cartón son el embalaje recomendado para los productos Agroindustriales procesados.

Considerar también que todo embalaje destinado al comercio internacional, compuesto de piezas de madera, debe ser tratado térmicamente o fumigado con bromuro de metilo y contar con el sello de certificación de SENASA.

Fuente de información: International Trade Centre – ITC

- **Marcado y Etiquetado**

Los Estados Unidos de América, a través de la ley “PUBLIC LAW 110–314” del 14 de agosto de 2008, exigen la presencia de una etiqueta de rastreo en todos los productos para niños.

Todo producto alimenticio extranjero que se comercialice en los EE.UU. debe llevar un rótulo que cumpla la normativa que le es de aplicación, que para el presente caso se encuentran en el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 “*Food Labeling*”. De lo contrario, las autoridades Estado Unidenses prohibirán la entrada del producto en su territorio.

Los requisitos referentes al etiquetado de productos agroindustriales procesados Son:

- Rotulado General
- Rotulado Nutricional
- Código de Barras

Fuente de información: Center Food Safety & Applied Nutrition – CFSAN (FDA)

<http://www.cfsan.fda.gov/>

- **Transporte**

Para transportar los alimentos congelados rápidamente (por ejemplo, de un almacén de conservación en frío a otro) se deberían utilizar equipos con un aislamiento adecuado, que de preferencia mantengan el producto a una temperatura de -18°C o más fría. El producto debería tener una temperatura de 18°C o más fría al iniciarse el transporte.

Los compartimientos de los vehículos o contenedores deberían pre-enfriarse antes de la carga. Se debería tener cuidado de no menoscabar la eficacia del control de la temperatura, ni de reducir la capacidad de refrigeración.

Fuente de información: Codex Alimentarius

8 TRAMITES PARA UNA EXPORTACIÓN

8.1 REGISTRO COMO EXPORTADOR

El Gobierno Nacional con el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de MINHACIENDA, reglamentó el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar este registro, especificando dicha actividad.

Las personas que deseen exportar productos ya sean frutas minerales o cualquier otra clase de producto a otros países debe en primera instancia registrarse ante la cámara de comercio (ver anexo 1). Luego se debe acercarse a la DIAN al respectivo diligenciamiento del RUT.

8.2 ESTUDIO DE MERCADO Y LOCALIZACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

La exportación requiere inicialmente de una selección de mercados, donde se determinen las características específicas del país o región a donde se quiere exportar: identificación de canales de distribución, precio de la exportación, hábitos y preferencias de los consumidores del país o región, requisitos de ingreso, vistos buenos, impuestos, preferencias arancelarias y otros factores que están involucrados en el proceso de venta en el exterior.

www.proexport.com.co.

8.3 UBICACIÓN DE LA SUBPARTIDA ARANCELARIA

Para localizar la sub-partida arancelaria de su producto tiene dos opciones: 1) A través del arancel de aduanas y 2) Con la ayuda informal que le brinda el Centro de Información Empresarial ZEIKY y de la Biblioteca de MINCOMERCIO. (Es importante aclarar que la DIAN es el único Ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el Decreto

2685/99 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de arancel.

8.4 Procedimiento ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

8.4.1 Solicitud de Determinación de Origen

Declaración Juramentada: Si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, el productor del bien a exportar deberá diligenciar la Declaración Juramentada, por cada producto, si es comercializador debe ser autorizado por el productor, a través de la web: www.vuce.gov.co por el módulo FUCE. Directamente obteniendo una Firma Digital ante Certicámara.
registro@mincomercio.gov.co.

Si se realiza a través de Agencia de Aduanas y/o Apoderado Especial se les debe dar un poder autenticado, junto con certificado de Cámara de Comercio, RUT y fotocopia de la cédula del representante legal y ellos elaboran la Declaración Juramentada. Se deben tener claras las normas de origen del país al cual se va a exportar. Este criterio de origen tiene vigencia de dos (2) años a partir de su aprobación.

8.4.2 Solicitud de Certificado de Origen

Luego de ser aprobada la Declaración Juramentada, se debe diligenciar el correspondiente Certificado de Origen a través de www.vuce.gov.co en el módulo de Exportaciones, tenga en cuenta los siguientes códigos para el diligenciamiento y el pago electrónico que es de \$10.000 por cada certificado que requiera. Estos documentos se hacen en forma electrónica no necesitan imprimirse. (Ver anexo 2)

8.4.3 Procedimientos de vistos buenos

Es importante que consulte si su producto requiere de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación. Estos deben ser

tramitados antes de presentar la declaración de exportación (SAE) anteriormente llamada (DEX) ante la DIAN.

8.4.4 Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN

Una vez tenga lista la mercancía verifique los términos de negociación (Incoterms) y si es el caso utilice un Agente de Carga (Vía Aérea) o Agente Marítimo para la contratación del transporte internacional. Diríjase al Aeropuerto o al puerto por donde se va a enviar la mercancía para solicitar clave de acceso al sistema informático de la DIAN para que diligencie la Solicitud de Autorización de Embarque. Directamente si su exportación tiene un valor inferior a USD\$10.000. Si es superior a USD \$10.000 debe realizar este procedimiento a través de una agencia de aduanas, que esté autorizada por la DIAN. Este trámite debe hacerse ante la Administración de Aduanas por donde se va a despachar la mercancía, anexando entre otros, los siguientes documentos:

1. Factura Comercial.
2. Lista de Empaque (si se requiere).
3. Registros Sanitarios o Vistos Buenos (sí lo requiere el producto).
4. Documento de Transporte.

Una vez presentados los documentos e incorporados al sistema informático aduanero, este determina si se requiere inspección física, automática o documental, si es física se hace en las bodegas del puerto de salida, la aerolínea o en el lugar habilitado por la DIAN. Terminada esta diligencia y si todo esta bien, la mercancía puede ser embarcada y despachada al exterior. Hecha esta operación y certificado el embarque por la empresa de transporte la Solicitud de Autorización de Embarque se convierte en Declaración de Exportación – (SAE).

Solicitud de Autorización de Embarque
y/o Registros Previos

602

1. Tipo de documento		2. Concepto		3. Número de formulario		6027500555176	
18. Número de identificación		6. DV.		7. Primer apellido		8. Segundo apellido	
9. Primer nombre		10. Otros nombres		11. Razón social		24. Diplomático	
26. Número de identificación		27. DV.		28. Primer apellido		29. Segundo apellido	
30. Primer nombre		31. Otros nombres		32. Razón social			
34. Número de identificación		35. Primer apellido		36. Segundo apellido		37. Primer nombre	
38. Otros nombres		39. Razón social		40. Razón social			
41. País		Cód.		42. Ciudad			
44. No. Referencia		45. No. Autorización global		46. No. de programa especial de MSVC o Contrato de suministro de energía			
Cód.		48. Aduana despacho		Cód.		49. Región Procedencia	
Cód.		50. Tipo de embarque		Cód.			
Cód.		52. Naturaleza de la transacción		Cód.		53. Tipo de solicitud	
Cód.		54. Cód. Incoterms		55. Lugar de entrega			
57. Valor factura en moneda de transacción		58. Tasa de cambio		59. Forma pago		Cód.	
60. Cantidad pagos anticipados		61. Fecha 1er. pago anticipado		Año		Mes	
62. Día		63. Sistemas especiales		64. Exportación en tránsito		65. Modo de transporte	
Cód.		66. Tipo de carga		Cód.			
Cód.		68. Lugar de embarque		Cód.		69. País destino final	
Cód.		70. Lugar destino final		Cód.		71. Lugar destino final Colombia	
Cód.		72. Depósito habilitado		Cód.			
74. Número de identificación		75. DV.		76. Primer apellido		77. Segundo apellido	
78. Primer nombre		79. Otros nombres		80. Razón social			
Cód.		82. No. Aprobación solicitud inspección zona secundaria		83. Dirección ubicación mercancías		84. Solicita inspección física	
SI		NO					
85. Valor total fletes USD		86. Valor total seguros USD		87. Valor total otros gastos USD		88. Total valor FOB USD	
89. Valor total exportaciones USD		90. Valor agregado nacional USD		91. Valor a reintegrar USD		92. Total series	
93. Total número de bultos		94. Total peso bruto kgs		95. Fecha		96. No. de radicación	
Año		Mes		Día			

Colombia, un compromiso que no podemos evadir

Solicitud de Autorización de Embarque
y/o Registros Previos

602

Página 1 de 1 Hoja No. 2

Espacio reservado para la DIAN

4. Número de formulario

6027500555176



(415)7707212489984(8020) 000602750055517 6

Exportador	20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV.	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres
	11. Razón social						

Documentos soporte y vistos buenos

1	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
2	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
3	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
4	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
5	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
6	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial
7	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor	
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial

Colombia, un compromiso que no podemos evadir.


8.5.5 Medios de pago

Es importante tener en cuenta la forma en que su cliente pagará la exportación. Para esto existen diferentes instrumentos de pago internacional, como los créditos documentarios, pagares, entre otras, que le brindan seguridad en la transacción.

8.5.6 Procedimientos cambiarios (reintegro de divisas).

Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (bancos comerciales y demás entidades financieras) por tanto los exportadores deben efectuar la venta de las divisas a estos intermediarios, para lo cual se debe reclamar y diligenciar ante dicha entidad el formulario Declaración de Cambio No 2.

Hoja 10-F2-1



Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes
Formulario No. 2
Circular Reglamentaria Externa DCDN-83 de septiembre 30 de 2009

I. TIPO DE OPERACIÓN
1. Número:

II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN

<small>2. Ciudad</small>	<small>3. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación</small>	<small>4. Fecha AAAA-MM-DD</small>	<small>5. Número</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR

<small>3. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación</small>	<small>7. Fecha AAAA-MM-DD</small>	<small>8. Número</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

IV. IDENTIFICACIÓN DEL EXPORTADOR

<small>9. Tipo</small>	<small>10. Número de identificación</small>	<small>11. Nombre o razón social</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

<small>12. Código moneda reintegro</small>	<small>13. Valor moneda reintegro</small>	<small>14. Tipo de cambio a USD</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

VI. INFORMACIÓN DECLARACIONES DE EXPORTACIÓN DEFINITIVAS

<small>15. Número</small>	<small>16. Fecha AAAA-MM-DD</small>	<small>17. Ciudad aduana</small>	<small>18. Numeral</small>	<small>19. Valor reintegrado USD</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<small>20. Total valor FOB</small>				<input type="text"/>
<small>21. Total gastos de exportación (numeral cambiario 1510)</small>				<input type="text"/>
<small>22. Deducciones (numeral cambiario 2016)</small>				<input type="text"/>
<small>23. Reintegro neto (FOB + gastos - deducciones)</small>				<input type="text"/>

Condiciones de pago:

Condiciones de despacho:

Observaciones:

Para los fines previstos en el Artículo 83 de la Constitución Política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

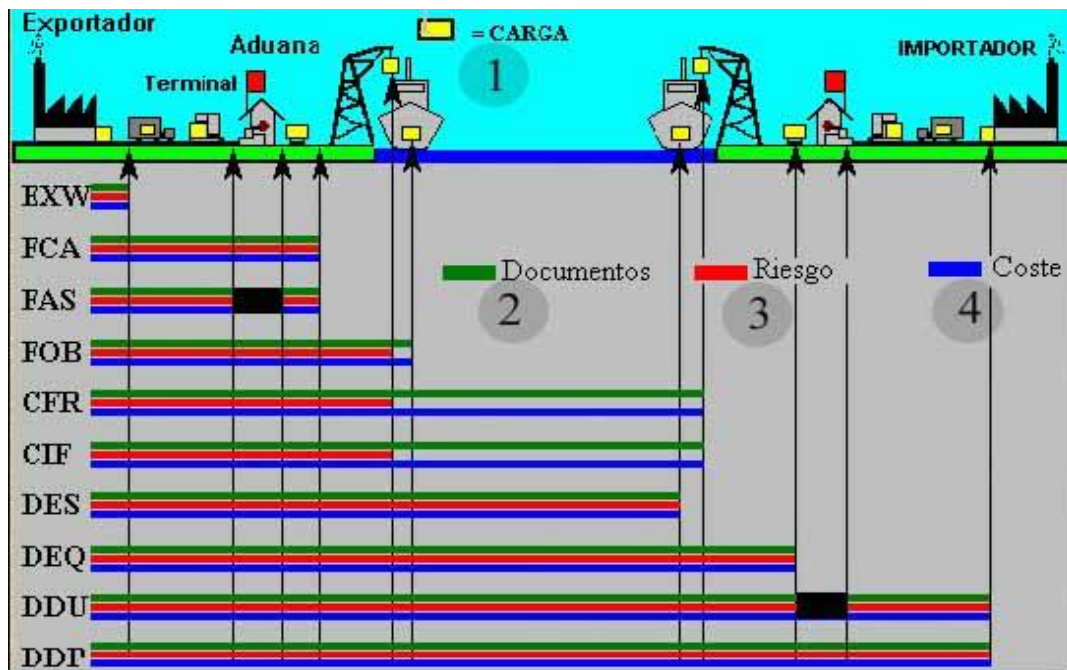
VII. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE

<small>24. Nombre</small>	<small>25. Número de identificación</small>	<small>26. Firma</small>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9. RUTA EXPORTADORA DEL MANGO CRIOLLO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS

9.1 Cotización Internacional

Dentro del proceso de exportación se hace necesario tener claro el precio que se va a manejar dentro del mercado internacional, este resulta del análisis de los costos variables, costos fijos y gastos que se generan para llevar el producto al punto de entre acordando previamente con el comprador el termino INCOTERMS (INTERNATIONAL COMERCIAL TERMS).



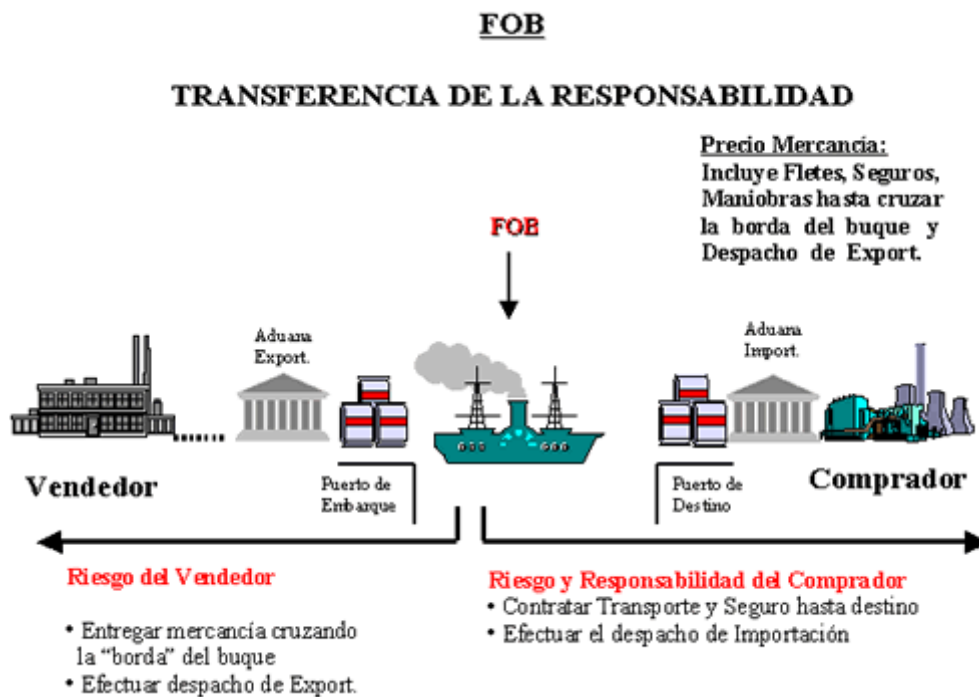
Los INCOTERMS son los encargados de la regulación de la entrega de la mercancía, transferencia en riesgo, distribución de gastos y tramites documentales.

En este documento es de aceptación por parte voluntario de las partes donde quedan claramente establecidas las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación, pueden quedar en el contrato de compraventa internacional.

Para hacer la estimación del precio de exportación se hace necesario tener en cuenta los costos de producción, costos de distribución internación, la

promoción, comercialización teniendo en cuenta los factores internos y externos de la economía.

En el presente trabajo de la caracterización del proceso de exportación de mango hacia los estados unidos, se tomara la negociación del producto en término de libre a bordo o en valor FOB (FREE ON BOARD), donde el exportador tiene el compromiso de colocar la mercancía en el medio de transporte convenido ya se en el puerto de embarque o en el aeropuerto después de estar allí los gastos y riesgo empiezan a correr por el comprador.



9.2 Remisión de la Factura Proforma

Es un documento en el cual figuran todos los detalles de las ventas, teniendo los datos necesarios para las condiciones y términos establecidos en la venta como:

- Fecha, nombres y razones comerciales de vendedor y comprador.
- Denominación precisa y cantidad de mercancía.
- Precio unitario y cantidad de mercancía.
- Forma y condiciones de pago.
- Tipo de embalaje.
- Términos de entrega de la mercancía (hace referencia a los términos internacionales de negociación publicados por la Cámara de Comercio Internacional, se aconseja utilizar versión del 2000).
- No es necesario que estén firmadas.
- Estos datos serán los que posteriormente se consignen en la factura comercial una vez confirmado el pedido por parte del comprador.

La Factura Proforma permite el cliente potencial conocer cómo comprar el producto y pagarlo y, además, iniciar la tramitación administrativa para su información, así como la determinación del precio definitivo del producto tanto si lo adquiere para autoconsumo como para la reventa.

Al realizar el importador la solicitud de cotización, el exportador está obligado a suministrar una factura proforma, con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.



Our new Web: <http://www.cexsa.es>

Paseig Verdaguer, núm. 188 08700 IGUALADA BARCELONA SPAIN

Telephone 93 805 15 71 Fax 93 805 15 72 e-mail: cexsa@renes.es

BEDI KABIR, LTD
18 th Setember
NAGPUR
INDIA

PROFORMA INVOICE 1398/00
FECHA 0/0/00

SPECIMEN

Description of goods	Quantity	price	Amount
Tejido de 100% algodón POPLIN G3-40"	16.000 Mts	1,45 USD	23.200 USD
Tejido de 100% algodón 2/1 TWILL.G3-40"	13.000 Mts	1,55 USD	20.150 USD
AROUND 29.000 MTS (100 % CLOTH COTTON) AS PROFORMA INVOICE N° 1398 /00 Tolerancia 10%			
Total:			43.350 USD

Incoterm CIF BOMBAY. Incoterm according to CCI of Paris. 1990.

SHIPMENT IN 1x20 FEET CONTAINER
GOODS OF FIRST QUALITY
ORIGIN AND PROCEDENCE: SPAIN
TRANSSHIPMENTS / PARTIAL SHIPMENTS NO ALLOWED.
CREDIT N° 00CI500800 00/00/00

PAYMENT

IRREVOCABLE AND CONFIRMED L/C. PAYABLE AT 90 DAYS FROM THE B/L DATE.

9.3 Aceptación de las Condiciones

Después de realizada los trámites para las exportación el comprador y vendedor aceptan las condiciones de la negociación por parte de cada uno de

esta manera se puede procede a solicitar el crédito documentario que anterior mente se llamaba carta crédito ante el banco corresponsal o a la remisión de las pagarés por los valores respectivos

9.4 Factura Comercial

Es el documento un donde se fija el importe de la mercancía expedida. En algunos casos sirve, además, como propio contrato de venta. Sobre ellas deben señalarse claramente las partes compradoras y vendedoras, con sus direcciones, teléfonos y telex, la descripción de los productos de acuerdo con la descripción exacta sobre la que convengan las partes; losa, bultos, cantidades expedidas, con sus marcas y contraseñas, peso bruto y neto; las cantidades de ventas acordada (CIF, FOB, etc.) y la divisa fijada, lugar de expedición, etc.

MEMBRETE DE LA EMPRESA EXPORTADORA ARGENTINA		FACTURA COMERCIAL		
E		NRO: 0000-123456789		
DEPARTAMENTO COMERCIO EXTERIOR		30 FEBRERO 2001		
ORIGINAL		CUIT 1-34567890-1 ING. BRUTO 123456-7 FECHA INFO. ACT. 17-12-89		
SEÑORES: EMPRESA IMPORTADORA EXTRANJERA				
DIRECCIÓN PAIS DE DESTINO				
ORDEN DE COMPRA: 999999999 S-FACTURA PROFORMA DEL 15-01-01				
CONDICION DE PAGO: CARTA DE CREDITO IRREFOCABLE A 180 DIAS FECHA DE CONOCIMIENTO DE EMBARQUE				
EMBARQUE: VIA MARITIMA				
CONDICION DE VENTA : FOB BUENOS AIRES INCOTERMS 2000				
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO US\$	TOTAL US\$
1	ARTICULO A EXPORTAR	3	12.000.-	36.000.-
N.C.M.: 000-000000X CARTA DE CREDITO NRO. 123144 BANCO CREDITICIO				36.000.-
TOTAL: Son dólares estadounidenses treinta y seis mil.-				

9.5 Lista de Empaque

Es el documento en el cual los artículos embalados se encuentren detallados del número de envases, con la respectiva indicación de las unidades contenidas en cada uno y, su contenido, es comparado con el de otros documentos como la factura comercial y el conocimiento de embarque. El formato del formulario que presentamos es un formato típico, pudiendo, cada empresa puede su propio formato.

LISTA DE EMPAQUE				
(1) No. Factura			de Fecha	
Cantidad (2)	Número (3)	Contenido de cada bulto (4)	Dimensiones de cada bulto (5)	Peso bruto de cada bulto (6)
☒ Método de Embalaje : (7)				
☒ Marcas y números : (8)				
☒ Número total de Bultos (9)				
☒ Volumen total (10)				
☒ Peso Neto Total (11)				
☒ Peso Bruto Total (12)				

9.6 Certificado de Origen

El Certificado de Origen es un documento expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que permite exportar productos con descuentos arancelarios a aquellos países con los cuales Colombia ha negociado convenios. Para que un producto pueda acogerse a las ventajas preferenciales de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado en el momento de la importación de un Certificado de Origen emitido en Colombia, donde se indiquen las normas o criterios de origen a cumplir debidamente firmado y sellado por el funcionario habilitado por este Ministerio para el efecto.

9.7 Solicitud de Vistos Buenos

Los exportadores deben de solicitar los vistos buenos por parte de la entidad correspondiente para el caso del mango se solicita ante el INVIMA (ver anexo 3) por MINSALUD y EL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE. En el caso de Colombia estos vistos buenos deben ser tramitados antes de presentar la Solicitud y/o Autorización de Embarque (SAE) ante la DIAN.

El Ministerio de Salud, como ente rector del sector salud, busca garantizar que la producción social de la salud se realice en forma eficiente y eficaz, con plena participación de los actores sociales para contribuir a mantener y mejorar la calidad de vida de la población.

De esta manera es que el Ministerio de Salud, mediante el ejercicio, la dirección y la conducción política, legal, administrativa y financiera, emite políticas, normas y procedimientos que le faciliten la rectoría del campo de la salud.

En el caso de las exportaciones este es el encargado de dar el visto para que los productos en excelentes condiciones para ser exportados.

- **Ministerio del Medio Ambiente**

El Ministerio de ambiente es la institución encargada de regulación, y las políticas para la conservación, protección, ordenamiento, manejo, buen uso, aprovechamiento de los recursos renovables del medio ambiente de elaborar políticas que aseguren que los recursos naturales utilizados para la elaboración de productos destinados a la comercialización, sean utilizados siguiendo normas que aseguren un buen manejo ambiental.

- **PREFERENCIA ARANCELARIA**

Las reglas de origen define las características que deben tener los productos para ser considerados beneficiarios de las preferencias

arancelarias. En otras palabras, se trata de determinar el grado insumos y valor agregado que debe tener cada bien para considerarse originario, en el tratado se definieron tres grades tipos de bienes que se considerarán originarios .

El primero incluye los bienes obtenidos o producidos en su totalidad en los países del acuerdo. Este es el caso de las mayor parte de los productos agropecuarios o de los bienes con materias primas 100% nacionales.

El segundo, los bienes que son elaborados a partir de las materias primas de los países signatarios. Por ejemplo los bienes colombianos con miras a la exportación a EEUU con materia prima andina.

El tercer grupo incluye aquellos que son elaborados incorporando las materias primas de terceros países. Por ejemplo algunos países que combinan algunos productos que combinan tabaco nacional con tabaco oriental.

Por medio del TLC, los productos agrícolas colombianos que sean exportados a EEUU y cumplan con las normas de originalidad impuestas por ley, podrán ser cobijados por las preferencias arancelarias que el TLC dispone. Teniendo en cuenta que los productos serán desgravados gradualmente hasta llegar al (0 %) y con unos requisitos sanitario y fitosanitarios.

- PARTIDA ARANCELARIA**

COLOMBIA

Partida arancelaria	Descripción
2008.99.30.00	Mangos Preparados o Conservados

EE.UU.

Partida arancelaria	Descripción
2008.99.40.00	Mangoes, otherwise prepared or reserved, nesi

- REQUISITOS TÉCNICOS NO ARANCELARIOS PARA EXPORTAR A EE.UU.**

Todos los productos alimenticios que se comercializan en los EE.UU. deben cumplir con los requerimientos de salud y seguridad de los alimentos establecidos bajo la Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act - FD&C Act). En EE.UU., la normativa relacionada con la importación de productos agroindustriales procesados no se encuentra centralizada en una sola entidad sino en diferentes organismos.

En EE.UU: FDA (Food and Drug Administration). Su tarea es hacer cumplir la Ley Federal de Alimentos y Cosméticos, Ley de Salud Pública, Etiquetado de Alimentos, mariscos y pescados, y la inspección de residuos de pesticidas en productos procesados como el caso de el Mango, con excepción de los productos que son competencia del FSIS (Food Safety and Inspection Service - United States Department of Agriculture) que se encarga de regular de la comercialización de carnes, aves de corral y huevos.

En COLOMBIA el ministerio de agricultura y desarrollo rural tiene como encardado al instituto colombiano agropecuario, (ICA), es una entidad Pública

del Orden Nacional con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, perteneciente al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología.

El ICA es responsable de las negociaciones de acuerdos sanitarios y fitosanitarios bilaterales o multilaterales que permiten la comercialización de los productos agropecuarios en el exterior y mediante los cuales se busca garantizar el crecimiento de las exportaciones.¹

De igual manera, el Ica tiene la responsabilidad de garantizar la calidad de los insumos agrícolas y las semillas que se usan en Colombia, al tiempo que reglamenta y controla el uso de organismos vivos modificados por ingeniería genética para el sector agropecuario

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos -INVIMA- es un establecimiento público del orden nacional, de carácter científico y tecnológico, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, adscrito al Ministerio de Salud y perteneciente al Sistema de Salud, con sujeción a las disposiciones generales que regulan su funcionamiento.

EL INVIMA tiene los siguientes objetivos:

Ejecutar las políticas formuladas por el Ministerio de Salud en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de los productos que le señala el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas pertinentes.²

¹<http://www.ica.gov.co/EL-ICA.aspx>

²www.scribd.com/doc/2949964/invima-decreto-1290-de-1994221994

- **PROCEDIMIENTO DE IMPORTACION ESTABLECIDOS POR LA FDA**

Los productos que ingresan a EE.UU. son generalmente inspeccionados a su arribo al puerto. Los pasos que la autoridad sanitaria realiza al ingreso de los alimentos están regulados por la *Food and Drug Administration* (FDA) y puede considerar realizar un examen físico, un examen en el muelle, o un examen de

muestras. La decisión sobre coleccionar una muestra y enviarla al laboratorio para confirmar que el producto cumple con la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (FD&C) está basada en la naturaleza del producto, las prioridades del FDA y la historia previa del producto.

Cuando se detecta una violación a la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, la FDA emite una Nota de Detención y Audiencia al servicio de Aduanas de EE.UU. y al importador, dando inicio a un proceso en el cual el importador o su representante deben presentar evidencia que el producto cumple con los requisitos con el propósito de obtener la Nota de Liberación.

9.8 REQUISITOS FÍSICOS, QUÍMICOS, MICROBIOLÓGICOS Y SENSORIALES

No existen requisitos físicos, químicos, microbiológicos ni sensoriales reglamentados u obligatorios para el ingreso de la pulpa de mango a los Estados Unidos. Los requisitos que debe cumplir el producto se basarán en lo indicado en el contrato o solicitud de compra.

- **Requisitos relativos (aditivos, colorantes, acidificación).**

- La adición de aditivos es recomendable para prolongar su vida útil.
- Uno de estos aditivos es el ácido cítrico al 0.3% como acidulante para bajar el pH y evitar así el crecimiento de microorganismos.
- Además estas condiciones permiten la acción del preservante utilizado, que en la mayoría de los casos es el benzoato de sodio al 0.1%.
- También se recomienda la adición de ácido ascórbico al 0.1%, para que actúe como antioxidante y evite así el cambio de color del producto final (oscurecimiento).
- También ayuda a combatir los hongos y levaduras.
- Estos aditivos se adicionan un poco antes de que termine el tratamiento térmico, pueden ser cinco minutos. Se disuelven en un poco de agua o

pulpacaliente y se da una buena agitación para asegurar una distribución homogénea.

- El producto final debe tener 13 °Bx y un pH de 3,4 a 3,5.

- **BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA**

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM por sus siglas en español o GMP por las siglas en inglés de “*Good Manufacturing Practices*”) establecen condiciones básicas y actividades necesarias para mantener un ambiente higiénico durante la producción, manipulación y provisión, con el fin de preparar alimentos inocuos para el consumo humano.

10. REGIMEN CAMBIARIO

Concepto 2007000625-001 del 19 de febrero de 2007.

Síntesis: En el régimen cambiario se presenta un sistema de doble mercado donde existen determinadas operaciones que deben ser obligatoriamente canalizadas a través de los intermediarios del mercado cambiario (mercado regulado), cuya supervisión corresponde a esta Superintendencia.

A su turno, la competencia de la Superintendencia Financiera de Colombia en materia cambiaria se circunscribe a la supervisión de las instituciones financieras autorizadas por el régimen cambiario para actuar como intermediarios del mercado cambiario –IMC-, que de conformidad con el artículo 58 de la Resolución Externa 8 de 2000 de la Junta Directiva del Banco de la República son los bancos comerciales, los bancos hipotecarios, las corporaciones financieras, las compañías de financiamiento comercial, la Financiera Energética Nacional -FEN-, el Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A. -BANCOLDEX-, las cooperativas financieras, las sociedades comisionistas de bolsa y las casas de cambio.

El banco de la república a puesto a disposición de todos los empresarios, personas naturales o jurídicas los diferentes tipos de formularios según el caso específico de la transacción cambiaria de obligatoria canalización, como en este caso sería el formulario numero 2 (Declaración de Cambio por Exportación de Bienes)

11. RÉGIMEN SANCIONATORIO

Modificado por el Decreto 1074 de 1999, artículo 1. Sanción. Las personas naturales o jurídicas y demás entidades que infrinjan el Régimen Cambiario en operaciones cuya vigilancia y control sean de competencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, serán sancionadas con la imposición de multa que se liquidará de la siguiente forma:

a) Por infracciones derivadas de la canalización indebida de divisas al país a través del mercado cambiario, en virtud de operaciones de reintegro por exportaciones no realizadas o por reintegros de divisas no provenientes del pago de exportaciones de bienes, la multa a imponer será del doscientos por ciento (200%) del valor canalizado en forma indebida a través del mercado cambiario; **(Nota: Literal declarado exequible por la Corte Constitucional en la Sentencia C-343 de 2006.).**

b) Por infracciones derivadas de la canalización indebida de divisas al país a través del mercado cambiario en virtud de operaciones de reintegro por exportaciones sobrefacturadas, la multa, a imponer será del doscientos por ciento (200%) del valor sobrefacturado canalizado a través del mercado cambiario;

c) Por infracciones derivadas de la canalización indebida a través del mercado no cambiario del pago de importaciones subfacturadas, la multa correspondiente será del doscientos por ciento (200%) del monto de lo canalizado en forma indebida;

d) Por infracciones derivadas de la canalización indebida de divisas por giros de importaciones sobrefacturadas; o por giros que superen el monto nacionalizado de los bienes importados; o giros por importación de servicios no prestados o reembolsados en exceso, la multa correspondiente será del doscientos por ciento (200%) del monto de lo canalizado o reembolsado en forma indebida;

e) Por infracciones derivadas del no cumplimiento de las obligaciones sometidas a plazo legal por el Régimen de Cambios, cuando se exija como condición la constitución previa del depósito correspondiente ante el Banco de la República, la sanción de multa será del ochenta por ciento (80%) del valor del depósito dejado de constituir, de conformidad con las normas expedidas por el Banco de la República;

f) Por infracciones derivadas del no cumplimiento de las obligaciones sometidas a plazo legal por el Régimen de Cambios, cuando no se exija como condición la constitución previa del depósito correspondiente ante el Banco de la República, la multa será del quince por ciento (15%) del valor de la operación incumplida;

g) Por infracciones derivadas del no cumplimiento de las obligaciones de registrar y constituir el depósito correspondiente ante el Banco de la República, como condición previa al desembolso de los recursos obtenidos para prefinanciar importaciones o exportaciones de bienes, la multa será del ochenta por ciento (80%) del valor. Del depósito dejado de constituir, de conformidad con las normas expedidas por el Banco de la República;

h) Por infracciones derivadas del cumplimiento extemporáneo de las obligaciones sometidas a plazo legal por el Régimen de Cambios, Cuando se exija como condición la constitución previa del depósito correspondiente ante el Banco de la República, la multa será del cinco por ciento (5%) del valor del depósito constituido por fuera del término legal, por mes o fracción de mes de retardo, sin exceder del ochenta por ciento (80%) del monto del depósito en mención;

i) Por infracciones derivadas del cumplimiento extemporáneo de las obligaciones sometidas a plazo legal por el Régimen de Cambios, cuando no se exija como condición la constitución previa del depósito correspondiente ante el Banco de la República, la multa será del uno y medio por ciento (1,5%) del valor de la operación cumplida por fuera del término legal, por mes de

fracción de mes de retardo, sin exceder del quince por ciento (15%) del monto de la operación;

j) Por infracciones derivadas del manejo indebido de una cuenta corriente en moneda extranjera, si a través de la misma se canalizan operaciones del mercado cambiario sometidas a la vigilancia y control de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, la multa será del ciento por ciento (100%) del monto de las operaciones canalizadas que correspondan al manejo indebido;

k) Por infracciones derivadas del manejo indebido de una cuenta corriente de compensación utilizada para canalizar operaciones cuyo control corresponda por competencia a la Dirección de Impuestos Nacionales, la multa correspondiente será del ciento por ciento (100%) del valor de las operaciones que correspondan al manejo indebido;

l) Por infracciones derivadas de la no presentación oportuna ante el Banco de la República de la relación de las operaciones efectuadas a través de la cuenta corriente de compensación, así como de la declaración de cambio correspondiente a las operaciones realizadas por conducto de la misma, la multa será del uno por ciento (1%) del valor de las sumas acreditadas en la cuenta durante el período no reportado. Si no hubiere sumas acreditadas en el período no reportado, la multa se aplicará sobre las sumas debitadas en la cuenta durante dicho período;

m) Por infracciones derivadas de la utilización de una cuenta corriente bajo el mecanismo de compensación registrada ante el Banco de la República, al hallarse su titular dentro de las prohibiciones consagradas en el Régimen Cambiario para obtener o mantener dicho registro, la multa a imponer será del treinta por ciento (30%) del valor de las sumas acreditadas en la cuenta a partir del momento en que se incurra en la prohibición legal. Si no hubiere sumas acreditadas, la multa se aplicará sobre las sumas debitadas en la cuenta a partir del mismo momento;

n) Por infracciones derivadas de la no utilización del mercado cambiario cuando las operaciones correspondientes deban ser canalizadas a través del mismo, la multa será del ciento por ciento (100%) del monto de la operación no canalizada;

ñ) Por infracciones derivadas de la no canalización a través del mercado cambiario de las entradas o salidas del país de moneda legal colombiana, la multa será del ciento por ciento (100%) del monto de la operación no canalizada;

o) Por infracciones derivadas de la compra, venta o transferencia no autorizada de divisas o de títulos representativos de las mismas dentro del país de manera profesional, o con la utilización de medios de publicidad; o. por la realización no autorizada de depósitos o de cualquier otra operación financiera en moneda extranjera, o en general, por la celebración no autorizada de cualquier contrato o convenio entre residentes en el país en moneda extranjera mediante la utilización de divisas del mercado no cambiario, la multa será del ciento por ciento (100%) del monto de la operación sancionable;

p) Por infracciones derivadas de la no presentación de la Declaración de Cambio o del documento que haga sus veces, con relación a operaciones de competencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, la multa será del cinco por ciento (5%) del valor de la operación no declarada;

q) Por infracciones derivadas de la presentación incorrecta de la Declaración de Cambio, o con datos falsos, equivocados, incompletos o desfigurados, o en forma extemporánea, la multa será del tres por ciento (3%) del valor de la operación de cambio así declarada;

r) Por infracciones derivadas de la no presentación de la Declaración de Aduanas o del documento que haga sus veces, por dinero ingresado o egresado del país, la multa será del treinta por ciento (30%) del valor no declarado;

s) Por infracciones derivadas de la presentación de la Declaración de Aduanas o del documento que haga sus veces, por dinero ingresado o egresado del país, con datos falsos, equivocados, incompletos o desfigurados, la multa correspondiente será del quince por ciento (15%) del valor declarado en forma incorrecta;

t) Por las demás infracciones no contempladas en los literales anteriores, derivadas de la violación de las normas que conforman el Estatuto Cambiario y se refieran a operaciones de competencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, la multa será del treinta por ciento (30%) del monto de la infracción cambiaria comprobada.

Parágrafo. Las sanciones previstas en este artículo se aplicarán sin perjuicio de la responsabilidad civil, comercial, penal, aduanera, fiscal o administrativa que de los hechos investigados pueda derivarse, debiéndose dar traslado de las pruebas pertinentes a las autoridades competentes en cada caso.

12. CONCLUSIONES

Colombia tiene una participación modesta en el mercado internacional del mango fresco en comparación con el sólido desempeño de México, Brasil, Perú y Ecuador. En Colombia la oferta de mango fresco para exportación es relativamente escasa y la mayoría de esta oferta es absorbida por el mercado interno, en especial por las cadenas de supermercados. Se estima que el bajo diferencial de precios entre el mercado nacional y el internacional no ha sido lo suficientemente atractivo para motivar la exportación de volúmenes significativos de mango, en especial para la producción del interior del país.

Los esfuerzos de exportación de mango fresco en Colombia se iniciaron de manera esporádica desde el año 2000, a partir de algunos proyectos de producción de variedades mejoradas orientados a la exportación cuyos cultivos estaban ubicados, especialmente, en el interior del país. Sin embargo, su éxito se vio limitado, en primer lugar, porque la vida útil de las plantaciones tardó en iniciarse mucho más tarde de lo previsto, además de los serios problemas fitosanitarios que afectaron los cultivos, como la mosca del fruto y la antracnosis, y, por otra parte, por los altos costos y los riesgos relacionados con la colocación del producto en los puertos marítimos.

Transcurridos 10 años de fomento de la exportación de mango en Colombia, prevalecen aun la los factores restrictivos de las exportaciones, como son: Los excesivos controles que afectan la conservación del producto, los altos costos unitarios de fletes internos debido a la distancia entre las zonas de producción y los puertos (por ejemplo, de las zonas productoras del departamento de Tolima al puerto de Santa Marta), los bajos volúmenes de producto en condiciones de exportación y los problemas de seguridad en las carreteras del país, sobre todo en travesías largas. Todo lo anterior pone en desventaja la producción del interior del país frente al producto de las regiones caribeñas colombianas, por lo menos en lo que se refiere a los envíos por vía marítima. Las zonas productoras del Caribe a pesar de la ventaja que les proporciona las cercanías de los puertos, no han logrado realizar exportaciones de mango

fresco hacia los Estados Unidos, en parte es la ventaja que le proporciona la exportación a los países europeos.

La variación del precio de exportación está sujeta a las condiciones de oferta y demanda en el mercado de destino. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la evolución del volumen exportado de mango fresco se halla altamente relacionada con el comportamiento de la oferta y los precios en el mercado interno, incluyendo el producto exportable.

El esfuerzo de los exportadores colombianos de mango ha tenido poco éxito hasta ahora; sin embargo, la experiencia más reciente de los exportadores del Caribe colombiano muestra que es posible competir en los mercados internacionales con este producto y desarrollar las condiciones de éxito para lograrlo. En primer lugar, los proyectos de exportación han tenido que ser ajustado a las condiciones agroclimáticas de las zonas de producción en Colombia, en cuanto al paquete tecnológico adoptado, que se hizo a semejanza de los aplicados por Ecuador y Perú. De igual manera, se han estado redefiniendo las variedades con mejores posibilidades en los mercados internacionales, incluyendo los cultivares nativos, como el Vallenato; esto ha implicado la sustitución de algunas áreas de variedades como el Haden. El mejor posicionamiento del mango Vallenato abre un espacio para las variedades nativas y coincide con la tendencia en estos mercados a probar nuevas variedades a medida que el consumidor se habitúa al producto. Esto abre posibilidades para el producto de tamaño más pequeño al tradicional; por otra parte, el creciente interés de los consumidores por el sabor representa oportunidades para otras variedades cuyo principal atributo deja de ser la apariencia externa.

En el caso de la variedad Tommy Atkins los escasos volúmenes relativos de producción nacional los absorbe, en buena parte, el mercado interno, por lo que una orientación hacia el mercado internacional requeriría de una producción adicional claramente orientada hacia este mercado que, además, tenga en cuenta los factores de éxito que hacen competitivos los proyectos actuales en los nichos de mercado a los que se dirigen.

Según los expertos, Colombia está en capacidad de aprovechar la infraestructura de transporte y logística que ya se ha desarrollado para otras frutas de exportación y que incluye una importante frecuencia en los itinerarios hacia los mercados internacionales, especialmente Europa y Estados Unidos. En relación con este último mercado, la indispensable adopción de la tecnología de tratamiento hidrotérmico, o su equivalente, requiere de un esfuerzo interinstitucional que incluya a productores organizados para tal fin y que se logre, además, consolidar volúmenes de carga suficientes que justifiquen el uso de tal tecnología.

Por todo lo planteado anteriormente se puede concluir El departamento del Magdalena se encuentra muy incipiente para ingresar al mercado de los Estados Unidos para comercializar este producto, no se ha podido controlar la mosca del mediterráneo, y hace falta acompañamiento para incentivar a los productores para aumentar la producción en forma tecnificada.

Con estudios realizados por el DNP donde se destacaron algunos productos como posibles oportunidades de exportación se encontró el mango siendo el departamento del Magdalena uno de los productores. Pero la poca participación del sector público y privado a han llevado a que la agroindustria de los productos no tradicionales tenga poca participación en el mercado internacional.

Pero sin embargo se cuenta con una excelente ubicación geográfica abundante suelo fértil mano de obra calificada los cuales no han podido ser aprovechados, por la falta de una estructura organizacional por parte de los productores. Actualmente el gobierno brinda acompañamiento técnico logístico y de crédito para incentivar las exportaciones mediante organizaciones creadas para este fin, PROEXPOR, BANCOLDEX Y ZONAS FRANCAS.

13. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFIA

- MANUAL PARA IMPORTADORES Y EXPÒRTADORES. (Rogelio Perilla Gutiérrez).
- AGENDA INTERNA PARA LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD (Departamento Nacional de Planeación 2007-2015)
- http://www.portafolio.com.co/negocios/agronegocios/2008-12-13/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-4720630.html.
- <http://mediarioagropecuario.blogspot.com/>
- <http://www.dian.gov.co>
- <http://www.anif.com.co>
- [http://www.banrep.gov. Co](http://www.banrep.gov.Co)
- <http://www.proexport.com.co>
- http://www.cci.org.co/cci/cci_i/datos/3A1_EIMango.txt
- http://www.corpoica.org.co/SitioWeb/Noticias/vernoticia.asp?id_noticia=888
- <http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/popup2uniNuke.asp?cod=17>
- <http://www.ica.gov.co/EL-ICA.aspx>
- <http://www.scribd.com/doc/2949964/invima-decreto-1290-de-1994221994>

Nota de aceptación:

**Firma del presidente del
jurado:**

Firma del jurado

Firma del jurado

Santa Marta, 11 de octubre 2010

ANEXOS 1

REQUISITOS PARA INSCRIBIRSE ANTE LA CAMARA DE COMERCIO APLICABLE DURANTE EL 2010 SUJETA A CAMBIOS.

La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:

- 1) El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal, con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia;
- 2) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código;
- 3) El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- 4) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquel;
- 5) El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año;
- 6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los

asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;

7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia;

Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse;

9) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;

10) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;

11) Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores;

12) El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad, precisando sus facultades y obligaciones, cuando esta función no corresponda, por la ley o por el contrato, a todos o a algunos de los asociados;

13) Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos

14) Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

ANEXO 2

REQUISITOS PARA EL CERTIFICADO FITOSANITARIO (Aplicable Para El Año 2010 Sujeta A Cambio)

(Los títulos en negrita corresponden a los componentes del modelo del certificado)

A continuación se explican los componentes específicos del certificado fitosanitario:

Nº _____

Este es el número de identificación del certificado. Deberá ser un número de serie único asociado con un sistema de identificación que permita su: localización, facilite las auditorías y sirva a efectos de registro.

Organización de Protección Fitosanitaria de _____

En este componente se requiere el nombre de la organización oficial y el nombre del país que expide el certificado. El nombre de la ONPF puede agregarse aquí si no forma parte del formulario impreso.

PARA: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de _____

Aquí se debe insertar el nombre del país importador. En los casos cuando el envío pasa a través de un país el cual tiene requisitos de tránsito específicos, incluyendo la necesidad de certificados fitosanitarios, los nombres del país importador tanto como del país de tránsito pueden insertarse. Hay que tener cuidado para asegurar que se cumplen e indiquen de manera apropiada la reglamentación de importación y/o tránsito de cada país. En los casos cuando el envío se importa y reexporta a otro país, los nombres de ambos países importadores pueden insertarse, siempre que se hayan cumplido las reglamentaciones de importación de ambos países

Sección I. Descripción del envío

Nombre y dirección del exportador: _____

Esta información indica la procedencia del envío para facilitar su localización y la auditoría por parte de la ONPF exportadora. El nombre y dirección deberán encontrarse en el país exportador. Se deberá utilizar el nombre y dirección de un agente o expedidor del exportador local cuando el exportador sea una compañía internacional con una dirección en el extranjero.

Nombre y dirección declarados del destinatario: _____

Aquí se deberá introducir el nombre y la dirección y deberá contener suficientes detalles para permitir a la ONPF importadora confirmar la identidad del destinatario. El país importador puede exigir que la dirección sea un lugar en el país importador.

Número y descripción de los bultos: _____

En esta sección se deberán dar suficientes detalles para permitir a la ONPF del país importador identificar el envío y las partes que lo componen y verificar su tamaño, si es necesario. Los números de los contenedores y/o números de los vagones constituyen una adición válida a la descripción de los bultos y puede incluirse aquí, si se conocen.

Marcas distintivas: _____

En este punto pueden indicarse las marcas distintivas en el certificado fitosanitario, o bien en otra parte, en un anexo sellado y firmado del certificado. Las marcas distintivas de los sacos, cajas u otros recipientes deberán incluirse solamente cuando ayuden a identificar el envío. Cuando no se llene una sección, se deberá anotar el término "ninguno" o tachar la línea (para impedir la falsificación).

Lugar de origen: _____

Se refiere al lugar o lugares donde el envío adquiere su situación fitosanitaria, es decir, donde posiblemente se ha expuesto a una posible infestación o contaminación por plagas. Normalmente es el lugar en el que se ha cultivado el producto básico. Si un producto se almacena o traslada, su situación fitosanitaria puede cambiar durante un período de tiempo debido a su nueva ubicación. En dichos casos, la nueva ubicación se puede considerar como el lugar de origen. En circunstancias concretas, un producto puede adquirir su situación fitosanitaria en más de un lugar. En los casos en los que puedan intervenir plagas de más de un lugar, las ONPF deberán decidir qué lugar o lugares de origen describen con mayor exactitud la situación que ha conferido al producto su situación fitosanitaria. En tales casos, deberá declararse cada lugar. Hay que señalar que en casos excepcionales, como los lotes de semillas mezcladas que tienen más de un lugar de origen, es necesario indicar todos los orígenes posibles.

Los países pueden exigir que se identifiquen con suficientes detalles en esta sección el “área libre de plagas”, el “lugar de producción libre de plagas” o el “sitio de producción libre de plagas”. En cualquier caso, por lo menos habrá que indicar el país de origen.

Medios de transporte declarados: _____

Deberán utilizarse términos como “mar, vía aérea, carretera, ferrocarril, correo y pasajero”. Deberán incluirse el nombre del buque y el número de viaje o el número de vuelo del avión si se conocen.

Punto de entrada declarado: _____

Deberá ser el primer punto de llegada en el país de destino final, o si no se conoce, el nombre del país. Se deberá indicar el punto de entrada del primer país de importación cuando figure más de un país en la sección “PARA:”. Se deberá indicar el punto de entrada del país de destino final en los casos en los que el envío solamente transite por otro país. Si el país de tránsito también aparece en la sección “PARA:,” los puntos de entrada en el país de tránsito así

como el país de destino final pueden aparecer (por ejemplo, punto A por medio del punto B.)

Nombre del producto y cantidad declarada: _____

La información facilitada aquí deberá ser suficientemente descriptiva del producto (y deberá incluir el tipo de producto, es decir, fruta, plantas destinadas a la siembra, etc.) y la cantidad se ha de expresar con la mayor exactitud posible para permitir a los funcionarios del país importador verificar adecuadamente el contenido del envío. Pueden utilizarse códigos internacionales para facilitar la identificación (por ejemplo códigos aduaneros) y se deberán utilizar unidades y términos reconocidos en el ámbito internacional, cuando sea apropiado. Se pueden aplicar requisitos fitosanitarios diferentes a distintos usos finales (por ejemplo, consumo frente a propagación) o condiciones de un producto (por ejemplo, fresco frente a seco); se deberá especificar el posible uso final y la condición del producto. Las entradas no se deberán referir al nombre comercial, tamaños u otros términos comerciales.

Nombre botánico de las plantas: _____

La información introducida aquí deberá permitir identificar las plantas y los productos vegetales utilizando nombres científicos aceptados, por lo menos del nivel de género, pero preferiblemente el nivel de la especie.

Tal vez no sea posible dar una descripción botánica de ciertos artículos y productos reglamentados de composición compleja, como alimentos para ganado. En estos casos, las ONPF deberán llegar a un acuerdo bilateral sobre un nombre descriptor común adecuado, o bien se ha de escribir “no aplicable” o “NA”.

Declaración de certificación

Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se consideran que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte

contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.

Se considera que están sustancialmente libres de otras plagas*. (Cláusula facultativa)

En los casos en los que existan requisitos de importación específicos y/o se especifiquen las plagas cuarentenarias, el certificado se utilizará para certificar la conformidad con la reglamentación o los requisitos del país importador.

Cuando los requisitos de importación no sean específicos y/o no se especifiquen las plagas cuarentenarias, el país exportador puede expedir el certificado para las plagas que considere que tienen interés desde el punto de vista reglamentario.

Los países exportadores pueden incluir o no la cláusula opcional en su certificado fitosanitario.

“.....los procedimientos oficiales apropiados.....” se refiere a los procedimientos llevados a cabo por la ONPF o las personas autorizadas por ésta a efectos de la certificación fitosanitaria. Tales procedimientos deberán ser conformes con las NIMF cuando proceda. Cuando las NIMF no sean pertinentes o no existan, la ONPF del país importador podrá especificar los procedimientos.

“.....se considera que están libres de las plagas cuarentenarias.....” se refiere a la condición de libres de plagas en un número o cantidad que pueda detectarse mediante la aplicación de procedimientos fitosanitarios. No se ha de interpretar como una condición de absoluta ausencia en todos los casos, sino más bien en el sentido de que no se cree que estén presentes las plagas cuarentenarias según los procedimientos utilizados para su detección o eliminación. Hay que reconocer que los procedimientos fitosanitarios tienen inherente un elemento de incertidumbre y variabilidad y llevan consigo alguna probabilidad de que las plagas no se detecten o eliminen. Hay que tener presente esta incertidumbre y probabilidad en la especificación de los procedimientos apropiados.

“.....requisitos fitosanitarios.....” son las condiciones prescritas oficialmente que se han de cumplir a fin de impedir la introducción y/o diseminación de plagas. La ONPF del país importador deberá especificar con antelación los requisitos fitosanitarios en la legislación, reglamentación o en otra parte (por ejemplo, permisos de importación y acuerdos y convenios bilaterales).

“.....parte contratante importadora.....” se refiere a los gobiernos que se han adherido a la CIPF, incluidos los miembros de la Comisión Interina de Medidas Fitosanitarias hasta la entrada en vigor de las enmiendas de 1997.

Sección II. Declaración adicional

Las declaraciones adicionales deberán ser solamente las que contengan información exigida por el país importador y no anotada de otra manera en el certificado. Dichas declaraciones adicionales deberán mantenerse al mínimo y ser concisas. El texto de las declaraciones adicionales se puede especificar, por ejemplo, en las reglamentaciones fitosanitarias, permisos de importación o acuerdos bilaterales. El tratamiento o tratamientos deberán indicarse en la Sección III.

Sección III. Tratamiento de desinfestación o desinfección

Los tratamientos indicados deberán ser solamente los que sean aceptables para el país importador y se apliquen en el país exportador o de tránsito para cumplir los requisitos fitosanitarios del país importador. Pueden incluir la desvitalización y los tratamientos de semillas.

Sello de la Organización

Es el sello, timbre o marca oficial que identifica a la ONPF expedidora. Puede estar impreso en el certificado o bien añadirlo el funcionario expedidor una vez que el formulario se haya llenado. Hay que tener cuidado para asegurar que la marca no cubra la información esencial.

Nombre del funcionario autorizado, fecha y firma

El nombre del funcionario expedidor figurará escrito a máquina o a mano en letras mayúsculas y legibles (cuando sea apropiado). También la fecha deberá escribirse a máquina o a mano con letras mayúsculas y legibles (cuando sea apropiado). Solamente pueden utilizarse abreviaturas para identificar los meses, siempre que no haya confusión entre el mes, el día y el año.

A pesar de que algunas secciones del certificado pueden llenarse con antelación, la fecha deberá corresponder con la fecha de la firma. Los certificados no deberán estar posfechados o tener una fecha anterior o expedirse después de haber mandado el envío excepto si se ha acordado bilateralmente. La ONPF del país exportador deberá poder verificar la autenticidad de las firmas de los oficiales autorizados, si así se solicitan.

Declaración de responsabilidad financiera

La inclusión de una declaración de responsabilidad financiera en un certificado fitosanitario es opcional.

REQUISITOS PARA OBTENER EL CERTIFICADO 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:

- a) Que el producto sea 100% nacional, esto es, que sea extraído, cosechado, o totalmente mano factura con materia prima nacional.
- b) Si el producto ha sido elaborado con materias primas, insumo, partes o componentes nacionales o importados o de origen desconocido se debe observar:
 - Que los insumos o materia prima sufran una transformación sustancial, de manera que generen un nuevo producto, conocido comúnmente como salto de posición arancelaria, salto NAB
 - 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.

- Que los productos originarios sean transportado 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 re embalajes simple almacenamiento o cualquier operación necesaria para mantenerlos en buenas condiciones

Para el caso de las exportaciones de hortalizas y frutas a los Estados Unidos se le debe de anexar al certificado de origen la procedencia del producto.

ANEXO 3

FORMATO UNICO DE ALIMENTOS PERMISO SANITARIO Decreto 4444 de 2005	Código: F06-PM01-RS
	Versión: 4
	Página: 1 de 2
	Fecha de Emisión: 10/05/2010
INSTRUCTIVO TRAMITES	

INSTRUCTIVO TRAMITES PARA PERMISO SANITARIO

- (1) Documento de identidad: indicar el número del documento de identidad según corresponda, cédula de ciudadanía, cédula de extranjería, NIT.
 - (2) Transacción Bancaria: Aporte recibo original de la consignación por el valor de la tarifa vigente del código correspondiente al trámite solicitado. El pago se realiza en el Banco Davivienda en la cuenta corriente No. 00286999868-8 (el recibo de pago se obtiene en el banco) si realiza pago electrónico aporte copia de la transacción o constancia de pago.
 - (3) Código de la tarifa: para solicitud de permiso sanitario código 4046, para modificación la tarifa corresponde al valor asignado al código 4001, certificación y autorización la tarifa corresponde al valor asignado al código.
 - (4) Si realiza su trámite a través de un apoderado, presente el correspondiente Poder otorgado a un abogado (este debe ser con presentación personal).
 - (5) Modalidad del permiso sanitario: fabricar y vender .
 - (6) Ficha técnica independiente por cada variedad (diligenciar según modelo INVIMA).
- (A) Nombre del producto: Indique el nombre del producto de conformidad con lo establecido en el numeral 5.1 de la Resolución 5109 de 2005 del Ministerio de la Protección Social. Si el producto tiene normatividad específica, debe indicar el nombre establecido.
- (B) Composición: Relacione todos los ingredientes en orden decreciente de peso inicial (m/m) en el momento de la fabricación del alimento. Si un ingrediente es a su vez producto de dos o más ingredientes indiquen la composición de éstos, entre paréntesis y en orden decreciente de peso inicial (m/m). Si el ingrediente compuesto tiene un nombre establecido en la legislación sanitaria vigente y constituye menos del 5% del alimento, declare únicamente los aditivos que cumplen una función tecnológica en el producto terminado. No declare el agua u otros ingredientes volátiles que se evaporan durante la fabricación. Declare los aditivos con nombre genérico y específico. Para alimentos con declaraciones de propiedades nutricionales, propiedades de salud o declaración de nutrientes, tenga en cuenta la Resolución 288 de 2008 (en transitoriedad). Aporte composición cuantitativa para: fórmulas para lactantes, alimentos enriquecidos, adicionados, fortificados y bebidas cafeinadas. NOTA: Los productos que presentan normatividad específica deberán cumplir con los lineamientos fisicoquímicos y microbiológicos establecidos por la norma.

(C) Tipo y material de envase: Indique el tipo de envase (por ejemplo: botella, bolsa, envoltura, caja), y el material de empaque y/o envase .Ej.: Polietileno, polipropileno, vidrio.

(D) Presentaciones comerciales: declare en unidades del sistema métrico (Sistema Internacional) el peso neto del producto a comercializar en unidades de peso o volumen dependiendo del tipo de alimento (consulte el numeral 5.3 de la Resolución 5109 de 2005).

(E) Indique las condiciones de conservación y almacenamiento del producto, que garantizan la vida útil estimada para el mismo.

(F) Describa el proceso de elaboración del producto (sea en forma descriptiva o en diagrama de flujo).

(G) Indique la vida útil del producto y la forma en que se declarara su fecha de vencimiento.

(H) Firma de ficha técnica sea por representante legal o jefe de producción .

(7) Aporte los documentos que soporten la información nutricional. Estos pueden ser: análisis de laboratorio, tablas de composición de alimentos o demostración a partir de la composición cuantitativa del producto.

(8) Aporte certificado de existencia y representación legal cuando se trate de persona jurídica o matrícula mercantil cuando se trate de persona natural del titular, con una vigencia no superior a los tres meses a la fecha de radicación del trámite.

(9) Aporte certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil del fabricante cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al titular, con vigencia no superior a los tres meses a la fecha de radicación del trámite.

(10) El formulario deberá estar suscrito por el representante legal cuando se trate de persona jurídica, el propietario del producto cuando se trate de persona natural, o el respectivo apoderado.

(11) Aportar contrato de cesión determinando claramente el nombre del producto y el número del permiso sanitario), además debe estar suscrito por las partes que intervienen en la cesión y con la debida (presentación ante notario).

(12) Indicar las falencias por las cuales solicita agotamiento de etiquetas, de conformidad con lo establecido en la Resolución 243710 de 1999, expedida por el INVIMA.

(13) Tener en cuenta los requisitos establecidos en la resolución 005109 de 2005 (rotulado general).

(14) Aportar Concepto Sanitario Favorable vigente, expedido por el INVIMA con una vigencia de un (1) año, solicitando la visita en la oficina regional del INVIMA que corresponda de acuerdo a la ciudad donde esté ubicada la fábrica.

