

**RESTRICCIONES Y DIFICULTADES PARA APROVECHAR LAS
OPORTUNIDADES FRENTE AL TLC CON EE. UU. EL CASO DE
EXPORTACIÓN DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA.**

**VICTOR ANDRES AGUIRRE QUINTANA
ANDRES ENRIQUE LOAIZA IBAÑEZ**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE AMINISTRACION
MAESTRIA EN ADMINISTRACION
SANTIAGO DE CALI**

2017

**RESTRICCIONES Y DIFICULTADES PARA APROVECHAR LAS
OPORTUNIDADES FRENTE AL TLC CON EE. UU. EL CASO DE
EXPORTACION DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA.**

DIRECTOR

RUBEN DARIO ECHEVERRY

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACION
MAESTRIA EN ADMINISTRACION
SANTIAGO DE CALI**

2017

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.	9
2.	CAPITULO I. PROYECTO	11
2.1.	ANTECEDENTES DEL TEMA Y DEL PROBLEMA.	11
2.2.	FORMULACION DEL PROBLEMA	13
2.3.	JUSTIFICACIÓN	13
2.4.	OBJETIVO GENERAL	14
2.5.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	14
2.6.	METODOLOGÍA	15
3.	CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL	18
3.1.	FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	18
3.1.1.	MERCANTILISMO	19
3.1.2.	TEORIA DE LA VENTAJA ABSOLUTA	20
3.1.3.	TEORIA DE LA VENTAJA COMPARATIVA	23
3.1.4.	TEORIA DE LAS PROPORCION DE FACTORES DE HECKSCHER Y OHLIM	24
3.1.5.	CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	24
3.2.	GLOBALIZACION Y COMPETITIVIDAD	27
3.2.1.	INTEGRACIÓN ECONÓMICA	31
3.2.2.	CONCEPTOS DE COMPETITIVIDAD	33
3.2.3.	LA COMPETITIVIDAD ESPECÍFICA	35
3.2.4.	DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR FRUTICOLA EN EL VALLE DEL CAUCA	38
3.2.5.	COMPETITIVIDAD SISTEMICA	47
3.3.	DESARROLLO PRODUCTIVO Y EXPORTADOR	54
3.4.	EXPORTACION	57
3.4.1.	TIPOS DE EXPORTACIÓN	58
3.4.2.	FINANCIACIÓN DE LA EXPORTACIÓN	58
3.4.3.	BARRERAS A LA EXPORTACIÓN	59
3.4.4.	ARANCELES	60
3.4.5.	BARRERAS NO ARANCELARIAS	61
4.	CAPITULO III: TRATADO DE LIBRE COMERCIO EE. UU.-COLOMBIA	62
4.1.	GENERALIDADES	62
4.2.	ANTECEDENTES	63

4.3.	INICIO DE LAS NEGOCIACIONES	66
4.4.	CONTENIDO DEL ACUERDO	67
4.5.	OPORTUNIDADES	76
4.5.1.	SECTOR ACUÍCOLA Y PESQUERO:	76
4.5.2.	ALIMENTOS PROCESADOS:	77
4.5.3.	FRUTAS LEGUMBRES Y HORTALIZAS:	77
4.5.4.	HARINERIA, GALLETERÍA Y PANADERÍA:	77
4.5.5.	ARTÍCULOS DE DOTACIÓN:	78
4.5.6.	AUTOPARTES	78
4.5.7.	COSMÉTICOS Y PRODUCTOS DE ASEO:	78
4.5.8.	ENVASES Y EMPAQUES:	78
4.5.9.	INSTRUMENTOS Y APARATOS:	79
4.5.10.	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN:	79
4.5.11.	CALZADO Y CUERO:	80
4.5.12.	CONFECCIONES:	80
4.5.13.	EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD:	80
4.6.	TRAMITOLOGÍA EXPORTADORA	81
4.6.1.	DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA	81
4.6.2.	REGISTROS NACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN.	82
4.6.3.	REGISTROS EN EL INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA	83
4.6.4.	DOCUMENTOS DE LA EXPORTACION	83
5.	CAPITULO IV CONTEXTUALIZACION DEL SECTOR HORTOFRUTICOLA	96
5.1.	CONTEXTO INTERNACIONAL	96
5.1.1.	PANORAMA HORTOFRUTÍCOLA MUNDIAL.	98
5.1.2.	PRODUCCION DE PIÑA	99
5.1.2.	COMERCIO GLOBAL DE PIÑA.	108
5.1.3.	EXPORTACIÓN DE PIÑA.	109
5.1.4.	IMPORTACIÓN DE PIÑA.	112
5.1.5.	DIAGNÓSTICO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE FRUTAS	115
5.1.6.	PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS FRUTÍCOLAS.	118
5.2.	CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL	124
5.2.1.	PRODUCCIÓN Y ÁREA COSECHADA DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA EN COLOMBIA 1998-2014.	125

5.2.2.	PRODUCCIÓN, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO POR FRUTA EN COLOMBIA AÑOS 2011-2013.	129
5.2.3.	PRODUCCION, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO FRUTICOLA POR DEPARTAMENTO AÑOS (2011-2013).	132
5.2.4.	PRODUCCION Y AREA SEMBRADA HORTOFRUTICOLA DEL VALLE DEL CAUCA (1998-2014).	136
5.2.5.	PRODUCCION, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO FRUTICOLA POR PRODUCTO DE LAS PRINCIPALES FRUTAS CULTIVADAS EN DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.	139
5.2.6.	TENDENCIAS DE CONSUMO EN COLOMBIA DE FRUTAS	140
5.2.7.	TENDENCIA DEL CONSUMO PER CÁPITA DE FRUTAS Y HORTALIZAS:	141
5.2.8.	CONSUMO DE FRUTAS EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA	142
5.2.9.	INICIATIVAS PARA FOMENTO DEL SECTOR FRUTÍCOLA	143
5.2.10.	CONTEXTUALIZACIÓN NACIONAL DEL CULTIVO DE PIÑA	144
5.2.11.	PRODUCCION, AREA SEMBRADA Y RENDIMIENTO DE PIÑA POR DEPARTAMENTO DESDE 2005 -2013	144
5.2.12.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL CULTIVO DE PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA	148
6.	CAPÍTULO V. ¿CUALES SON LAS OPORTUNIDADES, OBSTÁCULOS Y RESTRICCIONES PARA EL COMERCIO DE PIÑA EN LOS EE. UU.?	151
6.1.	COMPETITIVIDAD DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA	151
6.1.1.	FACTORES BÁSICOS	151
6.1.2.	FACTORES AVANZADOS	152
6.1.3.	DEMANDA	155
6.1.4.	ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS	158
6.1.5.	SECTOR DE APOYO	159
6.1.6.	PAPEL DEL GOBIERNO	169
6.2.	TABLA DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS PARA LA INDUSTRIA DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA	170
6.2.1.	ANÁLISIS A LAS MODELO DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS APLICADO AL SECTOR FRUTÍCOLA, ESPECÍFICAMENTE EL CULTIVO DE PIÑA.	172
6.3.1.	DEBILIDADES	180
6.4.	ESTRATEGIAS PARA SUPERAR OBSTÁCULOS Y PODER INCENTIVAR LA EXPORTACIÓN DE PIÑA HACIA LOS EE. UU.	185
7.0.	CAPÍTULO VI CONCLUSIONES	197

TABLA DE CONTENIDO TABLAS

- Tabla 1. Listado de Frutas y hortalizas aptas para el mercado estadounidense
- Tabla 2. Principales productores de piña de acuerdo a la producción calculada en toneladas
- Tabla 3. Principales productores mundiales de piña de acuerdo a las hectáreas cultivadas
- Tabla 4. Principales productores mundiales de piña de acuerdo al rendimiento del cultivo
- Tabla 5. Balance, principales exportadores de piña en el mundo
- Tabla 6. Balance, principales importadores de piña en el mundo.
- Tabla 7. Principales Frutas exportadas por Colombia años 2012-2016
- Tabla 8. Principales Frutas Partida 080440 exportadas por Colombia años 2012-2016
- Tabla 9. Principales Importadores de Frutas Colombianas años 2012-2016
- Tabla 10. Balance sobre las principales partidas arancelarias (Frutas) .
- Tabla 11. Balance sobre las principales partidas arancelarias (Frutas) comercializadas en
- Tabla 12. Exportaciones Frutícolas Por Países (Miles De USD)
- Tabla 13. Exportaciones Frutícolas Por Países Hacia Estados Unidos (Miles De USD)
- Tabla 14. Producción, área cosechada hortofrutícola colombiana año (1998-2014),
- Tabla 15. Producción, área cosechada y rendimiento frutícola por producto en Colombia.
- Tabla 16. Área cosechada, producción y rendimiento en Hectáreas por departamento
- Tabla 17. Producción Hortofrutícola En el Valle del Cauca 1998-2013 Fuente: Agronet
- Tabla 18. Producción, área cosechada y rendimiento de las principales frutas en el Valle
- Tabla 19. Consumo Nacional de frutas y verduras (2012)
- Tabla 20. Superficie Cosechada, Producción, Rendimiento Obtenido Por Departamento,

Tabla 21. Área cultivada, producción y rendimiento de la piña en departamento del valle

Tabla 22. Área cosechada, producción y rendimiento de la piña por municipios en el Departamento del valle del cauca 2014.

Tabla 23. Análisis de las cinco fuerzas de Porter al sector piña en el valle del cauca.

TABLA DE CONTENIDO GRAFICOS

Grafico1. Componentes de la Ventaja competitiva. Fuente: Porter (1990^a:72)

Grafico 2. Determinantes de competitividad para el sector frutícola Vallecaucano

Grafico3. Factores en la ventaja competitiva Sectorial. Fuente: Porter (1990^a:72)

Grafico. Competitividad Sistémica. Fuente: Garay

Grafico 5. La cadena de Valor Fuente: Michael Porter.

Grafica 6. Cadena de Valor del Sector Frutícola del Valle del Cauca.

Grafico 7. Modalidades Incoterms Fuente: Manual de exportación de frutas y hortalizas

Grafica 8. Esquema de autoridades Sanitarias Estadounidenses que regulan la entrada de productos agropecuarios a Estados Unidos Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario

Grafico 9. Esquema de planeación y desarrollo de plan de admisibilidad fitosanitario

Grafico 10. Producción mundial de piña.

Grafica 11. Producción global de piña de acuerdo a las hectáreas sembradas.

Grafico 12. Rendimientos ponderados mundiales de rendimientos en cultivos de piña.

Grafico 13. Importaciones vs Exportaciones globales de piña de acuerdo a las toneladas

Grafico 14. Importaciones vs Exportaciones globales de piña de acuerdo al valor

Grafico 15 Dispersión de los principales mercados internacionales Frutícolas Colombianas

Grafica 16. Producción y área cosechada Hortofrutícola colombiana (1998-2014).

Grafica 17. Producción y área cosechada Hortofrutícola valle del Cauca (1998-2013)

Grafico 18. Perfil Nacional de consumo de frutas y verduras (2012) Fuente: FAO

Grafica 19. Consumo local de frutas en el Valle del Cauca 2005

Grafico 20. Consolidado de producción de piña en Colombia año 2005-2014

Grafico 21. Comportamiento del rendimiento promedio de los cultivos de pina en Colombia.

1. INTRODUCCIÓN.

El proceso de apertura económica que experimentó Colombia a inicios de la década de 1990 fue uno de los primeros pasos que asumió el país para lograr integrarse a la economía global y lograr estimular el desarrollo del aparato productivo interno activando el crecimiento económico, cambios que se verían reflejados en la modernización de la economía y la liberación del comercio exterior. Conforme ha evolucionado dicho proceso, se han suscrito numerosos tratados de libre comercio con países alrededor del mundo. Dichos tratados han permitido, aunque no en la medida deseada, una mayor utilización de recursos, la disminución de costes de producción, aumento de la capacidad productiva, una expansión de la demanda agregada y un aumento en la competitividad de los sectores productivos colombianos frente a los mercados mundiales.

La actual coyuntura, que incluye el desplome de los precios mundiales de las materias primas minero energético, amenaza con afectar profundamente los índices de crecimiento del país ante la dependencia del sector primario energético; favorable hasta el momento, teniendo en cuenta el rendimiento del resto del continente.

Para hacer frente a dicha coyuntura, los diferentes organismos gubernamentales buscan el fortalecimiento de los diferentes sectores productivos que generen valor agregado a la economía colombiana y le permita ingresar a nuevos mercados con productos de exportación no tradicionales (Exportaciones que excluyen el petróleo, el carbón y el café).

El alcance del presente trabajo incluye la realización de una caracterización del subsector frutícola dedicado al cultivo y posterior exportación de piña, haciendo énfasis en el tratado de libre comercio con EE. UU que entró en vigor en el año 2012. La caracterización primero contara con una revisión teórica del tratado de libre comercio con EE. UU para contextualizar posteriormente en la realidad agrícola del Valle del Cauca, buscando encontrar oportunidades de mejora y aprovechamiento de un tratado que aún no logra producir el impacto y las oportunidades esperadas en un sector que vislumbra grandes cambios y transformaciones.

Por tal motivo se evidencia la factibilidad e importancia de realizar estudios que permitan establecer mercados con amplias potencialidades de acuerdo con las ofertas disponibles por parte de los sectores productivos colombianos, permitiendo su aprovechamiento y promover el desarrollo económico del país, mediante los encadenamientos productivos que puedan surgir de los accesos a los mercados identificados.

2. CAPITULO I. PROYECTO

2.1. ANTECEDENTES DEL TEMA Y DEL PROBLEMA.

La política exterior de Colombia tiene muchos desafíos para seguir internacionalizando la economía del país, uno de esos instrumentos para buscar las alternativas de nuevos mercados donde exportar los productos y servicios son los TLC. Frente a este hecho el tratado de libre comercio con EE. UU. constituye una de las principales piezas del proceso de internacionalización de la economía colombiana, este tratado fue aprobado el 10 de octubre del 2011 por el congreso de los EE. UU. y entro en vigor desde el 15 de mayo de 2012, siendo este un acuerdo de gran importancia para el país por el tamaño de mercado potencial que representa EE. UU.

Antes del tratado las relaciones comerciales con EE. UU estaban adscritas al acuerdo de preferencias arancelarias ATPDEA, con la terminación de estas preferencias el 15 de febrero de 2011, el TLC se convirtió en la oportunidad para que los empresarios sigan manteniendo y aumentando las exportaciones

Este mercado es muy importante dado las cifras poblacionales de EE. UU actualmente son de 320 millones de personas con una tasa de crecimiento del 0.7 % demostrando un aumento sostenido de la población. En el análisis del consumo per cápita de frutas en los EE. UU, encontramos un crecimiento y la oportunidad de mercado (Pro Colombia, 2015).

A pesar del amplio potencial frutícola y exportador de Colombia y en especial del Valle del Cauca, son varios los factores que dificultan un amplio desarrollo de este renglón comercial. De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación DNP, el rezago y el atraso en la provisión de infraestructura logística y de transporte, reflejados en malos índices de disponibilidad de carreteras, puertos marítimos, fluviales y aeropuertos, inciden negativamente en el desempeño comercial del país, pues disminuyen tiempo de respuesta, costos de los productos, e incluso es un freno a la integración regional y a los esfuerzos de especialización productiva. Alterando sensiblemente los índices de competitividad, necesarios para poder generar productos con valor agregado (DNP, 2015).

Ahora revisando la realidad en el subsector frutícola y las estadísticas de cultivos del valle del Cauca, la piña ha tenido un incremento en los últimos años, siendo este fruto uno de los principales cultivos con principal potencial exportador hacia EE. UU. (Procolombia, 2015). La piña es una de las apuestas productivas del valle según el plan nacional Hortofrutícola, aunque está en el plan su nivel exportador sigue siendo bajo (Ministerios de Agricultura y desarrollo rural, 2006). Además, hay que decir que las exportaciones hacia EE. UU, han disminuido, dado que ese país existe un competidor muy fuerte como Costa Rica que es el mayor exportador de piña hacia los EE. UU. (International Trade Center, 2015).

Para concluir, es importante analizar el subsector frutícola del valle frente a las potencialidades de exportación hacia EE. UU., con el fin de que los empresarios cambien la visión actual y puedan aprovechar el potencial exportador de la región.

2.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

La pregunta de investigación formulada es: ¿Cuáles son las restricciones, obstáculos y dificultades para el aprovechamiento de las oportunidades frente al TLC con EE. UU en el periodo de tiempo comprendido entre 2012 y 2015? Analizando el caso de las potencialidades de exportación de la piña en el Valle del Cauca.

2.3. JUSTIFICACIÓN

Esta caracterización es de utilidad para las agremiaciones del sector agroindustrial del país, especialmente el gremio de cultivadores de piña, que pueden mejorar su conocimiento sobre la problemática del sector para usar herramientas y ejercer planes de acción sostenibles para crear nuevos mercados en el extranjero y sortear las dificultades existentes para la exportación de piña; entidades gubernamentales que incentivan las exportaciones como Procolombia o realizan investigaciones tecnológica y científicas como Corpoica; podrían llegar a orientar de mejor manera las políticas de apoyo hacia el sector exportador Vallecaucano; las asociaciones gremiales que acogen el sector Frutícola podrían adoptar posturas que representan realmente el sector en el que se desempeñan. Por último, las facultades de ciencias administrativas, económicas y de comercio exterior podrían encontrar en el presente trabajo, datos y lineamientos que actualizarían los conocimientos de sus estudiantes frente a temas de economía regional

Desde el punto de vista práctico esta investigación es de suma importancia para el sector exportador colombiano dado que ayudará a tener un conocimiento amplio del proceso

exportador y las limitantes existentes, al tener claro la problemática, servirá para el diseño de estrategias válidas para sortear esas dificultades.

Esta investigación generara análisis conceptual y reflexión de las condiciones del sector exportador y su inmersión a los mercados internacionales, lo cual lleva ampliar el conocimiento en este ramo referente a la exportación de productos no tradicionales en especial los productos agroindustriales.

2.4. OBJETIVO GENERAL

Analizar las dificultades que afectan las exportaciones de los productores vallecaucanos de piña hacia EE. UU. en el marco del Tratado de libre comercio para establecer estrategias y políticas para mejorar las condiciones competitivas.

2.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- A. Describir el acuerdo comercial entre Colombia y los EE. UU. con respecto a las especificaciones y reglamentaciones que rigen al cultivo de piña en el contexto vallecaucano y global.
- B. Elaborar un diagnóstico de las condiciones competitivas en general del cultivo de piña con el fin de ingresar al mercado de EE. UU., mediante una revisión de cifras e indicadores con los empresarios del sector, cultivadores y entidades gubernamentales, determinando variables que impiden un adecuado aprovechamiento del tratado de libre comercio.

C. Diseñar estrategias a partir del análisis sectorial realizado al cultivo de piña en el valle del Cauca, con el propósito que los productores de piña vallecaucanos superen las dificultades detectadas en el departamento en el marco del tratado de Libre comercio con los EE. UU, y poder exportar su producción hacia ese país.

2.6. METODOLOGÍA

En la búsqueda de cumplir y alcanzar los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación se utilizó una metodología descriptiva y exploratoria de datos, para conseguir una visión más amplia del problema o situación en general, identificando posibles variables relacionadas con la competitividad y de nivel de producción.

Para el cumplimiento del primer objetivo se contempla una labor descriptiva a partir de la exploración del documento oficial que soporta los acuerdos entre Colombia y EEUU, además se recopiló información obtenidas a través de diferentes fuentes como son, las consultas y análisis de informes oficiales y publicaciones de procolombia, bases de datos, libros de texto, periódicos nacionales de opinión como El país, El tiempo, Portafolio, revistas especializadas como revistas Dinero, y Frutas & hortalizas.

Para lograr el segundo objetivo se utiliza exploración y análisis de bases de datos agregados de organismos de carácter gubernamental y no gubernamentales.

Las fuentes de recolección fueron de tipo primario, como entrevista a funcionario de Procolombia, funcionario de cámara y comercio de Palmira y funcionario de Corpoica.

Como fuentes de recolección secundaria encontramos:

Bases de datos como el Trade Map (Disponible <http://www.trademap.org/Index.aspx>) permitirá establecer y tipificar indicadores del desempeño exportador e importador del comercio de piña a nivel mundial.

Base Agronet (Red de información y comunicación del sector agropecuario) del ministerio de agricultura en conjunto con la (FAO) disponible en (http://www.agronet.gov.co/www/htm3b/ReportesAjax/parametros/reporte78_2011.aspx?cod=78), esta base permite visualizar la evolución local detallada del cultivo de piña en Colombia.

El acceso a la base de datos de Finagro, disponible en (<https://www.finagro.com.co/estad%C3%ADsticas/estad%C3%ADsticas>) ofrece datos sobre los incentivos y fondos destinados a contribuir al desarrollo de los cultivos de piña. Por último, el acceso de la base de datos de la USDA (United States Department of agricultura Economic Research Service) disponible en (<http://www.ers.usda.gov/publications.aspx>), es transcendental en el momento que ofrece datos sobre el consumo per cápita de piña del mercado norteamericano. Los datos proporcionados están desglosados de acuerdo a los estados y evolución del consumo interno.

Las variables para hacer el diagnostico encontramos ,variables como la producción por país en toneladas métricas, las hectáreas cultivadas, el valor de su producción, los costos logísticos, el rendimiento de los cultivos, tasas de exportación, montos exportados,

constituyen algunos de los indicadores que serán tenidos en cuenta a la hora de realizar los respectivos análisis.

El conjunto de análisis de las bases de datos permitirá establecer a profundidad el comportamiento de cada variable, escenario y la dinámica de los mercados nacionales e internacionales concernientes, mediante el establecimiento de tendencias orientadas a proyectar posibles demandas insatisfechas en el presente y futuro de los mercados destino. Igualmente, los análisis de las bases permitirán hacer un esbozo de la red mundial del comercio dedicado a la piña, observando factores que condicionan la demanda, desarrollo progresivo de nuevos mercados y nuevos productores a nivel de países, de acuerdo a estadísticas mensuales, trimestrales del cultivo de piña en todas sus partidas arancelarias.

Como metodología para el tercer objetivo específico se realizó de manera descriptiva, a través del análisis de la información recopilada, se utilizó como herramientas teóricas las cinco fuerzas de Porter y el análisis DOFA. Se escogió estas dos herramientas principalmente por su facilidad de explicar el fenómeno en un sector particular, se clasifican las que más impactan en el sector para realizar el análisis. Posterior a este análisis a través de estos modelos teóricos, se realizó una propuesta de estrategias a través de los resultados obtenidos soportada en un proceso deductivo que ayude al dar propuestas a implementar en la búsqueda del crecimiento sector en estudio.

3. CAPITULO II. MARCO CONCEPTUAL

Para este apartado es necesario hacer referencia a los fundamentos de comercio internacional y realizar una revisión de las diferentes teorías de comercio que explican las ventajas comparativas como los primeros fundamentos para explicar porque ciertos países generan más riqueza que otros, y las ventajas competitivas como fundamentales para la competitividad a nivel nacional, regional, empresarial y sectorial, dado que a través de la teoría de competitividad sectorial se busca enmarcar los fenómenos encontrados en el sector hortifrutícola vallecaucano y sus oportunidades en los mercados internacionales en especial el referente con el aprovechamiento del TLC con EE. UU.. Es a través de la mirada crítica de las teorías de competitividad a partir de Porter que buscamos enmarcar la presente investigación.

Como complemento es importante entender los conceptos de globalización y competitividad, desarrollo exportador y exportación, dado que estos conceptos son relevantes para este estudio.

3.1. FUNDAMENTOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Como primera aproximación para explicar cómo un país o región es más competitiva que otra, revisamos las teorías de comercio clásicas y neo clásicas de comercio internacional enfocadas en el libre comercio y las teorías que defienden el proteccionismo, dado que estas fueron las primeras que intentaron explicar las ventajas comparativas de una región o país para posteriormente evolucionar a las teorías competitivas.

3.1.1. MERCANTILISMO

Según Hill (2011) El mercantilismo fue una doctrina difundida entre los siglos XVI y XVII, la teoría plasma la idea de que las naciones deben alentar las exportaciones y desalentar las importaciones, , esta doctrina estaba basada en políticas gubernamentales destinadas a defender la filosofía de imponer restricciones a la mayoría de importaciones y subsidiar manufactura de productos que no podrían ser competitivos a escala internacional por la carencia de ventajas comparativas, dicha práctica de profunda implementación durante el colonialismo del siglo XVII y XVIII ocasionó que las monarquías vigentes se lucraran en proporciones desmesuradas a costa de la producción de las colonias dominadas, causando descontento y convirtiéndose en uno de los causales de las revoluciones que tuvieron lugar en dicho periodo histórico. El mercantilismo igualmente permitió acuñar términos como el de balanza comercial, con balances favorables o no favorables, la primera hace referencia a un balance positivo si la proporción de mercancías exportadas es mayor a las importadas y viceversa para calificar la balanza como desfavorable. Aunque es una doctrina ya en desuso y desacreditada fue muy utilizada y generalizada en el desarrollo del comercio mundial. (Hill, 2011, pág. 156)

Frente a este fenómeno observamos cómo los países utilizan ciertas herramientas proteccionistas para regular la entrada de bienes y servicios, buscando dar mayor oportunidad a los sectores de la economía, las cuales no podrían competir con productos de otras regiones con otros factores competitivos.

Según (Gingrich & Garber, 2010), ha sido latente el debate respecto al resultado de las políticas de apertura de mercados agrícolas en parte de países con ingresos bajos, mientras los países ricos históricamente han protegido el renglón agrícola incluyendo sus mercados internos. A pesar de que los países de bajos ingresos basan fuertemente su economía en el renglón agrícola, su panorama ha sido mixto desde mediados de 1980, época en la que la tendencia fue el marco de la apertura de sus mercados a la globalización. En la mayoría de casos y debido a la presión negativa por parte de los capitales extranjeros que comenzaban a llegar paulatinamente y debido también a un pobre desempeño macroeconómico, algunos gobiernos de dichos países optaron por abandonar las políticas de sustitución de importaciones pues pretendían apalancar el sector manufacturero dejando a un lado las iniciativas por fortalecer el agro, cerrando el margen de comercialización de insumos y la capacidad de asociatividad de dicho renglón, pues el gobierno centro sus esperanzas en que los privados asumirían el rol de generador de valor en el renglón agrícola. (Gingrich & Garber, 2010)

3.1.2. TEORIA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

Durante el siglo XVIII se dieron hechos como el paso de la economía artesanal a una economía naciente industrial, las formas de pensamiento con ideas liberales, en el cual aparecía la emancipación a los derechos individuales y el aumento del intercambio entre países, que crearon las condiciones propicias para el surgimiento de la idea del libre comercio planteada en el aspecto económica por la escuela clásica, que, a su vez, criticaba la doctrina mercantilista. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 222)

Según Hill (2011), el libre de comercio aparece cuando un gobierno se propone no influir mediante la existencia de cuotas, aranceles y otros impedimentos en lo que sus habitantes compran de productos que provienen de otro país ni en lo que producen y venden a otras naciones. (Hill, 2011, pág. 156)

Fue Adam Smith quien en 1776 con su Investigación sobre la naturaleza y causas de las riquezas de las naciones trato por primera vez explicar los beneficios que genera el libre comercio para el desarrollo económico de un país. Adam Smith cuestiona las premisas de mercantilismo, Smith afirmaba que el libre comercio es un juego de suma positiva que produce ganancias para los participantes, donde los países participantes se benefician del intercambio de bienes, dado los diferentes niveles de eficiencia, además que la riqueza de un país consiste en la cantidad de bienes y servicios disponibles para los ciudadanos más que las cantidades de oro que posee. Smith argumentaba que la mano invisible que ejercían los mecanismos del mercado, en mayor medida que los mecanismos gubernamentales eran quienes debía decidir que producir y que importar un país. (Hill, 2011, pág. 154)

De esta manera Smith establece la teoría de la ventaja absoluta. “Esta teoría de la ventaja absoluta sostiene que diferentes países producen los mismos bienes de forma más eficientes que otros, y pregunta porque los ciudadanos de cualquier país deben comprar bienes producidos internamente cuando pueden comprarlos más baratos en el exterior” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Para Smith debido a circunstancias tecnológicas, demográficas, topográficas, climáticas y demás índoles los países producen determinados bienes con mayor eficiencia que otros elementos dentro del mismo país y con mayor eficiencia que dicho bien producido en otros

países, esta situación conlleva a que cada país terminara por especializarse en los productos que le dieran la mayor ventaja competitiva, pues dichos recursos privilegiados mencionados anteriormente se desplazarían a las industrias eficientes porque el país no competiría en aquellos focos en los que es ineficiente (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 222)

Según Smith por medio de la especialización los países aumentan su eficiencia por tres razones:

- Mano de obra adquiere destreza por repetición de tareas
- Trabajadores no pierden tiempo en cambios continuos de tipos de producto.
- Series de producción incentivan a la aparición de mejoras en procesos. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 222)
- Hill (2011) explica que la ventaja absoluta es dada por dos razones, la primera por una ventaja natural, donde un país tiene acceso a recursos naturales, condiciones climáticas favorables, o disponibilidad de mano de obra, que explican donde ciertos productos podrían ser mejor producirlos. La segunda condición de ventaja absoluta la explica como ventaja adquirida, que es la ventaja que tienen la gran parte de países que son competitivos con bienes fabricados, dado a menudo en la tecnología aplicada a los procesos o productos. (Hill, 2011, pág. 156)

Esta ventaja adquirida a través de la tecnología ha creado nuevos productos, reemplazando viejos y obsoletos y redefiniendo las relaciones entre socios comerciales. El desarrollo tecnológico permite que los países se destaquen con productos distintivos o producidos a

menores costos lo que le da una ventaja absoluta adquirida, hasta que otros competidores lo igualen. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 222)

3.1.3. TEORIA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

David Ricardo a mediados del siglo XIX permitió una evolución del postulado de Smith cuando analizó lo que sucedía con un país que tenía ventaja absoluta en la producción de todos los bienes. Smith sostenía que una nación con ventaja absoluta en todos los productos no tendría ventaja del comercio internacional. En 1817 Ricardo con su libro "Principios de política económica" demostró que dicha situación no era del todo cierta. (Hill, 2011, p157).

La teoría de la ventaja comparativa es conveniente que un país especialice en la producción de los bienes que puede producir con mayor eficiencia y compre a otros los bienes que produce con menor eficiencia inclusive si ello implica comprar bienes que la misma nación podría producir con mayor eficiencia mediante el apalancamiento para aumentar la producción y el comercio. (Hill, 2007, p157).

Igualmente, esta teoría establece que la producción mundial potencial es mayor con el libre comercio sin restricciones que con un comercio restringido, igualmente Ricardo sustenta que los consumidores de todas las naciones pueden consumir más si no existen restricciones al comercio. La situación anterior se presenta en países que no cuentan con una ventaja absoluta en la producción de algún bien, demostrando así que la teoría de la ventaja comparativa demuestra que el comercio es un juego de suma positiva en la que todos los países participantes obtienen en algún grado algún beneficio o ganancia

económica. Esta teoría se mantiene aún como el principal bastión intelectual y teórico del libre comercio. (Daniels, 2013, p223)

3.1.4. TEORIA DE LAS PROPORCION DE FACTORES DE HECKSCHER Y OHLIM

Un siglo después los economistas Eli Heckscher (en 1919) y Bertín Ohlin (en 1933) proponen otra visión diferente a la de Ricardo sobre la ventaja comparativa, para ellos la ventaja comparativa se debe a la posesión por parte de las naciones de diversos factores de producción y no solo por las diferencias de productividad. La dotación de dichos factores corresponde a la cantidad de recursos como tierra, mano de obra y capital con los que cuenta una nación. Dado que cada nación cuenta con múltiples factores y en cantidades variables y diferentes entre países, generando la situación en la que los costos de un factor en especial son diferentes en cada país, cuando más abunda dicho factor, más bajo resulta el costo de manufactura de determinados bienes. La teoría de Heckscher y Ohlin establece intuitivamente la situación en la que las naciones exportaran aquellos bienes que logran un mayor aprovechamiento de los factores abundantes en su suelo y habrá una importación marcada de bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores que escasean. (Hill, 2011, p157).

3.1.5. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Posteriormente a mediados de los años 60s, Raymond Vernon expone la denominada teoría del ciclo del producto, la cual expone que la producción de ciertos productos fabricados cambia de acuerdo con un ciclo. Este ciclo consiste en cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive.

Según- Hill (2011) Este postulado apalancado en la clara observación del comportamiento de la gran mayoría de nuevos productos que para aquel entonces provenía de empresas estadounidenses para ser vendidas en el mercado estadounidense. Esto se traducía en que las riquezas y el tamaño de dicho mercado otorgaban incentivos para desarrollar constantemente nuevos productos de consumo, de igual manera el alto costo de la mano de obra impulsa la aparición de innovaciones en el campo de la eficiencia y ahorro en costos. Cuando una nación innova en la producción de un bien con alto valor agregado, particularmente ocurren en países desarrollados con buenas infraestructuras tecnológicas, en dichos mercados locales de las naciones innovadoras los productos son comercializados localmente, pues al ser productos de vanguardia se convierte en necesidad contar con centros de desarrollo y producción a distancias relativamente asequibles debido a la incertidumbre que provoca la introducción de un artículo nuevo, en estos casos la demanda no se basa en factores directamente ligados al precio ,por tal motivo las empresas logran cobrar precios relativamente altos en los productos nuevos, eliminando inicialmente la necesidad de producción barata en otros países. (Hill, 2011, pág. 168)

La llamada etapa introductoria, genera que esos productos nuevos comercializados para un mercado local, se puede obtener más rápidamente retroalimentación del producto y el ahorro del costo del transporte. Además, la producción emplea mano de obra más intensiva, ya que las máquinas y procesos más tecnológicos se introducen cuando las ventas comienzan a crecer. (Hill, 2011, p169).

Cuando la demanda del producto logra trasladarse a otros países, inicialmente desarrollados pero diferentes al país de origen, la población objetivo de tales importaciones

serán aquellas con ingresos relativamente altos, con el tiempo la demanda crece a pasos agigantados en las demás naciones avanzadas para lo cual ya se convierte conveniente la producción nacional de aquellos importadores, en este caso las empresas matrices pueden establecer alianzas con sus mercados destino de países desarrollados para mejorar los precios y niveles de cumplimiento de la demanda de dicho mercado. Cuando llega el punto en el que los precios se normalizan y se convierten en el principal arma competitiva, las estimaciones de costo se vuelven más rigurosas puede ocurrir dos sucesos bien documentados, los productores nuevos que antes eran importadores están en capacidad de exportar al mercado que alguna vez fue el mercado origen o en segundo lugar la producción se puede trasladar a países emergentes o en vía de desarrollo, pues estas adquieren con el pasar del tiempo dichos países emergentes adquieren ventajas competitivas de producción respecto a los países avanzados (Krugman, P Y Obstfeld, M.,2006).

Las teorías de ventaja absoluta y comparativa, coloca como factores esenciales la dotación de recursos naturales, actualmente las ventajas de empresas y los países están sostenidos sobre la base de recurso como el suelo, clima. Para el análisis de Colombia se observa que es de gran relevancia estos factores, por lo cual se sustenta la producción sobre la base de estas ventajas.

Para entender las posteriores teorías de ventaja competitiva es necesario revisar los conceptos de globalización y competitividad, para entender los postulados propuestos por estas teorías.

3.2. GLOBALIZACION Y COMPETITIVIDAD

La globalización Según (Andersen, 1999.) la define como la integración a nivel mundial y sin barreras de los mercados financieros, productivos y la economía en general.

El término Globalización se adopta como el cambio dirigido a una economía mundial integrada, interconectada que involucra mercados, esfuerzos productivos y apertura comercial en aumento.

Globalización es entendida como la fusión de mercados nacionales, que por antecedentes eran distintos y se encontraban separados, pero inmersos en un único mercado mundial enorme promoviendo inevitablemente la supresión de barreras y fronteras, y facilitando las ventas internacionales entre mercados de diferentes naciones (Hill, 2007).

La globalización trae consigo la creación de instituciones que administren, regulen y vigilen el mercado mundial y que colabores al establecimiento de tratados entre las naciones que comercian para erigir un sistema mundial que rija el comercio entre las mismas (Samuelson, Nordhaus.,2002, p 710).

Dos son los principales factores que contribuyeron al fenómeno de la globalización, el primero lo constituye la disminución de barreras al libre tránsito de bienes, servicios, capitales al culminar la segunda guerra mundial. El segundo factor lo constituye la evolución tecnológica de los medios de comunicación, producción, transporte y procesamiento de información que indudablemente le cambiaron el panorama al mundo moderno. (Daniels, 2013, p 7)

Daniels (2010) cita como factores que influyen en la globalización los siguientes:

- Desarrollo de servicios que apoyan el comercio internacional.
- Crecientes presiones del consumidor.
- Aumento de la competencia global.
- Cambio de las situaciones políticas.
- Cooperación internacional ampliada. (Daniels, 2013, p 7)

Daniel (2013) establece como características de la globalización podemos enmarcar en tres aspectos:

a. Económico:

- Donde los mercados globales y la liberalización de los flujos comerciales.
- Internacionalización y liberalización de los flujos de capital.
- Papel crucial de la ciencia y la tecnología para el desarrollo de la competitividad y diversidad de productos y servicios.
- Las empresas multinacionales.

b. Sociales:

- Emergencia de una sociedad civil compuesta por un tejido de organizaciones que promueven causas sociales y políticas.
- Los patrones culturales se ven homogenizados, así como el concepto de bienestar material.
- Preocupación de las posibles causas de desempleo.

c. Políticas

- Reducción del papel del estado en asuntos sociales y económicos.
- Pérdida del estado de bienestar tradicional.

- Pérdida de autonomía e identidad en lo económico, lo público y lo cultural.

La globalización entonces conlleva como consecuencia que:

- Se crean infraestructuras para productos y servicios mundiales.
- Fácil acceso a diferentes modalidades de transporte y comunicaciones.
- Los flujos de capital se liberan y se internacionalizan.
- Se homogenizan los hábitos de consumo.
- La ciencia y la tecnología juegan un papel fundamental.
- Pocas diferencias entre el capital nacional y global.
- Las multinacionales son determinantes.

Las implicaciones de la globalización son:

- a. **Económicas:** Apertura comercial creciente, mayor movilidad de capital, mayores posibilidades de financiación, concentración de los beneficios del comercio, problemas de empleo.
- b. **Sociales:** Permeabilidad en todos los estratos sociales, más desigualdad y pobreza
- c. **Políticas** Interdependencia de las naciones y acatamientos a reglamentaciones supranacionales, pérdida de poder de los estados nacionales, reducción del tamaño del estado.
- d. **Cultural:** Cambio en el comportamiento de la población, diversificación del conocimiento. Pérdida de la identidad cultural, homogenización de la cultura.
- e. **Tecnológico:** Disponibilidad de alta tecnología, automatización de procesos productivos, economías a escala.

El comercio internacional se origina desde el mismo momento que una compañía logra ofrecer sus bienes, productos y servicios en un país diferente al de origen, la inversión extranjera directa aparece cuando ciertas compañías logran destinar recursos en oportunidades de negocios fuera de su país de origen. (Graham, 2005)

Numerosas barreras al comercio internacional se ven reflejados en altos aranceles sobre importaciones de bienes manufacturados, dichas imposiciones tienen como finalidad de proteger a las industrias nacionales frente a la competencia foránea, pero con resultados tan diversos como lograr la generación de políticas comerciales de represión, induciendo igualmente a la generación de barreras adicionales entre las naciones involucradas contribuyendo al detrimento de las demandas mundiales de productos contribuyendo a ciclos económicos negativos como el de la gran depresión en 1930. (Graham, 2005)

Pero fue la participación de los organismos globales antes mencionados los que permitieron el desmonte gradual de los aranceles y las restricciones a la inversión extranjera, pues el impulso de la globalización de los mercados permitió que las empresas finalmente tuvieran al mundo entero como su mercado destino y no solo a un país, permitiéndoles ubicar su producción en el lugar idóneo para sus actividades, de esta forma una compañía puede comenzar el diseño en una nación para después fabricar componentes en otra y armarlos en otra nación para finalmente exportarlos a muchas otras naciones. (Graham, 2005)

La tecnología como agente de cambio, es una parte fundamental del proceso dinámico de la globalización. El desarrollo de los microprocesadores y las telecomunicaciones aceleró exponencialmente el volumen de información procesada por empresas e individuos, sumado a la baja constante en precios sumado a la eclosión del internet a inicios de los 90s

hasta a convertirse en la espina dorsal de la información de la economía global, sumado a la aparición de nichos de mercado sumergidos en medios electrónicos que terminaron por cambiar drásticamente la visión de comercio y negocio, cerrando brechas, permitiendo expandir mercados a menor costo en una manera imposible décadas atrás. El tiempo de transporte también jugo a favor de la globalización, pues la aparición de nuevos medios de transporte y el perfeccionamiento de los ya existentes.

3.2.1. INTEGRACIÓN ECONÓMICA

(Daniels 2010) describe la integración económica implica la organización de países específicos en grupos para la posterior reducción o abolición de restricciones de comercio de bienes y servicios entre los países miembros, así como la posible realización de otras actividades para la promoción de bienestar de sus habitantes. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 290)

Además, implica el establecimiento de normas y regulaciones que favorezcan el comercio y la cooperación económica entre los países.

Esto genera un aumento del tamaño de mercado, mayor eficiencia y acumulación de mercado.

La integración se justifica en:

- Ampliación de los mercados
- Efectos positivos de la extensión y división del trabajo.
- Asignación de los recursos productivos
- Asignación de recursos monetarios y financieros
- Obtención de economía a escala.

Tipos de integración económica:

- Unión política
- Unión económica
- Mercado común
- Unión aduanera
- Área de libre comercio
- Acuerdo de integración

Esta globalización genera que las empresas tengan que pensar en un entorno competitivo, donde ellas destaquen factores que las hagan competir en los mercados globales.

La globalización se presenta como un fenómeno donde se caracteriza un intensa competencia a escala mundial y búsqueda del bienestar social de personas y naciones, lo cual ha llevado a identificar, visionar y construir condiciones para que países, sectores y empresas entiendan la posibilidad de comercializar y llegar a incursionar a mercados fuera de sus fronteras naturales de comercio, por ende, los países, las industrias y sectores económicos radicados en estos, generan cambios enormes a su productividad produciendo, como consecuencia, la transformación socioeconómica en una región. Por lo cual la competitividad presenta nuevos enfoques los cuales son necesarios tenerlos en cuenta, los modelos basados en ventajas comparativas, donde los países apuestan e invierten sus recursos ha sido controversial en el sentido estricto, dado que su enfoque prioriza los recursos naturales como fuentes de competitividad, lo cual deja dudas en la creación de valor.

A diferencia se encuentran los enfoques de ventajas competitivas, las cuales son creadas a través de estrategias y acciones de sectores y empresarios, acciones gubernamentales, que buscan sumar valor.

Entender el concepto de competitividad va relacionado con el propósito de apropiarse de la teoría sobre competitividad, y revisar la diversa literatura que se ha escrito acerca de este tema. Y dado que la competitividad es pilar fundamental para poder participar y beneficiarse de los mercados globalizados, a continuación, se mostrará un panorama del término competitividad.

3.2.2. CONCEPTOS DE COMPETITIVIDAD

En el análisis del sector hortofrutícola nacional y regional como aspecto importante y relevante para tener en cuenta es el concepto de la competitividad como base de un crecimiento productivo y económico de estos sectores agrícolas.

Es importante aclarar o tener como base algunos conceptos concernientes al desarrollo de este trabajo que permitan explicar el término competitividad para el desarrollo del sector de la piña en la región del Valle del Cauca.

Como parte del desarrollo del presente trabajo se revisó las diferentes definiciones sobre el concepto de competitividad, por lo tanto, aquí tenemos algunas definiciones que explican como a nivel sectorial se puede construir la competitividad.

Para Porter la competitividad consiste en:

“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población”. Basado esto en el aumento de la productividad (Porter, 1990).

Porter en esta definición resalta el factor de mejoramiento de la población y relacionado al aumento de la productividad. Por lo cual se entiende que la productividad es importante para que se generen beneficios socioeconómicos a la población.

Además, Porter señala “son las firmas y no los países los que compiten en el mercado internacional” Esto da entender que la competitividad está relacionada con el ambiente empresarial y su eficiencia y las condiciones dadas por el entorno en que se desenvuelva. La competitividad se constituye en un concepto de suma importancia para el desarrollo empresarial (Porter, 1990).

Otros conceptos que son relevantes y explican la competitividad sectorial son:

Garay cita (Michalet, 1981) “Una firma (o una economía nacional) será competitiva si resulta victoriosa (o en una buena posición) en la confrontación con sus competidores en el mercado (nacional o mundial)” (Garay, 1998).

“Significa la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países” (Consejo Privado de Competitividad, 2014).

Garay cita (Haguenauer, 1990) “Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que

empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo” (Garay, 1998).

Garay cita (European Management Fórum, 1980) de La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura del sector industrial para diseñar, producir y vender bien cuyos atributos logren formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es el mercado. (Garay, 1998)

Existen diferentes enfoques referentes a la competitividad que contemplan puntos de vista complementarios y que conlleva a observar la competitividad con un carácter específico, pero a su vez también sistémica.

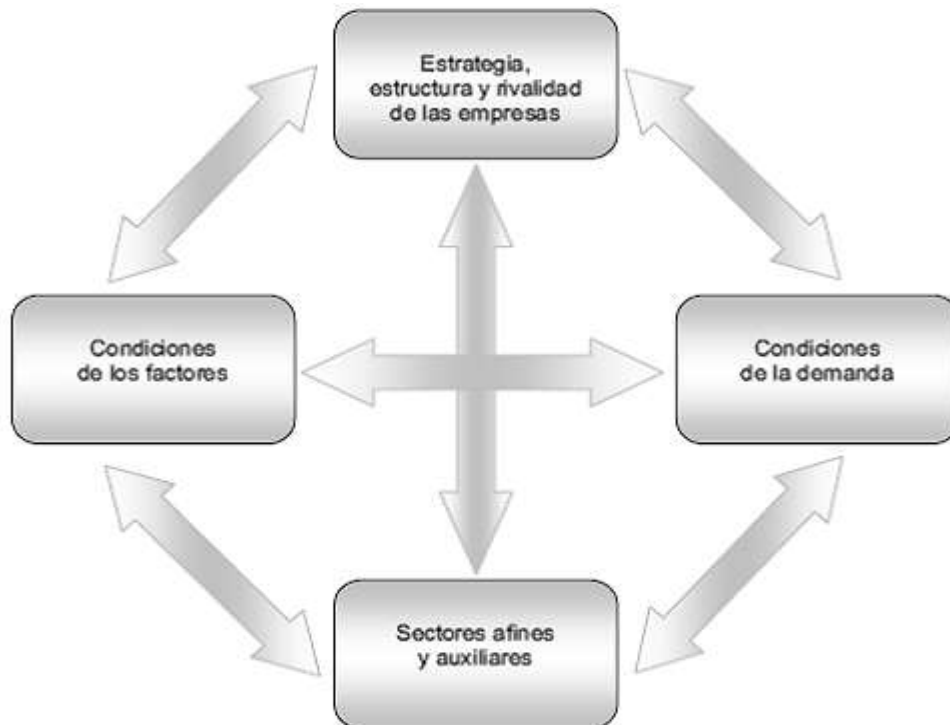
3.2.3. LA COMPETITIVIDAD ESPECÍFICA

La competitividad específica está identificada por dos aspectos:

Competitividad en el ámbito nacional o regional: Se localiza en sectores subnacionales específicos. Una de las teorías más relevantes frente a la competitividad nacional se apoya en el concepto de Michael Porter de la Teoría de la ventaja competitiva. Este autor expone que existen cuatro atributos generales que definen el entorno en que compiten las empresas locales, y dependiendo de estos, la ventaja competitiva se obstaculiza y promueve. Los postulados de Porter explican más a fondo el comportamiento de los factores, la demanda, la conformación de sectores y la estrategia y rivalidades que adoptan las empresas. (Hill, 2011)

En 1990 Michael Porter publicó el libro “la ventaja competitiva de las naciones”. En él explica las razones porque algunas naciones prosperan y otras fracasan en el comercio y competencia internacional, a través de la explicación de un modelo donde plantea cuatro

atributos generales de una nación define el entorno en que compiten las empresas locales y que esos atributos promueven y obstaculizan una ventaja competitiva. Estos atributos están representados en la siguiente gráfica:



Fuente: Porter (1990a: 72).

Grafico1. Componentes de la Ventaja competitiva. Fuente: Porter (1990^a:72)

Dotación de factores: Situación de un país en cuanto a factores de producción (Mano de obra, capital, infraestructura, etc.). Porter realiza una clasificación de los factores, donde distingue los factores básicos como los recursos naturales, condiciones climáticas, ubicaciones geográficas) y los factores avanzados (infraestructura de comunicaciones, trabajadores especializados, centro de investigación y capacidades tecnológicas), los cuales

son producto de inversiones. Los factores básicos dan una ventaja inicial a un país, pero deben ser reforzados por inversiones dado que los factores avanzadas según Porter son los que aumentan y sostiene la capacidad competitiva de un país. (Hill, 2011, p174).

Condiciones de la demanda: Porter afirma la importancia de la característica de la demanda interna en el mejoramiento de la ventaja competitiva. Al existir demanda, las empresas están más prestas a las necesidades de sus clientes más cercanos, debido a consumidores más exigentes de calidad, lo que genera una mayor innovación y mejoramiento de la calidad de los productos. Los consumidores estimulan las industrias a ser mejores, lo que conlleva a estas a ser más competitivas. (Hill, 2011, p175).

Sectores afines y de apoyo. Es la presencia de proveedores o sectores afines que compiten en los mercados internacionales. Las industrias de un país se aglomeran en sectores afines, y la importancia de este hecho es que la transmisión del conocimiento valiosos que hacen las industrias más competitivas y fuertes. (Daniels, 2013, p 237)

Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. Como cuarto atributo, Porter realiza dos señalamientos:

A. Las naciones tienen diferentes ideologías administrativas, que estimulan u obstaculizan el logro de una ventaja competitiva nacional.

B. Una asociación entre la rivalidad de empresas y la creación de la ventaja competitiva.

(Daniels, 2013, p 237).

Al llegar analizar el esquema de Porter sobre las ventajas competitivas a través de cuatro factores necesarios que se relacionan entre sí, este, pone en el centro el poder de las ventajas competitivas en el crecimiento y fortalecimiento empresarial.

3.2.4. DETERMINANTES EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR FRUTICOLA EN EL VALLE DEL CAUCA

Según la teoría del diamante competitivo de Porter a continuación se enumeran los determinantes principales para que el departamento del valle del cauca sea en la producción de frutas.

Dotación de factores

- Condiciones agroclimáticas favorable.
- Localización geográfica para el acceso a Mercado y facilidades logísticas.
- Infraestructura vial y portuaria.

Demanda

- Crecimiento de la demanda interna.
- Mejoramiento de los Canales de distribución.
- Aumento de la devaluación del peso.
- Beneficios tributarios EE. UU.: TLC.

Estrategia, estructura y rivalidad

- Aumento de la Productividad y por ende mejores rendimientos por hectárea.
- Sectores conexos y Clúster.
- Líder nacional en aplicación tecnológica.

- Centros de investigaciones.

Papel del Gobierno

- Planes de apoyo a través de las apuestas productivas para el Valle del Cauca

La grafica muestra cómo se enlazan esas ventajas competitivas del sector frutícola en el valle del Cauca que ayudarían al incrementar los montos exportables hacia los mercados internacionales.

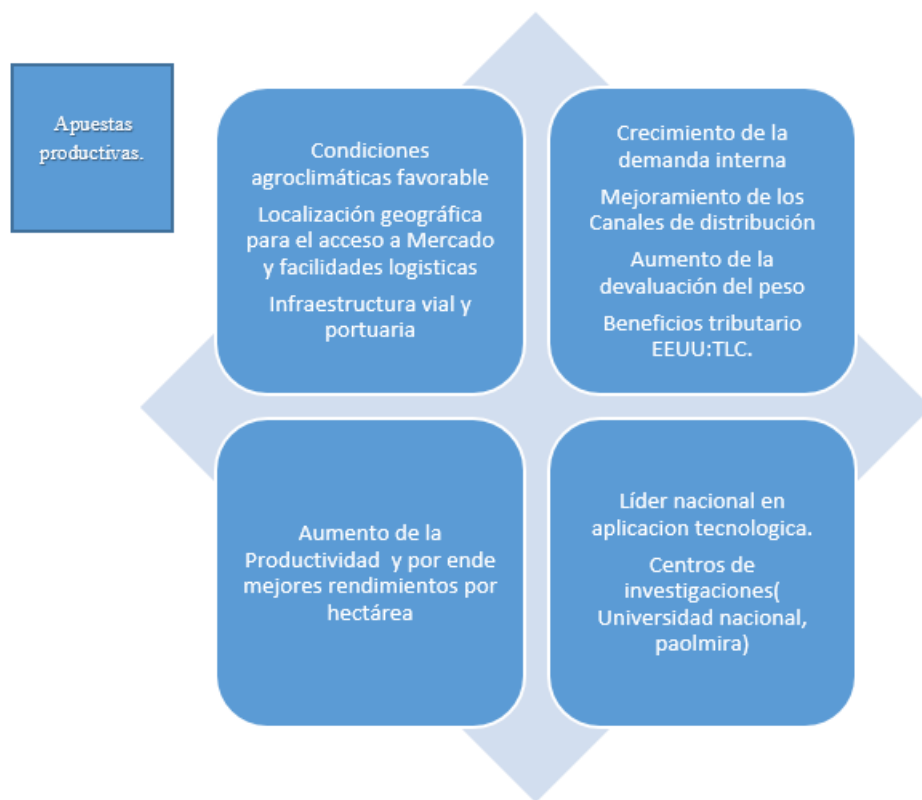


Grafico 2. Determinantes de competitividad para el sector frutícola Vallecaucano

1Grafico 2. Determinantes de competitividad para el sector frutícola Vallecaucano.

2Grafico1. Componentes de la Ventaja competitiva. Fuente: Porter (1990^a:72)

Elaboro: Propia.

3.2.4.1. **Competitividad en el ámbito sectorial**

“La competitividad sectorial se refiere a "el desempeño de una industria dada en un país o región dado en relación con la misma industria en otros países o regiones. Un sector podría caracterizarse como competitivo en función de su capacidad para crecer, innovar y producir bienes y servicios más y de mayor calidad, así como para mantener o ganar cuotas de mercado en los mercados nacionales e internacionales, a su vez se concibe la competitividad como la capacidad de cualquier sistema económico para funcionar con eficacia, soportar y desarrollarse bajo la competencia existente de competidores por lo general de mayor fortaleza y desarrollo” ((Novak, 2016).

Como elemento fundamental de la Competitividad Sectorial y su análisis, dada su ubicación geográfica, aparecen los clúster o aglomeraciones, que de acuerdo con Porter, son grupos geográficamente próximos de empresas interconectadas e instituciones asociadas, donde existe vínculos entre proveedores, compradores y distintas organizaciones que tiene aspectos que complementan en un campo particular las actividades realizadas por estas en su desarrollo, y además comparten y construyen ventajas competitivas colectivas.

A nivel latinoamericano países como Chile, Brasil, México y Perú, han logrado establecer exitosamente estrategias de diferenciación y diversificación de su potencial agrícola en aras de aumentar sus tasas de exportación. Esto se debe en gran medida a factores como el desarrollo de las condiciones de competitividad, permitieron que la comercialización de sus productos sea eficiente, sumado al alto valor agregado que le pueden adherir a sus

productos y llegar a la conformación de grupos o clúster con enfoque de desarrollo territorial que se traduce en altos niveles de eficiencia y rentabilidad.

Dado lo rápido que se generan negocios y el comercio se desarrollado, una industria o sector en su análisis de competitividad, debe tener en cuenta su entorno y de cómo este puede transformar la rentabilidad y competitividad de la industria.

Porte expone las cinco fuerzas que determinan o impulsan la competitividad en la industria, el clasifica cinco fuerzas que impactan en la industria como son: competidores potenciales, productos sustitutivos, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores y rivalidad de los competidores actuales.

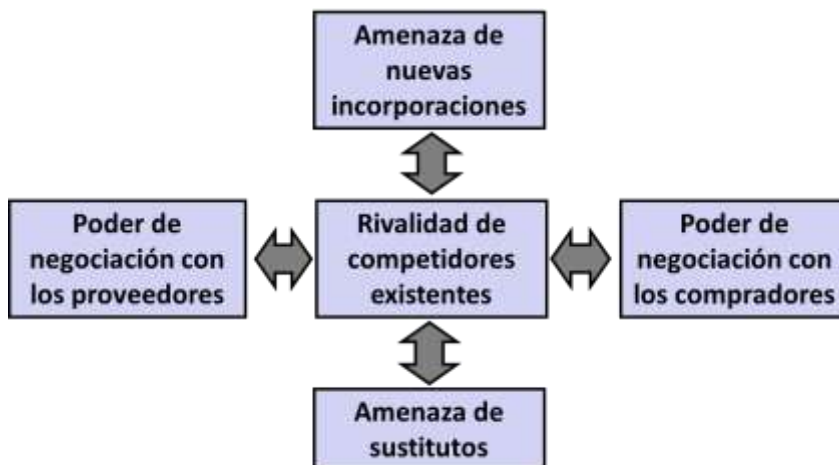


Grafico 3. Factores en la ventaja competitiva Sectorial. Fuente: Porter (1990^a:72)

3Grafico 2. Determinantes de competitividad para el sector frutícola Vallecaucano

3.2.4.2. Competidores potenciales

Los nuevos competidores, ingresan con el deseo de captar participación de mercado, por ende, pueden hacer que se reduzcan los precios, o que por el contrario se incrementen los costes de las empresas que se encuentran radicadas en cierto sector. (Porter, 2009)

Es por eso por lo que las industrias o sectores actuales intentan aplicar ciertas barreras de entradas, las principales barreras son:

A. Economías a escala: Se refiere a reducción de los costos unitarios de un producto, a medida que se va aumentando el volumen de producción absoluto. Esto genera una barrera que cohibe a las empresas ingresar a un mercado donde para competir se necesitan grandes inversiones o por el contrario aceptar la desventaja de producir más costos, por lo cual hace la opción de ingreso poco atractiva y rentable. (Porter, 2009)

B. Diferenciación de productos: Las empresas que se encuentran establecidos en un mercado poseen como ventaja el tener sus marcas posicionadas con una identidad y preferencia por parte de los consumidores, lo que con lleva a que las empresas que ingresen tengan que realizar grandes inversiones para ganarse la lealtad de los clientes. (Porter, 2009)

C. Necesidad de capital. Para ingresar en algunos sectores las inversiones son tan altas, que este hecho, genera, un limitado número de competidores, por lo cual es necesario adquirir en el mercado de capitales altas sumas de dinero o invertir el capital propio, por lo cual es una barrera de entrada importante para que no ingresen nuevos competidores. (Porter, 2009)

D. Costos cambiantes. Son los costos que se generan por el cambio de un producto a otro. Esto conlleva a que exista un aumento en los costos, como el rentrenamiento de los empleados, la necesidad de soporte técnico, entre otros, lo que lleva a que los consumidores prefieran quedarse con el mismo producto. (Porter, 2009)

E. Acceso a los canales de distribución. Surge esta barrera cuando una empresa nueva en un mercado necesita garantizar eficientemente la distribución de sus productos. El acceso al canal de distribución está en algunos sectores acaparados por los competidores tradicionales, por lo cual las nuevas empresas que ingresan tendrán como opción el estable crear un canal nuevo o tener que otorgar descuentos atractivos con los canales establecidos. . (Porter, 2009)

F. Desventajas de costos independientes de la economía a escala. Además de la desventaja de costos generada por las economías a escala de las industrias establecidas, también las industrias establecidas en un sector pueden tener ventajas como tecnología de productos patentados, acceso preferencial a materias primas, una ubicación favorable, subsidios gubernamentales y la curva de aprendizaje adquirida por las empresas de un sector. . (Porter, 2009)

G. Políticas gubernamentales. El gobierno a través de políticas puede limitar y prohibir el ingreso de industrias a un sector, a través de requisitos como licencias o el no facilitar el acceso a materias primas. Uno de los mecanismos más usados son los ejercidos por el gobierno en lo referente a la contaminación del medio ambiente. Estas normas generan altas inversiones para descontaminar lo que conlleva a ejercer como barrera de entrada a nuevos competidores. . (Porter, 2009)

3.2.4.3. **Rivalidad de los competidores actuales.**

La rivalidad conlleva a que existan estrategias para alcanzar una posición dominante, esto genera guerras de precios, altas inversiones en publicidad, ampliación a las garantías de los productos, mejoramiento del servicio al cliente. Es decir, las estrategias de unas empresas en un sector se trasladan en movimientos en sus competidores. Es un patrón de acción y reacción que conlleva a una rivalidad que afecta a todas las empresas del sector. Esta rivalidad intensa proviene de factores estructurales que intervienen entre sí:

Número de Competidores: En un sector donde existe muchas empresas, algunas empresas piensan que tiene ciertas acciones y estrategias no van hacer de conocimiento de las demás empresas rivales. Si las empresas son de igual potencial y además son pocas, se tiende a una inestabilidad, pues estas empresas tienden a competir entre sí. Por el contrario, cuando existen empresas dominantes en un sector se tiende a una estabilidad, dado que estas imponen una disciplina y coordinación. (Porter, 2009)

Lento crecimiento de la industria: El crecimiento lento genera una inestabilidad en la competencia de un sector, dado que las empresas desean expandirse y alcanzar una participación mayor en el mercado debido a la necesidad de obtener beneficios. Por otra parte, si los sectores tienen crecimientos rápidos con solo estabilizar su participación de mercado pueden mejorar sus resultados. . (Porter, 2009)

Altos costos fijos o de almacenamiento: Unos costos fijos altos generan que las empresas utilicen su capacidad instalada al máximo, por lo cual conlleva a reducción de precios, lo cual deriva en márgenes más reducidos, por costos como por ejemplo por la dificultad de almacenar o el costo alto de tener inventario almacenado. . (Porter, 2009)

Ausencia de diferenciación de costos cambiantes. Existen productos no diferenciados los cuales la motivación de compra es el precio o servicio percibido. La competencia se intensifica cuando los productos poseen barreras o capas que separan un producto de otro, dado que entra como factor importante de compra la marca. . (Porter, 2009)

Incrementos de capacidad. Los incrementos en la capacidad instalada afectan notoriamente la competencia, dado que esto conlleva a una reducción de precios por exceso de capacidad, y los riesgos de acumulación de mercancías. . (Porter, 2009)

Competidores diversos. La cultura y enfoques empresariales diferentes entre competidores conllevan a distintas a estrategias de competencia, dado por la filosofía de las empresas, lo que conlleva a poco entendimiento del comportamiento competitivo de los competidores. . (Porter, 2009)

Importantes intereses estratégicos. Un sector es más atractivo y existen más rivalidad de acuerdo con éxito que tenga ese sector, dado que para las empresas esto les concede un prestigio y fortalecimiento de posiciones globales.

3.2.4.4. **Productos sustitutos**

Los productos sustitutos que afectan un sector limitan los precios y la demanda de los productos o servicios ofrecidos. La influencia está condicionada por los siguientes elementos:

- Productos sustitutos actuales o futuros.
- La rivalidad y márgenes de rentabilidad de los productores de los sustitutos.

(Porter, 2009)

3.2.4.5. **Poder de negociación de los clientes.**

Los clientes ejercen su fuerza cuando obligan que la industria reduzca precios y hacen que les den mejor calidad o más servicios.

Un grupo de compradores será más influyente en un sector si cumple las siguientes condiciones:

- La compra de volúmenes altos en comparación con las ventas de proveedor.
- Los productos que compran los clientes representan una parte importante de las adquisiciones que realiza.
- Los productos son indiferenciados.
- Existen pocos costos cambiantes.
- Los clientes poseen toda la información acerca de la demanda, precios y costos de proveedor.

Los clientes podrían ser una amenaza porque tienen la capacidad de fabricar el producto comprado. (Porter, 2009)

3.2.4.6. **Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores pueden ejercer presiones sobre determinado sector si amenaza con incrementar sus precios, o reducir la calidad de bienes y servicios que entregan a sus clientes. Los proveedores poseen poder en sobre la industria si cumple las siguientes condiciones:

- No existen productos sustitutos para los productos que provee.
- Los proveedores son pocos y tiene una participación alta del mercado.
- El sector no es relevante, o por lo menos, no es el único sector al cual venderle.

- Los proveedores venden productos que son relevantes para el sector.

Los proveedores han acumulados productos diferenciados y con costos cambiantes. (Porter, 2009)

3.2.5. COMPETITIVIDAD SISTEMICA

El enfoque neoliberal de la política económica aplica en distintos países que consideran que la competitividad es generada solo por las empresas y deja toda responsabilidad en el libre mercado. Lo formulado en esta teoría es que las empresas según lo observado en muchos países, no es competitiva si el ambiente que lo rodea también suma a esa competitividad, (los proveedores, reglas claras, competidores) todos estos se adicionan para que una empresa logre ser competitiva en los mercados. El estado y los actores sociales crean las condiciones para que las empresas puedan ser competitivas y generen un desarrollo productivo. Por ende, este tipo de competitividad se denomina sistémica.

La teoría de la competitividad sistémica fue planteada por investigadores por el instituto alemán de desarrollo (Esser, k, Hillebrand, 1996), plantea que la competitividad es el resultado de cuatro niveles económicos y sociales, que a continuación se explica:

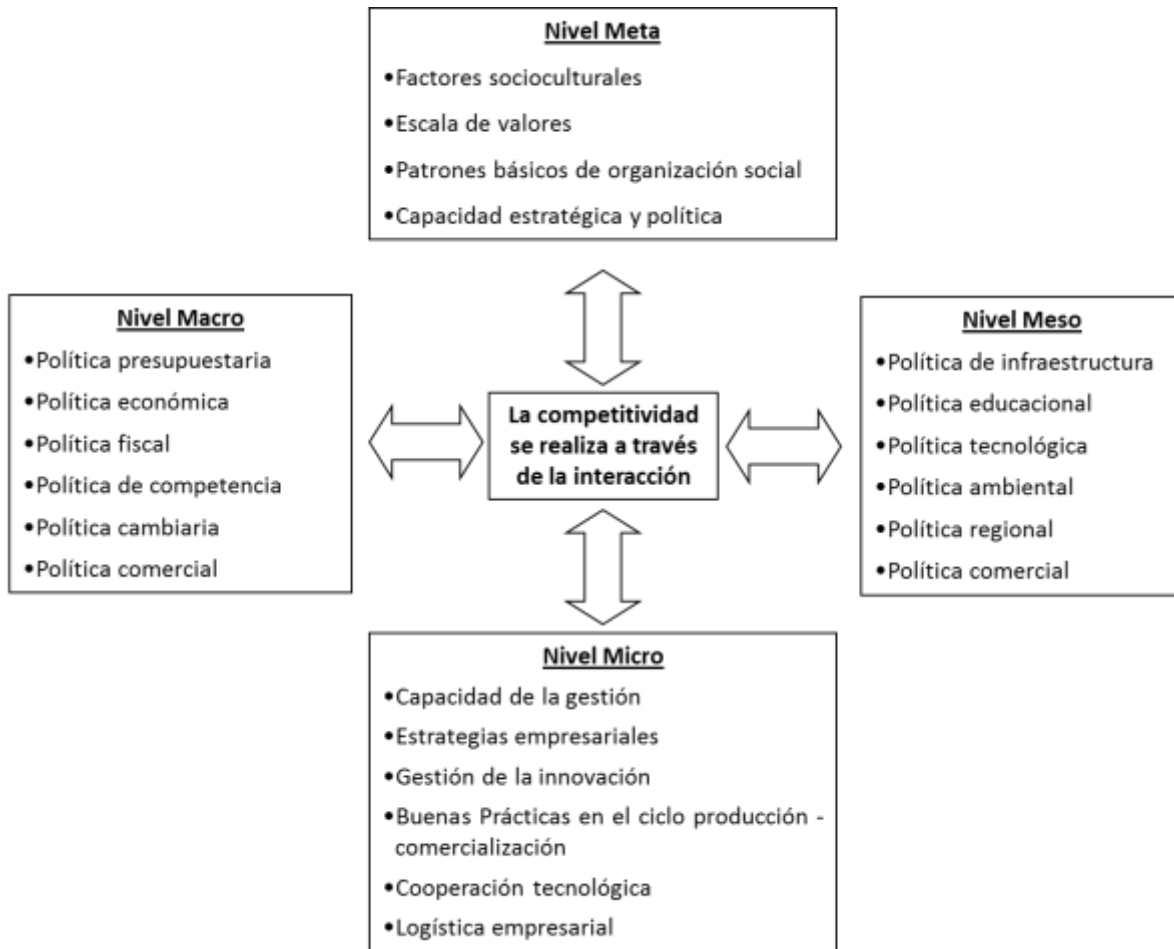


Grafico 4. Competitividad Sistémica. Fuente: Garay

3.2.5.1. **NIVEL MICRO:** En una empresa hay ciertos factores que influyen en su comportamiento como la consecución de eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez, estos son importantes y necesarios a través de la inserción de cambios a la estructura productiva, acortando los tiempos en la producción, sustituyendo la cadena de ensamblaje, el desarrollo

del producto y la organización de las relaciones de suministro. Esto con el fin de afrontar los retos que conlleva la globalización de la competencia, los múltiples competidores, los consumidores diversos en cada región, las innovaciones que surgen continuamente. (Garay, 1998)

Las empresas no compiten de manera separada, sino que depende de la cercanía y su apuesta productiva hace alianzas con otras empresas de su mismo sector para constituir los clústeres. Esta aglomeración de empresas de un mismo ramo hace que estas posean o adquieran ventajas competitivas claras.

3.2.5.2. **NIVEL MACRO:** Este nivel refiere al aspecto del contexto

Macroeconómico, debido a que como se desarrolle las variables fundamentales las cuales si son inestables claramente perjudicarían la operatividad, transparencia y eficiencia de mercados de factores, bienes y capitales que son claves para una asignación eficiente de recursos en la economía. El gobierno es un actor fundamental para que estas variables sean estables y contribuyan para que se desarrolle las empresas en una región. (Garay, 1998).

3.2.5.3. **NIVEL META:** Es necesario y esencial para desarrollar la competitividad la eficiencia en la organización jurídica, política y económica, como las estructuras a nivel de la sociedad se integran para competir en los mercados. (Garay, 1998).

Un aspecto importante es como los emprendimientos e innovaciones son apoyadas e incentivadas, dado que si existen unos lineamientos y valores que estén orientadas al fomento de estas, contribuirá esto al desarrollo productivo y competitivo.

3.2.5.4. **NIVEL MESO:** Se refiere a la estructura institucional eficiente que promueve la interacción de empresas privadas y públicas, asociaciones, instituciones tecnológicas, universidades, sindicatos, entidades públicas en el interior de un conglomerado. (Garay,1998)

Esta construcción de un entorno constituido por instituciones y políticas a este nivel es de importancia dado que crean un entorno capaz de generar, integrar los esfuerzos que realizan las empresas. (Garay, 1998)

En este nivel se dan las iniciativas de competitividad local que ayudan a crear un ambiente competitivo regional. Se crean políticas en diferentes aspectos como la infraestructura, el tema ambiental, tecnológicas y en la formación a través de políticas educativas.

Esta estructuración a nivel meso de crear las condiciones favorables es una tarea continua y permanente del sector público y privado. Es en el nivel meso, donde se generan ventajas competitivas institucionales y organizativas, patrones específicos de organización y gestión y perfiles nacionales que sustentan ventajas competitivas difícilmente imitables por los competidores. (Garay, 1998)

A través de estas definiciones de competitividad podemos determinar elementos esenciales que se pueden extraer como los fundamentales en la competitividad los cuales son:

A. Innovación: La competitividad tiene como fuente fundamental la innovación, la cual permite que un sector, región, empresa o país pueda desarrollar ventajas competitivas sostenibles, dada la generación de bienes y servicios con valor agregado que permite que un

país aumente su capacidad productiva. Esta innovación está ligada con la creatividad, lo que hace necesarios una talento y capacidad humana con niveles altos. (Medina, 1998)

B. El desarrollo tecnológico: Entendido como el desarrollo del conocimiento incorporado a cosas o personas que intervienen en el proceso productivo. Este desarrollo tecnológico está en todas las actividades de las empresas, y en los últimos años las tecnologías de la información dominan los aspectos de la producción. (Medina, 1998)

C. Productividad: La competitividad se fundamenta en la productividad o eficiencia operativa, consiste en realizar las actividades mejor que sus competidores. Esto implica uno mejores niveles de calidad, reducción de desperdicios, mejoramiento en procesos debido al desarrollo tecnológico, buscar oportunidades en nichos de mercado más sofisticados y especializados. El resultado de la productividad es mejor ingreso per cápita y el desarrollo social y de la calidad de vida de sus habitantes. (Medina Javier, Competitividad y desarrollo social, retos y perspectivas, pág. 279)

D. Ventaja competitiva: Es la capacidad de una empresa de estar por encima de otras en una industria, sector, a través de características como la innovación y el desarrollo tecnológico. Pero esta ventaja es de carácter relativo y puede ser cambiada constantemente. Al hablar de ventajas competitivas, se hace referencia a fuentes de ventajas competitivas: Liderazgo en Costos y Liderazgo en diferenciación.

- **La ventaja coste:** Las empresas son capaces de operar con costos más bajos que los de la competencia. Todas las actividades realizadas para generar un producto generan bajo costos. Los consumidores que adquieren este producto su referente de compra es el precio como determinante en la adquisición de producto o servicio.

- **Ventaja de diferenciación.** La empresa genera valores adicionales en unos productos que lo hace mejor o que la competencia no posee, y le permite poner un precio superior al de las otras compañías.

De este tipo de ventajas derivan las respectivas estrategias competitividad las cuales Porter propone tres estrategias:

- Liderazgo en costes
- Diferenciación
- Enfoque

Estas estrategias son aplicadas a las diferentes actividades realizadas en la empresa, y en la forma como están organizadas las empresas. Para entender este concepto es pertinente exponer la metodología de cadena de valor de Michael Porter, fundamentada en desagregar las actividades de una empresa o sector buscando entender las actividades que generan esa diferenciación y costos.

E. La cadena de valor

Es un modelo teórico que muestra gráficamente y describe secuencialmente los procesos de una organización que genera valor al cliente final y a la empresa, evidentemente está compuesta por múltiples aspectos de la organización como lo son la producción, marketing y ventas, administración de materiales, investigación y desarrollo (Si aplica), recursos humanos, sistemas de información entre otras. Todas estas actividades se clasifican como primarias o de apoyo de acuerdo con la naturaleza de la empresa, esta esquematización de la cadena de valor es útil pues le permite optimizar procesos, aumentar su eficiencia y polarizar adecuadamente su estrategia.

La descripción de la cadena de valor ayuda a saber cuáles son las actividades o procesos que el sector frutícola vallecaucano tiene como distintivas y que la hacen fuerte para competir en los mercados internacionales.

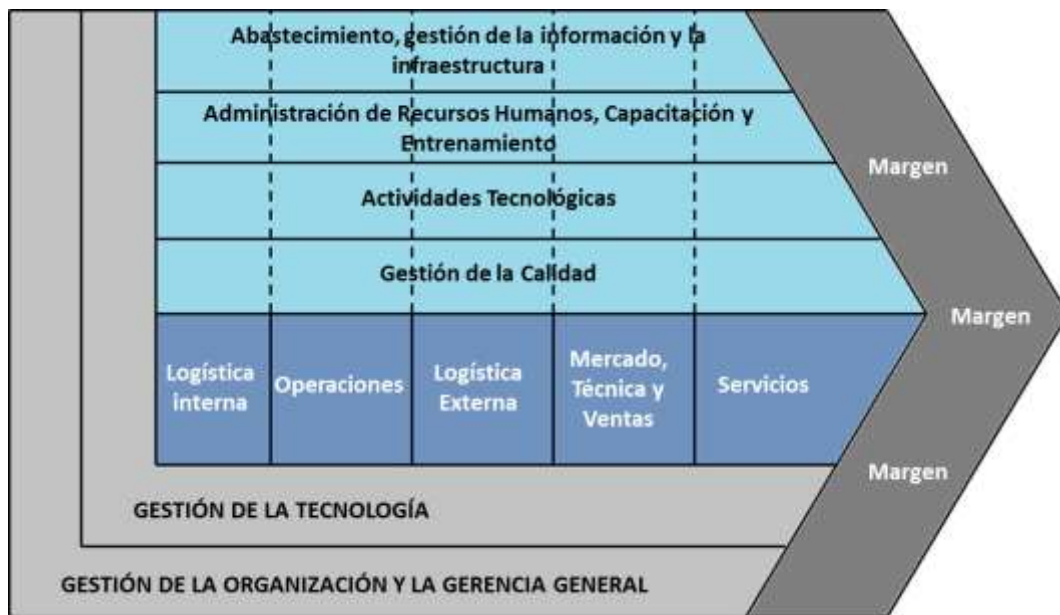


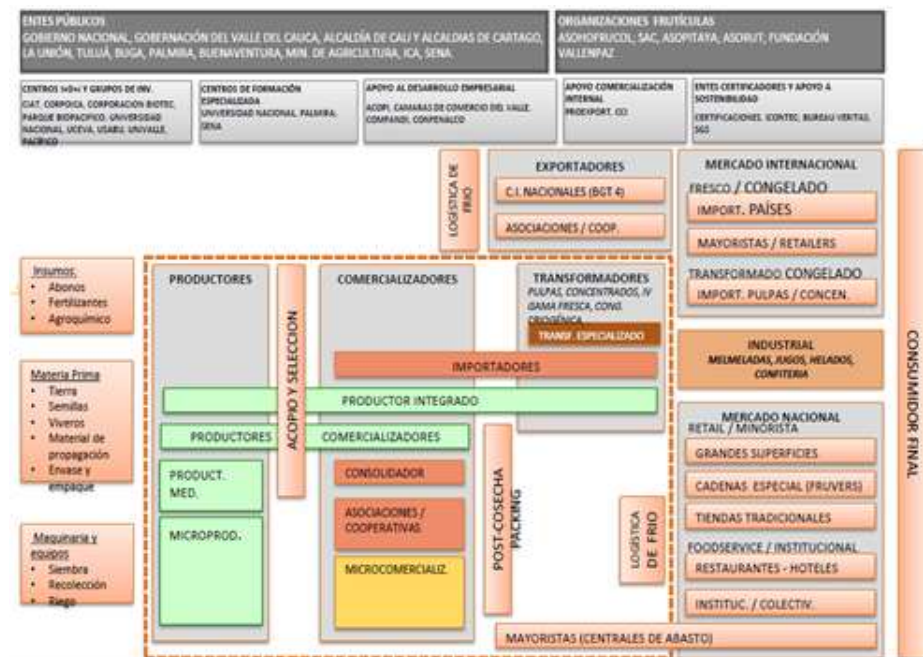
Tabla 1 Grafico 5. La cadena de Valor Fuente: Michael Porter.

Grafico 5. La cadena de Valor Fuente: Michael Porter.

4Grafico 5. La cadena de Valor Fuente: Michael Porter.

Después de explorar varios esquemas que adopta la empresa privada para ser atractivas y competitivas en mercados que se caracterizan por contar con competidores altamente eficientes, es hora de recorrer postulados que permiten apalancar dichos esquema productivos recibiendo ayudas de diversas índoles por parte del estado, a continuación se expone el desarrollo productivo como una puesta en escena, en el que se potencia las fortalezas y ventajas competitivas sin dejar a un lado los esfuerzos por lograr conquistar

mercados que hace años eran inalcanzables por muchos exportadores de países en vía de desarrollo.



Grafica 6. Cadena de Valor del Sector Frutícola del Valle del Cauca.

Fuente: Asohorfrucol

3.3. DESARROLLO PRODUCTIVO Y EXPORTADOR

En este sentido el desarrollo logra definirse como la capacidad que adopta una economía de gestionar y crear nuevas actividades productivas y dinámicas sostenibles en el tiempo (Martínez & Ocampo, 2011). Para hacer posible dicho planteamiento, se debe considerar un replanteamiento y reingeniería social y económica que involucre todos los estamentos posibles y que inicialmente se traduzcan en políticas activas de desarrollo productivo que evolucione profundamente y cíclicamente.

La creación de políticas de desarrollo productivo está directamente ligada con la creación y sostenimiento de ventajas comparativas tanto reales como potenciales. Estrategias de desarrollo orientadas a la protección de mercados nacionales han permitido la transformación de exportaciones, de mostrando como las estrategias de desarrollo se encuentran orientadas hacia el exterior (Crespi, Fernández, Stein & BID,2014).

El desarrollo productivo también se orienta hacia la diversificación e incursión para el desarrollo de nuevos focos productivos que, además, logren ser competitivos a nivel internacional. El énfasis del desarrollo productivo con el ascenso de la escalera tecnológica ha permitido el éxito de sectores como la agricultura y la minería (Crespi, Fernández, Stein & BID,2014).

El desarrollo productivo puede orientarse e en buena medida en la detección de fallas de mercado, permitiendo mayor disposición al abordaje horizontal y vertical de los mismos. La formación de conglomerados o clúster de productores con vínculos hacia atrás, paralelos y hacia adelante en aspectos como sus redes de producción y distribución para el aprovechamiento de ventajas comparativas. La injerencia de la innovación y los avances tecnológicos en las económicas emergentes son temas que hacen parte de la espina dorsal del desarrollo productivo, la posición estratégica de los programas de ciencia y tecnología apalancados por políticas fiscales y subsidios abiertos, dan fe de ello. El papel que desarrolla el sector privado cada vez es mayor aprovechando el rol facilitador del estado (Crespi, Fernández, Stein & BID,2014).

Las políticas de desarrollo productivo son variadas en cuanto a la cantidad de dimensiones, las principales referidas por los autores se clasifican de acuerdo con sectores específicos

(Políticas de desarrollo productivo vertical) o de base amplia sin beneficio productivo en particular (Políticas de desarrollo productivo horizontal). La segunda dimensión adopta comúnmente la forma de insumos públicos o bienes públicos que suministra el Estado a los sectores productivos para que estos mejoren sus índices de competitividad, ejemplos claros de estos esfuerzos pueden plasmarse en mejoras de infraestructura o mejoras en las reglas para la conservación de los derechos de autor, el apoyo estatal también puede representarse en intervenciones de mercado reflejadas en subsidios, aranceles, reglas fiscales, etc.

Con relación al desarrollo productivo modulado con políticas horizontales, se puede ejemplificar con la reducción de costos de un proceso para lanzar un negocio, pero sin la intención de beneficia un sector particular, tal como sucede con los esquemas de subsidios para investigación y desarrollo (Crespi, Fernández, Stein & BID,2014).

El desarrollo productivo cuenta con un fuerte enfoque constructivo, sin embargo, debe velar por la defensa de los avances frente a posibles amenazas de diversa índole tales como episodios de inestabilidad económica, sobrevaloración de divisas y crisis económica regionales o globales (Crespi, Fernández, Stein & BID,2014).

“El diseño de la Política de Desarrollo Productivo para Colombia, es entendida como el conjunto de esfuerzos para abordar distorsiones y cuellos de botella que permitan sofisticar y diversificar la estructura productiva del país y, de esa manera, catalizar su crecimiento económico. Es importante empezar por enfatizar la premisa fundamental sobre la que se sostiene este trabajo: la necesidad de tener una PDP que sea la “sombriilla” que cubra y articule los diferentes instrumentos y esfuerzos que deben adelantarse en el marco de esta política”. (Consejo Privado de Competitividad, 2014)

Frente a este concepto hace referencia de las políticas de desarrollo productivo fomentadas por el Estado y entes territoriales buscan generar procesos más competitivos, dado la ventaja comparativa de la región Vallecaucana ha priorizado algunos sectores donde se encuentra el sector frutícola, este concepto ayuda a entender el enfoque y la ruta trazada por el gobierno referente al tema de especialización y fortalecimiento del sector frutícola para jalonar el crecimiento económico y la productividad de la región.

A continuación, se expone una aproximación del concepto que enmarca la practica exportadora y haciendo un esbozo de los procesos multidimensionales que involucra, desde aspectos técnicos, logísticos e inclusive netamente burocráticos para asegurar un comercio sin barreras y sin inconvenientes.

3.4. EXPORTACION

Se define como exportación al registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos (Taylor, 1999).

Hill (2011), menciona que la exportación no solo es una actividad solo para empresas multinacionales, muchas empresas pequeñas se han beneficiado de las oportunidades económicas de estas. Hill (2011, p 508).

Bajo esta premisa se proyecta que las organizaciones que deciden exportar pueden obtener grandes ingresos y ganancias, al encontrar mercados más diversos y extensos, permitiendo lograr economías de escala y reducir costos por unidad. La saturación de mercados internos

y un exceso de producción hacen parte de los principales causales por los cuales las empresas deciden tener en cuenta los mercados externos (Hill, 2011, p 508).

3.4.1. TIPOS DE EXPORTACIÓN

Los métodos más frecuentes usados para el ingreso de las empresas a otro país son:

a. Directo. Es la exportación que realiza una empresa donde asume toda la responsabilidad del proceso exportador, desde los costos, hasta la comercialización y promoción en otro país.

b. Indirecta. Es la exportación que se realiza a través de intermediario.

3.4.2. FINANCIACIÓN DE LA EXPORTACIÓN

Los mecanismos para financiar un proceso exportador han evolucionado con el pasar del tiempo. La desconfianza ha sido un reto por vencer clásicamente en el mercado exportador, este factor inherente a la conducta humana permite la formulación de preferencias y la aparición de intermediarios que actúa como garante para ambas partes, pues el exportador confiará en el intermediario y el importador destino obtendrá una promesa de pago a su nombre por parte del banco intermediario, esta figura recibe el nombre de Carta de crédito. Una vez recibida la carta de crédito, el exportador procede al embarque del producto, mientras al banco intermediario se le concede un título de propiedad sobre los productos en un documento denominado embarque, a cambio el exportador recibe del banco un

documento denominado Letra de cambio, con el cual el exportador podrá recibir del arco intermediario el pago de los productos enviados, posterior a la emisión de la letra de cambio, el banco intermediario pasa el título de propiedad al importador destino en quien el banco confía plenamente, esperando que este desembolse el pago concerniente (Hill,2011, p 231).

Generalmente la asistencia a los procesos de exportación puede incluir la financiación bancaria por parte de bancos estatales y la existencia de seguros de crédito para la exportación. Los primeros están destinados a facilitar el tránsito de pagos bidireccionales y el pago de préstamos a mediano y largo plazo para el pago de proveedores extranjeros que requieran productos locales (Hill,2011, p 231).

Otro método usado para estructurar ventas en mercados externos cuando los medios enunciados anteriormente son difíciles, costosos o inexistentes, casos en los que la falta de convertibilidad de una moneda o la necesidad de preservar la reserva de divisas extranjeras hace viable la aparición de intercambios tipo trueque entre bienes y servicios por otros bienes y servicios pues no es posible adquirirse con dinero (Hill,2011, p 510).

3.4.3. BARRERAS A LA EXPORTACIÓN

Son muchas las barreras que argumentan las empresas de pequeño y mediano tamaño, una de ellas es la falta de interés alimentada por el desconocimiento del alcance de dichas oportunidades, sumado al imaginario sobre la complejidad de aspectos como el idioma, cultura, sistemas legales y manejo de divisas, sin dejar a un lado la adaptación a los

requerimientos y demanda solicitada por los mercados foráneos, la falta de financiación, entre otras generan un mapeo sobre las dificultades que acarrea exportar(Hill,2011, p 231).

Una de las maneras de superar las dificultades planteadas anteriormente, constituye la recolección e información, muchas veces suministrada por asociaciones gremiales, comerciales, bancos y entidades gubernamentales creadas para tal fin. La elaboración de ferias comerciales locales e internacionales permite la formación de redes de contactos que amplía el alcance a clientes, distribuidores y autoridades regulatorias.

Le empresas exportadoras deben integrar estrategias que les permita disminuir los riesgos asociados que les pudiera provocar pérdidas importantes y frenar su crecimiento, algunas de las estrategias empleadas con mayor éxito incluye: la entrada en pequeña escala a mercados extranjeros, añadir líneas de producto hasta que las oportunidades de exportación logren éxito, la contratación de personal nativo del mercado destino, sin olvidar el compromiso y tiempo dedicado por parte del exportador para interiorizar las reglas del mercado destino, muchas veces subestimado por el exportador.

3.4.4. ARANCELES

El arancel es un tipo de impuesto indirecto que grava las ventas de bienes importados que ingresan a un país. Un arancel genera un efecto de aumento de precio tanto en los productos que se le aplica, y normalmente un aumento de precios a los consumidores. (Hill, 2011, p 231)

Hill (2011) define el arancel como un impuesto a las importaciones (o exportaciones), y que pueden ser específicos, en el cual se cobran como un cargo fijo por cada unidad de un

bien importado, y aranceles ad valorem, el cual se calcula como la proporción del valor del artículo importado. Hill (2011, p 231)

3.4.5. BARRERAS NO ARANCELARIAS

Según Troncoso (2000) Son las barreras que aplica un país a los artículos importados y de carácter obligatorio para poder ingresar a un mercado. Las barreras no arancelarias se clasifican en cuantitativas y cualitativas

Cuantitativas pueden ser: Cuotas, permisos, impuestos compensatorios, impuestos antidumping, precios oficiales, o cualquier otra, cuya naturaleza siendo esencialmente cuantitativa, que se traduzca en un requerimiento formal por parte del país importador para aceptar las mercancías en cuestión.

Cualitativas son requisitos de etiquetado, empaque, marcas y denominación de origen, sanidad, Fito sanidad, normas de calidad, normas técnicas, de toxicidad y residuos, de buenas prácticas de manufactura, ecológicas.

Las medidas no arancelarias (MNA) asumen un papel cada vez más importante en la determinación del comercio internacional, especialmente entre las economías desarrolladas y en desarrollo. Los productos agroalimentarios se ven ampliamente afectados por estas medidas y estos productos tienen el mayor número de reclamaciones de MNA relativas a su valor de exportación sectorial. (Disdier & Van Tongeren, 2010)

Las MNA se utilizan por diversas razones, entre ellas la corrección de asimetrías de información y otras fallas del mercado, pero también pueden utilizarse con fines proteccionistas. La relevancia de estas motivaciones diferirá claramente entre los productos. En algunos productos sólo se pueden encontrar algunas MNA, mientras que otros productos pueden tener una proliferación de MNAs. Tales diferencias también pueden implicar diferencias en las posibles fricciones comerciales entre países. (Disdier & Van Tongeren, 2010)

El impacto de los procesos de armonización en leyes y certificaciones tiende a ser positivo y significativo en el comercio, aunque su efecto puede ser minúsculo en sectores como cárnicos y lácteos, y el café té y el café, pero grande para el azúcar y frutas. El predominio de los efectos de las MNA en el comercio de alimentos frescos y procesados tiende a ser negativo pues son medidas que reducen significativamente los flujos de comercio neto. Las justificaciones de las MNA no pueden ser explicadas únicamente por las diferencias en las preocupaciones de salud e inocuidad de los alimentos y donde el comercio internacional actúa como un vector para transmitir atributos de producto no deseados. (Disdier & Van Tongeren, 2010)

4. CAPITULO III: TRATADO DE LIBRE COMERCIO EE. UU.-COLOMBIA

4.1. GENERALIDADES

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América (En inglés: Colombia Trade Promotion Agreement TPA), es un tratado de libre comercio cuyas cartas adjuntas y respectivos entendimientos fueron suscritos en Washington el 22 de noviembre de 2006. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

La legislación colombiana implementa el tratado mediante la aprobación de la ley 1143 2007 por parte del senado colombiano, complementado y ratificado mediante la sentencia C-750/08 de la corte constitucional “Ley aprobatoria de acuerdo de promoción comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América”, permitiendo que el acuerdo y la respectiva ley se encontraban alineados al ordenamiento constitucional colombiano. Simultáneamente el “Protocolo Modificadorio del Acuerdo” firmado en Washington el 28 de junio de 2007, logra ser aprobado mediante Ley 1166 de 2007, excequibilidad que es declarada en la sentencia C-751/08.

No fue sino hasta el 12 de octubre de 2011, después de un prolongado proceso, que el congreso de los Estados Unidos aprueba el acuerdo promocional, acto que es seguido por la sanción de una ley aprobatoria del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. El proceso de implementación normativa del acuerdo en Colombia, etapa cuya finalidad estaba orientada a la verificación de los ajustes orientados a garantizar la compatibilidad del acuerdo entre ambos ordenamientos jurídicos. Después de agotada dicha etapa, el canje de notas entre los gobiernos tuvo lugar en abril de 2012 en el marco de la VI cumbre de las américas en la ciudad de Cartagena. La culminación del proceso concuerda con la publicación y promulgación del decreto 993 del 15 de mayo de 2012 del “Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América”, sus “Cartas Adjuntas” y sus “Entendimientos”, dando por hecho la entrada en vigor del tratado. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

4.2. ANTECEDENTES

El ATPA o “Andean Trade Preferences Act” (Ley de preferencias comerciales andinas) constituía un régimen de preferencias unilaterales otorgadas por Estados Unidos a los países andinos en contra prestación a la lucha contra el tráfico de drogas ilícitas que llevaban a cabo dichos países (4 en total: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), dicho sistema permitía el acceso libre de aranceles a una amplia gama de exportaciones, lo que se traduciría en un impulso de alternativas industriales a la producción de drogas ilícitas a través del acceso y diversificación del comercio con Estados Unidos al ofrecer un mayor acceso al mercado mediante la eliminación de barreras arancelarias para aproximadamente 5600 productos. La génesis de este sistema de preferencias arancelarias se remonta al 4 de diciembre de 1991, fecha en la que el vigente presidente de Estados Unidos de América George H. W. Bush decreta la ley mediante la cual el sistema de preferencias arancelarias es promulgado, la ley se hace efectiva a partir de Julio de 1992.

A pesar de la oportunidad que significó la ATPA para los países andinos, persistía una marcada desventaja a comparación de los países de Centroamérica y el Caribe debido a las preferencias otorgadas por el Congreso de los Estados Unidos a México con relación a su ingreso al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) o NAFTA por sus siglas en inglés (North American Free Trade Agreement). (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

El programa de preferencias arancelarias ATPA, sufre una notable renovación el 6 de agosto de 2002 bajo el gobierno de George W. Bush se firma la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA) mediante la promulgación de la ley 107-210, prorrogando y ampliando las preferencias del ATPA. ATPDEA logró reestablecer en su totalidad la exención de los derechos cobijados por ATPA, los cuales

habían expirado el 4 de diciembre de 2001. La ley ATPDEA, incluyó además de los productos que, cobijados en el APTA, cerca de 700 productos adicionales como confecciones, petróleo y derivados, calzado y manufacturas de cuero, atún, etcétera. La primera vigencia de ATPDEA expiro a finales de 2006, pero fue renovada en cuatro oportunidades, la última extensión se aprobó en diciembre de 2010 quedando como último plazo de vencimiento el 15 de febrero de 2011, proceso que posteriormente empalmo con la firma y puesta en marcha del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos. El balance de la importancia de ATPDEA en Colombia, establece que para el 2009 el 50% de las exportaciones con destino a Estados Unidos aprovecharon las preferencias arancelarias de APTDEA, cifras que aumentaron hasta el 61% hasta mediados del año 2010, dichas cifras afectan rotundamente el balance general del comercio bilateral entre los dos países, ejemplo de ello se aprecia del aumento en el valor de exportaciones hacia Estados Unidos pues desde el año 2001 se pasó de exportar US\$5970 millones a US\$16.248 millones en 2010, de estos últimos US\$9.738 se exportaron bajo los beneficios arancelarios de ATPDEA.

Durante el último decenio la política comercial exterior colombiana se cimiento en una profundización de las relaciones comerciales con sus pares pertenecientes a la comunidad Andina y en la sumatoria de esfuerzos con la finalidad de lograr accesos unilaterales a mercados, principalmente el estadounidense tal como se mostró en párrafos anteriores. EL creciente desnivel en la balanza comercial colombiana, plasmada en mayores niveles de importaciones frente a las exportaciones, expone de antemano la necesidad de ejecutar y planificar cambios importantes en su política comercial, situación que le permitiría encontrar nuevos mercados. La firma de acuerdos comerciales sin dilaciones constituye la

actuación más importante para lograr tal fin. Tras la última prórroga del ATPDEA firmada en febrero de 2010 y culminada en febrero de 2011, el tratado de libre comercio con Estados Unidos se convirtió en una de las mayores posibilidades para que empresarios pudieran realizar inversiones a largo plazo, aumento de la capacidad productiva, aumento en la productividad, competitividad y estándares de calidad. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

4.3. INICIO DE LAS NEGOCIACIONES

A partir del año 2001 las exportaciones hacia la Comunidad Andina de Naciones (CAN) mostraron una marcada tendencia decreciente, pues pasaban de US\$2.771 millones a US\$1.908 millones en 2003, situación que obliga a replantear la política de comercial internacional. Dadas las circunstancias y antecedentes de tipo económico, político y legal mencionados anteriormente, fue mediante las actas número 69 y 70 del consejo superior de comercio exterior de los días 18 de marzo y 29 de mayo de 2003 respectivamente. El ministerio de comercio, industria y turismo para iniciar las negociaciones con Estados Unidos realizando una evaluación del posible impacto integral de un tratado de libre comercio entre ambos países.

Ya en agosto de 2003 el representante comercial de estados unidos para esta negociación, Robert Zoellick se reunió en Bogotá con el entonces presidente Álvaro Uribe Vélez, y se comunica la disposición del gobierno norteamericano para iniciar las gestiones de la negociación.

En octubre de 2003 un equipo de alto nivel del ministerio de comercio, industria y turismo efectuó una visita a Estados unidos con la finalidad de clarificar de manera anticipada algunos temas de la negociación, usando como esquema el tratado de libre comercio

suscrito entre Chile y Estados Unidos. Posteriormente en noviembre del mismo año el representante estadounidense anuncia oficialmente la intención de su país de iniciar negociaciones para dar forma al tratado de libre comercio con Colombia, Ecuador y Perú. Los temas que se negociaron conforme se elaboraron mesas sectoriales fueron considerados como generales, temas como el acceso a mercados en sus dos vertientes (Industriales y agrícolas), propiedad intelectual, régimen de inversión, compras estatales, solución de controversias, competencia, comercio electrónico, servicios, aspectos ambientales y laborales. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

4.4. CONTENIDO DEL ACUERDO

El texto del acuerdo está plasmado en un preámbulo y 23 capítulos, cada capítulo recoge aspectos que consignan las disciplinas generales acordadas, a continuación, en la siguiente tabla se ilustra cada uno de los capítulos con su respectivo nombre.

Los capítulos que conforman el TLC se clasifican en tres grandes grupos, que, si bien no conservan orden cronológico, si logran un encadenamiento que mejora su comprensión. El primer bloque de capítulos abarca la institucionalidad del tratado con la CAN, para posteriormente introducirse en temas administrativos, compromisos de transparencia, ética y los mecanismos que pueden ser empleados para resolver las controversias que se pudieran llegar a presentar. El segundo bloque profundiza los temas concernientes al acceso a mercados por parte de los bienes industriales, agropecuarios y servicios a los países firmantes del acuerdo, incluyendo además aspectos relacionados con la eliminación de aranceles, normas de origen, procedimientos aduaneros, compras públicas y defensa comercial. Un tercer grupo describe temas transversales, aquellas disciplinas a las que se exponen las actividades comerciales binacionales en lo que respecta a normas de propiedad

intelectual, competencia, asuntos laborales, ambientales, inversión y aumento de capacidad comercial; a continuación, se hará una beba reseña de cada grupo de capítulos.

(Procolombia 2017)

- **ASPECTOS INSTITUCIONALES:** Desde el mismo preámbulo del tratado de libre comercio, se hace la claridad de Colombia como activo miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y por tal motivo se sigue rigiendo bajo los estatutos de este grupo, por tal motivo las negociaciones que se adelanten de manera bilateral entre Colombia y Estados Unidos deben contar y contemplar las sensibilidades e impactos que pudieran llegar a tener los países de la CAN que no tuvieron participación. Igualmente, la negociación del TLC debe imperar el principio de la nación más favorecida, y extender a los socios que no lograron negociar los beneficios tratados en el presente TLC, generando concordancia y compatibilidad jurídica con la CAN. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)
- La estructura del tratado acoge aspectos institucionales que tienen como premisa garantizar un proceso de implementación, desarrollo y modificaciones sin contratiempos ni tropiezos. El establecimiento de una Comisión de Libre Comercio conformada por el ministerio de Comercio, Industria y turismo por parte del gobierno colombiano, mientras que el representante comercial de los Estados Unidos (USTR) representando los intereses norteamericanos, permite gestionar las labores administrativas del tratado, entre dichas funciones se encuentra la supervisión de la implementación del tratado, su desarrollo y la gestión de la solución de controversias que surgen; Dentro de las funciones también se encuentra la coordinación de comités, consejo y grupos de trabajo creados con fines varios. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

- **ASPECTOS DE ACCESO A LOS MERCADOS:** El acceso a mercados tiene como fin último, la promoción de la remoción de barreras arancelarias y no arancelarias a todo tipo de comercio de bienes y servicios, por lo tanto, e acceso preferencial y trato nacional recibido por parte del otro país, los capítulos que aplican en dicho concepto son:

- Adicional a la descripción de capítulos ilustrada en la tabla anterior, existen otros asuntos de esta índole en el tratado, dichos asuntos tienen como finalidad aclarar disposiciones enmarcadas en otras disciplinas, pero que están relacionadas directamente con el grupo de capítulos que acogen los lineamientos de acceso al mercado. Los capítulos del tratado que tienen este fin son

- Capítulo 4. Reglas de origen: tiene como objetivo definir las características que deben tener los productos para ser considerados beneficiarios de las preferencias.

Capítulo 5. Procedimientos aduaneros: su objetivo es implementar procedimientos aduaneros simplificados, expeditos y con reglas de juego claras que permitan realizar las operaciones comerciales ágiles y a bajos costos.

Capítulo 7. Obstáculos técnicos al comercio: tiene como objetivo evitar que las normas y reglamentos técnicos sean utilizados como barreras no arancelarias al comercio de bienes industriales y agropecuarios.

Capítulo 8. Defensa comercial: su objetivo principal es reglamentar la aplicación de las medidas de salvaguardia, para los casos en que la desgravación acordada ocasiona un incremento de las importaciones de un producto, amenazando o causando daño grave a una rama de la producción nacional.

- **ASPECTOS TRANVERSALES:** Además de los aspectos institucionales y de aquellos orientados a crear las condiciones para el acceso real a los mercados bajo condiciones preferenciales permanentes, el TLC incluye varios capítulos que refuerzan las disciplinas y la estabilidad en las reglas de juego para los empresarios en diferentes campos; se trata de los capítulos de Propiedad intelectual, Política de Competencia, Inversión, Asuntos laborales y Asuntos ambientales.
- **COMPRAS PUBLICAS:** A lo largo de la negociación, las compras públicas se constituyeron en un tópico importante, el acceso bilateral a este tipo de compras mediante el uso de listas definidas por las empresas estatales enmarcadas por el acuerdo. El tratado suscrito establece aquellas disciplinas y modalidades en las que se eliminan barreras y logran integrar a las empresas de origen colombiano al mercado gubernamental estadounidense a nivel federal y estatal, mercado que anualmente asciende a más de US\$ 300.000 millones por año. Dada la relevancia y grandeza del mercado de compras públicas, Colombia logra establecer una reserva exclusiva para aquellas empresas denominadas como Pyme en contratos con un tope de US\$ 125.000 y oportunidad de ejecutar programas para apoyar la subcontratación y la desagregación tecnológica. Las empresas estatales consideradas como de alta contratación, como por ejemplo Colciencias, DIAN, Coldeportes, SENA entre otras; establecen un umbral de US\$ 250.000, representado en la reserva para empresas nacionales para compras inferiores a dicho monto.
- **PROPIEDAD INTELECTUAL:** El capítulo 16, correspondiente a la propiedad intelectual, incluye las normas para proveer una protección óptima y eficaz de todos los derechos de propiedad intelectual, con la finalidad de promover el comercio de bienes intangibles, mediante el incentivo y protección de toda la creatividad intelectual, creación y

generación de conocimiento e investigación y desarrollo en todas las ciencias, artes y letras, la correcta gestión de este apartado crea condiciones para un mayor gradiente de avances científicos, culturales y sociales. El equilibrio que se logra frente a la incursión de tecnología en compañía de nuevos conocimientos provenientes de usuarios. La salvaguardia de la propiedad intelectual se encuentra amparada al rango constitucional en la constitución política de Colombia (Artículo 61).

- **INVERSION:** De acuerdo con lo estipulado en el capítulo 10 del tratado, el objetivo de Colombia es ofrecer un marco jurídico transparente que incentive la inversión por medio de un ambiente estable, contante y previsible en el futuro, para proteger al inversionista, su capital y los flujos de capital anexo, eliminando obstáculos innecesarios a los inversionistas estadounidenses. La negociación recíprocamente incluye la protección de inversionistas colombianos con intereses en Estados Unidos, recibiendo un trato no discriminatorio respecto a los inversionistas estadounidenses. La normatividad establecida en el capítulo referenciado de inversión repercutirá en las tasas de crecimiento de los flujos de capital de inversión extranjero, mayor dinamismo de inversión local, para alcanzar e incluso superar ese nivel.

- **POLITICA DE COMPETENCIA:** Proporcionar al tratado las herramientas, mecanismos e instancias que logren salvaguardar el entorno de competitividad en la zona de libre comercio garantizando de igual manera los beneficios de la apertura y liberalización comercial no terminen por mermarse por la influencia de prácticas restrictivas a la competencia de agente económicos.

- La existencia de una autonomía de los entes reguladores de materia competitiva, obliga a las partes a contar con normas respectivas al tema, con la finalidad de tipificar

aquellas prácticas no competitivas y promocionar el bienestar total del consumidor, se reconoce la pertinencia de la normatividad de la CAN en el asunto y el reconocimiento de la autoridad andina de competencia como un órgano competente por medio del cual Colombia como país firmante puede certificar el cumplimiento de los deberes del capítulo. Los mecanismos de cooperación de los entes reguladores de los países firmante del acuerdo para promocionar la aplicación de dichas normas y políticas.

- **ASPECTOS LABORALES:** El capítulo 17 del tratado de Estado Unidos y Colombia, compromete a ambas naciones al cumplimiento de la legislación laboral vigente por ende el respeto y defensa de los derechos fundamentales de todo trabajador, aspectos reconocidos internacionalmente por ayuda de los acuerdos globales de la Organización internacional del Trabajo (OIT). Derechos fundamentales como el de asociación, organización y negociación colectiva, la prohibición de trabajo forzoso, edad mínima del trabajo, eliminación del trabajo infantil, salarios mínimos, horarios laborales y planes de salud ocupacional.

- **ASUNTOS AMBIENTALES:** En el capítulo 18 abarca todos los aspectos medioambientales, y lo bifurca en dos elementos fundamentales: la implementación de obligaciones relacionadas con la protección medioambiental y la definición de instancias de cooperación entre los dos países con la premisa de facilitar el cumplimiento de las obligaciones en cuestión. Es importante que el cumplimiento de la legislación local en materia ambiental es la obligación fundamental de cada uno de los participantes del tratado

- La aparición de un balance de comercio e impacto ambiental es ahondado a lo largo de todo el capítulo, pues a medida de que se tiene noción de la necesidad latente de que los firmantes del acuerdo hagan estricto seguimiento y cumplimiento de su legislación local,

paralelamente se fortalece las relaciones establecidas en los otros capítulos del tratado, para tal propósito es de magna importancia para lograr que los beneficios que se desprenden de un mayor flujo comercial no afecta negativa y exageradamente al medio ambiente por una desbordada explotación de los recursos naturales. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

- **PROCESO DE DESGRAVACIÓN:** De acuerdo con los acuerdos pactados en el marco del acuerdo de promoción comercial suscrito entre Colombia y Estados Unidos, se establecieron unas categorías de desgravación, en unos casos paulatina y en otros inmediatamente de acuerdo con la realidad y el contexto de los productos de impacto y sensibilidad nacional tanto para Colombia como para Estados Unidos
- Para tal cometido se establecieron unas tablas con categorías de bienes y servicios con fechas correspondientes de desgravación, en dichas fechas se disminuirá o eliminará los gravámenes al comercio de los diferentes bienes y servicios. La lista de desgravaciones se divide en varias categorías, a continuación, se describirán los principales aspectos de las categorías representativas del acuerdo:

Categoría A: En este grupo el deber de los estados es eliminar la totalidad de los aranceles y de manera inmediata a partir de la entrada en vigor del acuerdo. **Categoría B:** Se agrupan aquellos bienes y servicios con desmonte progresivo en cinco años, con cinco cuotas anuales de desmonte iguales, es decir que a partir de la entrada en vigor del tratado.

Categoría BB: En esta categoría se agrupan productos con aranceles extra contingentes, los cuales serán desmontados gradualmente en un periodo de 18 años a partir de la entrada en vigor del tratado.

Categoría C: En esta categoría se agrupan aquellos bienes cuyas partidas arancelarias serán desgravadas de manera progresiva en diez cuotas anuales iguales, es decir a partir de la entrada en vigor el tratado se cuentan die años para que los aranceles sean desmontados.

Categoría D: En esta categoría se agrupan aquellos bienes cuyos aranceles serán desgravados de manera progresiva en quince cuotas anuales iguales a partir de la firma del acuerdo, en este grupo el bien más representativo es el azúcar granulado básico.

Categoría E: A diferencia de los ítems anteriores, en esta categoría se protege mercancías originarias de una de las dos partes pues el arancel se conservará durante los diez primeros años, para comenzar una desgravación gradual que durara siete años, es decir el proceso de desgravación comienza a partir del primero de enero del año once y culminara el primero de enero del año diecisiete del acuerdo.

Categoría F: Acoge a los productos de origen que previo al tratado y posterior a su firma continuarán con un tratamiento de aranceles de cero.

Categoría H: Aquí se agrupan los productos cuyo periodo de desgravación será efectuado en tres años a partir de la entrada en vigor del tratado.

Categoría K: En este grupo el proceso de desgravación será realizado en un proceso gradual de siete años, con disminución de cuotas iguales a lo largo de dicho periodo, ejemplos de este grupo incluye pinturas y barnices a base de poliésteres, polipropileno y resinas alcidicas.

Categoría L: Categoría K: En este grupo el proceso de desgravación será realizado en un proceso gradual de 8 años, con disminución de cuotas iguales a lo largo de dicho periodo.

Categoría M: Aquí se agrupan los productos cuyo periodo de desgravación será efectuado en nueve años a partir de la entrada en vigor del tratado, con disminución en cuotas iguales

a lo largo de dicho periodo, en este grupo se puede encontrar por ejemplo jarabes de glucosa y fructosas.

Categoría N: Acoge aquellos productos cuya desgravación será efectuada en un periodo de 12 años con disminución gradual en cuotas anuales idénticas, en este grupo se resalta los maíces no usados para la siembra.

Categoría T: los aranceles de las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación T en la Lista de una Parte deberán ser eliminados en 11 etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año 11.

Categoría U: En este grupo se aplica, a diferencia de los grupos anteriores un proceso de desgravación no lineal en un lapso de 5 años bajo el siguiente esquema:

Año 1: Reducción del 10%, Año 2: Reducción del 10% adicional, Año 3: Reducción del 30% adicional, Año 4: Reducción del 20% adicional, Año 5: Reducción del 30% adicional

Categoría V: Su proceso de desgravación es no lineal en un periodo de diez años a partir de la entrada en vigor del acuerdo, dentro de este periodo de tiempo tendrá lugar una reducción del 37,5 por ciento en el primer año de vigencia, seguidamente entre el año dos y diez la desgravación será una reducción gradual hasta llegar finalmente al desmonte total de aranceles.

Categoría W: Su proceso de desgravación es no lineal en un periodo de diez años a partir de la entrada en vigor del acuerdo, dentro de este periodo de tiempo tendrá lugar una reducción del treinta y tres por ciento en el primer año de vigencia, seguidamente entre el

año dos y diez la desgravación será una reducción gradual hasta llegar finalmente al desmonte total de aranceles.

Categoría X: En este apartado los productos tendrán una desgravación que tendrá una duración en total de dieciocho años, dentro de los cuales, del año uno al año cinco se mantendrá el arancel base mientras que del año seis al año dieciocho se llevará a cabo la desgravación de manera gradual.

Categoría Y: En este apartado los productos tendrán una desgravación que tendrá una duración en total de dieciocho años, dentro de los cuales, del año uno al año diez se mantendrá el arancel base mientras que del año once al año dieciocho se llevará a cabo la desgravación de manera gradual y constante.

Categoría Z: El proceso de desgravación para este grupo tendrá una duración en total de diecinueve años, en los cuales desde el año uno hasta el año seis la desgravación se congelará mientras que desde el año siete hasta el año diecinueve del tratado la reducción será paulatina. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia.2011)

4.5. OPORTUNIDADES

4.5.1. SECTOR ACUÍCOLA Y PESQUERO:

El país reúne múltiples actores dentro de toda la línea productiva y de comercialización de productos pesqueros en sus etapas finales o intermedias, con cadenas productivas competitivas eficientes y con estándares de calidad. Productos como el camarón de cultivo, crudo y pre cocido, colas de camarón, brochetas junto al valor agregado representado en mejoramiento genético con programas sanitarios generan una oportunidad importante en

ese sector que ha crecido cerca del 123% en la última década alcanzando cotas de producción de 65000 toneladas anuales.

4.5.2. ALIMENTOS PROCESADOS:

Con el aumento en la preocupación por alimentos saludables, la transformación de frutas y hortalizas contribuyen a mantener en equilibrio la alimentación diaria de la personas, aprovechando las condiciones climáticas del país, se puede obtener un amplio abanico de frutas y hortalizas que bajo un proceso junto con materia primas se pueden obtener productos con importante participación en el mercado estadounidense, igualmente productos como jugos pulpas de fruta y vegetales congelados ofrecen un futuro promisorio en el comercio binacional.

4.5.3. FRUTAS LEGUMBRES Y HORTALIZAS:

Contar con un clima tropical y tierras con un alto contenido de nutrientes, permite el cultivo de gran variedad de frutas y hortalizas, contar con clima sin estaciones le permite contar con una producción constante. El desarrollo de programas de buenas prácticas agrícolas permite estar a nivel internacional y contar con estándares para acceder a los mercados foráneos. Contar con programas gubernamentales para aumentar la capacidad productiva, los estándares de calidad y el valor agregado de los productos permite que Colombia se proyecte como un productor de frutas tropicales y exóticas de importancia mundial, más aún en el mercado norteamericano pues son productos que ingresan con un arancel del 0%

4.5.4. HARINERIA, GALLETERÍA Y PANADERÍA:

Colombia cuenta con una infraestructura de talla multinacional en el campo de la harinera, con tecnología de punta le permite ser competitivos con calidad y precios, el nivel de

especialización es alto, lo que permite contar con cadenas eficientes de comercialización y consumo, las tendencias implica la inclusión de productos multi cereales, bajos en sodio, sabores exóticos, libres de gluten, listos para consumir de productos con un impacto importante en el mercado estadounidense y que ingresan con arancel cero a dicho mercado

4.5.5. ARTÍCULOS DE DOTACIÓN:

La amplia oferta y completo portafolio que pueden ofrecer empresas colombianas productoras de dotaciones incluyendo productos de aseo, artesanías, plásticos de hogar, vajillas, refrigeradores, sondas arneses etc., una adecuada estrategia de posicionamiento, estándares optimo e calidad permitirán apreciar buenas alternativas de negocio

4.5.6. AUTOPARTES

Al ser el quinto productor de automóviles en Colombia, la industria de autopartes incluye amplias líneas de ensamble de camiones buses y motocicletas, así mismo la fabricación de partes, piezas y repuestos de suspensión, frenos y ruedas generan unas grandes oportunidades un país que vio mermado su capacidad adquisitiva por lo que la búsqueda de repuestos se convirtió en una necesidad que la industria colombiana paulatinamente estará en capacidad de suplir.

4.5.7. COSMÉTICOS Y PRODUCTOS DE ASEO:

La existencia de un crecimiento sostenido del sector de cosméticos en la última década lo ha convertido en uno de los principales proveedores de la región, sumado a la existencia de un arancel del 0% creando las condiciones y oportunidades para convertir este punto en un polo de desarrollo industrial

4.5.8. ENVASES Y EMPAQUES:

La calidad de la producción e impresión de empaques con alto valor agregado es un sello de esta industria colombiana, lo que llevo a incluirlo en el programa de transformación productiva para convertirlo en una cadena productiva con proyección internacional y de talla mundial

4.5.9. INSTRUMENTOS Y APARATOS:

La privilegiada posición geográfica del país y los acuerdos comerciales suscritos, han convertido a Colombia en un centro de producción y distribución para Suramérica, Norteamérica y con miras a atender Europa y África, que son mercados objetivos futuros para el sector a largo plazo.

4.5.10. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN:

Colombia cuenta con gran reconocimiento y un importante portafolio de productos e insumos en el sector de materiales de construcción. Innovación, calidad y servicio son fortalezas que lo caracterizan. Acabados para la construcción, revestimientos, productos de ferretería, tuberías y accesorios, estructuras metálicas, perfilaría, pinturas, recubrimientos, formalete ría, entre otros, hacen de la oferta colombiana una de las más completas y diversas en la región.

Los materiales de construcción deben cumplir con los códigos de construcción pertinentes a la zona en la que desean comercializarse y que dependen entre otros factores del medioambiente (En el sur del país se necesitan materiales resistentes a huracanes, mientras que en el norte se requieren productos capaces de soportar cambios extremos de temperatura y humedad). Los exportadores deben considerar también la preferencia por productos verdes, certificados de comercio justo, el mercado étnico y la existencia de

nichos de lujo. En términos generales la amplitud del mercado estadounidense ofrece diversidad de espacios y tendencias en las que se pueden concentrar los exportadores.

4.5.11. CALZADO Y CUERO:

Al contar con una industria tecnificada y con experiencia, y ampliamente generadora de empleo permite aprovechar la fragmentación de la industria del mercado estadounidense y lograr un dominio sobre los grupos detallistas y demás canales de distribución de calzado que pudieran generar impacto en el mercado estadounidense

4.5.12. CONFECCIONES:

Colombia es el tercer productor en el mundo de ropa íntima y, en los últimos años se ha posicionado con éxito en nichos Premium en trajes de baño. Esto ha impulsado que marcas de renombre mundial para realizar su producción en el país. Los diseñadores nacionales han presentado sus colecciones con éxito en las pasarelas y semanas de la moda más importantes del mundo, marcando tendencia, mostrando propuestas, diferenciándose por la técnica de sus diseños y el uso de materiales tradicionales y artesanales. Situaciones que permite generar expectativa y buena aceptación de los productos colombianos con dichas características.

4.5.13. EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD:

Los servicios de salud en Colombia poseen un alto nivel de calidad, lo que lo hace un país pionero y líder en la prestación de servicios de salud en Latinoamérica y el Caribe. Cuenta con una adecuada infraestructura, personal médico científico con experiencia y tecnología de punta.

En la actualidad, los consumidores extranjeros de servicios médicos son en su mayoría los ciudadanos colombianos residentes en Estados Unidos. En segunda instancia, latinos o hispano parlantes que tienen relación con Colombia. Los consumidores a la hora de tomar la decisión de usar estos servicios tienen en cuenta las medidas relacionadas con la seguridad del paciente, tasas de infección y acreditaciones internacionales de los hospitales, aspecto en el que Colombia se ha visto robustecida. (Procolombia, 2017)

4.6. TRAMITOLOGÍA EXPORTADORA

Cuando una de las empresas de los renglones expuestos en el ítem anterior decide embarcarse en el mundo globalizado para entrar a vender y competir en el mercado internacional debe realizar una serie de procesos que le permitirán estar en regla con las entidades gubernamentales que representan y regulan dicha actividad frente a los gobiernos destino y objetivo. A continuación, se describe paulatinamente cuales son esos procesos que deben ser llevados a cabo. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2003)

4.6.1. DOCUMENTACIÓN DE LA EMPRESA

A continuación, se listará de manera breve la gestión documental y legal que debe realiza el exportador frutícola en búsqueda de que sus productos logren llegar al mercado norteamericano. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2003)

A. Conformación de la empresa exportadora

Escritura pública o documento privado: Constitución frente a notario para da personería jurídica a la sociedad

Registro ante Cámara de Comercio: Se constata la existencia previa de la empresa y definición como persona natural o jurídica cancelando el derecho de matrícula pertinente

B. Tramites antes dirección de impuestos y aduana nacionales DIAN:

Generación de registro único tributario RUT

Emisión del número de identificación tributaria que permite inscribir el pago del impuesto IVA.

Autorización para la numeración de facturación.

4.6.2. REGISTROS NACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN.

A. Inscripción en el registro nacional de exportadores de bienes y servicios:

permite mantener actualizada una base de datos sobre la composición, perfil y localización de las empresas exportadoras, de renovación anual y de carácter obligatorio. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2003)

B. Inscripción al Registro de productor nacional, oferta exportable y solicitud de determinación de origen: Este documento le permite al ministerio de comercio industria y turismo determinar el origen de las mercancías que serán exportadas para ser registradas previamente como de producción nacional, igualmente dicho oficio sirve como documento de consulta para el ministerio así como para soportar investigaciones de prácticas ilegales como las subvenciones o el dumping , igualmente presenta utilidad como soporte en licitaciones , negociaciones sectoriales y para obtener datos de producción y exportaciones netas y relativas <para aquellos bienes que se benefician de exenciones. El registro de productor nacional es una buena herramienta que permite identificar ciertos sectores y

productos con potencial competitivo para ser explotado en los mercados internacionales siendo un documento de consulta a la hora de establecer exenciones arancelarias.

(Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2003).

C. Comunicación al exportador: Posteriormente se emite un oficio a nombre del exportador donde se resumen los datos de los dos ítems anteriores, este oficio tiene una vigencia de dos años, aunque es deber del exportador actualizar los datos si existe variaciones en las condiciones de la empresa o si el ente gubernamental lo requiere.

4.6.3. REGISTROS EN EL INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA

A. Inscripción de los predios de producción: Se debe radica un oficio en la división de sanidad vegetal ICA del municipio más cercano en donde se encuentra la zona de producción de frutas u hortalizas a exportar, para solicitar la inscripción del predio especificando algunos datos técnicos propios del cultivo a desarrollar, tales como conceptos técnicos, certificaciones del ingeniero agrónomo a cargo, croquis de los predios, etc.

B. Registro de Exportación: Posterior al paso anterior, se debe enviar oficio a la división de Sanidad vegetal del ICA para el análisis y posterior emisión de concepto a la planta de producción donde se emite certificado con validez de dos años. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

4.6.4. DOCUMENTOS DE LA EXPORTACION

C. Documento de Exportación DEX: Emitido por la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN, dicho documento permite ser utilizado como autorización de embarque (Aéreo, marítimo o terrestre) y como declaración definitiva.

El exportador debe presentar la Declaración Definitiva de manera independiente cuando:

- Realiza un embarque único con cifras definitivas
- Cuando la declaración tiene por objeto consolidar embarques fraccionados
- Para indicar las cifras definitivas de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

Cuando el exportador desee realizar un embarque, deberá dentro de los tres (3) meses siguientes a la aceptación de la Autorización de Embarque, proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva.

EL DEX es diligenciado directamente por el exportador, en el caso en que el valor de la mercancía no supere los \$1.000 dólares, Si la mercancía supera el valor de US\$1.000, los trámites aduaneros los debe realizar la Sociedad de Intermediación Aduanera, SIA, la que debe estar debidamente autorizada por la DIAN para realizar este proceso. En el momento en que la DIAN notifica al ministerio de industria comercio y turismo, se registra de manera definitiva la exportación (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

D. Factura comercial

Constituye una cuenta correspondiente a los productos enviados al comprador foráneo y se usa comúnmente por las autoridades aduaneras de los mercados destino como documento básico para cuantificar el valor en aduana de las mercancías, para gravar, establecer

derechos y aranceles de importación, en caso de no contar con contrato de compraventa, la factura recoge las condiciones pactadas, aunque esta no sea explícitamente un contrato.

E. Documento de Embarque

Posterior a la entrega de la mercancía, la empresa encargada del transporte de la misma emite un documento de embarque, en el cual se compromete a transportar la mercancía de un puerto, terminal o aeropuerto de origen (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2003) en a otro de destino de acuerdo con los términos Incoterm. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

F. Términos Incoterms

Estos términos corresponden a un grupo de reglas establecidas de manera concisa y clara respecto a las condiciones pagos y obligaciones de comprador y el vendedor en una negociación de compraventa internacional y el momento en que se produce la transferencia de riesgos entre las partes.

Son varios los contratos que pueden surgir a partir de las normas Incoterms (Trece tipos), y pueden ser modificados parciamente durante la negociación, mediante la inclusión de cláusulas adicionales. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013).

Los términos Incoterms se dividen en cuatro grupos

- Grupo E: (EX WORKS) El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en sus propias instalaciones, por lo tanto, este último debe correr con los gastos de transporte logística y almacenamiento.

- Grupo F: (FCA, FAS y FOB): En esta modalidad el vendedor entrega las mercancías a un transportador designado por el comprador, sin asumir los costos de fletes y/o seguros.
- Grupo C: (CFR, CIF, CPT y CIP): El vendedor contrata y paga el transporte hasta un destino designado, sin asumir los riesgos inherentes al transporte.
- Grupo D: (DAF, DES, DEQ, DDU y DDP): El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar las mercancías al lugar de destino designado.

Continuando con la descripción de del documento de embarque, este dependerá del medio de transporte utilizado, en el caso de transporte marítimo el documento se conoce como Bill of landing, Guía Aérea o Air Waybill para transporte aéreo o carta de porte terrestre si la carga se desplazará por vía terrestre. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013).

























Incoterm	Named Place	Sharing of Costs and risk between buyer and seller in international traffic.			
EXW EX works	Loading location				
FCA Free Carrier	Loading location				
FAS Free Alongside Ship	Part of loading				
FOB Free On Board	Part of loading				
CFR Cost And Freight	Part of destination				
CIF Cost Insurance And Freight	Part of destination				
CIP Carriage And Insurance Paid To	Delivery location				
DDU Delivery Duty Unpaid DDP Delivery Duty Paid	Delivery location				
		Seller's Cost / Risk		Buyer's Cost / Risk	

Grafico 7. Modalidades Incoterms Fuente: Manual de exportación de frutas y hortalizas colombianas. Fuente: <http://husky-logistics.ru/incoterms-1.php>

G. Certificado de Origen

Este documento permite que el cliente logre acceder a las preferencias arancelarias que brindan los tratados de libre comercio, este certificado es emitido en el país de origen de la mercancía, donde se indican las normas y criterios, firmado debidamente por el funcionario del ministerio de industria comercio y turismo.

Existen varios certificados de origen, cada certificado está diseñado para cada acuerdo comercial, de acuerdo con la información que prevalece en cada una de las autoridades regulatorias del país destino de la exportación. Este certificado busca demostrar que el producto es originario de Colombia y cada certificado dependiendo del acuerdo comercial exige tasas diferentes de valor agregado al producto exportado. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013).

H. Certificado Fitosanitario

El instituto Colombiano Agropecuario emite un visto bueno para la exportación de animales, plantas vivas y productos de origen animal o vegetal sin procesar, después de diligenciar el formulario y los datos requeridos, se deben enviar muestras de los productos a exportar para su inspección, este procedimiento se realiza cuando los productos ya se encuentran listos para el embarque. Después de realizada la inspección y esta cumple con todos los parámetros establecidos, el ICA emite el respectivo certificado fitosanitario de exportación, en un lapso máximo de dos horas. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

Se debe adjuntar el recibo de pago de la inspección de la muestra y de la expedición del certificado fitosanitario de exportación, el cual se cancela en la oficina del ICA del puerto, aeropuerto o paso fronterizo, por donde va a salir la mercancía. La tarifa de la inspección de la muestra se cobra de acuerdo con las cantidades a exportar. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

I. Lista De Empaque

Este documento preparado por el exportador proporciona información respecto al embalaje, cantidades de bultos, cajas y su contenido, peso, dimensiones y volumen. Establece adicionalmente condiciones especiales de manejo y transporte

En la lista de empaque igualmente se contiene registros sanitarios, autorizaciones y demás requisitos específicos

4.6.5. TRÁMITES ANTE LA DIAN DURANTE EL ENVÍO DEL PRODUCTO AL EXTERIOR.

A. Solicitud de autorización de embarque: Se presenta frente a la administración aduanera en el lugar donde se encuentra la mercancía, la solicitud se realiza en un aplicativo diseñado para tal fin junto con los documentos de soporte arriba mencionados

B. Autorización de embarque e ingreso a zona primaria: La mercancía después de realizar la expedición del documento del ítem anterior, la mercancía ingresa a la zona primaria para la inspección en los casos requeridos. Cuando la autorización de embarque es autorizada cuando recibe un número y fecha de radicado que tendrá un mes de vigencia.

C. Inspección de mercancía: Con base en criterios técnicos de análisis de riesgo o de manera aleatoria, se determina la inspección documental y física de la mercancía.

Paralelamente la policía antinarcoóticos tiene la potestad para realizar una inspección física del producto llegando inclusive a descargar toda la mercancía del contenedor si así se llegara a recurrir.

D. Embarque: Básicamente corresponde al proceso de cargar la mercancía en el medio de transporte, en compañía de todos los documentos generados anteriormente.

E. Certificación de transportador: El transportador genera un acta de embarque transmitida electrónicamente el manifiesto de carga dentro de las siguientes 24 horas del embarque asignándole un consecutivo

F. Expedición del DEX:

Es la declaración definitiva posterior al embarque con el número asignado por el sistema informático de la entidad aduanera.

4.6.6. ADMISIBILIDAD SANITARIA

La admisibilidad sanitaria es el proceso de establecimiento de medidas sanitarias y fitosanitarias comúnmente denominadas MSF, requeridas para la importación y entrada de un producto agropecuario a un país. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

Las MFS son todas leyes decreto y normas reglamentos o disposiciones que adoptan los países para regular el comercio de artículos agropecuarios sanos para proteger la variedad vegetal y cuidar la salud humana y vegetal frente a:

- Riesgos de entrada, radicación o propagación de plagas, enfermedades y organismos patógenos o portadores de enfermedades
- Riesgos resultantes de la presencia de aditivos, toxinas, organismos patógenos o contaminantes en alimentos y bebidas.
- Enfermedades propagadas por animales, vegetales o productos derivados.

Las MFS son elaboradas para cada uno de los productos que se pretenden importar a un país y son establecidas de acuerdo con el nivel de riesgo sanitario que pudiera representar para la salud de los consumidores y para el territorio del país destino

- La condición sanitaria del país o zona productiva de origen del producto. Por ello es importante que en cada predio productivo que tenga vocación exportadora se trabaje por tener la mejor condición sanitaria, lo que sin duda facilitará el comercio internacional. `
- Las actividades de inspección, vigilancia y control que realiza la autoridad sanitaria en el país de origen, en nuestro caso el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.
- La regulación sanitaria y fitosanitaria en el país de origen, que en Colombia desarrolla el ICA y que los productores/exportadores deben cumplir siempre, empezando con el registro del predio ante el Instituto en su localidad. `
- Las medidas preventivas o de mitigación de riesgos sanitarios que presentan la autoridad sanitaria y los productores/exportadores al país de destino. Estas medidas corresponden, por ejemplo, al cumplimiento del programa del control de la mosca de la fruta, ó al de la vacunación en las especies pecuarias y en casos más extremos a tratamientos físicos a los productos para garantizar que no llevan plagas o enfermedades cuando se exportan, como sucede con algunas frutas a las que antes de exportarlas se les

realizan procesos de desinfección o, incluso, tratamientos de vapor caliente, hidro térmico o de frío. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

4.6.7. NORMAS FITOSANITARIAS ESTADOS UNIDOS

En el momento de tomar la decisión por parte de un productor para exportar productos frescos hacia el mercado estadounidense, la primera entidad que entra a realizar labor de filtro y control sanitario es la Animal Plant Health Inspection Service APHIS, subdirección del departamento de agricultura de Estados Unidos. En primer lugar, los productos candidatos a ingresar se dividen en propagativos y no propagativos, para los primeros el importador debe tramitar directamente la solicitud del permiso de importación vigente ante el USDA (United States Department of Agriculture), para el segundo grupo que corresponde a los materiales no propagativos que incluye la mayoría de frutas y hortalizas, quienes se encuentran listadas y enuncian la necesidad de un intermediario o de tratamientos especiales. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

La APHIS trabaja con el PPQ (Plant Protection and Quarentine), cuyos funcionarios se encuentran en todos los puertos de ingreso, en esta instancia los funcionarios realización una inspección minuciosa antes de dar el visto bueno para la comercialización al mercado interno, tal como se indica en la tabla anterior as restricciones de cuarentena para plantas difieren según sean plantas prohibidas o restrictivas. Las órdenes restrictivas permiten la entrada de productos bajo tratamientos específicos o requisitos de inspección. Las órdenes prohibitivas restringen la entrada de plantas vulnerables a ataques de plagas para las que no exista el respectivo tratamiento. Para lograr agilizar de cierta manera este proceso se

desarrolló **Fruit and Vegetables Import Requirements (FAVIR)** La base de datos FAVIR permite a los clientes buscar frutas y verduras autorizadas por materia o país y determinar rápida y fácilmente los requisitos generales para su importación en los Estados Unidos. Esta base de datos incluirá notificaciones de plagas de emergencia para alertar a los usuarios si hay un cambio en el estatus de importación de un producto o país. También permite a los funcionarios del APHIS y a los inspectores agrícolas del Departamento de Seguridad Nacional de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) determinar rápidamente si una mercancía tiene o no entrada autorizada en los Estados Unidos, así como los requisitos generales para la importación. FAVIR permite un fácil acceso a la información referente a la importación de frutas y verduras.

En la tabla siguiente se expresa como única condición adversa para la piña procedente de Colombia, es la prohibición de la entrada del fruto a Hawái, excluyendo este puerto el fruto tiene entrada a todos los demás puertos del territorio norteamericano, restricción que aplica para todos los países que desean enviar piña a Estados Unidos, para el producto piña no es necesario ningún tratamiento adicional. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

Con relación a los pesticidas, la *Environmental Protection Agency* (agencia de protección del medio ambiente de Estados Unidos) – EPA- es la entidad encargada de establecer los límites y tolerancias de pesticidas y residuos químicos y, al igual que APHIS, realiza la inspección a través de los funcionarios de PPQ en los puertos de entrada

Para la piña al ser un producto admitido requieren permiso de importación. Este permiso sólo se expide a los importadores estadounidenses y debe ser emitido antes del embarque.

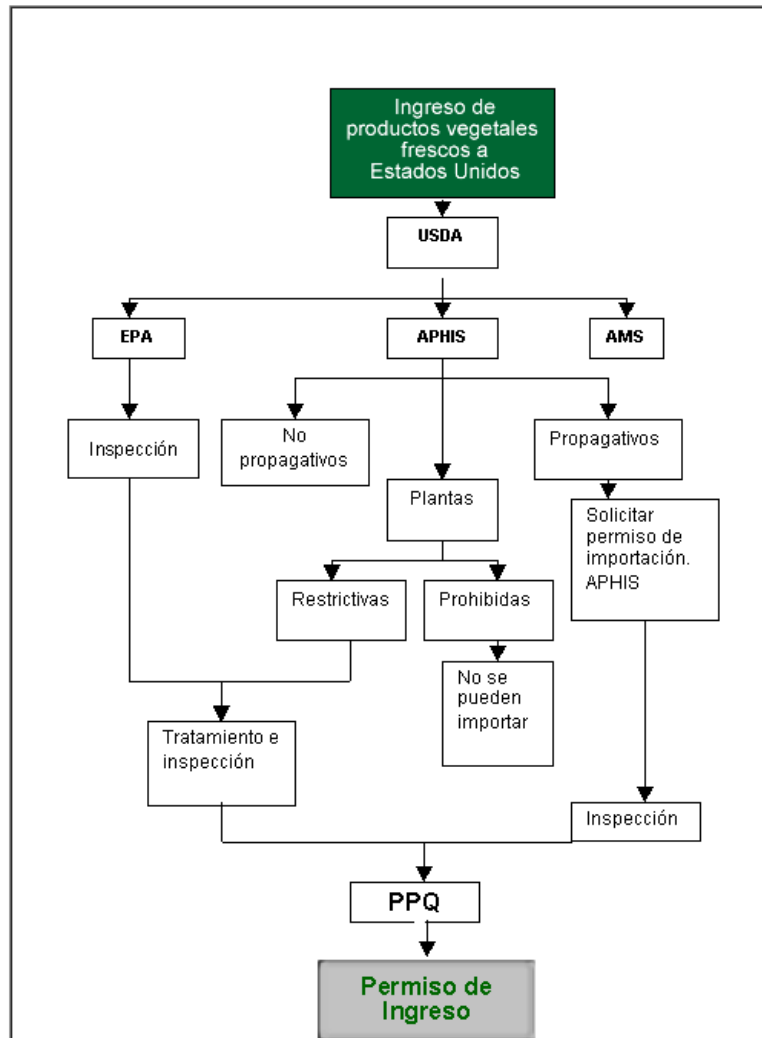
En el siguiente diagrama se esquematiza las autoridades y procesos que tiene el producto en el momento de su arribo hasta su ingreso y posterior distribución en el mercado interno destino.

Table 3-57 COLOMBIA

ALL	NA	SAG	NP
<p><i>Allium</i> spp. Artichoke, globe (immature flower head) Artichoke, Jerusalem Arugula (leaf, stem; commercial consignments into the continental US only)¹ Asparagus Banana (fruit, hand of fruit, leaf) (no permit)² Basil (above ground parts) Bay laurel (leaf) Bean garden (shelled only) Blueberry (fruit) (commercial consignments only)³ *T107-a-1, T101-i-1-1, or T101-i-1-2 Cape gooseberry (fruit, with or without calyx, commercial consignments into continental US only)⁴, T107-a⁶ Cassava Celery (leaf, root, stem; commercial consignments into the continental US only)⁷ Chamomile, <i>Anthemis</i> spp. Chicory, <i>Cichorium</i> spp. (whole plant) Cilantro Corn, green Dasheen Dill (leaf, stem) Durian Grape, T107-a-1⁸ Grapefruit, T107-a-1⁸ (SUSPENDED 01-07-16) Lemon (smooth skinned lemon of commerce) Lemon balm (leaf, stem) Lime, sour Lotus root Marjoram (leaf, stem) Mint Okra (pod)⁹ Orange, sweet, T107-a-1⁸ (SUSPENDED 01-07-16) Oregano (leaf, stem) Papaya (fruit) (Solo line or solo cultivars such as Formosa or Maradol) (commercial consignments into continental US only)⁹ Parsley (leaf, stem) Pineapple¹⁰ Pitahaya, yellow (<i>Hylocereus megalanthus</i>) (fruit), T106-e¹¹ Plum, T107-a-1⁸ Pomegranate, T107-a-1⁸ Prickly pear pad Rhubarb (stalk) Rosemary (above ground parts) Snow pea (flat, immature pod)</p>	<p>Bean, garden (pod or shelled) Blackberry¹² (fruit) Brassica oleracea Carrot (root) Eggplant (commercial consignments only) Lettuce Pea (pod or shelled) Peruvian carrot (root) Pigeon pea (pod or shelled) Raspberry¹² (fruit) Tuna (fruit), T101-d-3¹⁵</p>	<p>Blackberry¹² (fruit) Brassica oleracea Lettuce Raspberry¹² (fruit)</p>	<p>Carrot (root)</p>
<p>Spinach (above ground parts; commercial consignments into the continental US only)¹² Strawberry Swiss chard (above ground parts; commercial consignments into the continental US only)¹⁴ Tangerine, T107-a-1⁸ (SUSPENDED 01-07-16) Tarragon (above ground parts) Thyme (above ground parts) Watercress Yam (tuber), T101-f-3¹⁵ Yellow pitaya (<i>Hylocereus megalanthus</i>) (fruit) T106-e¹¹</p>			

Tabla 1. Listado de Frutas y hortalizas aptas para el mercado estadounidense, Fuente:

APHIS



Grafica 8. Esquema de autoridades Sanitarias Estadounidenses que regulan la entrada de productos agropecuarios a Estados Unidos Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario

En caso de que no estén establecidas las medidas sanitarias y fitosanitarias en el país de interés, el ICA inicia la gestión ante la autoridad sanitaria. Para hacer esta labor, la entidad debe recopilar la información sobre las zonas productoras y el estado sanitario o

fitosanitario de los cultivos en cuanto a plagas y enfermedades, así como la regulación establecida para las actividades de inspección, vigilancia y control que se deben realizar. La autoridad sanitaria del otro país analiza el nivel de riesgo fitosanitario y propone al ICA medidas sanitarias y fitosanitarias, que son evaluadas para decidir si se aceptan o no, es un proceso que puede durar hasta dos años.

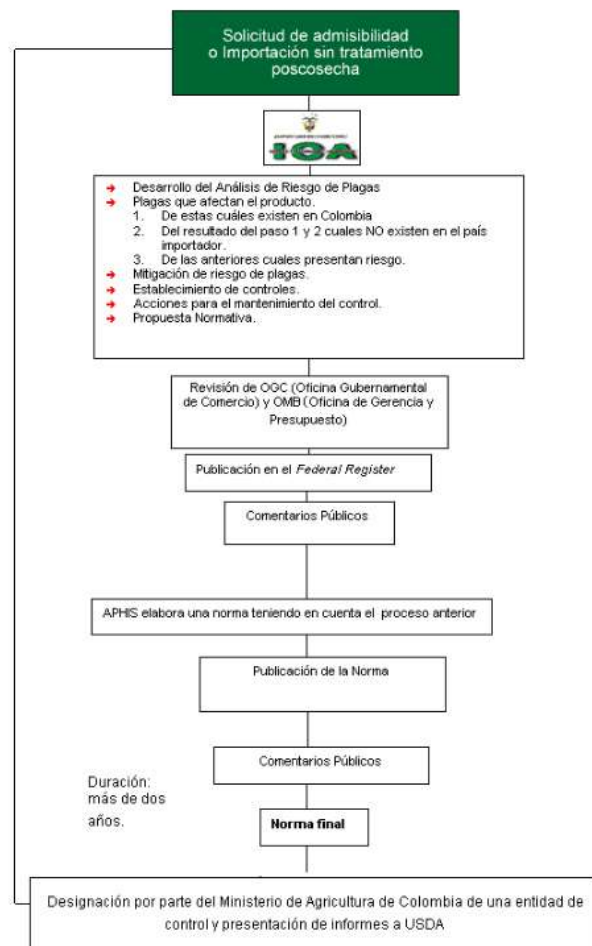


Grafico 9. Esquema de planeación y desarrollo de plan de admisibilidad fitosanitario entre entidades estatales

5. CAPITULO IV CONTEXTUALIZACION DEL SECTOR HORTOFRUTICOLA

5.1. CONTEXTO INTERNACIONAL

La producción de cultivos tiene un comportamiento interesante, la mayor parte de la población de los países en desarrollo viven en zonas rurales, y gran parte de ellos dependen de la agricultura para su sustento. Sobre los últimos 50 años, el crecimiento en la producción de cultivos ha impulsado mayores rendimientos por unidad de tierra e intensificación de cultivos. Las tendencias no son uniformes en todas las regiones, sin embargo, un claro ejemplo de la variabilidad de los comportamientos productivos de los cultivos se puede observar con el crecimiento en la producción de trigo y arroz en Asia y El norte de África, en donde se han reportado ganancias considerables en el rendimiento del cultivo, mientras que la expansión de tierra cosechada ha llevado al crecimiento de la producción de maíz en América Latina y en el África subsahariana. (FAO, 2015)

La mayoría de los alimentos consumidos a nivel mundial son cultivados localmente, cuando la producción local no es suficiente para suplir la demanda de una población en aumento y con hábitos alimenticios típicos y establecidos, el comercio surge como suplente de un vacío productivo que se puede dar por razones muy diversas (demográficas, tecnológicas, políticas, sociales, etc.). El comercio internacional alimentario y agrícola no tiene precedentes hoy en día, en términos estadísticos el valor de los flujos comerciales han aumentado cinco veces en los últimos 50 años, lo que dimensiona la evolución del volumen comercial, sin embargo esta expansión pronunciada, no se ha dado de manera homogénea, la desigualdad entre regiones es notoria, pues los países con altos ingresos poseen regiones

privilegiadas que les permite generar ventajas comparativas en la producción alimentaria y agrícola. (FAO, 2015)

Cuando un país decide impulsar una apuesta productiva frutícola con fines de exportación, su entrada a otros mercados es condicionada por las particularidades de cada mercado destino, descubierto e incursionado, así como por los requerimientos obligatorios impuestos por grandes cadenas de consumidores. Factores como el volumen de oferta y estabilidad del mismo, certificaciones y garantías de calidad, soporte de mercadeo, rangos de precio favorables y soporte legal de todo el proceso de acuerdo con las jurisdicciones que aplique. Un aspecto que es de vital importancia es el pleno conocimiento y adoctrinamiento sobre los estándares de mercado que aplican para cada caso, incluyendo la documentación que debe aportarse, en este aspecto se abarca desde certificados de cumplimiento y conformidad, certificados fitosanitarios etc. La adopción de buenas prácticas en la disposición del producto en toda la cadena logística incluyendo tratamiento post cosecha, trazabilidad de procesos, tiempos de entrega y transporte abarcando cadenas higiénicas y de frío si aplica.

Si un país decide emprender el desarrollo de regiones productivas agrícolas es importante por un lado lograr que dichas iniciativas tengan una orientación mixta (público – privada) que permita el fomento acelerado y una posterior consolidación de todas las cadenas productivas, y programas que la complementen, pues una prevalencia estatal muchas veces no asegura una productividad óptima y una prevalencia privada no logra una total inclusión del modelo en la sociedad que acoge dichas iniciativas.

La capacidad e iniciativa de productores de toda índole hacia la formación de gremios y cooperativas aporta de manera extraordinaria al desarrollo uniforme y de constante mejora,

pues al formar gremios los niveles de inversión en aspectos de investigación y mejoras de proceso pueden ser mayores y con alto impacto. Como resultado de esas agremiaciones, los eslabones post cosecha son un claro ejemplo que causa apalancamiento en la cadena de valor en todos sus estadios. El potenciamiento de aspectos como el cultivo de variedades internacionales o perfeccionadas con ayuda científica permite aumentar aspectos como la producción y el rendimiento. Factores como la disponibilidad de agua, clima favorable y el desarrollo de empresas de todos los aspectos de la cadena, son benéficos para el desarrollo.

5.1.1. PANORAMA HORTOFRUTÍCOLA MUNDIAL.

A mediados del año 2011, la producción mundial de frutas y hortalizas rondaba los 1.575 millones de toneladas, comprendidos en 850 millones de toneladas correspondientes a hortalizas y 750 millones de toneladas a la producción de fruta. De acuerdo con cifras suministradas por FAO, la evolución de la producción frutícola mundial se caracteriza por mantener un crecimiento fuertemente sostenidos durante las últimas tres décadas, creciendo a un ritmo cercano al 10,7% anual. Asia concentra el 74% de la producción global de frutas y hortalizas, le siguen Europa y Latinoamérica representadas en el 10% y 9% respectivamente.

Las frutas que marcan tendencia por su volumen de producción según FAO son las bananas, manzanas, uvas, naranjas, melones, mangos, plátano y mandarinas, que en grupo representan el 79% del total producido. Estados Unidos conserva el puesto como el mayor exportador de frutas del mundo, seguido de España, Países Bajos e Italia, y paradójicamente las importaciones de fruta fresca se concentra igualmente en Estados Unidos, Japón y países de la Unión Europea (Alemania, Francia, Bélgica y Países Bajos),

en estos países desarrollados se concentra más del 85% de las importaciones globales de frutas frescas y procesadas (FAO, 2015).

Las frutas tropicales y exóticas representan alrededor del 13% de la producción mundial de frutas, siendo el mango (52%), Piña (29%) y Papaya (14%), las frutas más representativas dentro de este grupo. Las importaciones de fruta pertenecientes a los frutos tropicales representan el 14% del total de importaciones de frutas en el mundo. Dicha coyuntura permitió que Asia se convirtiera en la mayor región productora de frutas tropicales, seguida por América Latina y el Caribe, África y Oceanía, debido a sus ventajas comparativas, representadas en locación geográfica, clima, altitud, y en ocasiones factores relativos a logística e infraestructura, lo que permitió suplir grandes mercados como la Unión Europea que ostenta el primer lugar en las importaciones específicas de fruta fresca, mientras que Estados Unidos es el mayor importador de Frutas Tropicales Frescas del mundo.

Hacia el año 2009 el valor total del comercio de frutas tropicales ascendía a más de 5.400 millones USD, frente a frutos de tan alta rotación y producción como el Banano, manzanas y naranjas con 7.900, 5.400 y 4000 millones USD. El crecimiento del comercio de estos frutos está íntimamente relacionado con una apuesta productiva de los países en desarrollo para diversificar su economía y aprovechar las ventajas comparativas enunciadas anteriormente y convertir la agroindustria como un polo de desarrollo alternativo.

5.1.2. PRODUCCION DE PIÑA

La producción global de piña ha mantenido un aumento sostenido durante las últimas dos décadas, de acuerdo a registros de la FAO, la producción de piña paso de 13 millones de toneladas producidas en el año 1993, para pasar a valores cercanos a 24 millones de toneladas

en el año 2013, lo que demuestra que en el lapso de dos décadas la producción prácticamente se duplico, demostrando una tendencia que apunta a un aumento sostenido en el tiempo correlacionado con los aumentos de índices demográficos, que denotan una demanda alimentaria que aumenta con el pasar de los años.

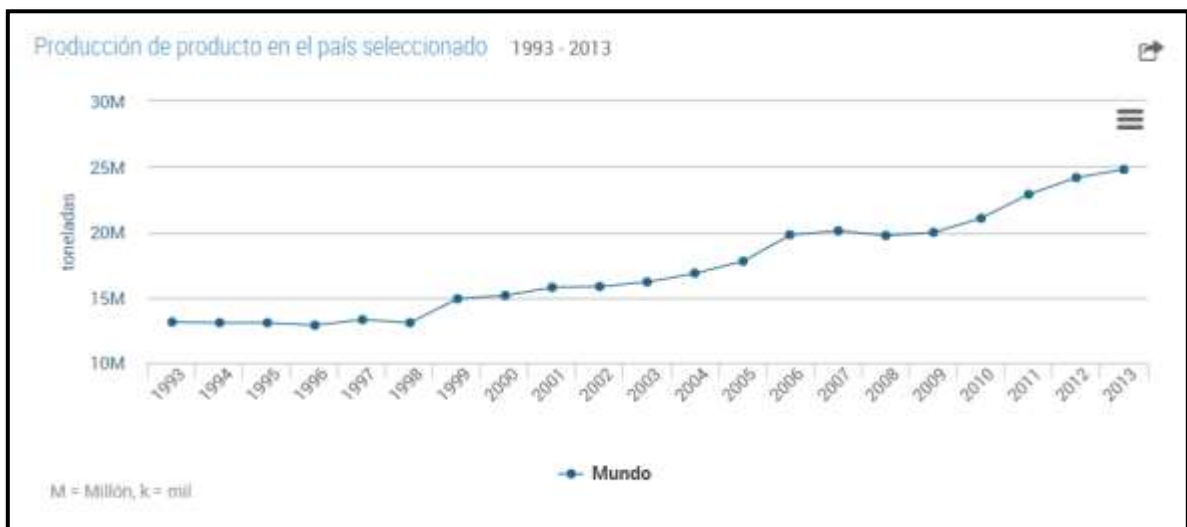


Grafico 10. Producción mundial de piña. Fuente: Trade Map.

Cuando se desglosa los niveles de producción mundial de piña, es importante mencionar de acuerdo con estadísticas de la FAO, a Costa Rica como el principal productor de piña por toneladas métricas, en el año 2013 su producción alcanzo 2.685.131 de toneladas, seguido de Brasil con una producción de 2.483.831 toneladas, en tercer lugar, se sitúa Filipinas con 2.458.420 de toneladas, en cuarto y quinto lugar se encuentra Tailandia e Indonesia con 2.209.351 y 1.837.155 de toneladas respectivamente. De la ubicación de los cinco productores mayores de piña en el mundo es importante resaltar la ubicación, dos son países latinoamericanos y tres son países del sudeste asiático, todos de característico clima tropical. Dentro de las estadísticas globales, Colombia ocupa el puesto número 11 con una producción calculada en 643.039 toneladas de piña. Con relación a los datos de producción

es importante mencionar que dichos datos incluyen la producción destinada al mercado local e internacional, pues a la hora de presentar datos pertenecientes a valores exportados, el orden puede cambiar sensiblemente. (Trade Map, 2016).

Los aumentos de la producción mundial de cultivos de piña provienen de tres fuentes principales: La expansión de la superficie de siembra, el aumento de la intensidad de los cultivos (la frecuencia a la que se cosechan los cultivos de una superficie determinada) y las mejoras de rendimiento por hectárea. Son varios los efectos y resultados del proceso de globalización sobre la dinámica en el esquema productivo y de consumo de frutas, lo que ha obligado a que los países productores se adapten a las demandas cambiantes, por conceptos como los cambios demográficos, las tendencias nutritivas en entornos cada vez más conectados y comunicados entre sí, los estilos de vida y la individualización de las opciones de compra. Toda la dinámica enunciada anteriormente se ve reflejado en la especialización de zonas, países y regiones en determinada familia de productos, que de acuerdo con las ventajas comparativas definen cual es el camino por seguir productivamente hablando.

El cambio de concepción de una producción concebida a las masas a la producción de elementos y alimentos a la fragmentación social como población objetivos pues al formarse nuevos segmentos de mercado representados en nuevos estilos de vida y una moderación sin precedentes al consumidor que cuenta con múltiples ofertas para un mismo producto, el cambio en los hábitos de consumo junto con un aumento demográfico ocasionan un aumento constante en los volúmenes de producción y el los valores de rendimiento de los

cultivos apalancados en procesos de mejora bajo una fuerte competencia entre actores ubicados en cualquier región o país del mundo.

Principales Productores De Piña en el mundo (Por Toneladas métricas producidas)		
País	Unidad de medida	Valor
Costa Rica	Toneladas	2.685.131
Brasil	Toneladas	2.483.831
Filipinas	Toneladas	2.458.420
Tailandia	Toneladas	2.209.351
Indonesia	Toneladas	1.837.155

Tabla2. Principales productores de piña de acuerdo con la producción calculada en toneladas Fuente: Trade Map

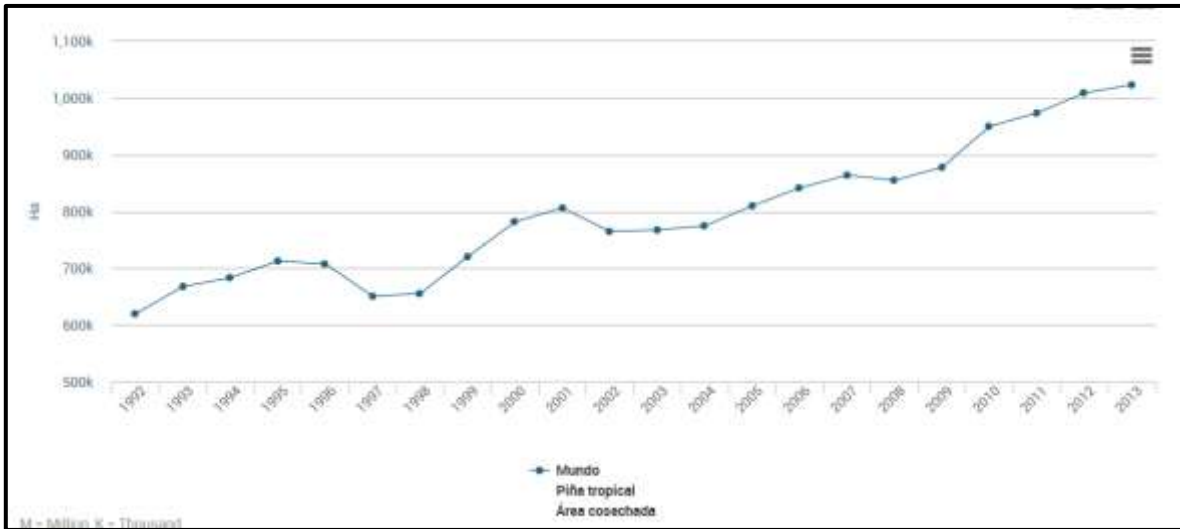
La segmentación mencionada anteriormente y la aparición de nuevos canales de distribución permitió que países como Costa Rica, Brasil y algunos actores del sudeste asiático dinamizarán considerablemente sus ofertas exportables (Principalmente la Piña) basadas mayoritariamente en sus cadenas de valor a nivel nacional con una participación importante de pequeños y medianos productores que ayudados de un proceso de diversificación agrícola lograron aumentar tajantemente la producción frutícola hasta convertirse en jugadores cruciales en la producción de frutas tropicales como la piña .

5.1.3. EXTENSIÓN DEL CULTIVO (HECTÁREAS CULTIVADAS).

Otros aspectos que deben ser tenidos en cuenta a la hora de analizar los datos de producción global de piña, tienen que ver con la extensión de áreas cultivadas exclusivas para el cultivo

de piña y el rendimiento ponderado de dichas extensiones de tierra, pues la correlación entre variables de ese tipo permita evidenciar el grado de aprovechamiento y eficiencia las empresas, organismos y entidades encargadas de la producción y explotación del cultivo de piña.

La extensión global de hectáreas destinadas al cultivo de piña supera el 1.100.000 de acuerdo con datos suministrados por la FAO, mostrando a Nigeria como el país con la mayor cantidad de hectáreas destinadas al cultivo de Piña tropical, los valores se calculan en aproximadamente 180.000 hectáreas, seguidamente se encuentra India con 105.000 hectáreas, continuando por Tailandia, China y Brasil con valores comprendidos entre 91.682, 78.200 y 63.204 hectáreas respectivamente. Aunque se continúa con la hegemonía de los países latinoamericanos y asiáticos en el escalafón, llama la atención de un país africano como Nigeria sea quien dedica más hectáreas de su geografía al cultivo de piñas, pero que contrasta con su baja producción denotando trastornos en la cultura productora. (Trademap, 2016)



Grafica 11. Producción global de piña de acuerdo con las hectáreas sembradas.

Si bien la producción va muy correlacionada con el número de Hectáreas sembradas, es importante mencionar que muchas veces su comportamiento se ve regulado por factores externos, muchas veces relacionado con las tenencias y manejo de grandes extensiones de territorio, en países con gran tradición ganadera, es un común denominador la disputa entre la prevalencia de latifundios o de la asignación de esta para proyectos productivos frutícolas de gran envergadura.

Los entornos productivos con disponibilidad limitada de tierra fue un factor clave que debido a las circunstancias permitió un aumento sensible e importante de la productividad, quizás apalancado por la necesidad de obtener mayores rendimientos, son estímulos que desencadenan reacciones en la parte operativa y poder alcanzar cuotas de producción teóricas.

La expansión de la superficie cultivada representa algo menos de una cuarta parte del aumento de la producción de los países. Sin embargo, en zonas con más abundancia de

tierras, la expansión de la superficie fue un factor que contribuyó en mayor medida. Esto ocurrió especialmente en el África subsahariana donde representó el 35 por ciento y América Latina donde la cifra alcanzó el 46 por ciento.

Principales productores mundiales de piña (Por número de hectáreas sembradas)			
País	Unidad	Valor	Fuente información
Nigeria	Ha	180000	Estimación FAO
India	Ha	105000	Datos oficiales
Tailandia	Ha	91680	Datos oficiales
China	Ha	78200	Agregado, puede incluir datos oficiales, semi-oficiales, estimados o calculados
China, Continental	Ha	70000	Estimación FAO
Brasil	Ha	63204	Datos oficiales

Tabla 3. Principales productores mundiales de piña de acuerdo con las hectáreas cultivadas.

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.1. RENDIMIENTO DEL CULTIVO.

El rendimiento por hectárea de cultivo se define como la producción dividida entre la superficie, mayores niveles de rendimiento indican un mejor manejo y gestión de la tierra, técnicas agrícolas y mecanización de procesos, en el cultivo de piña presenta tasas muy amplias entre productores, dichos valores pueden abarcar rendimientos que van desde 18 Ton/Ha hasta regiones donde la productiva por hectárea es de 114 Ton/Ha mostrado las

brechas productivas que existe a la hora de analizar el impacto de la tecnificación en la agroindustria en países que han implementado mejoras en sus sistemas productivos, a comparación de aquellas naciones cuya producción es netamente artesanal para satisfacer necesidades de mercados regionales.

La evolución de una tasa ponderada de rendimientos por hectárea en el cultivo de piña a nivel mundial demuestra fluctuaciones importantes desde inicios de la década de 1990, pues se pasa de rendimientos de 20 Ton/Ha a 26 Ton/Ha con un comportamiento sostenido desde el año 2000, valores interesantes teniendo en cuenta las brechas tecnológicas entre países productores de orden mundial y productores locales rudimentarios.

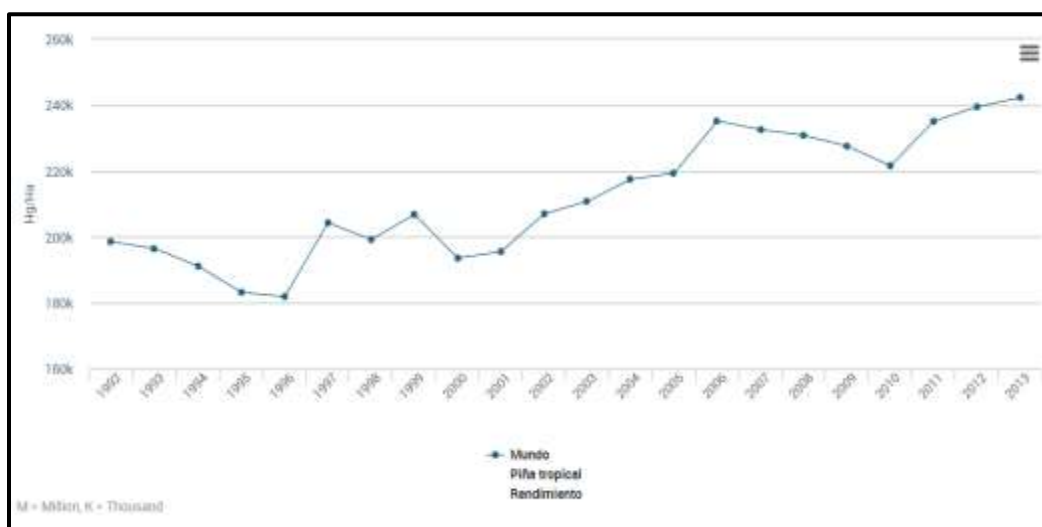


Grafico 12. Rendimientos ponderados mundiales de rendimientos en cultivos de piña.

Fuente: Trade Map

A nivel mundial y discriminando por países la tasa de rendimiento más alta se registra en indonesia donde los rendimientos duplican a Ghana, Costa de marfil, Costa Rica y Benín respectivamente como naciones que siguen los pasos de los rendimientos indonesios.

Indonesia reporta rendimientos por hectárea de 114,8 Ton/Ha, mientras que sus contrapartes como Ghana reporta 61,8 Ton/Ha, Costa de Marfil 60,0 Ton/Ha, Costa Rica 59,6 Ton/Ha y Benín 53,4 Ton/Ha completado el grupo con los cinco países con mayores rendimientos por hectárea cultivada. Es importante mencionar como las naciones africanas aptas para el desarrollo agroindustrial del cultivo de piña logran establecer niveles competitivos de productividad y rendimiento, situaciones que deben ser tenidas en cuenta lo largo del avance del presente trabajo (Trademap, 2016).

Lo que respecta al rendimiento de Colombia, su rendimiento por hectárea oscila en 44,7 Ton/Ha, ubicándose en el puesto número 12 a nivel global, compartiendo niveles de rendimiento muy similares a México, Honduras y Puerto Rico.

Principales productores mundiales de piña (De acuerdo con rendimientos del cultivo)			
País	Unidad	Valor	Fuente Datos
Indonesia	Hg/Ha	1148222	Datos calculados
Ghana	Hg/Ha	618000	Datos calculados
Costa de Marfil	Hg/Ha	600000	Datos calculados
Costa Rica	Hg/Ha	596696	Datos calculados
Benín	Hg/Ha	534111	Datos calculados

Tabla 4. Principales productores mundiales de piña de acuerdo con el rendimiento del cultivo.

Para la mayoría de países existen diferencias de rendimientos muy cercanas o similares. Sólo unos pocos países consiguen realmente su máximo rendimiento alcanzable. Cuando

aumenten los precios reales, hay todas las razones para creer que los agricultores se esfuerzan en reducir las diferencias de rendimientos. En el pasado, los agricultores con buen acceso a tecnologías, insumos y mercados han respondido con gran rapidez a precios más altos.

La aparición de clúster y diferentes cadenas productivas asociativas permiten un apalancamiento en aspectos como la investigación y desarrollo que la ser abordado en manera conjunta permite reducir costos de inversión y tiempos de entrega y aplicabilidad de nuevos conceptos y mejoras en herramientas lo que se traduce en aumentos de productividad tangibles y en aumento en el tiempo que si bien se puede ver ralentizado en ciertas épocas, nunca tiende a la baja si se conservan dichas inversiones y alianzas científico productivas, pues el campo de la agricultura y agronomía siempre va de la mano con avances en otras áreas del conocimiento como la genética, bioquímica etc.

5.1.2. COMERCIO GLOBAL DE PIÑA.

A la hora de hacer un análisis retrospectivo y prospectivo del comercio internacional de la piña, se deben analizar los valores reportados de exportaciones e importaciones tanto en cantidad como en costo y valores de dichos movimientos de mercancía.

La dinámica comercial de la piña siempre ha guardado un estrecho balance importación exportación; en el año 2013 los valores de exportaciones globales rondaban los 3,5 millones de toneladas métricas frente a los 2,9 millones de toneladas de piña importada en el mundo balance fue positivo en 425 millones de toneladas. Otros datos que se desprenden del comportamiento en las cantidades de piña que hicieron parte del comercio global están relacionados como en dos décadas (1992-2013) se pasa de exportar menos de 600.000

toneladas en el año 1992 hasta llegar a 3.410.613 toneladas en el año 2013, demostrando un aumento del 578%, el comportamiento con la producción destinada a la importación es similar, pues si en el año 1992 se importaron 631.942 toneladas, en el año 2013 se pasó a importar 2.984.855 toneladas, representando un aumento del 472%, son datos que demuestran un crecimiento sin precedentes y que históricamente muestran una tendencia que dista lejos de reflejar un estancamiento del mercado de piña. (Trademap, 2016).

5.1.3. EXPORTACIÓN DE PIÑA.

A la hora de analizar el comercio internacional de la piña, se debe tener en cuenta el monto de las exportaciones e importaciones relatadas en el mismo periodo de tiempo del diagrama anterior, en este caso las importaciones presentan un valor más alto y marcado que las exportaciones, se calcula que para el año 2013 las importaciones globales de piña ascendieron a 2.394 millones USD, mientras que las exportaciones ascendieron a 1.768 millones USD, dando como resultado una balanza negativa de -626 millones USD, demostrando que el mercado aún puede crecer a un ritmo sostenido en el tiempo, se calcula que el valor de las exportaciones crece a una tasa de 4% (Valor calculado entre 2010-2014), mientras que las cantidades crecen a una tasa de 5% . (Trademap, 2016).

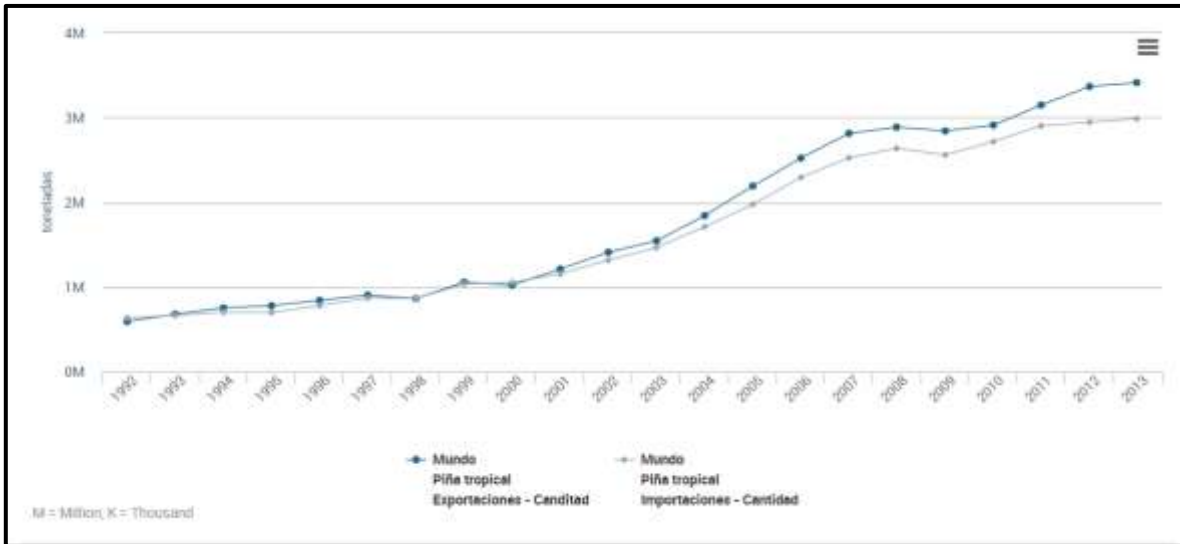


Grafico 13. Importaciones vs Exportaciones globales de piña de acuerdo con las toneladas

Es importante notar como Costa Rica se mantiene como el primer exportador mundial de

piña, Según datos del Trade Map dicho país exporto en el año 2014 el equivalente a

2.126.929 toneladas, valoradas en 889 millones USD, representando cerca del 59% de

exportaciones globales de piña; con valores muy distantes, en segundo lugar en el plano

exportador, Países Bajos a pesar de tener un saldo comercial negativo cercano a los 29

millones USD, exporta piña por un valor de 255 millones USD, representado en 274.000

toneladas de piña. Filipinas con ventas por 147 millones USD representados en 461.000

toneladas de piña ocupa el tercer lugar en el listado de exportadores de piña. Países como

Bélgica y estados unidos completan aquellos países exportadores con cantidades exportadas

superiores a las 100.000 toneladas (124.781 y 121.928 toneladas respectivamente).

(Trademap, 2016).

El caso de Colombia es que su producción se destina en una proporción casi totalitaria al

consumo interno, de la producción total calculada según datos de la FAO en el 2013,

equivalía a 643.039 toneladas, solo 3.209 toneladas equivalentes al 0,49% de la producción

de piñas sembrada en Colombia, lo que a nivel global hace que se ubique en el puesto número 32 de exportadores globales de piña.

EXPORTADORES	Valor exportado en 2014 (miles de USD)	Saldo comercial 2014 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2014	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	1872558	-600312	3612735	Toneladas	518
Costa Rica	889148	889074	2126929	Toneladas	418
Países Bajos	254924	-29134	274009	Toneladas	930
Filipinas	147705	147704	461856	Toneladas	320
Bélgica	121475	-18894	124781	Toneladas	974
Estados Unidos de América	115204	-488705	121928	Toneladas	945
Ghana	45063	44719	36664	Toneladas	1229
Panamá	31906	31276	67038	Toneladas	476
Ecuador	28272	28098	57380	Toneladas	493
Alemania	25997	-145265	22875	Toneladas	1136
España	25241	-101469	25860	Toneladas	976

Tabla 5. Balance, principales exportadores de piña en el mundo.

La hegemonía de Costa Rica como el principal exportador de piña en el mundo se cimienta en su bien lograda cadena de suministros que junto a fuertes políticas gubernamentales enfocadas a robustecer la capacidad productiva de toda la cadena, involucrando grandes pequeños y medianos productores, aspecto que le ha permitido manejar ventajas comparativas considerables frente a productores alrededor de todo el mundo, pues su manejo de aspectos como la disponibilidad de tierra es muy eficiente a diferencia de sus grandes contrincantes, tiene muy poca disponibilidad de tierra para aumentar su capacidad productiva de manera exponencial. Surgen también algunos países en Sudamérica, África ecuatorial y el sudeste asiático, aprovechando su condición climática para desarrollar cultivos de piña, aunque aún sus números están alejados pues no pueden contar con

rendimientos o extensiones de áreas sembradas similares, si cuentan con un adecuado plan de estímulo y desarrollo les permitirá en un futuro ser formidables competidores de los primeros productores y exportadores de piña del mundo.

5.1.4. IMPORTACIÓN DE PIÑA.

En el tema de valores netos de importaciones de acuerdo con el Trade Map, para el año 2014 fueron importadas 3.209.383 Toneladas, representadas en 2.472 millones de dólares, en este aspecto es relevante mencionar que hay una tasa de crecimiento del 3% en cuanto al valor de las importaciones globales y un aumento del 5% en cuanto a las cantidades importadas, ambos valores prorrateados entre 2010 y 2014.

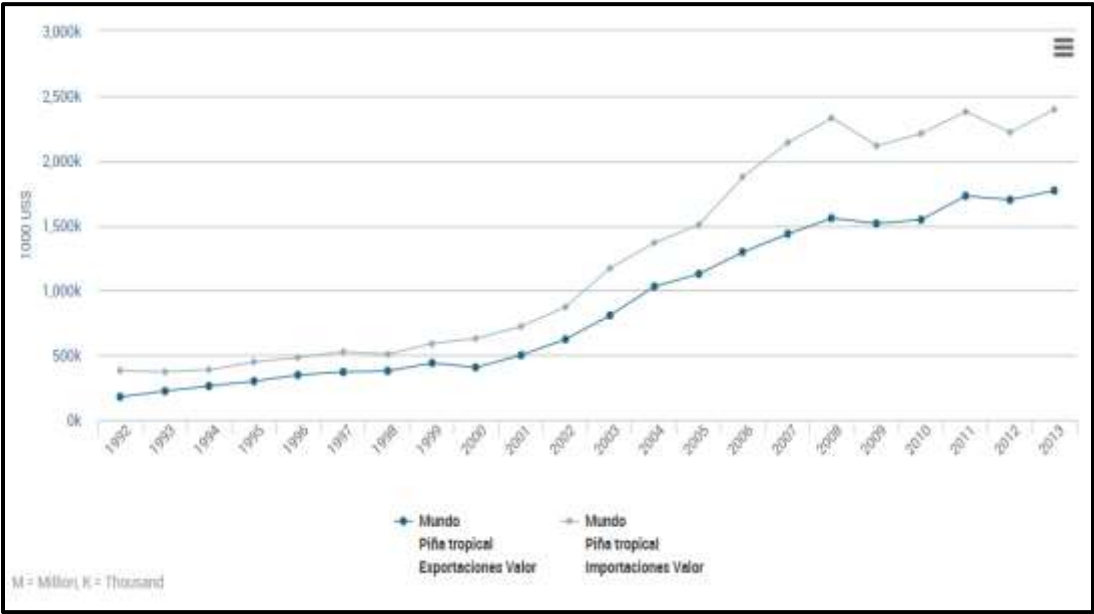


Grafico 14. Importaciones vs Exportaciones globales de piña de acuerdo con el valor del comercio.

Estados unidos funge como el principal importador a nivel mundial del mercado de piña, triplicando las importaciones del segundo país importador (Países Bajos). La demanda importadora de Estados Unidos asciende a 1.046.527 toneladas durante el año 2014

representando el 32% de la producción importada, el valor de dicha producción alcanza los 603 millones USD, representando 24,4% del valor total de las importaciones de piña. Seguidamente varios países del bloque europeo (Países bajos, Alemania, Reino Unido, Bélgica, Italia, España y Francia) y otros del frente asiático (Japón y Corea), aparecen como grandes importadores de dicho fruto. Es importante notar como algunos de los grandes importadores pertenecientes a la Unión Europea como Países Bajos y Bélgica figuran como grandes exportadores e importadores al tiempo, mostrando la gran cantidad de consumo interno de estos países, lo que denota una población ávida de consumo y por aplicar valor agregado a este tipo de frutas. (Trademap, 2016).

IMPORTADORES	Valor Importado en 2014 (miles de USD)	Saldo comercial 2014 (miles de USD)	Cantidad Importada en 2014	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	9816340	-1024850	7332499	Toneladas	1339
Estados Unidos de América	2652552	-2313838	2203060	Toneladas	1204
Países Bajos	862614	-8937	633272	Toneladas	1362
Francia	618903	-499341	326911	Toneladas	1893
Alemania	551296	-433490	302050	Toneladas	1825
Reino Unido	461707	-443967	285061	Toneladas	1620
Canadá	416166	-412526	260941	Toneladas	1595
Japón	335436	-335399	234384	Toneladas	1431
España	321529	-3060	244720	Toneladas	1314

India	267790	-67926	347782	Toneladas	770
China	255064	-244280	176348	Toneladas	1446

Tabla 6. Balance, principales importadores de piña en el mundo.

Al observar cómo los países europeos y norteamericanos surgen como los principales importadores no solo de pina sino de frutas tropicales, es posible deducir el origen de las tendencias que originan un aumento del consumo y por ende un aumento en las importaciones de estos frutos. En primer lugar, un aumento en la tendencia del consumo de alimentos saludables, sumado en el concepto publicitario y de imagen que se maneja en dichos países sobre las frutas exóticas, pues el énfasis sobre los beneficios que genera su consumo y un imaginario que cala profundo en la población. El poder contar con un suministro de dichos frutos a lo largo del año sin importar la presencia de estaciones, obliga a dichos países a encontrar proveedores en diferentes latitudes que puedan ofrecer el producto en épocas en las que el país destino es incapaz de proveer. La diversidad étnica que han alcanzado diferentes países desarrollados ha implicado una fusión de costumbres culturales y por ende culinarias que implica un consumo cada vez más gran de frutas y en especial de piña.

Después de hacer el respectivo paneo del sector internacional de comercio de fruta, específicamente en el comercio de piña, es adecuado hacer un panorama del fruto en Colombia, para lograr complementar el análisis y lograr un contorno completo.

5.1.5. DIAGNÓSTICO DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE FRUTAS

En el año 2016 las exportaciones de frutas están en el orden de los USD 1035 millones, mostrando un aumento de ese rubro desde el año 2012 donde el valor exportado era de USD 880 millones. Las exportaciones de frutas colombianas están representadas en un 92% por la exportación de banano, en conclusión, un valor de USD 121 millones comprende las exportaciones frutícolas sin el banano.

Antioquia y Magdalena son actualmente los departamentos que aportan en mayor medida con la exportación de frutas por el cultivo del banano. La exportación del banano que representa el 97% de sus exportaciones en fruta.

EXPORTACIONES DE FRUTOS COLOMBIANAS POR CODIGO AÑOS 2012 A 2016						
(Miles USD)						
CÓD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
'0803	Plátanos, incl. plátanos, frescos o secos	822010	763859	835546	802628	914937
'0810	Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos (excl. frutos ...	48715	51629	56947	55389	57567
'0804	Dátiles, higos, piñas "ananás", aguacates "paltas", guayabas, mangos y mangostanes, frescos ...	2015	3788	6509	15139	47369
'0805	Agrios "cítricos", frescos o secos	2768	3809	12734	9417	9436
811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...	1246	842	1148	1605	3076
'0813	Albaricoques "damascos, chabacanos", ciruelas, manzanas, melocotones, peras, papayas, tamarindos ...	2126	2777	4967	4798	2604

'0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos	480	78	265	269	392
'0802	Frutos de cáscara, frescos o secos, incl. sin cáscara o mondados (excl. cocos, nueces del Brasil ...	210	127	110	43	156
'0807	Melones, sandías y papayas, frescos	677	177	87	156	137
'0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón [merey, cajuil, anacardo, "cajú"], frescos o secos, ...	79	98	122	97	100
'0809	Albaricoques "damascos, chabacanos", cerezas, melocotones "duraznos", incl. los griñones y ...	67	77	50	90	93
'0806	Uvas, frescas o secas, incl. las pasas	49	114	277	123	72
'0814	Cortezas de agrios "cítricos", de melones o sandías, frescas, congeladas, secas o presentadas ...	0	0	2	0	12
'0812	Frutos conservados provisionalmente, p.ej. con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o ...	1	1	2	16	0
TOTAL		880443	827376	918766	889770	1035951

Tabla 7. Principales Frutas exportadas por Colombia años 2012-2016. Fuente: Trade Map

Frente a la investigación se disgrega la partida 08440 y se observa que la piña en el año 2016, su valor de exportación es de USD 9,7 millones lo que representa un incremento del 190% frente al año 2015 donde la exportación fue de USD 3,4 millones.

Este incremento representa un avance en el cultivo de la piña y su inserción en mercados internacionales, sin embargo, sigue siendo un valor poco representativo en el total de las exportaciones de ese fruto.

De la tabla anterior se puede inferir un aumento sostenido entre los principales frutos de importancia ubicados en los tres primeros renglones (Excepto el banano), el

comportamiento que según los especialistas en el campo ha superado todas las expectativas se cimienta en muchas de las apuestas que ha asumido el gobierno para potenciar la maquinaria productiva agrícola mediante herramientas como el plan de transformación productiva, el aprovechamiento de los acuerdos y alianzas comerciales que poco a poco van atrayendo a productores para que además de suplir la demanda local (Con la que en la mayoría de casos se sienten cómodos), entren a suplir mercados alrededor del mundo.

Ante los aumentos registrados años tras años, es importante resaltar la apertura de once nuevos mercados durante el último año para productos de origen agrícola, incluyendo aguacate y piña, productos que marcan una tendencia sostenida que de ser mantenida puede continuar el proyecto nacional de convertir a Colombia en una dispensa de clase mundial en el mediano plazo.

EXPORTACIONES DE FRUTOS COLOMBIANAS POR CODIGO 080440 AÑOS 2012 A 2016 (Miles USD)						
CÓD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2016
'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	11	1179	3573	10279	35040
'080430	Piñas "ananás", frescas o secas	1538	1814	2090	3458	9768
'080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	349	665	725	1162	2313
'080420	Higos, frescos o secos	118	129	120	239	248
'080410	Dátiles, frescos o secos	0	0	0	0	0
Total		2016	3787	6508	15138	47369

Tabla 8. Principales Frutas Partida 080440 exportadas por Colombia años 2012-2016

Fuente: Trade Map

La dinámica del comercio de frutas colombianas se ve ampliamente fortalecido del diseño y posterior implementación de los acuerdos comerciales firmados con los diferentes países que han entablado relaciones comerciales con Colombia, aunque los tratados suscritos con países europeos y en América del norte son los que generan el mayor intercambio comercial, es importante proyectar como otros acuerdos como por ejemplo la alianza del pacífico permitirán en un futuro corto generar cifras y valores nada despreciables en los indicadores del comercio internacional de frutas colombianas.

5.1.6. PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS FRUTÍCOLAS.

El principal destino de las exportaciones de fruta al año 2016 son Bélgica con USD 244 millones de dólares con una participación del 23,6% del total de las exportaciones, seguido de Reino unido con 196 millones y una participación del 18,9%, en tercer lugar EE. UU con USD 188 millones con un 18,2% del total de las exportaciones. En cuarto lugar, se encuentra Italia y países bajos, lo que conlleva a deducir lo importante del mercado europeo para la fruta colombiana.

En la tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2012-2016, se observa que Italia y Países Bajos son las naciones que más se incrementado el reglón exportador de frutas, y que EE. UU existe un decrecimiento del 7% en ese mismo periodo.

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE FRUTAS COLOMBIANAS				
PAIS	Valor exportada en 2016 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Colombia (%)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2012-2016 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2015-2016 (% p.a.)
Bélgica	244819	23,6	5	7
Reino Unido	196023	18,9	5	24
Estados Unidos de América	188322	18,2	-7	13
Italia	144969	14	20	20
Países Bajos	111507	10,8	23	37
Alemania	68158	6,6	-12	-18
España	14735	1,4	66	161
Grecia	10523	1		485
Francia	9492	0,9	23	21
Otros países	47403	4,6		
Mundo	1035951	100	4	16

Tabla 9. Principales Importadores de Frutas Colombianas años 2012-2016 Fuente: Trade Map

Según la gráfica 18, EE. UU sigue siendo el país mayor importador de fruta en el mundo, seguido de Alemania, lo que conlleva a que Colombia tenga mira este mercado norteamericano como el más relevante para introducir las frutas colombianas y en especial la piña.

En el análisis de las tasas de crecimiento de los años 2015 y 2016 se observa que las exportaciones a los EE. UU es revertida y se incrementó en un 13%, muestra lo atractivo del mercado norteamericano. Países bajos sigue teniendo crecimientos espectaculares y se

ofrece como una alternativa de igual manera para la exportación de las frutas producidas del Valle.

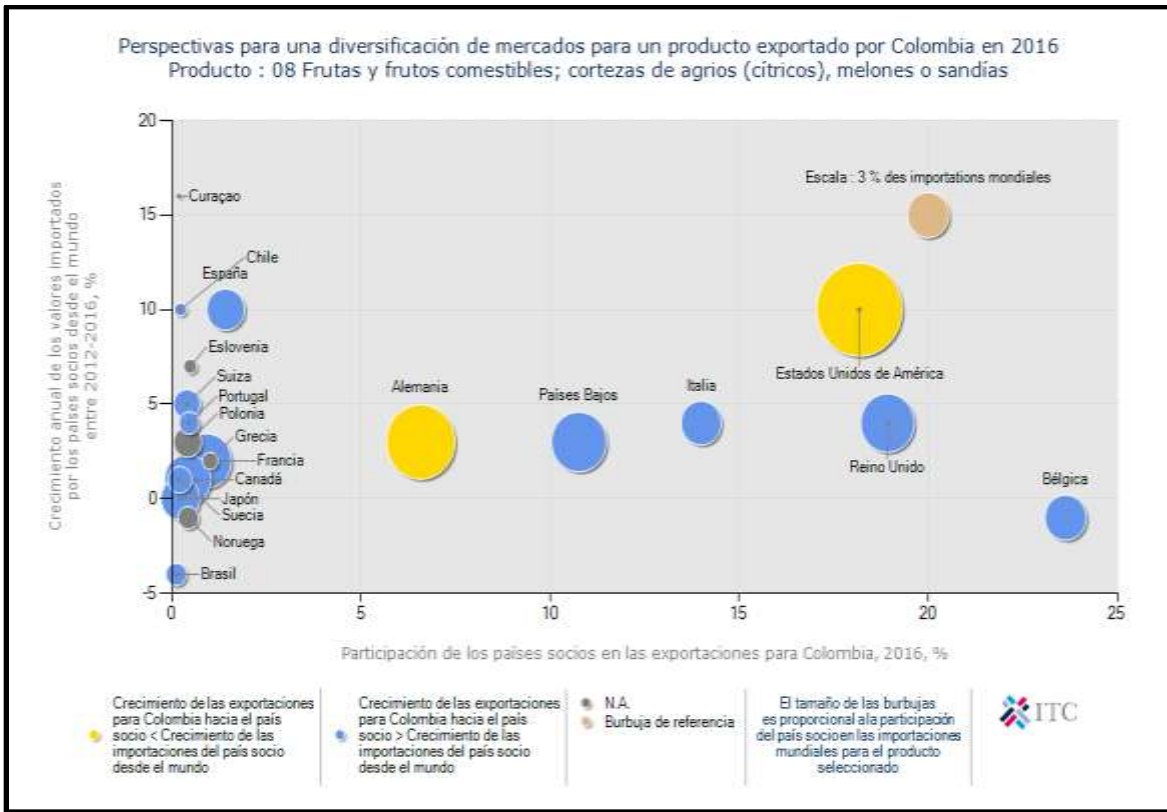


Gráfico 15 Dispersión de los principales mercados internacionales Frutícolas Colombianas
 Fuente: Trade Map

Teniendo en cuenta el aumento constante de las hectáreas cultivadas y los niveles de producción y carga que va en aumento, se debe velar por un crecimiento proporcional de la infraestructura logística que permite el libre tránsito de las frutas que entran o salen del país, el comportamiento en puertos ha sido de crecimiento un poco lento pero sostenido, con la aparición de nuevos puertos como el de turbo para la salida de fruta (Principalmente

banano) hacia el mercado europeo o norteamericano. Igualmente, la implementación de contenedores refrigerados como norma para el transporte de frutas permite complementar dicho esquema logístico para mantener cotas de crecimiento en puertos del 2 al 4%.

A. Exportaciones de frutas hacia los EE. UU. desde Colombia

Según los valores del Trade Map al año 2016 al mercado norteamericano se exportaron USD 188 millones, donde el 95% representa la exportación del banano. Frente a la exportación de otros frutos la exportación es relativamente baja, sin embargo, si se revisa la partida arancelaria en la tabla 10 y 11 se observa como la piña pasa de 749 mil dólares a 2,6 millones un periodo de dos años, mostrando los esfuerzos realizados por exportar este fruto hacia EE. UU., aunque comparado con costa Rica que exporta 500 millones hacia EE. UU., concluimos el largo camino que falta por recorrer.

Código del producto	Descripción del producto	Exportación de frutas Colombianas hacia los EEUU.		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
'0803	Plátanos, incl. plátanos, frescos o secos	221876	161971	179644
'0805	Agrios "cítricos", frescos o secos	5675	2390	3044
'0804	Dátiles, higos, piñas "ananás", aguacates "paltas", guayabas, mangos y mangostanes, frescos ...	749	1509	2604
'0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de ...	470	596	1472
'0810	Fresas, frambuesas, zarzamoras, grosellas y demás frutos comestibles, frescos (excl. frutos ...	479	575	1338
'0813	Albaricoques "damascos, chabacanos", ciruelas, manzanas, melocotones, peras, papayas, tamarindos ...	528	162	189
'0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos	0	0	32
'0812	Frutos conservados provisionalmente, p.ej. con gas sulfuroso o con agua salada, sulfurosa o ...	0	0	0
'0809	Albaricoques "damascos, chabacanos", cerezas, melocotones "duraznos", incl. los griñones y ...	8	5	0

'0814	Cortezas de agrios "cítricos", de melones o sandías, frescas, congeladas, secas o presentadas ...	2	0	0
'0801	Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón [mery, cajuil, anacardo, "cajú"], frescos o secos, ...	0	0	0
'0806	Uvas, frescas o secas, incl. las pasas	63	30	0
'0802	Frutos de cáscara, frescos o secos, incl. sin cáscara o mondados (excl. cocos, nueces del Brasil ...	0	0	0
'0807	Melones, sandías y papayas, frescos	0	0	0
Total		229850	167238	188323

Tabla 10. Balance sobre las principales partidas arancelarias (Frutas) comercializadas en Estados Unidos. Fuente: Trade Map

Código del producto	Descripción del producto	Exportaciones Partida 0804 de Colombia hacia Estados Unidos de América		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
'080430	Piñas "ananás", frescas o secas	749	1507	2574
'080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	0	2	28
'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	0	0	2
'080410	Dátiles, frescos o secos	0	0	0
'080420	Higos, frescos o secos	0	0	0
Total		749	1509	2604

Tabla 11. Balance sobre las principales partidas arancelarias 08040 comercializadas en Estados Unidos: Trade Map

B. Comparación de las exportaciones hortofrutícola países latinoamericanos.

La comparación de la exportación frutícola de los países competidores en la región como Chile, Ecuador, Perú muestra como Colombia se ha rezado frente a la exportación de las frutas a los mercados internacionales, y que es necesario aprovechar la experiencia adquirida por nuestros vecinos continentales.

EXPORTACIONES FRUTICOLA POR PAISES COMPETIDORES DE LA REGION AÑOS 2014 A 2016 (MILES DE USD)			
	2014	2015	2016
CHILE	5765783	5379501	5879934
ECUADOR	2691630	2935411	2874090
PERU	1536395	1792638	2016893
COLOMBIA	918766	889770	1035951

Tabla 12. Exportaciones Frutícolas Por Países de la región (Miles De USD): Trade Map

Según la tabla 12 se observa como Chile exporta a los mercados internacionales un valor de USD 5879 millones de dólares en fruta para el año 2016, seguido por Ecuador con un valor de \$2874, sin embargo, se observa el incremento sustancial del Perú en sus exportaciones, dado que si comparamos al año 2014 sus exportaciones eran del orden del 1536 millones y al año 2016 es de 2016 un incremento de 500 millones en el término de dos años.

La tabla 13 nos muestra que el comportamiento de la exportación de los países suramericano cercanos hacia los Estados Unidos es importante, y representa un mercado importante para el total de sus exportaciones.

EXPORTACIONES FRUTICOLA HACIA EE. UU DE LOS PAISES DE LA REGION AÑOS 2014 A 2016. (MILES DE USD)			
	2014	2015	2016
CHILE	1797214	1695443	1970239
ECUADOR	483030	538853	535127
PERU	444577	568236	675475
COLOMBIA	229850	167238	188323

Tabla 13. Exportaciones Frutícolas Por Países de la región hacia Estados Unidos (Miles De USD): Trade Map

5.2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA NACIONAL

Esta caracterización tiene como objetivo describir la situación actual del sector hortofrutícola nacional y del departamento del valle del cauca, revisando variables como la producción, las áreas sembradas, los rendimientos por hectáreas, y tendencias de consumo interno o demanda. Como el tema de estudio está relacionado con las frutas, se profundizará en el sector frutícola por encima de las hortalizas, para posteriormente dar paso a la caracterización del cultivo de piña en Colombia y el valle del Cauca.

Colombia posee ventajas comparativas debido a su posición geográfica y las condiciones climáticas favorables para el crecimiento y desarrollo agrícola, ya que posee todos los pisos térmicos en una amplia extensión de área cultivable con suelos que son propicios para la agricultura especialmente de frutas y hortalizas, inclusive tiene la oportunidad de generar en este subsector una producción que facilite la llegada a mercados internacionales con diferentes variedades de frutas y hortalizas. Las frutas y hortalizas cultivadas en Colombia en comparación con la de otros países tropicales es de mejor calidad si lo vemos desde el punto de vista de las características organolépticas, especialmente color, sabor, aroma, mayor contenido de sólidos solubles y grados brix.

El sector hortofrutícola es un pilar fundamental para jalonar el crecimiento en Colombia, por lo cual el gobierno incluyó en el plan de transformación productiva este sector buscando fortalecerlo y que sea competitivo, por ende, el gobierno nacional a través del plan Nacional de Desarrollo (PND) 2010 – 2014, creó una hoja de ruta con el fin de generar un crecimiento económico sostenible.

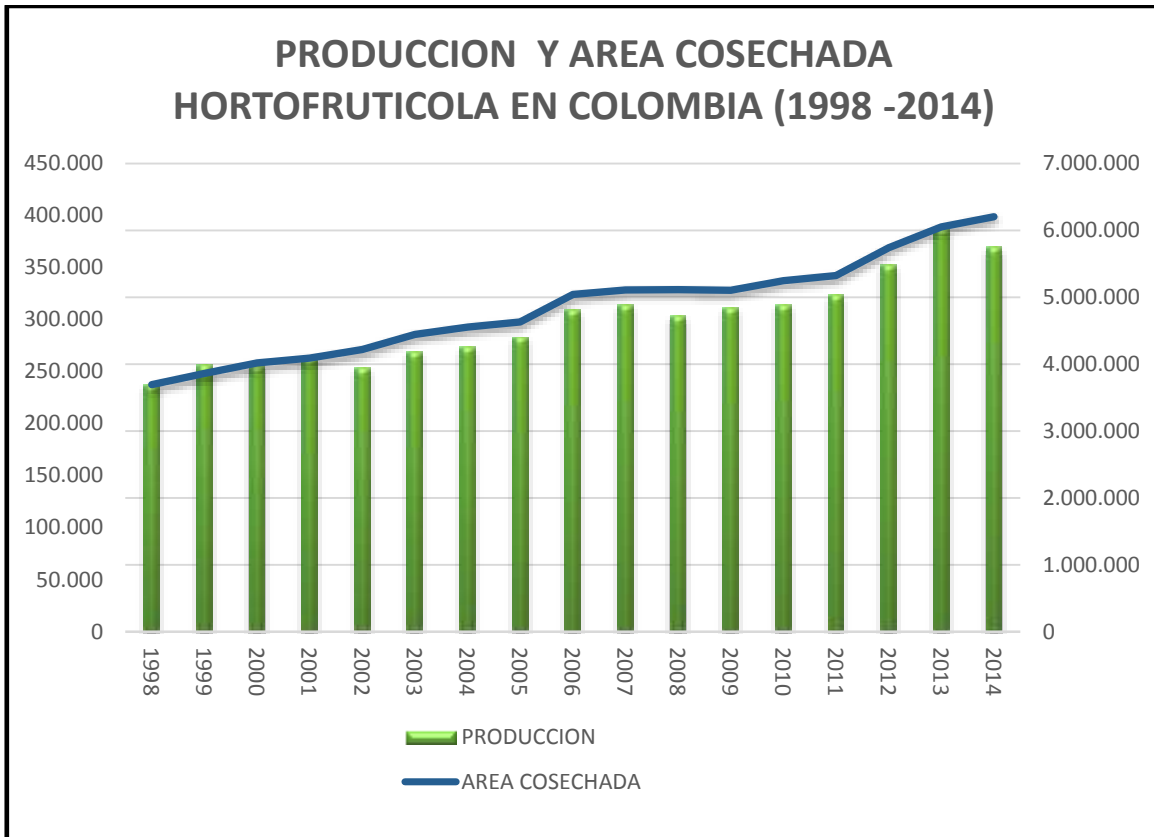
5.2.1. PRODUCCIÓN Y ÁREA COSECHADA DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA EN COLOMBIA 1998-2014.

La producción de frutas y hortalizas en Colombia ha tenido un incremento en las dos últimas décadas, al punto de casi duplicar la producción y las áreas cosechadas de los cultivos de frutas y hortalizas, según se refleja en la tabla 14 y el gráfico 16, donde se reflejan las cifras y el comportamiento de la producción y área cosechada de frutas y hortalizas desde el año 1998 hasta el año 2014.

PRODUCCION Y AREA COSECHADA HORTOFRUTICOLA EN COLOMBIA (1998 -2014)						
AÑO	FRUTAS		HORTALIZAS		TOTAL	
	PRODUCCION (T)	AREA COSECHADA (Ha)	PRODUCCION (T)	AREA COSECHADA (Ha)	PRODUCCION (T)	AREA COSECHADA (Ha)
1998	2.086.692	149.274	1.597.784	88.109	3.684.476	237.383
1999	2.261.477	152.908	1.716.196	95.230	3.977.673	248.138
2000	2.260.534	162.171	1.710.009	96.134	3.970.543	258.305
2001	2.362.494	168.061	1.726.006	94.762	4.088.500	262.823
2002	2.577.935	184.490	1.360.086	86.613	3.938.021	271.102
2003	2.796.944	197.402	1.379.823	88.333	4.176.768	285.735
2004	2.875.418	204.050	1.371.991	88.675	4.247.408	292.725
2005	2.961.853	205.456	1.428.963	92.067	4.390.816	297.523
2006	3.168.723	222.537	1.642.747	101.636	4.811.470	324.172
2007	3.192.439	225.016	1.682.801	103.514	4.875.240	328.530
2008	3.002.312	222.523	1.715.366	106.063	4.717.678	328.586
2009	3.069.840	222.424	1.761.081	105.704	4.830.921	328.128
2010	3.166.688	236.848	1.703.117	100.453	4.869.805	337.301
2011	3.302.009	238.456	1.727.934	103.698	5.029.943	342.154
2012	3.569.807	257.416	1.906.489	111.496	5.476.296	368.913
2013	4.008.561	272.461	2.010.102	116.509	6.018.663	388.970
2014	3.927.321	288.327	1.815.983	110.439	5.743.304	398.766

Tabla 14. Producción, área cosechada hortofrutícola colombiana año (1998-2014),

Elaboración propia.



Grafica 16. Producción y área cosechada Hortofrutícola colombiana (1998-2014). Elaboración Fuente propia.

Estas cifras extraídas de la base de datos del ministerio de agricultura-Agronet, muestran que la producción hortofrutícola al año 2014 fue de 5.743.304 toneladas con un área cosechada de 398766 hectáreas, (sin contar los valores de Plátano, papa, banano), frente al año 1998 donde la cifras fueron de 3684476 y un área cosechada de 237383. La producción de frutas desde el año 1998 al 2014 se duplico pasando de 2086692 toneladas a 3927178 toneladas al año 2014 y de igual manera el área cosechada pasaron de 149.274 hectáreas en el año 1998 a 288327 hectáreas en el año 2014 duplicando de igual manera el área cosechada en 16 años en comparación al cultivo de hortalizas; lo que conlleva, a

resaltar que la producción de frutas en Colombia adquirió en estas últimas dos décadas una mayor participación, donde este rubro representa el 65% de la producción total hortofrutícola, siendo el sector frutícola el de mayor potencial de crecimiento por las diversas oportunidades de negocios existentes.

Como análisis a este fenómeno creciente productivo, se puede decir, que las razones de fundamentalmente se debió a factores como el nacimiento y aplicación tecnológica a los cultivos, que ayuda a un mejoramiento del uso de tierras y manejo ambiental, los programas gubernamentales en los diferentes departamentos que han sido claves para el aumento productivo en estos últimos 20 años, entre ellos, se destacan desde el punto de vista del cultivador la existencia de ayudas a través de los estímulos con un mayor acceso al crédito y un fácil acceso a servicios financieros para agricultores sin experiencia crediticia, el impulso dado por programas de MADR, proyectos liderados por entidades como ASOHOFUCOL orientados al crecimiento y desarrollo de productores hortofrutícolas, también es importante entender que el crecimiento poblacional, hábitos y tendencias de consumo saludables de la población y un mejor nivel socioeconómico han permitido que las frutas y hortalizas compongan parte de la dieta de los hogares en Colombia, generando aumentos importantes de demanda interna que según cifras de la cámara de comercio de Cali del año 2014 se incrementó entre 2008 y 2012 en 11,2%. Sin embargo, es claro que el uso de tierras en Colombia es subutilizado y poco explotado en proyectos agrícolas productivos, dado que las tierras aptas para el cultivo se encuentran acaparadas por terratenientes que ejercen la ganadería intensiva o no utilizan de manera óptima la tierra, sumado esto a la problemática del desplazamiento campesino y falta de

garantías del campo por los problemas de seguridad, conlleva a que las áreas cosechadas sean bajas con lo que respecta al áreas aptas para la siembra en Colombia y que las empresas privadas sean temerosas de invertir en este sector, por lo cual, a pesar de la clara vocación hortofrutícola Colombiana, y los esfuerzos realizados por los entes gubernamentales para que el sector frutícola sea un pilar en el aumento de los niveles de exportación no tradicionales de Colombia , la producción en Colombia no está creciendo a tasas mayores que muestren los esfuerzos realizados por el gobierno y empresas privadas.

En el análisis al sector frutícola realizado en el plan nacional Frutícola (2006), al año 2005 se estimaba que un 70% de la producción de frutas proviene de pequeños y medianos productores, es evidente que esta composición muestra la poca tecnificación existente, por tanto, el desarrollo productivo es amplia, diversa y dispersa representa igualmente a productores heterogéneos en todo sentido incluyendo lo económico, el grado de desarrollo tecnológico, empresarial, comercial y la escolaridad, todo lo cual influye también en la diferente capacidad o disposición para adoptar tecnología.(PNF, 2006).

Es evidente que la calidad de los productos hortofrutícola no cumplen con los estándares de calidad requeridos en mercados del exterior como el europeo o el americano , por lo cual generar una producción mayor implicaría una reducción de precios en el mercado nacional por la sobreoferta de productos, que golpearía las estructura de costos a los pequeños productores, y esto, sumado al poco interés de los cultivadores en explorar mercados internacionales, son razones por la cual, la producción aunque crece, se mantiene con crecimientos bajos sin mostrar un tendencia diferenciadora en ninguno de los años

analizados, esta tendencia se observa en los gráficos 15 y 16 donde se ve una línea constante de crecimiento, que a priori es positiva, pero jalonada, por el crecimiento poblacional y el cambio en los hábitos alimenticios, además, esto se suma a la problemática de las olas invernales, que cada quinquenio afecta la producción, o por el contrario, las épocas de altas temperaturas y poca pluviosidad, genera pérdidas incalculables en las cosechas agrícolas en Colombia.

5.2.2. PRODUCCIÓN, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO POR FRUTA EN COLOMBIA AÑOS 2011-2013.

La producción frutícola nacional está apalancada por una amplia variedad de frutas. En la Tabla 15, se encuentra la relación de las 15 frutas con mayor producción en el territorio nacional las cuales representan un porcentaje importante de la producción total, se refleja las cifras de producción y área cosechada en los años 2011, 2012 y 2013 por cada variedad, sin embargo, existe cuatro frutas relevantes como son: los cítricos, piña, banano y aguacate, que representan el 46% de la producción nacional de frutas.

Por toneladas de producción, en primer lugar, se encuentran los cítricos con una producción de 651.093 toneladas para el año 2013. Los cítricos son cultivos permanentes que se adaptan a diversas condiciones climatológicas, facilitando su producción en diferentes regiones del país, los cítricos son de alto consumo interno, por lo cual, la producción de cítricos está muy extendida por todo el centro del país en los departamentos como Antioquia, Valle del Cauca, Caldas, Risaralda, Quindío, donde representa el 33% de la producción nacional. Otros departamentos importantes en la producción de este cultivo son Santander, Norte de Santander y Boyacá con el 17,5 % de la producción. Y en los últimos

años los llanos orientales con los departamentos de Meta y Casanare que incremento su producción al año 2013 con el 10% de la producción nacional.

En segundo lugar, se ubica la piña con una producción de 643.039 toneladas para el año 2013, en este caso los mayores productores son Santander y el valle del cauca, el análisis de este cultivo se explicará con más detalle en los próximos capítulos.

El tercer lugar se encuentra el banano con una producción de 343.151 toneladas en el mismo año. El banano que se refiere este estudio se refiere al banano criollo para el consumo interno, el cual es diferente en la medición que el banano que se cultiva para exportar a los mercados internacionales. El banano criollo de consumo interno, según datos del Ministerio de Agricultura, se produce principalmente en el Valle del Cauca, Tolima y Antioquia y tiene un área cosechada y una producción importante.

En el cuarto lugar se encuentra el aguacate con 303.340 toneladas, durante el año 2013. Entre las zonas productoras están: Costa Atlántica, específicamente los Departamentos del Cesar, Guajira y Bolívar; Tolima, Antioquia, Caldas, Huila, Risaralda y Valle del cauca.

PRODUCCION, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO POR FRUTA EN COLOMBIA (2011-2013).									
CULTIVO	2.011			2.012			2.013		
	AREA (Has)	PROD(T N)	REN D.(Tn /Ha.)	AREA (Has)	PROD(TN)	REN D.(Tn /Ha.)	AREA (Has)	PROD(T N)	REND .(Tn/H a.)
CITRICOS	28.851	465.114	16,12	36.003	588.958	16,36	38.318	651.093	16,99
PIÑA	12.984	512.316	39,46	12.797	485.080	37,91	14.360	643.039	44,78
BANANO	33.182	333.710	10,06	33.428	327.430	9,80	34.790	343.151	9,86
AGUACATE	24.513	215.089	8,77	27.557	255.207	9,26	32.064	303.340	9,46
MANGOSTINO	18.575	221.015	11,90	22.532	265.226	11,77	23.390	270.826	11,58
NARANJA	16.333	260.715	15,96	14.794	233.887	15,81	15.611	242.286	15,52
PAPAYA	4.968	153.120	30,82	4.834	143.110	29,60	4.824	187.707	38,91
TOMATE DE ARBOL	8.371	129.492	15,47	8.455	156.645	18,53	8.400	163.751	19,49
MANDARINA	8.338	114.536	13,74	8.665	131.001	15,12	9.241	138.052	14,94
GUAYABA	12.184	121.592	9,98	12.628	128.423	10,17	12.646	133.718	10,57
PATILLA	6.473	92.949	14,36	7.753	108.975	14,06	8.148	127.564	15,66
LIMON	6.178	83.351	13,49	7.365	100.516	13,65	8.049	106.442	13,22
MORA	11.652	94.152	8,08	11.931	102.152	8,56	11.988	105.285	8,78
MARACUYA	5.323	79.460	14,93	5.477	84.496	15,43	5.788	95.154	16,44
LULO	6.747	57.071	8,46	7.564	67.485	8,92	7.328	68.749	9,38
FRUTAS VARIAS	33.785	368.328	10,90	35.635	391.215	10,98	37.516	428.404	11,42
TOTAL FRUTAS	238.456	3.302.009	13,85	257.416	3.569.807	13,87	272.461	4.008.561	14,71

Tabla 15. Producción, área cosechada y rendimiento frutícola por producto en Colombia.

(2011-2013) Fuente: Agronet

Frente a los rendimientos obtenidos por variedad de frutas, estos se describen en la tabla 8 por los años 2011, 2012 y 2013, y comprenden la relación con el nivel de producción frente las áreas sembradas y están expresados en toneladas/hectáreas.

Se destaca frutas como la piña, papaya, tomate de árbol como los de mejores rendimientos con 44,78 T/Ha; 38,91 T/Ha y 19,49 T/Ha respectivamente al año 2013. Estos buenos rendimientos están dados por el factor tecnológico implementado en los cultivos y las condiciones favorables climatológicas, suelos y agua.

Sin embargo, los rendimientos promedio de los frutales en Colombia son bajos con los que respecta a países de la región. La piña ha mostrado unos rendimientos importantes debido al desarrollo tecnológico que acompaña este cultivo en algunas zonas del país y dado la proyección exportadora que este fruto posee. También se puede explicar que existen brechas tecnológicas debido a que la producción es realizada por pequeños y medianos productores, donde se combinan rendimiento bajo por productores poco tecnificados con los rendimientos de cultivos tecnificados realizados por grandes empresas. Otro aspecto que afecta los rendimientos en los cultivos es las diversas plagas y enfermedades y la contaminación de suelos, lo cual deja como tarea para el gobierno fortalecer los planes para que, a través del conocimiento sobre prevenciones y control de enfermedades, y aspectos fitosanitarios se puedan vencer estas barreras, se pueda mejorar los rendimientos de los frutales.

5.2.3. PRODUCCION, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO FRUTICOLA POR DEPARTAMENTO AÑOS (2011-2013).

La producción frutícola está dispersa por todas las regiones del país, en la tabla 16 se observa un panorama frutícola por departamentos en los años 2011, 2012 y 2013, y se observa la importancia de los cultivos de frutas para el total de la actividad agrícola de los departamentos. Si revisamos la tabla 16, esta refleja que para los años 2011 a 2013 los departamentos con mayor participación en la producción frutícola fueron Santander, Valle del Cauca, Meta, Antioquia y Cundinamarca.

Santander es productivo dado una existencia de una cultura productiva frutícola, y donde se destaca el aumento de las áreas planteadas y la producción en los últimos años al hecho del incremento en el cultivo de la mandarina, seguido de piña, variedad perolera, guayaba y aguacate. El departamento de Santander cuenta con variedad de climas y suelos., pero además su salida del mar está por la costa atlántica, donde el puerto de Santa marta posee una excelente cadena de frio. Las frutas producidas en el departamento de Santander es comercializada en los mercados de Bogotá, Medellín, Cúcuta y la Costa Atlántica; puesto que de las 584004 toneladas que produce al año 2013, más del 80% de su producción se vende fuera del departamento. En conclusión, es el mayor abastecedor del mercado nacional, si lo medimos por toneladas. Los principales municipios productores de fruta del departamento, como Lebrija, Rionegro, Socorro, San Vicente, Landázuri y Piedecuesta.

El segundo lugar, se destaca el departamento del Valle del Cauca por su alta tecnificación, entre sus frutas cultivadas se destacan las uvas, papaya, maracuyá y piña. Al año 2013 las producciones estuvieron en el orden de las 578613 toneladas. El valle del Cauca es un departamento con diversas variedad de cultivos, y su producción aunque satisface el mercado nacional, a su vez, también parte de su producción es exportada a otras países, como el aguacate has, la papaya, uchuvas, y la piña en menor medida.

En tercer lugar se encuentra el departamento del Meta, el cual se ha posicionado como uno de los mayores proveedores de los principales mercados de piña en Colombia. Su mercado principal está en Bogotá, además son productores de papaya, guayaba pera, maracuyá y cítricos. Los frutales son el sector generador amplias fuentes de trabajo en el departamento

del Meta y poseen el mayor valor agregado por hectárea y empleado de todos las áreas cultivables. La región del Ariari en el Meta, es la que concentra la mayor cantidad de frutas del Departamento, está conformada por 17 municipios: Guamal, San Martín, Granada, Castillo, Dorado, Cubarral, Lejanías, San Juan de Arama, Fuentedeoro, Puerto Lleras, Mesetas, Vistahermosa, Uribe, La Macarena, Mapiripán, Puerto Rico y Puerto Concordia.

El cuarto y quinto lugar lo ocupa Antioquia y Cundinamarca respectivamente con 376552 toneladas y 323443 toneladas, donde los cultivos a resaltar en el departamento de Cundinamarca se distinguen la mandarina, naranja, mango y mora, los cuales representan el 79% del PIB que se genera en este sector en el departamento, y en Antioquia se destaca el tomate de árbol, sin embargo la producción frutícola en ese departamento como en la mayoría de regiones es dispersa, aunque existen zonas especializadas como la región del Urabá en banano, el oriente con fresa y mora, y tomate de árbol en el norte de Antioquia.

AREA COSECHADA, PRODUCCION Y RENDIMIENTO POR HECTAREA FRUTICOLA POR DEPARTAMENTO (2011-2013)									
DEPARTAMENTO	2011			2012			2013		
	Area (Has)	Produc. (Tons)	Rend (TN/ha)	Area (Has)	Produc. (Tons)	Rend (TN/ha)	Area (Has)	Produc. (Tons)	Rend (TN/ha)
Santander	27.291	490.456	17,97	29.126	486.384	16,70	31.602	584.004	18,48
Valle del Cauca	28.077	555.659	19,79	27.469	547.786	19,94	27.358	578.613	21,15
Meta	9.770	229.798	23,52	12.031	273.360	22,72	14.367	388.441	27,04
Antioquia	17.427	271.251	15,56	20.847	331.334	15,89	22.335	376.552	16,86
Cundinamarca	28.565	292.105	10,23	28.904	320.310	11,08	29.525	323.443	10,95
Tolima	18.555	220.310	11,87	22.241	258.911	11,64	24.957	261.715	10,49
Quindio	7.360	151.253	20,55	7.732	162.559	21,02	8.714	178.103	20,44
Caldas	6.524	90.313	13,84	9.159	129.823	14,17	11.688	168.655	14,43
Boyacá	11.050	116.863	10,58	10.497	111.657	10,64	11.042	126.959	11,50
Huila	11.849	111.696	9,43	12.071	112.871	9,35	11.821	122.470	10,36
Magdalena	7.434	107.419	14,45	8.311	116.172	13,98	8.542	120.078	14,06
Córdoba	4.709	55.188	11,72	5.046	49.622	9,83	5.066	116.485	22,99
Cauca	5.969	63.162	10,58	6.229	87.694	14,08	6.071	89.746	14,78
Risaralda	4.285	91.825	21,43	4.108	86.894	21,15	3.909	84.920	21,72
Nariño	14.402	82.291	5,71	14.508	78.015	5,38	15.315	79.074	5,16
Norte Santander	6.144	75.227	12,24	6.363	71.333	11,21	6.990	78.237	11,19
Bolívar	6.902	78.951	11,44	6.696	73.226	10,94	7.291	78.183	10,72
Cesar	5.867	68.007	11,59	7.662	91.372	11,93	7.201	73.690	10,23
Atlántico	2.641	34.981	13,25	3.075	42.701	13,89	3.296	44.712	13,57
Chocó	2.876	16.602	5,77	3.593	24.078	6,70	5.941	28.894	4,86
Sucre	1.741	12.784	7,34	1.631	14.862	9,11	1.687	20.430	12,11
Casanare	950	24.813	26,12	751	19.347	25,76	828	18.729	22,62
Putumayo	3.578	22.118	6,18	3.844	23.745	6,18	2.187	17.176	7,85
Arauca	372	7.270	19,54	732	14.605	19,95	832	16.521	19,86
La Guajira	2.469	18.422	7,46	2.596	23.495	9,05	2.224	16.092	7,24
Caquetá	982	8.261	8,41	910	8.165	8,97	1.010	11.286	11,17
Vichada	590	4.767	8,08	1.020	6.501	6,37	609	5.162	8,48
Vaupés	20	143	7,15	245	2.952	12,05	33	171	5,18
Amazonas	58	74	1,28	18	28	1,56	20	20	1,00
San Andrés	0	0	0,00	1	5	3,57	0	0	0,00
TOTAL	238.456	3.302.009	13,8	257.416	3.569.807	13,9	272.461	4.008.561	14,7

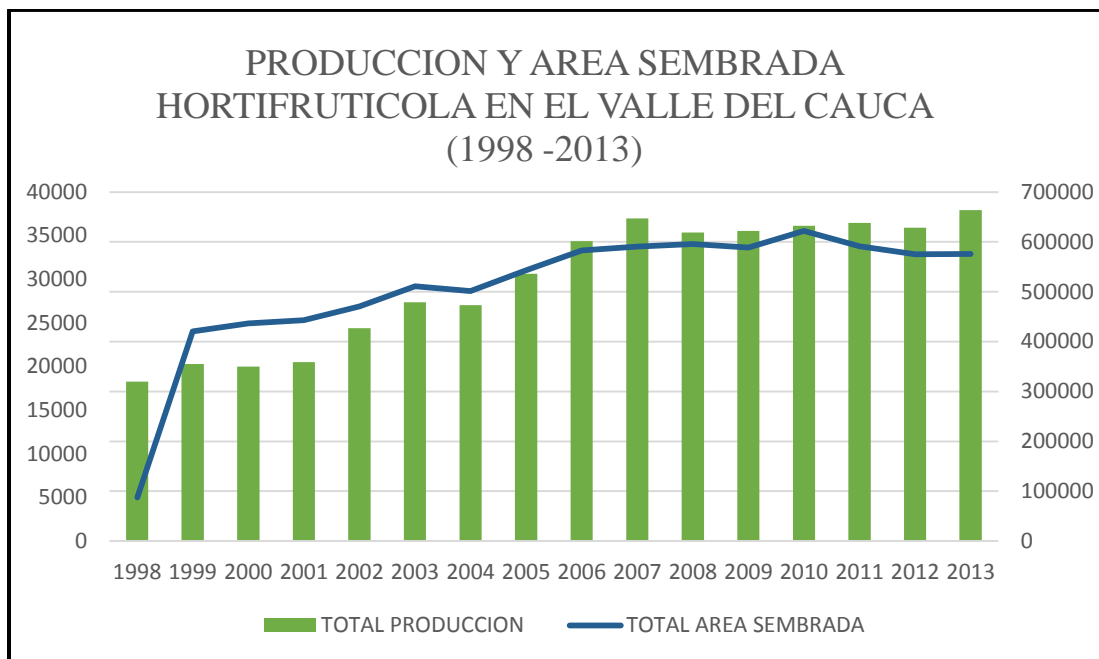
Tabla 16. Área cosechada, producción y rendimiento en Hectáreas por departamento en el cultivo de frutas año (2011-2013). Fuente: Agronet

5.2.4. PRODUCCION Y AREA SEMBRADA HORTOFRUTICOLA DEL VALLE DEL CAUCA (1998-2014).

El valle del Cauca es conocido como la despensa frutícola de Colombia, el sector hortofrutícola es una de las apuestas estratégicas para generar desarrollo y crecimiento económico de la región, a través de la denominada agenda interna de competitividad del valle del cauca.

PRODUCCION Y AREA SEMBRADA HORTIFRUTICOLA EN EL VALLE DEL CAUCA (1998 -2013)						
AÑO	FRUTAS		HORTALIZAS		TOTAL	
	PRODUCCION (T)	AREA SEMBRADA (Ha)	PRODUCCION (T)	AREA SEMBRADA (Ha)	PRODUCCION (T)	AREA SEMBRADA (Ha)
1998	243641,9	18780	76153	4.991	319794,9	4.991
1999	269816,25	18601	85505,96	5441,8	355322,21	24.043
2000	266572,88	19595	83668,13	5.346	350241,01	24.941
2001	283134,7	20331	76067,0825	4.970	359201,7825	25.301
2002	347688,5	21907	79155,54	4.974	426844,04	26.881
2003	391390,51	23835	87586,43	5.356	478976,94	29.190
2004	382319,79	23020	90799,745	5.631	473119,535	28.651
2005	449268,1	25552	86641,36	5.471	535909,46	31.022
2006	495547	26733	105883,4	6.586	601430,4	33.319
2007	540200	27121	106824,3	6.644	647024,3	33.765
2008	516344	27790	102411	6.242	618755	34.032
2009	526949	27515	95286	6.116	622235	33.631
2010	540379	29439	92179	6.091	632558	35.530
2011	555659	28077	82432	5718	638091	33.795
2012	547786	27469	80881	5411	628667	32.880
2013	578613	27358	85305	5552	663918	32.910

Tabla 17. Producción Hortofrutícola En el Valle del Cauca 1998-2013 Fuente: Agronet



Grafica 17. Producción y área cosechada Hortofrutícola valle del Cauca (1998-2013) Elaboración Fuente propia.

La producción hortofrutícola en el Valle del Cauca se ha duplicado en los últimos 15 años, en 1998 la producción total era de 319795 toneladas, comparada con el año 2013 que fue de 663918 toneladas. Esta producción representa el 16,56% de la producción nacional, pero se resalta el valle del cauca su enfoque como productor principal de frutas.

El análisis del comportamiento de la producción hortofrutícola muestra que el crecimiento en la producción esta apalancado por el sector frutícola con un crecimiento del 237% en los últimos 15 años, frente a un crecimiento muy bajo de las hortalizas que solo creció en ese mismo lapso un 10%, que indica pocos avances en la siembra de hortalizas, y la apuesta clara del departamento en los cultivos de frutales.

La frontera agrícola del Valle del Cauca al año 2013 rondaba en 700.000 hectáreas aptas para la siembra, de las cuales solo es utilizada la mitad en los cultivos agrícolas. Según datos del ministerio de agricultura el 10% de los cultivos sembrados en el Valle del Cauca corresponde al cultivo hortofrutícola, como lo muestra la Tabla 17, al año 2013 contaba con 32910 hectáreas cultivadas en frutas y hortalizas, donde el componente frutícola representa el 84% del área sembrada. Este dato de área sembrada muestra lo importante del componente frutícola en la producción hortofrutícola, y da una perspectiva de la apuesta productiva hacia la fruta que tiene el departamento, dado que el potencial de tierras sin cultivar hace que el departamento sea atractivo para el asentamiento y crecimiento de esta industria.

En el departamento del valle del Cauca se encuentra diversas variedades de frutas por la ubicación de diferentes pisos térmicos, pero la concentración de tierras utilizadas para el cultivo de caña de azúcar, por ser el departamento eje en el desarrollo de los ingenios azucareros en Colombia hace que la concentración de los frutales con lo que respecta a los cultivos se encuentra más desarrollada en el norte de Valle.

En el sur del departamento del valle, dado lo cercanía con Cali, capital del valle, encontramos la concentración de las empresas dedicadas a la transformación, y a la exportación e importación.

El aumento productivo del valle del cauca en los cultivos de frutas se debe factores como disponibilidad agroclimática, y el mejoramiento de la infraestructura y la tecnología disponible en el valle del Cauca, por lo tanto, el potencial del departamento para seguir

explorando y creciendo en los cultivos frutales, hace que el departamento seas catalogado como una zona potencial frutícola.

5.2.5. PRODUCCION, AREA COSECHADA Y RENDIMIENTO FRUTICOLA POR PRODUCTO DE LAS PRINCIPALES FRUTAS CULTIVADAS EN DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA.

El departamento del valle del Cauca se caracteriza por tener diversificación en sus cultivos frutales. En la tabla 18 se refleja que para el año 2013 el 43% corresponde a cuatro frutas importantes en cifras como los cítricos, el banano, la piña y además de la considerable producción de papaya.

Los cítricos al año 2013 su producción ocupa el primer lugar con 139117 toneladas, esto se debe a que los cítricos poseen cultivos en 41 de sus 42 municipios, y donde Bugalagrande es donde se concentran la mayor cantidad de cultivos, además de municipios como Alcalá, Andalucía, Tuluá, Caicedonia, Ulloa, Sevilla y Jamundí.

El banano criollo ocupa el segundo lugar, y el Valle es el mayor productor en Colombia de esta variedad, por lo que este cultivo es importante para el desarrollo frutícola del valle y tiene un gran impacto en las cifras totales de producción de fruta del departamento.

La piña se ubica como tercer cultivo de importancia con respecto a su área cosechada y como su comportamiento cronológico es marcado al alza, dado las inversiones del sector privado, y el aumento de cultivos de la variedad MD2, la cual es apetecida en el mercado nacional .

La papaya actualmente es el que posee mejores rendimientos con un 74,45 tan x hectárea, lo que muestra el impulso a esta fruta en el departamento y con altas expectativas de que

con la tecnificación se lleguen a rendimientos por hectárea de más de 100 t/ha. Los municipios del Valle productores de papaya son Toro, la unión, zarzal, y más al centro , se encuentra en Buga, Yotoco, y cerca de Cali.

PRODUCCIÓN, ÁREA COSECHADA Y RENDIMIENTO DE LAS PRINCIPALES FRUTAS EN EL VALLE DEL CAUCA AÑO (2011-2013)									
CULTIVO	2011			2012			2013		
	Area	Produc.	Rend	Area	Produc.	Rend	Area	Produc.	Rend
	(Has)	(Tons)	(Tn\ha)	(Has)	(Tons)	(Tn\ha)	(Has)	(Tons)	(Tn\ha)
CITRICOS	4839,4	120253	24,85	4945	124718	25,22	5340	139117	26,05
BANANO	7917	119305	15,07	7570	115170	15,21	6709	109846	16,37
PIÑA	1339	87755	65,54	1266	83532	65,98	1595	99545	62,41
PAPAYA	812	54893	67,60	756	50019	66,16	731	54424	74,45
CHONTADURO	3498	48828	13,96	3488	48688	13,96	3491	48792	13,98
AGUACATE	1168	15636	13,39	1422	21309	14,99	1598	22959	14,37
UVA	1920	20988	10,93	1868	21674	11,60	1889	21660	11,47
MARACUYA	641	12102	18,88	656	13958	21,28	875	16442	18,79
MELON	748	21297	28,47	506	15321	30,28	394	12316	31,26
LULO	793	5396	6,80	936	8023	8,57	1054	9835	9,33
FRUTAS VARIAS	4401,3	49206	11,18	4056,1	45374	11,19	3682	43677	11,86
TOTAL	28076,7	555659	19,79	27469,1	547786	19,94	27358	578613	21,15

Tabla 18. Producción, área cosechada y rendimiento de las principales frutas en el valle del cauca Año 2011-2013. Fuente: Agronet.

Los rendimientos obtenidos en los cultivos frutales son altos con respecto a otros departamentos y se puede decir que es consecuencia de que el departamento es pionero en el uso de tecnología, además del apoyo de los entes gubernamentales y los diferentes estudios realizados por el ICA que ayudan a mejorar en alcanzar rendimientos mayores.

5.2.6. TENDENCIAS DE CONSUMO EN COLOMBIA DE FRUTAS

5.2.6.1. PRINCIPALES FRUTAS CONSUMIDAS EN COLOMBIA:

Frente al consumo de frutas, según el perfil nacional de consumo de frutas y verduras, las frutas que más se consumen en el territorio nacional son el Limón con un 18%, el mango 15%, guayaba 14%. Este informe está excluido el banano.

Además, los departamentos donde más se consume frutas son San Andrés, Sucre, Bolívar, Quindío y Risaralda.

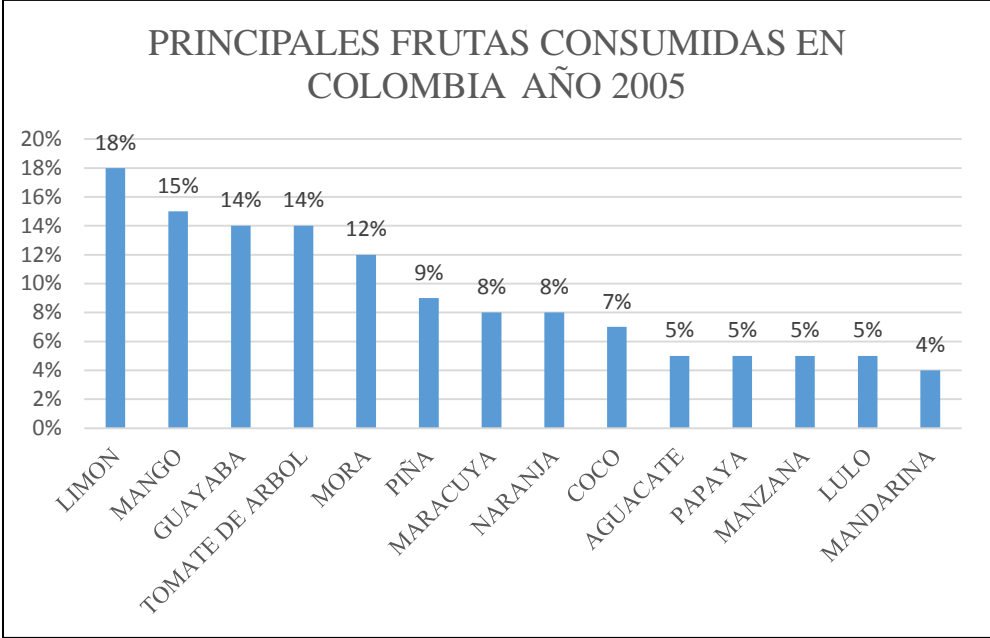


Grafico 18. Perfil Nacional de consumo de frutas y verduras (2012) Fuente: FAO y ministerio de salud y protección social.

5.2.7. TENDENCIA DEL CONSUMO PER CÁPITA DE FRUTAS Y HORTALIZAS:

Como lo refleja la siguiente tabla 19 , el consumo promedio de frutas y hortalizas para el año 2013, fue de 120 kilogramos por habitante, equivalente a 329 gramos diarios. La organización Mundial de Salud (OMS) recomienda un consumo diario por habitante de 400gramos para ayudar a la población a preservar su salud, se infiere que el consumo

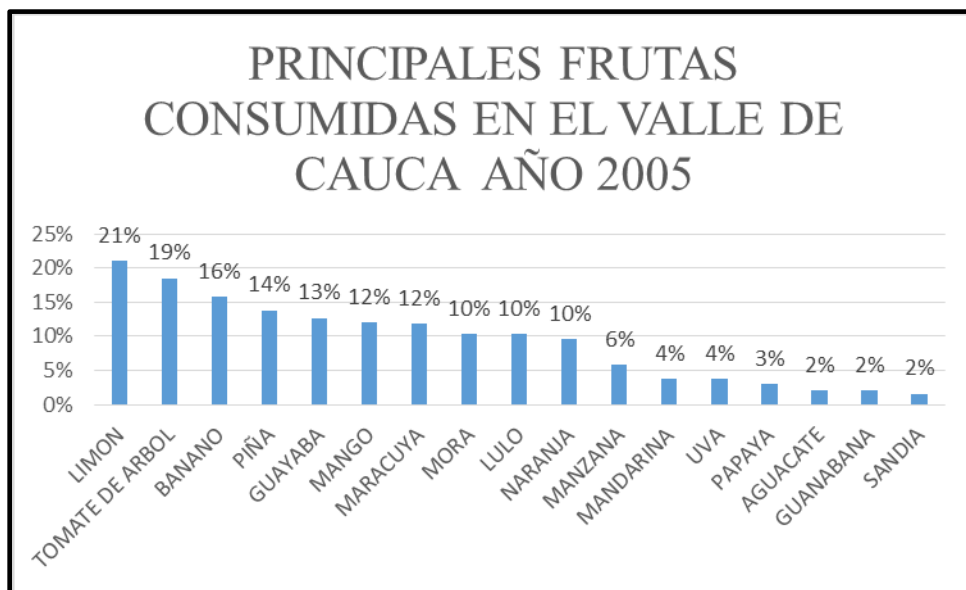
nacional está por debajo de esa recomendación. Sin embargo, el consumo con respecto al año 2008 muestra un incremento de 2,5% por año.

CONSUMO PERCAPITA FRUTAS Y VERDURAS		
AÑO	POBLACION(MILLONES)	CONSUMO PERCAPITA(Kg)
2008	44,4	109
2009	44,9	111
2010	45,5	111
2011	46	114
2012	46,6	120

Tabla 19. Consumo Nacional de frutas y verduras (2012) Fuente: FAO y ministerio de salud y protección social.

5.2.8. CONSUMO DE FRUTAS EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

Analizando 22 clases de frutas, el 74,9% de las personas en el departamento consumía frutas en el año 2010, las frutas más consumidas en el Valle del Cauca fueron: limón, tomate de árbol, banano, piña y guayaba. El Valle por su ubicación y posición de liderazgo es el mayor proveedor de frutas para el suroccidente colombiano. (PNFYV, 2012). A continuación, se muestra en el grafico 19 los valores de consumo en el departamento para el año 2005.



Grafica 19. Consumo local de frutas en el Valle del Cauca 2005. Fuente: Agronet

5.2.9. INICIATIVAS PARA FOMENTO DEL SECTOR FRUTÍCOLA

A través del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio busca con la ayuda de acuerdos nacionales y regionales de competitividad impulsar las cadenas productivas en diferentes frutas en Colombia, además buscan fortalecer las asociaciones en su estructura que representan potenciales exportadores en frutas tales como: aguacate, papaya, mango, piña, fresa; con la meta de aumentar el área cultivable, con condiciones que propicien la innovación y el desarrollo tecnológico, buscando llegar a los mercados internacionales, por esa razón se prioriza o concentra en productos con el mayor potencial de crecimiento, donde se reúne información acerca de la demanda, precio, rendimiento por hectárea, los consumos per cápita, información que ayude a posicionar el subsector como de oportunidad de crecimiento y desarrollo. El gobierno ha identificado y

divido las zonas con las condiciones óptimas para producir, es por eso por lo que los cultivos se priorizan en las zonas donde se considera mayores los rendimientos de los cultivos.

Actualmente existe el Plan Nacional de Fomento Hortofrutícola (PNFH), una iniciativa del gobierno que está proyectada a 10 años (2012-2022) y busca mejorar las condiciones productivas, organizacionales y comerciales de los productores hortofrutícolas, facilitando su acceso oportuno a los servicios de asistencia técnica especializada, transferencia de tecnología, financiación, información y acompañamiento socio empresarial. (Revista Frutas y hortalizas No 33).

5.2.10. CONTEXTUALIZACIÓN NACIONAL DEL CULTIVO DE PIÑA

El panorama productivo de piña en Colombia dista de las cifras mostradas por los productores líderes en el mundo. De acuerdo con cifras del ministerio de agricultura, la producción anual de piña en Colombia es de alrededor de 643039 toneladas distribuidas en 14360 hectáreas para el año 2014.

5.2.11. RODUCCION, AREA SEMBRADA Y RENDIMIENTO DE PIÑA POR DEPARTAMENTO DESDE 2005 -2013

Como evidencia la tabla 20, el departamento de Santander el mayor productor de piña con 249.336 toneladas en una superficie de 5663 hectáreas, donde la variedad perolera es la más cultivada, seguido por el valle del cauca con un total de 99.545 en 1595 hectáreas y en tercer lugar el Meta con 104000 toneladas en 1574 hectáreas, estos departamentos

abastecen el 70% de la piña del territorio nacional. Para resaltar el valle del cauca por su alto rendimiento por hectárea con respecto a los departamentos productores, además que la variedad de piña sembrada en la Gold, la cual es apetecida tanto en Colombia, como en los mercados internacionales. Al año 2013 el rendimiento por hectárea ronda las 66 toneladas por hectárea, y solo superado por el departamento del Cauca con 74 ton/ hectárea.

Para el año 2013 la producción total es de 644.553 toneladas y muestra unos incrementos desde el año 2005 de un 8% anual.

SUPERFICIE COSECHADA, PRODUCCIÓN, RENDIMIENTO OBTENIDO POR DEPARTAMENTO, AÑOS AGRÍCOLAS 2005-2013										
DEPARTAMENTO	VARIABLE	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ARAUCA	SUPERFICIE	31	48	74	77	76	100	127	126	162
	PRODUCCION	796	1200	1725	1685	1270	1680	1940	1890	2430
	RENDIMIENTO	25.677	25.000	23.311	21.883	16.711	16.800	15.276	15.000	15.000
BOLIVAR	SUPERFICIE	310	310	360	190	190	190	185	200	201
	PRODUCCION	5580	5580	6300	2860	2280	1520	3330	3600	2412
	RENDIMIENTO	18.000	18.000	18.000	15.000	12.000	8.000	18.000	18.000	12.000
CAQUETA	SUPERFICIE	149	175	173	303	340	463	504	475	563
	PRODUCCION	1205	1512	1317	2146	2387	3372	3458	3329	4907
	RENDIMIENTO	8.087	8.640	7.613	7.078	7.015	7.283	6.861	7.155	8.716
CAUCA	SUPERFICIE	382	296	467	256	260	372	471	716	756
	PRODUCCION	19868	12384	28270	16968	16878	23232	30412	53995	56476
	RENDIMIENTO	52.010	41.557	60.536	66.411	64.915	62.452	64.566	75.412	74.714
CHOCO	SUPERFICIE	86	122	122	169	265	206	322	327	300
	PRODUCCION	1860	2730	2736	3883	5777	4775	7872	7185	5222
	RENDIMIENTO	21.628	22.377	22.531	22.976	21.800	23.180	24.478	21.972	17.407
CUNDINAMARCA	SUPERFICIE	55	40	126	274	292	297	529	647	683
	PRODUCCION	2200	1800	4056	10040	8744	11466	17731	22080	23410
	RENDIMIENTO	40.000	45.000	32.183	36.642	29.945	38.607	33.518	34.049	34.275
HUILA	SUPERFICIE	242	295	292	238	291	356	334	304	328
	PRODUCCION	4003	4830	4756	3912	4680	5696	5360	4935	5516
	RENDIMIENTO	16.541	16.373	16.288	16.435	16.109	16.022	16.048	16.261	16.829
META	SUPERFICIE	163	180	242	203	239	319	346	467	1974
	PRODUCCION	5972	6405	9870	9780	11525	16400	18404	23080	104088

	RENDIMIENTO	36.638	35.583	40.786	48.177	48.323	51.411	53.191	42.422	52.740
NARIÑO	SUPERFICIE	167	174	170	179	181	213	221	220	262
	PRODUCCION	3902	4224	4117	4033	4065	4679	4705	4256	4835
	RENDIMIENTO	22.365	24.276	24.218	22.531	22.518	21.965	21.280	19.390	18.489
NORTE DE SANTANDER	SUPERFICIE	194	234	270	326	204	188	251	310	369
	PRODUCCION	7530	8671	10290	13030	8155	7500	9905	11956	13481
	RENDIMIENTO	38.814	37.056	38.111	39.969	39.975	39.894	39.462	38.518	37.510
PUTUMAYO	SUPERFICIE	613	559	622	763	719	721	760	686	126
	PRODUCCION	4975	4093	4624	6041	5960	5805	5860	5307	4103
	RENDIMIENTO	8.116	7.322	7.433	7.917	8.317	8.051	7.716	7.747	32.615
QUINDIO	SUPERFICIE	114	120	199	251	304	252	722	515	600
	PRODUCCION	6382	6730	11284	11900	14560	11255	32415	24700	26680
	RENDIMIENTO	55.982	56.083	56.732	47.486	47.805	44.678	44.914	47.961	44.467
SANTANDER	SUPERFICIE	5964	5654	5830	5033	2775	5744	6105	5467	5663
	PRODUCCION	257616	240396	241095	195438	132453	239130	252911	194389	249336
	RENDIMIENTO	43.195	42.518	41.364	38.831	47.731	41.633	41.428	35.557	44.111
VALLE DEL CAUCA	SUPERFICIE	770	1098	1135	1104	1155	1224	1339	1266	1595
	PRODUCCION	54424	77361	80445	74360	77150	80771	87755	83532	99545
	RENDIMIENTO	70.681	70.496	70.908	67.365	66.796	66.984	66.528	66.007	62.399
OTROS	SUPERFICIE	717	629	807	1013	703	672	780	1127	863
	PRODUCCION	21164	16403	22801	35608	31152	27407	30438	42538	42113
	RENDIMIENTO	29.517	26.078	28.254	35.255	44.285	40.808	39.023	37.742	48.801
TOTAL	SUPERFICIE	9957	9936	10878	10378	7993	11316	12995	12851	14424
	PRODUCCION	397477	394319	433686	391763	327054	444686	512496	486791	644553
	RENDIMIENTO	39.919	39.686	39.869	37.750	40.917	39.297	39.438	37.880	44.687

Tabla 20. Superficie Cosechada, Producción, Rendimiento Obtenido Por Departamento,

Años Agrícolas 2005-2013 Fuente: Agronet. Elaboración propia.

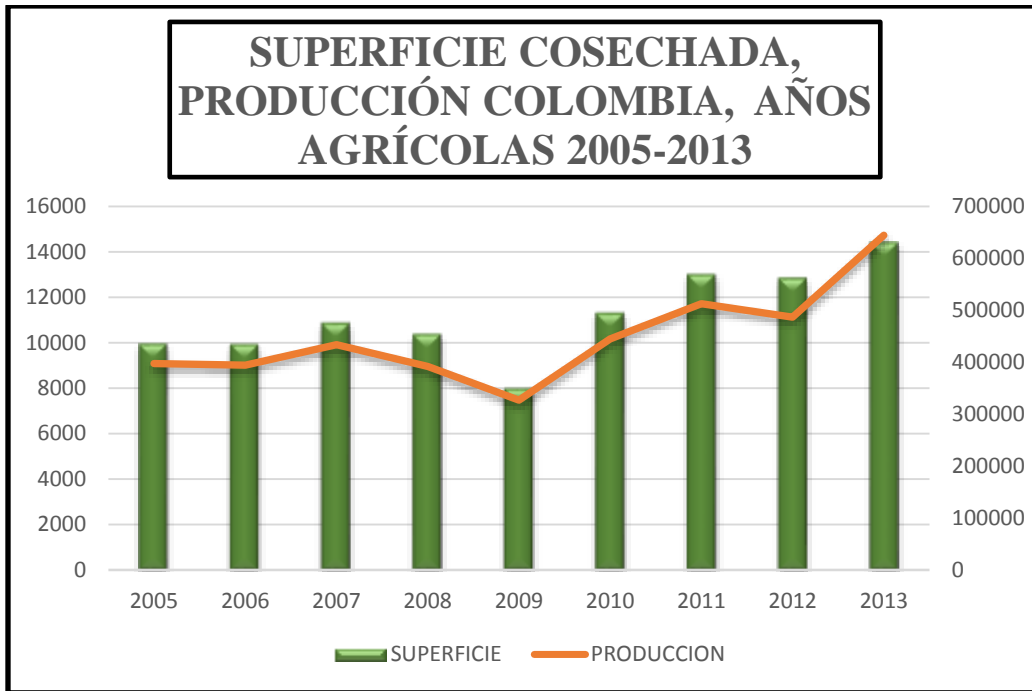


Grafico 20. Consolidado de producción de piña en Colombia año 2005-2014 Fuente: Agronet

El área cosechada de piña en Colombia aumenta de 10.878 hectáreas en 2007 a 12.995 hectáreas en 2013, lo que equivale a un crecimiento del 19%. Después de dos años de decrecimiento, en el 2009 supone el punto de inflexión en cuanto al área cosechada, a partir del cual se produce un crecimiento significativo. La producción de igual manera decrece en el 2009 y crece en 2010 y 2011. En los últimos 5 años la producción aumenta en torno al 18%. (Proexport Colombia, 2014)

Frente a los rendimientos por hectárea, la piña presenta en términos generales, los fuertes altibajos en el periodo analizado. El máxima rendimiento (40,9 ton/ha) se alcanza en 2009, mientras que el más bajo corresponde a 2008. En 2011, el promedio de rendimiento se sitúa

en 39,4 ton/ha, es decir, un 1% menos de lo que se obtuvo. (Instituto Colombiano Agropecuario, 2013)

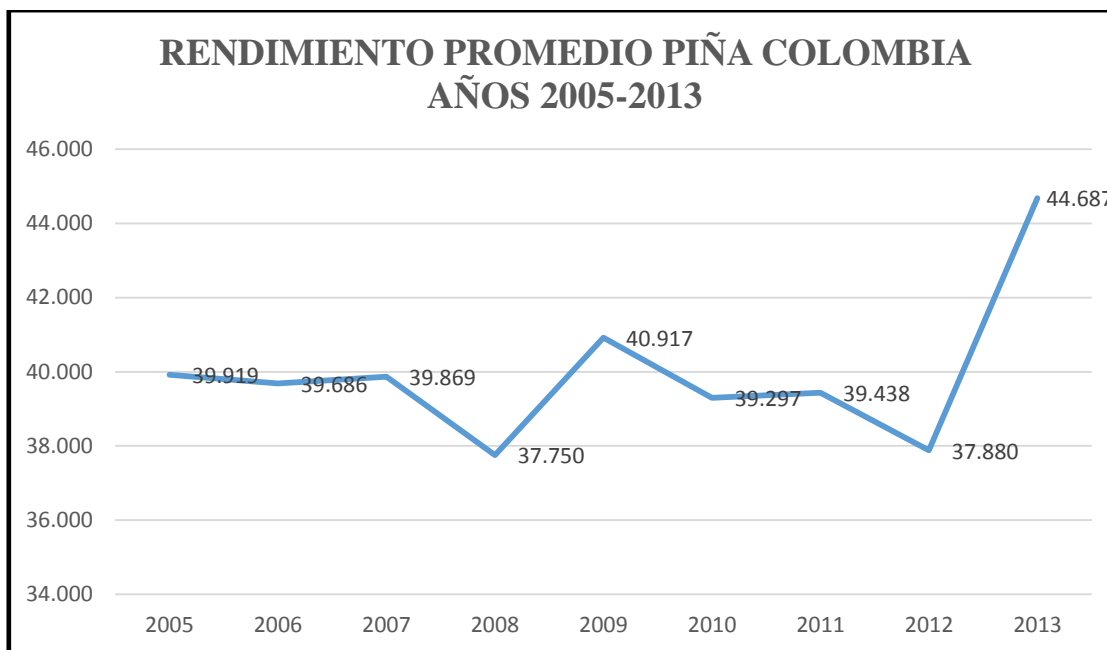


Grafico 21. Comportamiento del rendimiento promedio de los cultivos de pina en Colombia 2007-2011

5.2.12. CONTEXTUALIZACIÓN DEL CULTIVO DE PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA

El cultivo de piña en el valle del cauca para el año 2014 fue de 104454 toneladas siendo el segundo departamento de Colombia después de Santander en la producción de piña, aunque la variedad que se cultiva es la MD2, a diferencia de Santander donde se cultiva la perolera, en un área sembrada de 1614 hectáreas, con un rendimiento de 64,7 toneladas por hectárea el cual ha sido casi el mismo durante los 16 años analizados, pero para rescatar que son altos

rendimientos con respecto a otros departamentos debido al desarrollo tecnológico en el proceso de siembra, recolección del producto.

AREA COSECHADA, PRODUCCION Y RENDIMIENTO DE LA PIÑA DEL VALLE DEL CAUCA 1998-2014			
AÑO	AREA COSECHADA	PRODUCCION	REND/HT
1998	684	50.569	73,9
1999	703	51.389	73,1
2000	742	52.346	70,6
2001	631	44.400	70,3
2002	780	54.642	70,1
2003	1.020	65.898	64,6
2004	872	58.078	66,6
2005	770	54.424	70,7
2006	1.098	77.361	70,5
2007	1.135	80.445	70,9
2008	1.104	74.360	67,4
2009	1.155	77.150	66,8
2010	1.224	80.771	66,0
2011	1.339	87.755	65,5
2012	1.266	83.532	66,0
2013	1.595	99.545	62,4
2014	1.614	104.454	64,7

Tabla 21. Área cultivada, producción y rendimiento de la piña en departamento del valle del cauca 1998- 2014.

El comportamiento de la superficie cosechada con Piña, muestra que en el período 1998-2014, la experimentó un aumento del 152.7% al ascender de 684 hectáreas en el año 1998 a 1614 de hectáreas en el año 2014.

El cultivo de piña es disperso, y es realizado por pequeños y medianos productores, aunque empresas como Bengala agrícola, han emprendido planes a mediano plazo, donde el cultivo

de la piña es la punta de lanza de su proyecto, buscando exportar piña hacia los mercados internacionales. Estas iniciativas privadas son importantes para el jalonamiento de la piña en el departamento.

PRODUCCION, AREA COSECHADA DE PIÑA POR MUNICIPIOS DEL VALLE DEL CAUCA AÑO 2014			
MUNICIPIO	PRODUCCIÓN(Ton)	AREA COSECHADA (ha)	RENDIMIENTO (ton/Ha)
DAGUA	57000	950	60
RESTREPO	15600	260	60
LA CUMBRE	5240	65,5	80
VIJES	5025	75	67
BUGA	4800	60	80
ALCALA	3600	40	90
BOLIVAR	2880	36	80
CAICEDONIA	2500	50	50
PRADERA	1200	20	60
ZARZAL	526,5	11,7	45
FLORIDA	350	5	70
JAMUNDI	300	6	50
ROLDANILLO	292,5	4,5	65
YOTOCO	250	5	50
RIOFRIO	200	4	50
TRUJILLO	200	4	50
ULLOA	198	11	18
YUMBO	190	5	38
CARTAGO	102	1,5	68
TOTAL, MUNICIPIO	100454	1614,2	62

Tabla 22. Área cosechada, producción y rendimiento de la piña por municipios en el departamento del valle del cauca 2014

La producción, siembra y cosecha del departamento del valle por municipios está reflejada en la tabla 13, en esta se observa que la producción total para el año 2014, fue de 100454 toneladas, con un rendimiento promedio de 62 toneladas por hectárea, en un área sembrada de 1902 hectáreas. El municipio de Dagua es el mayor productor departamental de piña con 57000 toneladas, seguido por Restrepo con 15600 toneladas, en tercero y cuarto lugar se encuentran los municipios de la Cumbre y Vijes, con 5240 y 5025 respectivamente.

Esta producción se debe a que las áreas sembradas estos 4 municipios lideran este cultivo en el departamento del Valle del Cauca, con un rendimiento de 60 hectáreas, excepto la Cumbre que su rendimiento está por encima de la media en 87 hectáreas.

6. CAPÍTULO V. ¿CUALES SON LAS OPORTUNIDADES, OBSTÁCULOS Y RESTRICCIONES PARA EL COMERCIO DE PIÑA EN LOS EE. UU.?

Con base en el diamante de Porter se analizó la competitividad del sector de piña del valle del cauca, además se diagramaron las variables internas del mercado de piña más importantes y se clasificaron de acuerdo con las 5 fuerzas competitivas de Porter, para posteriormente al análisis de estas, extraer las DOFA (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS).

6.1. COMPETITIVIDAD DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA

6.1.1. FACTORES BÁSICOS

El Valle del Cauca posee unas ventajas comparativas excepcionales por su ubicación geográfica y condiciones climatológicas, con una altitud promedio situada entre 1000 y

1200 msnm en su región plana y costera y no montañosa permite obtener índices climatológicos favorables, tales como temperaturas entre 23 y 24 °C y una humedad relativa que fluctúa en el rango de 65% -75%, correspondiente a un piso térmico cálido; al ser una región intertropical con dos épocas lluviosas y dos secas al año permite contener una pluviosidad regulada, un factor fundamental para la planificación y logística de los cultivos de piña. El nivel de precipitaciones anuales, rondan los 1000 y 1800 mm. A nivel hidrográfico, el Valle del Cauca se compone de numerosas corrientes conformadas en dos vertientes, la del Pacífico y la del Magdalena, a través del río Cauca como eje fundamental, asegurando óptima disponibilidad de agua a lo ancho y largo del departamento, debido a su riqueza hidrográfica, orografía y cercanía al mar pacífico lo que le permite marcar diferencia frente a otros departamentos competidores para poder exportar al mercado norteamericano. Frente a la capacidad de áreas cultivables del departamento del valle del cauca que en su mayoría están dedicadas al cultivo de caña de azúcar, empresas asentadas en el departamento comienzan a ver el cultivo de piña como opción viable y rentable. El valle del Cauca está en los departamentos con potencial para los mercados internacionales, de acuerdo con el plan nacional de fomento hortofrutícola 2012-2022.

Las condiciones agroclimáticas y del suelo, permiten sostener la cosecha durante todo el año, esto es importante porque para poder exportar los mercados exigen altos volúmenes, y debido a esto, es importante realizar una planificación cronológica para poder obtener productos todas las semanas del año.

6.1.2. FACTORES AVANZADOS

El valle del Cauca tiene una posición geográfica estratégica y de infraestructura dado su red vial moderna y el puerto de Buenaventura, el cual funge como el principal y único puerto polivalente del país sobre el Pacífico, con terminaciones especializadas en contenedores, movilizándolo más del 80% del comercio exterior colombiano y permitiendo el enlace con más de 200 puertos marítimos en todo el mundo en especial con los puertos norteamericanos sobre el Pacífico. El histórico posicionamiento de Buenaventura como enclave del comercio exterior colombiano, permitió que se heredará un importante desarrollo ferroviario representado en cerca de 500 Km de redes ferroviarias, que actualmente buscan ser recuperadas y reactivadas frente al olvido estatal de administraciones pasadas con inversiones que superan los 56 millones USD entre alianzas público privadas lo que le permite movilizar cerca de 30000 toneladas de mercancía al mes de las 80000 planificadas para la próxima vigencia, y generar unos tránsitos de mercancía más rápidos que otros departamentos de Colombia, lo que reduce sustancialmente los costos incurridos en logística de almacenamiento y transporte. El desarrollo vial del departamento es crucial para gestionar la eficiencia de la cadena logística departamental al contar con más de 8500 Km de vías y de estas 690 Km lo constituyen autopistas de última generación que le permite el desplazamiento de suministros, productos de manera ágil y oportuna. Es importante mencionar que los centros productivos de frutas y en especial de piña se encuentran localizados en municipios como Dagua, Restrepo y Florida una distancia relativa del puerto de Buenaventura de 69,2 Km, 90 Km y 183 Km respectivamente, lo que se traduce en trayectos que se pueden recorrer en un tiempo inferior a 4 horas, siendo Pradera y Florida los puntos más distantes de la producción de Piña de exportación. La conexión aeroportuaria se traduce en el uso del terminal aéreo

Alfonso Bonilla Aragón y en especial su terminal de carga que anualmente moviliza alrededor de 45000 toneladas de carga, demostrando la idoneidad de la infraestructura y privilegiada situación geográfica para el cultivo y transporte de fruta fresca rumbo a mercados internacionales.

Frente al desarrollo de tecnología e investigación, en el valle del cauca existen centros de investigación en temas frutícolas, y algunas universidades están trabajando como la universidad del valle, san Buenaventura, la del pacífico y la nacional de Palmira.

El Valle del Cauca catalogado como el séptimo departamento de veintiséis que participan en el ranking nacional de competitividad, ofrece una alta intensidad factorial, representada en óptimas condiciones básicas (Instituciones, infraestructura, mercado, salud etc.) para el desarrollo de iniciativas agroindustriales. La investigación y sofisticación como pilares de crecimiento que asegura buenos niveles de inversión de entidades públicas y privadas; Dicha situación permite que medianas y grandes empresas de origen nacional como Rio paila y extranjeras como Olmué puedan incursionar en el cultivo de piña a gran escala en aras de explorar mercados internacionales, amparados en desarrollos multifactoriales que le permite ser competitivos en el mercado globalizado. El apalancamiento provocado por el desarrollo de empresas medianas y grandes que se dedican al cultivo de piña permite que pequeños productores adquieran paulatinamente los requerimientos de calidad y productividad para que sus productos puedan satisfacer las exigencias de dichos mercados. El proceso de apalancamiento permite migrar sobre desconocimiento absoluto frente a certificaciones, financiación para implementar el andamiaje logístico de la exportación, mercadeo y requisitos mínimos de acceso a mercados. Teniendo en cuenta que el

departamento del Valle cuenta en su territorio con el despliegue de la empresa productora de piña que más exporta en el país (Bengala Internacional), exportaciones que solamente en el 2016 rondaban las 9000 toneladas y con proyecciones de un crecimiento del 15% anual. Si bien, el gran potencial expresado en la región se ve tenuemente opacado por limitantes que, de no ser gestionados ni intervenidos, podrían ralentizar el ritmo de crecimiento estipulado para la región. Factores con deficiencias como el capital humano en donde una gran mayoría carece de bilingüismo importante para tratar y gestionar negocios realizados bajo el margen de un TLC con países desarrollados. Aunque entidades educativas de carácter técnico y tecnológico como el Sena ofrecen anualmente alrededor de 1000 cupos por semestre para programas relacionados con el agro, si bien no es una cifra que logre acaparar todas las exigencias educativas de la región, si permiten la articulación entre la educación media con programas tecnológicos que abarcan temas como la producción y distribución de material de propagación de frutales, y la producción y comercialización de material vegetal de propagación, incluyendo la obtención de yemas y semillas o enjertación. Asimismo, como la manipulación y mantenimiento de maquinaria agrícola en alianza con los principales proveedores de dichos insumos en municipios como Buga, Cartago, Florida, Palmira, Tuluá y Cali.

6.1.3. CONDICIONES DE LA DEMANDA

Con respecto a la demanda, después del banano, la piña es la fruta más significativa en el consumo per cápita en los hogares Colombianos, con un consumo de 4,4 kilogramos por persona al año según datos de Agronet en el año 2012.

La producción de piña en Colombia durante inicios de 2010 y hasta 2015 se concentraron en Santander 49,3%, valle del Cauca 17,1% y Quindío 6,3% respectivamente, mostrando el valle del cauca como el segundo productor de piña, después de los santanderes, lo que conlleva a que este departamento tenga una tradición importante en este cultivo y sea una de los mayores abastecedores de este producto en Colombia.

Debido a los problemas de infraestructura vial y costos de transporte cada departamento ha focalizado el suplir la demanda interna más próxima a su área de influencia, es por esto, que la piña producida en Santander abastece las centrales mayoristas de Bogotá y Medellín. El valle de cauca abastece todo el suroccidente colombiano y partes de la región andina.

Las variedades más vendidas de piña son la piña perolera y la Golden o MD2, la cual se vende casi en su totalidad en la forma tradicional, como fruta fresca. En Colombia el consumo de frutas y verduras no alcanza a la de los países más desarrollados como por ejemplo EEUU, donde el número de consumidores que adquieren piña orgánica está en aumento. Se espera la demanda de piña en EEUU siga creciendo, debido a la promoción del gobierno de ese país hacia los buenos hábitos alimenticios.

Los estadounidenses invierten en productos que le permiten mejorar la calidad de vida, por eso incluyen en su dieta frutas y vegetales que les permitan mejorar estos hábitos. EE. UU. siendo un país desarrollado su consumo depende principalmente del ingreso, que del aumento de la población, dado que las tasas de crecimiento poblacional son bajas en países desarrollados; si a esto se suma la concientización que existe en los consumidores del cuidado de la salud, esto debido a los medios de comunicación que fomentan el consumo de productos sanos y con beneficios de salud, además que la población norteamericana es cada

vez más longeva, lo que conlleva a una tendencia a consumir alimentos frescos, lo que impacta en el aumento del consumo de frutas. Además, la sociedad norteamericana dado sus ritmos productivos necesita ahorrar tiempo, lo que dificulta el realizar preparaciones de alimentos, lo que conlleva a una posibilidad de oferta de productos para ser consumidos inmediatamente como las frutas. Los consumidores norteamericanos además son más conscientes de lo que consumen y la procedencia de estos, esto se debe a que las leyes de inocuidad se han fortalecido a raíz de los diversos hechos como los atentados del 11 de septiembre, gripa aviar de Asia, por lo cual, en EE. UU. Existe una serie de requisitos para las empresas exportadoras de alimentos, para el control de posibles contaminantes.

Comparada esta realidad del mercado norteamericano frente al mercado interno es muy diferente, dado que en Colombia la demanda no tienen los mismos niveles de exigencia sobre los productos frutícolas, lo que genera que las empresas y productores no se esmeren por mejorar la calidad de sus productos; esta búsqueda de mejora la realizan siempre buscando los mercados internacionales que son los que realmente tienen mayores exigencias. Es claro que si la demanda interna fuera más exigente, los productores frutícolas requerirían mayores inversiones e innovación para suplirla, por lo cual, la estructura de la demanda interna ha sido una desestimulación para el desarrollo de la industria de la piña en miras de buscar los mercados internacionales.

6.1.4. ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS

Los empresarios productores de piña del valle no poseen cultura de exportación debido a ciertos paradigmas e inseguridades acerca del proceso de exportación, por lo cual toda su producción es para atender el mercado interno, el cual va en aumento en Colombia. Dada esta realidad, no exploran otros mercados. A esto se suma un desconocimiento y por ende incumplimiento de los requisitos para ingresar a los EE. UU., los productos procesados en base de frutas y vegetales son detenidos porque las empresas no están registradas en la FDA. Además, si son enlatados las empresas deben certificar el proceso de manufactura y ser aprobado por la FDA con un certificado de exportación. Otra razón para no exportar hacia los EE. UU., es que las pocas exportaciones se centran en los mercados regionales de Suramérica las cuales representan un menor riesgo.

Una problemática importante en la producción del cultivo de piña son las diferentes limitantes del orden sanitario y de producción limpia, las cuales impiden que las plantas sembradas cumplan los requisitos de calidad y sanidad. Uno de estos limitantes es la calidad del material de propagación, dado que estos son distribuidos por viveros los cuales no aplican normas vigentes y no tienen ningún tipo de certificación que garantice una sanidad, genética y calidad agronómica. Además, esto es debido a la inexistencia o bajo control sobre la calidad del material por parte del Estado y las entidades gubernamentales; como consecuencia de la falta de calidad, deriva en que los productos estén más propensos a las plagas y enfermedades, y que no cumplan las expectativas de los

mercados nacionales y muchos menos los internacionales, dado lo poco longevos, improductivos y poco uniforme.

Actualmente el mayor exportador mundial de piña es Costa Rica en la presentación de fruta fresca con una venta de 1000 millones de dólares, y Tailandia en enlatados y conservas.

Costa Rica ingresa el 80% de su producción hacia los Estados Unidos por lo cual es reconocido y apetecido su producción de piña por los actores comerciales en ese país. Esa alta competencia es un obstáculo importante dado que Costa Rica se especializa en ese cultivo y tiene altos estándares de calidad e industria con una curva de aprendizaje, pero, a pesar de ese problema, se abre una oportunidad para otros países que cultivan piña dado que Costa Rica tiene escasez de tierras y con el aumento en los niveles per cápita de consumo norteamericanos, EE. UU. busque otros proveedores sustitutos o que suplan esa demanda.

Según el PFN 2006, la piña en el valle del Cauca tiene una brecha tecnológica entre la piña cultivada con la tecnología de punta ya que no aplica tecnificación. Según ese informe el 70% del área de producción del valle emplea un nivel intermedio a bajo tecnología.

6.1.5. SECTOR DE APOYO

Actualmente en el departamento del Valle con ayuda del ICA posee programas para erradicar y combatir plagas y enfermedades que afectan el cultivo de piña y que generan múltiples pérdidas de la producción departamental. Dentro de las plagas que afectan a los cultivos de Piña en municipios de Dagua y Restrepo encontramos la Cochinilla harinosa *Dysmicoccus brevipes* que a su vez puede transmitir el Pineapple Melybus Wilt associated

virus (PMWaV) que provoca desecamiento de la planta, generando asociaciones simbióticas con hormigas del género *Pheidole* spp. y *Solenopsis* spp. Los sinfilidos son también una plaga de importancia, aunque son exactamente artrópodos (*Hanseniella* spp; *Scutigerella*; *Symphylla* spp) que se alimentan de los sistemas radiculares causando la llamada Escoba de bruja por su afectación en raíz principalmente en etapas tempranas de crecimiento. Los caracoles como plaga que afecta raíces ocasionando amarillamiento y retraso en el crecimiento principalmente en suelos húmedos y con mucha materia orgánica durante todo el ciclo del cultivo. Afectaciones por Picudo (*Metamasius dimidiatipennis*) y nematodos (*Meloidogyne* spp. *Helicotylenchus* spp. *Pratylenchus* spp. y *Criconemoides* spp.) Pueden provocar principalmente retrasos en el crecimiento A nivel de afectaciones en el fruto las plagas conocidas como gusano soldado (*Elaphria musicóloga*), Tecla o gusano barrenador del fruto (*Strymon basilides*).

Teniendo en cuenta el complejo ámbito que concierne al manejo de plagas en cultivos de piña, el ICA como autoridad fitosanitaria en Colombia y mediante las diferentes Umat municipales, implementa diferentes iniciativas y proyectos en aras de erradicar y controlar las plagas anteriormente descritas. Es así como convenios como el número 055 intenta fortalecer el mejoramiento de condiciones fitosanitarias de la producción de piña en nodos productivos detectados que pudieran albergar un potencial exportador marcado mediante labores pedagógicas y de suministro de mejoras tecnológicas importantes. La creación de programas de trabajo para la certificación de condiciones fitosanitarias de la producción de piña tal como ocurrió en el norte del Valle del Cauca que para hace algunos años era la única región en Colombia certificada como libre de mosca de la fruta por la *Aphis*

(Autoridad agrícola norteamericana). Fruto de este mismo tipo de convenios se pretende lograr la certificación del material vegetal en aras de la normalización de la calidad genética del material vegetal en especies consideradas como de importancia y sensibilidad agronómica, incluyéndose la piña como punto de desarrollo. Como alternativa y herramientas complementarias para una correcta gestión de las plagas en el cultivo, el desarrollo de proyectos estratégicos permite implementar estrategias para el establecimiento y reconocimiento de áreas libres o de baja prevalencia de plagas de importancia cuaternaria para focalizar y establecer puntos de intervención críticos o de mantenimiento de la calidad de suelos. Dichos proyectos estratégicos permiten ser complementados con proyectos estacionales afectados por ciclos naturales específicos como olas invernales o de sequía de acuerdo con la situación en particular municipal. La presencia desarrollo y perfeccionamiento de la normatividad en materia hortofrutícola y en especial la resolución ICA 1806 permite dictar y establecer las disposiciones para regular el registro y manejo de predios en la producción de fruta fresca para la exportación y registros de los exportadores, que en unión a la resolución 4174 que reglamenta la certificación de buenas prácticas agrícolas en la producción primaria de frutas y vegetales para consumo fresco, en aras de homogenizar el estatus en conjunto de los pequeños y grandes productores frente al manejo y gestión de plagas. Esfuerzo institucional que en 2017 permite decir que hay alrededor de 1710 predios certificados y recertificados en Buenas prácticas agrícolas. El fortalecimiento del registro y seguimiento de viveros productores distribuidores de material de propagación de frutales en Colombia de semillas sexuales y asexuales es reglamentado y establecido por la resolución 970 de 2010 generando un fuerte complemento de las estrategias arriba descritas. La generación de boletines epidemiológicos actualizados es el resultado de las

acciones de inspección, vigilancia de las diferentes plagas a través de rutas de gestión y monitoreo ubicado en los centros de producción, con lo consiguiente la validación, análisis y emisión de los datos son herramientas de alertas inmediatas para tomar acciones de máxima relevancia en tiempos inmediatos.

Frente a combatir las plagas, para los cultivadores de piña les genera cierta preocupación, dado los altos costos de mantener los cultivos, lo que conlleva a que el control de plagas en algunas ocasiones no es sostenible, lo que conlleva al uso indiscriminado de insecticidas químicos que generan un deterioro del medio ambiente, por ende los productores de piña tiene poca inversión en sus plantaciones, y con poca conciencia fitosanitaria y ambiental, lo que conlleva a un problema en la competitividad.

La piña demanda uso de insumos agrícolas para su mejor desarrollo, entre estos están el Nitrógeno, el Fósforo y el Potasio. Para los cultivadores pequeños la consecución de estos insumos es difícil por sus altos costos, lo que conlleva a productos que no cumplen con características uniformes y solo pueden ser vendidos en mercados regionales.

EL ICA como entidad que rige el agro ejerce el control técnico-científico del registro, producción, importación, comercialización y uso de fertilizantes, acondicionadores del suelo y Bio insumos Agrícolas, tipo agentes microbianos, inoculantes biológicos y extractos vegetales, para la nutrición de las plantas, prevención, control y erradicación en las plagas, así como para facilitar el comercio nacional e internacional de productos de origen agrícola y para mejorar la producción y productividad agrícola y contribuir a la seguridad alimentaria. Fruto de su gestión en el territorio colombiano y en armonía con La Superintendencia de Industria y Comercio formuló pliego de cargos contra 52 empresas

productoras e importadoras de fertilizantes, plaguicidas, medicamentos veterinarios y biológicos de uso pecuario, que al parecer incumplieron su obligación de reportar precios, ventas y costos de sus insumos. Las 52 empresas investigadas y ubicadas en distintos lugares del país representan cerca del 80% de las ventas en el mercado de insumos agrícolas. Esta fue la respuesta del ente de control pues se denuncia la falta de reporte de precios de estas empresas, representantes del 80% del mercado de insumos agrícolas. La entidad avanza en la comparación de precios del mercado interno con respecto a los de exportación, bajo la premisa que estos últimos constituyen una referencia y que en condiciones de competencia los dos deben ser similares. Analizados los resultados preliminares, existen indicios que sugieren que en el mercado de fertilizantes las mayores diferencias entre precios de exportación y precio nacional se presentan en los fertilizantes compuestos NPK (contienen una combinación de dos o tres elementos mayores, nitrógeno, fósforo y potasio). Por su parte, en el mercado de plaguicidas se observan diferencias importantes entre los precios domésticos con los de exportación, al tiempo que, a nivel interno, entre el valor para el distribuidor mayorista y el destinado a los gremios, asociaciones y cooperativas. En caso de que el proceso demuestre si existió violación del régimen de control de precios, la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con lo establecido en el artículo 61 de la Ley 1480 de 2011 puede imponer sanciones de hasta dos mil salarios mínimos legales mensuales (2.000 SMLMV), es decir, \$1.232 millones de pesos. De la misma manera el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), realizó un trabajo de recopilación de información oficial de insumos en Perú, Chile y México, con el fin de comparar los precios de una misma canasta en diferentes países, que le permitan determinar si las empresas participantes en el mercado de

insumos en Colombia están abusando en la fijación de precios en el país. Los primeros resultados sugieren que en el último año los precios en Colombia se han ajustado y se mantienen en niveles similares a los de los países de la referencia, además de seguir la tendencia del precio internacional (precio en puerto de origen).

Los paquetes tecnológicos son una herramienta necesaria para el desarrollo del cultivo de piña, pero estos paquetes en su mayoría son paquetes importados que no cumplen condiciones requeridas al medio colombiano y del valle. Es por eso la importancia del desarrollo constante de estos paquetes por parte de entidades como Corpoica, pero dado su carácter público privado donde los recursos son escaso para cumplir con todas las demandas agrícolas, estos paquetes se quedan cortos para suplir las necesidades de los productores de piña. Muchas de las estadísticas de producción alta se ven reflejados por el esfuerzo de empresas como Rio paila con su filial Bengala Agrícola que le han apostado a la piña, donde aplican estos paquetes tecnológicos para cumplir con altos rendimientos productivos. Ahora a pesar de que el valle del cauca es un departamento frutícola, la cantidad de empresas procesadoras de frutas no dan suficiente cobertura, lo que conlleva a dificultades en el crecimiento de la industria agrícola y obviamente la piña sucede lo mismo. Si comparamos el cultivo de piña, con otros cultivos en el Valle del Cauca, podemos decir que su nivel de asociatividad de los cultivadores de piña pequeño y mediano le falta consolidarse. La asociatividad es un pilar fundamental en el desarrollo del cualquier sector agrícola en Colombia y el valle, dado que a través de él es posible conducirse a una mejor competitividad y producción. En Colombia existen diferentes formas de asociatividad jurídicamente hablando, como fundaciones, sociedades de hecho, corporaciones,

cooperativas, y las sociedades sin ánimo de lucro. Esta asociatividad permite generar volúmenes altos para poder comercializar y tener capacidad de negociación en cualquier mercado, es por esta razón que una falta de asociatividad entre Piñeros genera un rezago importante para el crecimiento del cultivo. Hay que remarcar que esa falta asociatividad se debe a una dispersión debido a condiciones geográficas y de infraestructura que no permite que cadena de suministros llegue a todos por igual.

En Colombia la comercialización de los productos agrícolas se realiza tradicionalmente a través de un canal mayorista como son las centrales de abasto, en el valle del cauca la central más importante es la de Cavasa donde llegan los productos de todo el departamento, pero es sabido, que hace algunos años los supermercados e hipermercados han ganado terreno en la oferta de los productos. Los canales tradicionales como tienda de barrio y tiendas de frutas y verduras siguen siendo una fuente de llegada de los productos a los estratos bajos. La comercialización de la piña no es ajena a esa realidad. El pequeño productor que no tiene procesos de planificación en la oferta, lo que genera que tenga que vender su producción a precios bajos. Además, la dificultad de transporte también lleva a que venda su producción a intermediarios que dejan márgenes de ganancia bajos.

Otra manera para sacarle provecho a la piña es a través de múltiples usos, como son mermeladas, compotas, el valle falta engranar el clúster con el propósito de sacarle provecho máximo a la producción de piña. Existe poco desarrollo de productos con valor agregado, también condicionado por el reducido desarrollo de la industria procesadora y la alta mortalidad existente de empresas en ese gremio.

Una problemática es la promoción del sector hortofrutícola, se encontró poca información de promoción de la piña en el mercado norteamericano, Procolombia realiza esta tarea, pero falta más recursos para promover el producto en otros mercados, eso es dado también por el poco interés de los empresarios a exportar.

La producción del valle del cauca es atomizada y con bajos rendimientos, excepto Bengala Agrícola que posee un cultivo de piña tecnificado, los cultivadores poseen dificultades en mejorar su proceso dado que existe un limitado acceso al crédito, y su capacidad financiera es muy reducida.

Los estándares de calidad de los países desarrollados son diferentes al de los consumidores colombianos, es por eso, que la exigencia a los productores nacionales es menor, y cuando las empresas se enfrentan a los requerimientos de calidad, peso, color, tamaño, forma, y diferentes propiedades, la gran parte de cultivadores no pueden cumplir estos requerimientos. Esta falta de exigencia no permite que la industria de piña genere las curvas de aprendizaje tan rápido y dificulta la expansión del sector.

Dado lo incipiente de la gran mayoría de cultivadores de piña, la logística no está muy desarrollada en el departamento para la piña, existen dificultades, en el almacenamiento, en lo referente a conservar la cadena de frío, que conlleva altos costos de operación.

Aunque existen entidades de investigación que ayudan en mejorar las técnicas de cultivo, se puede afirmar que actualmente, son insuficientes sus esfuerzos para generar crecimientos altos, si analizamos estas entidades como Corpoica manejan sin números de cultivos, que conlleva a dividir sus esfuerzos, y dado el carácter frutícola del departamento, conlleva a

una reducida asistencia al cultivador de piña, lo que conlleva a ser otros factores clave para elevar los costos.

La red de laboratorios no es suficiente para atender la demanda de análisis de residuos. Por tal motivo el ICA cuenta con La Subgerencia de Análisis y Diagnóstico cuenta con dos direcciones técnicas; Dirección Técnica de Análisis y Diagnóstico Veterinario y la Dirección Técnica de Análisis y Diagnóstico Agrícola. Estas Direcciones se apoyan en una red de laboratorios compuesta por 27 Laboratorios de Diagnóstico veterinario, 11 agrícolas, un sistema de laboratorios de referencia, como base del diagnóstico y de la vigilancia epidemiológica para la prevención, control y erradicación de plagas y enfermedades en cultivos y animales. La red de laboratorios presta sus servicios mediante el cumplimiento de los principios de eficiencia, eficacia y transparencia. La Subgerencia de Análisis y Diagnóstico además es la encargada de preparar y desarrollar políticas, planes, programas, proyectos, medidas y procedimientos dirigidos al avance de protocolos en esta materia para el cumplimiento de los objetivos del Instituto. En los laboratorios del ICA se identifica, caracteriza y confirma la presencia de agentes patógenos y contaminantes en la producción agropecuaria del país; además, administra los servicios prestados por los laboratorios de referencia y de la red pública en materia de sanidad animal y el control de los insumos necesarios para la producción, comercialización, importación y exportación.

En coordinación con la Subgerencia de Regulación Sanitaria y Fitosanitaria, la Subgerencia de Análisis y Diagnóstico proyecta las normas científicas, técnicas y administrativas que sean aplicables para el fortalecimiento de la red nacional de laboratorios, las medidas de bioseguridad necesarias para garantizar el manejo seguro de muestras; el plan integral de

manejo de residuos, los estándares de calidad, los requisitos para los laboratorios de referencia y los de la red, parámetros de auditoría y demás normas que sean aplicables. De manera oportuna, la subgerencia suministra a otras dependencias del ICA, tanto del área veterinaria como agrícola, la información correspondiente al servicio de diagnóstico a fin de ser incorporada al sistema de información y vigilancia epidemiológica. Entre otras funciones de la Subgerencia está la de proponer, apoyar y promover la realización de investigaciones científicas de interés en el sector agropecuario.

Mantener actualizadas los protocolos y técnicas analíticas de acuerdo con las mejores prácticas existentes y atender las necesidades del servicio sanitario y fitosanitario del país. También coordina el funcionamiento de laboratorios del ICA y lidera sus actividades con el fin de obtener la acreditación nacional e internacional en cada una de sus pruebas; regula con los laboratorios de referencia, las directrices que se deben impartir a los demás laboratorios de la red, necesarias para el cumplimiento de los objetivos del Instituto. Mantiene la red de laboratorios articulada con otras internacionales que permitan el mejoramiento de los servicios. Da soporte en el desarrollo de actividades diagnósticas a las demás subgerencias Técnicas, y demás entidades del sistema Medidas Sanitarias y Fitosanitarias. Establece un sistema de acreditación, autorización, delegación y cooperación que adopte el Instituto para aumentar la cobertura, mejorar la oportunidad y efectividad de la protección y regulación sanitaria y fitosanitaria, para las pruebas específicas que el Instituto considere pertinentes. Coordinar el desarrollo de las auditorías, o contratarlas cuando sea pertinente, siempre que se cuente con laboratorios acreditados.

Las certificaciones de buenas prácticas agrícolas en el cultivo implican una inversión considerable, y dado el carácter regional de la comercialización, los cultivadores no lo ven necesarios para competir en el mercado interno, sin embargo, estas certificaciones son de suma importancia para poder competir en los mercados internacionales, por lo cual el no certificar sus procesos y cultivos no facilita el acceso a EE. UU.

6.1.6. PAPEL DEL GOBIERNO

El Estado a través del ministerio de agricultura y desarrollo, viene impulsando las cadenas productivas, donde se fortalece la estrategia de más de 20 acuerdos nacionales y 50 regionales, la importancia de esto radica en que el Estado muestra su intención clara de apostarle al sector frutícola nacional, y mejorar la competitividad, lo que implica un desarrollo de la cadena de piña. Además, posee diferentes programas de apoyo logrado a través del fondo de fomento hortofrutícola. Entre los programas a destacar se encuentra el de transferencia de tecnología, que se logra a través de ECA Escuela de campos de agricultores, donde se busca generar conocimientos tecnológicos, ambientales y socio empresariales.

6.2. TABLA DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS PARA LA INDUSTRIA DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA

ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER PARA EL SECTOR DE LA PIÑA EN EL VALLE DEL CAUCA			
		FAVORABLE	DESFAVORABLE
1	PODER DE NEGOCIACION QUE EJERCEN LOS PROVEEDORES		
1.1	Disponibilidad de tierras para el cultivo de piña	X	
1.2	Disposición tecnológica (Maquinaria especializada, Tractores, Etc.)	X	
1.3	Presencia de economías de escala de insumos.		X
1.4	Disponibilidad de semillas.		X
1.5	Costo de transporte	X	
1.6	Costos de almacenaje		X
2	PODER DE NEGOCIACIÓN QUE EJERCEN CLIENTES O COMPRADORES		
2.1	Hábitos de consumo de piña del mercado destino EE. UU	X	
2.2	Hábitos de consumo de piña de la población origen.	X	
2.3	Tasas de consumo per cápita de piña en EE. UU.	X	
2.4	Tipos de presentación del producto de acuerdo con la demanda de la población destino.		X
2.5	Variedades de piña disponibles en el mercado origen.		X
2.6	Disponibilidad de mercados oferentes en el mercado destino EE. UU.	X	
2.7	Especificaciones técnicas, certificaciones Premium.		X
2.8	Cadena logística y de distribución de la piña.		X
2.9	Tipo de presentación del producto (Valor agregado, piña fresca, congelada, snack, rebanadas, etc.).		X
3	INGRESO POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES.		
3.1	Aumento en el número de productores primarios.	X	
3.2	Ingreso de firmas u organizaciones destinadas al procesamiento de piña	X	
3.3	Incorporación de países con ventajas comparativas en TLC con EE. UU	X	
3.4	Cambios en las características de calidad a nivel global.	X	
3.5	Formación de gremios de productores de piña a nivel regional, nacional e internacional.		X
3.6	Inversión en investigación y desarrollo tecnológico frente al mismo sector en diferentes regiones o países.		X
3.7	Acceso a canales de distribución.		X
4	PRESIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.		
4.1	Sustitución por otros frutos tropicales con similares aportes nutricionales y/o medicinales.	X	

4.2	Sustitutos productos alternativos que involucran la piña en su elaboración (jugos artificiales)	X	
4.3	Alternativa nutricional, calidades alimenticias y/o medicinales del producto.	X	
5	INTENSIDAD Y RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.		
5.1	Cantidad de productores de piña por región y país.		X
5.2	Cantidad de comercializadores y/o empresas netamente exportadoras	X	
5.3	Índices de competitividad de mercados extranjeros y competidores directos hacia el mismo mercado final.	X	
5.4	Índices de consumo interno de los competidores directos y los competidores más importantes.	X	
5.5	Estándares de calidad sanitarios, legales y logísticos de los competidores directos e importantes.		X
5.6	Tasas de exportación de piña por países de acuerdo con la importancia de sus exportaciones.		X
5.7	Tasas de rendimiento por hectárea cultivada (Precio y Toneladas por hectárea)		X
5.8	Formación de clúster para la exportación.		X
	VARIABLES EXTERNAS AFECTAN AL SECTOR DE LA PIÑA DEL VALLE DEL CAUCA		
1	Comportamiento del PIB colombiano	X	
2	Comportamiento del PIB Estadounidense		X
3	PIB per cápita colombiano vs PIB per cápita estadounidense.	X	
4	Tasa de crecimiento poblacional colombiana	X	
5	Tasa de crecimiento poblacional estadounidense	X	
6	Tasa de población rural colombiana.		X
7	Conflicto armado colombiano		X
8	Sustitución de cultivos ilegales		X
9	Tasa representativa del dólar	X	
10	Desarrollo de infraestructura vial, marítima y fluvial	X	
11	Política agraria y de desarrollo rural.	X	
12	Política de sustitución de importación referente a los productos agrarios.	X	
13	Tratado libre comercio Colombia- EE. UU	X	
14	Plan nacional frutícola y planes nacionales de transformación productiva hortofrutícola	X	
15	Plan de fomento y créditos para emprendimiento agrario.	X	
16	Reformas tributarias y arancelarias que involucren el sector agrario.		X
17	Balanza comercial colombiana		X
18	Balanza comercial estadounidense.		X

19	Centros de capacitaciones agrícolas y relacionadas.		X
20	Regulación de impacto al medio ambiente por procesos productivos.		X
21	Manejo de los recursos hídricos, suelos.		X
22	Certificaciones de calidad		X

Tabla 23. Análisis de las cinco fuerzas de Porter al sector piña en el valle del cauca.

Elaboración propia.

6.2.1. ANÁLISIS A LAS MODELO DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS APLICADO AL SECTOR FRUTÍCOLA, ESPECÍFICAMENTE EL CULTIVO DE PIÑA.

1. El poder de negociación de los proveedores con lo que respecta a la industria de la piña en el valle del cauca, no es dominante frente a variables como el costo de transporte, la disponibilidad de tierras y disposición tecnológica que se disponen de manera importante en el Valle del Cauca al tener cercanía al puerto de Buenaventura que abarata los costos de transporte, excelente infraestructura vial, además de la gran cantidad de tierras aptas para el cultivo existentes.

Pero frente a variables como presencia de economías a escala en insumos, disponibilidad de semillas y costos de almacenaje, estos se disparan en la industria de la piña por la poca existencia de centros de almacenajes óptimos, lo cuales hacen que los proveedores impongan condiciones en tarifas de almacenaje, y una demora en los tiempos que almacenaje en los puertos en salir la mercancía hacia el exterior.

Actualmente las semillas con altos estándares son importadas de Costa Rica para la variedad MD2, específicamente por Bengala Agrícola para sus procesos productivos de piña, razón por la cual esté material de propagación de óptima calidad genera unos buenos resultados en las cosechas, al contrario los viveros del valle del cauca no poseen algunos

las mismas calidades, por consiguiente, para los pequeños y medianos productores es más difícil adquirir material óptimo para mejorar el rendimiento sus cultivos, por lo cual el control y uso de esas semillas hace que ejerza un enorme importancia los proveedores de las mismas. Otro aspecto que es negativo para la industria de piña en el Valle del Cauca es el elevado costo de los insumos al no existir una economía a escala fortalecida de insumos, dado que en su mayoría son importados, por los que incrementa los costos a los productores afectando la competitividad.

2. El poder de negociación ejercido por el comprador es exigente y se perfila en aumento con el pasar de los años, pues los hábitos de consumo, y el conocimiento de garantías y certificaciones de calidad por parte de los compradores se constituye un factor decisivo del consumidor-cliente, que ahora es mucho más culto y conocedor de las características y tendencias nutritivas, ambientales y productivas de los alimentos que consume, y se ve reflejado en dos aspectos, el primero en que exige mayores certificaciones por el precio que está pagando, y segundo este mismo consumidor está en la capacidad de poder pagar un precio más elevado si considera que el valor agregado es superior al que ofrece los demás productos.

El amplio margen de negociación también se ve apalancado por un aumento en la variedad de oferentes (Productores), pues al encontrar productos que provienen simultáneamente de muchas partes del mundo, es facultad de cada país productor generar un sello o valor agregado que le permita sobresalir total o parcialmente sobre los demás contrincantes en un mercado cada vez con más participantes

El margen de negociación del comprador también depende del eslabón o nivel del comprador, esto se traduce si el comprador es un minorista, un mayorista, o una gran superficie, en estos niveles este tipo de consumidor modula el precio y las condiciones bajo las cuales será comercializada la fruta, al acaparar y tener alcance a una gran variedad de productores, es capaz de obtener menores precios del producto con mayores cualidades o características de calidad.

A nivel nacional la capacidad de negociación por parte del productor es más limitada, pero sigue siendo alta, pues el consumidor final opta por elegir entre variedades de piña, para el consumo la variedad M2D es la que mayor impacto presenta en el consumidor final por su sabor, aunque implique un valor superior. La competencia entre regiones por el mercado interno es más bien menguada pues los centros productores a nivel nacional están alejados creando un nicho de mercado que no se cruzan entre sí, dejando al consumidor una oferta netamente local en el que como se describió en el párrafo anterior se limita a elegir la variedad a adquirir.

3. El ingreso de nuevos competidores a la competencia de los sectores agrícolas en general no es fácil, en especial el sector frutícola, a nivel nacional las regiones consideradas como polos productivos de piña, se encuentran bien consolidadas y es poco factible el surgimiento de nuevas regiones productivas con una orientación netamente hacia la piña, pues además de contar con tierras aptas para su cultivo se hace necesario toda una infraestructura de transporte, logística y almacenamiento que implicaría inversiones exorbitantes para que una región nueva intente posicionarse como un polo productivo de

piña, la opción más factible para que esto llegara a suceder es mediante la incursión de conglomerados con experiencia agroindustrial, pero por lo general aprovechan el andamiaje público/privado necesario y mencionado anteriormente para obtener una producción de piña consistente, todo esto sin contar la poca curva de experiencia en los procesos productivos de este fruto.

La esfera internacional, tiende a tener un comportamiento similar al nacional aunque con sus particularidades: Los bloques de competidores internacionales en el sentido de que está bien tipificado, la prevalencia de Costa Rica y algunos países del sudeste asiático ocasionan que la aparición de nuevos actores bloques económicos como productores de piña sea poco factible, teniendo en cuenta los requerimientos de extensión de tierra y clima, lo que limita el número de naciones habilitadas para un desarrollo sostenible e integral de la industria agrícola del cultivo de piña. Por tal motivo las naciones que podrían manejar un plan de desarrollo de la piña y convertirse en nuevos actores a nivel global del esquema exportador de piña corresponde a países del sudeste asiático, algunos países africanos y los vecinos del cono sur del continente americano, siempre y cuando se vean beneficiados por un acuerdo comercial o por un plan que le permita establecer y seguir los parámetros de calidad vigentes.

4. Existe una presión importante de sustitutos frutícolas sobre la industria productiva de la piña, dado que estos sustitutos también interesan a los mercados internacionales. La piña es un producto muy apetecido, pero de igual manera existen frutales tropicales con propiedades benéficas, vitaminas y nutrientes, ejemplo la papaya, el mango, banano por

nombrar algunos, que también están ganando espacio en el mercado americano e internacional. A través de la publicidad, aspectos comerciales y conociendo hábitos de consumo, las empresas productoras intentan influir en la escogencia de los consumidores, por lo tanto, esas industrias ejercen una presión que afectan la compra de la piña. Sin embargo, la piña posee propiedades nutricionales, y medicinales que la hacen ser una fruta especial con beneficios para ciertas anomalías físicas, que no se encuentran en otras frutas por lo cual también es un factor de escogencia por encima de otras.

Los productos sustitutos que son a base de piña no generan mucho impacto dado que es claro, que las preferencias de hábitos saludables implican una escogencia el consumo de piña fresca y natural, por lo cual, es un mercado diferente donde existe una oportunidad para abrir mercado a los productos a bases de piña.

5. La rivalidad entre competidores es agresiva, tanto en ámbito local y mayormente en el internacional, en Colombia existen departamentos productores de piña valle del cauca que su producción es comercializada en el territorio nacional, donde el departamento de Santander es muy fuerte en la comercialización en la zona centro. Frente al plano internacional Colombia exporta aún niveles muy bajos, con lo que el reconocimiento de la piña Colombia es muy incipiente, por lo tanto, existen competidores muy fuertes como los son Costa Rica en fruta fresca y Tailandia en procesados, donde sus tasas de exportación son mayores que las de Colombia. Los estándares de calidad establecidos por estos países son rigurosos y existen más programas gubernamentales, que mejoran la calidad ostensiblemente.

En el indicador de competitividad “The Global Competitiveness Index 2015–2016 rankings” Costa Rica ocupa el puesto 52, Tailandia el 32, demuestra en los análisis de los ítem, que son más competitivos que Colombia. Actualmente Colombia ocupa al año 2016 ocupa el puesto 61 con puntos negativos en tasas de impuestos altas, corrupción, problemas de infraestructura, excesiva burocracia, entre otros puntos.

Frente a los rendimientos se encuentra que la posición del valle del Cauca es fuerte, tomando en cuenta los procesos productivos de empresas privadas tecnificadas como Bengala, donde sus rendimientos son iguales que los países líderes del mercado.

En términos generales, la competencia es fuerte y el valle tiene un reto enorme para poder acceder a mercados internacionales, por lo cual urge procesos de cambio que ayuden a mejorar en aspectos competitivos necesarios para un buen desempeño exportador.

ANALISIS VARIABLES EXTERNAS

Existen variables externas que afectan de una manera desfavorable el desempeño de la producción y comercialización de la piña en su llegada a los EEUU, por lo cual se realiza el siguiente análisis.

En los últimos años la desaceleración en el gasto de los consumidores, un déficit comercial mayor de lo esperado y el efecto de las inclemencias invernales han pasado factura a la economía estadounidense. La fortaleza del dólar hizo que las exportaciones estadounidenses disminuyeran un 7,6%, mientras que las importaciones aumentaron un 5,6 %, lo que elevó el déficit comercial en el año 2014, sin embargo, el PIB ha mejorado en los dos últimos años. Esta variable es de suma importancia dado que aunque EEUU es la

potencia y mayor consumidor mundial, el comportamiento de PIB, y una desaceleración económica afecta el desempeño de cualquier sector que quiera incursionar en ese país.

Otra variable a tener en cuenta es la tasa de la población Rural Colombiana. El país ha concentrado su población en centros urbanos, existen grandes ciudades en todo el territorio nacional, el fenómeno sucedido es una disminución de la población rural y aumento y concentración en las ciudades, consecuencia de que existen oportunidades de empleo, ingresos, acceso sistemas básicos de salud y educación se encuentran en las ciudades, y esto sumado al conflicto armado que genero un desplazamiento masivo de campesinos y abandono de toda actividad agropecuaria, por lo tanto, esta variable es de suma importancia y afecta negativamente el desarrollo del país en el aspecto agrícola. El conflicto en Colombia ha afectado la distribución de tierras, por ende, esta distribución es inequitativa y no genera que se emprendan proyectos productivos con facilidad, tanto de los pequeños productores, como las grandes empresas con la misma velocidad que otros países.

Sin embargo, los procesos de desmovilización de actores del conflicto, financiados a través del manejo y procesamiento de cultivos ilícitos, han permitido que el gobierno emprenda una sustitución de cultivos de Coca, Marihuana y amapola por cultivos tradicionales agrícola, aunque la tarea no es sencilla por la complejidad social existente.

Frente a los reformas tributarias y arancelarias, están afectan de manera clara el emprendimiento de nuevos proyectos por empresas multinacionales, las cuales no ven condiciones propicias, por el cambio en las reglas de juego que no permiten proyectar lo que sucederá en manera de impuestos.

La balanza comercial Colombia con EEUU es deficitaria y ha estado abriéndose la brecha en los últimos años y aumentando su saldo, resultado que demuestra claramente la dependencia al petróleo y el poco impacto en los totales exportables de los productos no tradicionales, por lo cual EEUU al estar más preparado tecnológicamente ha aprovechado en estos primeros años el TLC a su favor, si lo miramos en el sector agrícola. Sin embargo las oportunidades están en la mesa, y se espera que con los años, están balanza regrese a ser positiva o por lo menos los rubros no tradicionales sean relevantes en los totales exportables.

Un aspecto negativo y que afecta la producción frutícola y la seguridad alimentaria es el mal uso de los suelos, las fuentes hídricas y el manejo de insumos agrícolas, falta implementar más cultura en los productores, dado que del manejo de estos recurso, es posible acceder a las certificaciones de calidad que permitan que los productos recolectados en las cosechas seas atractivos para ser consumidos por países desarrollados y abre las puertas a esos mercados.

Para finalizar el análisis de las variables externas es importante recalcar la importancia que tiene la tasa de cambio, esta tasa en el mes de Febrero 12 de 2016 el precio del dólar en Colombia llegó a su nivel más alto, algo nunca registrado, al superar la barrera de los \$3.434. El quiebre de este techo implica que desde hace algunos meses el peso colombiano es la tercera moneda del mundo que más ha perdido valor. Una realidad que repercute en los grandes sectores de la economía y en todos los colombianos, Sin Embargo, para el Gobierno la devaluación es una buena noticia. Reiteradamente menciona que la tasa de cambio actual permite incentivar las exportaciones no tradicionales y disminuir las

importaciones, lo que ayudaría a cubrir las pérdidas por las menores ventas externas del petróleo colombiano.

Un dólar caro conviene a los exportadores. Dado que los productos nacionales son más baratos que antes en los mercados internacionales, su competitividad frente a bienes similares aumenta, haciéndolos más atractivos. Como uno de los determinantes de la demanda es el precio, y teniendo en cuenta que la relación entre precio y cantidades demandadas es inversa, un menor precio en los mercados internacionales se manifiesta en un aumento en la demanda de dichos productos. En tal sentido el valor de las exportaciones aumenta, beneficiando al sector exportador.

6.3. MATRIZ DOFA PARA ANALIZAR: DEBILIDADES; OPORTUNIDADES; FORTALEZAS; AMENAZAS

El propósito de realizar la DOFA en el presente trabajo es el determinar y clasificar las principales problemas y oportunidades del cultivo de piña en el Valle del Cauca, para posteriormente servir de referente para la construcción de estrategias que ayuden a elaborar un modelo de competitividad para el valle del cauca.

6.3.1. DEBILIDADES

- Los empresarios productores de piña en el valle del cauca no poseen cultura de exportación.

- Desconocimiento e incumplimiento por parte de los productores de piña de los diferentes requisitos legales que son necesarios para el ingreso de la producción a los EE. UU.
- La producción de piña en el Valle del Cauca tiene limitantes de orden sanitario y de producción limpia.
- El material utilizado para la propagación no es de la mejor calidad en la mayoría de los cultivos de piña.
- La mayor parte de los cultivos no tienen ningún tipo de certificación que garantice una sanidad, genética y calidad agronómica.
- Los cultivos son propensos a las plagas y enfermedades, que deterioran la calidad, generando unos cultivos longevos, improductivos y poco uniformes.
- Existe altos costos para mantener los cultivos de piña. Dado la dificultad para la consecución de los insumos agrícolas.
- Existe un uso indiscriminado de insecticidas químicos que generan un deterioro del medio ambiente.
- Los productores pequeños y medianos de piña del valle tienen poca inversión en sus plantaciones, y con poca conciencia fitosanitaria y ambiental.
- Falta de entrenamiento en el capital humano, en las técnicas y manejo postcosecha del cultivo de piña, por lo tanto, existe poca especialización en los pequeños productores.
- No existe suficientes empresas procesadoras y falta la consolidación del clúster frutícola en el valle del Cauca.
- Existe poco desarrollo de productos derivados de la piña con valor agregado.

- Falta mayor desarrollo logístico en el departamento del valle del cauca para el manejo de la post cosecha.
- La red de laboratorios no es suficiente para atender la demanda de análisis de residuos químicos en los cultivos del valle del cauca, por lo cual retrasa la futura entrega de la producción a los mercados internacionales.
- Los productores pequeños y medianos no tienen cultura de certificación, por lo cual su producción difícilmente es de carácter exportable.
- Plagas y enfermedades como el virus de la marchitez roja en piña, la Fusariosis de la piña y las Cochinillas Harinosas.
- Poca asociatividad por parte de los cultivadores de piña en el departamento del Valle del Cauca.
- La poca planificación en la oferta, al salir excedentes, los cuales genera que tenga que vender su producción a precios bajos.
- Existe una red de carreteras terciarias deficiente, lo que conlleva a que los cultivadores vendan su producción a intermediarios que dejan márgenes de ganancia bajos.
- Poca tecnificación de la mayoría de cultivos en el departamento, que se debe a los pocos recursos disponibles a través de crédito, lo que conlleva a una producción atomizada.

6.3.2. OPORTUNIDADES

- El gobierno nacional a través del MADR (ministerio de agricultura y desarrollo Rural), viene impulsando las cadenas productivas a través de acuerdos nacionales y regionales.
- El consumo per cápita de frutas incluido la piña va en aumento en los Estados Unidos.
- Los consumidores estadounidenses debido a los problemas de salud han empezado a invertir en productos para mejorar la calidad de vida, por eso incluyen en su dieta frutas y vegetales.
- La piña se vende en los EE. UU., a un precio donde se obtiene mayor rentabilidad.
- La piña puede ingresar a los EE. UU. por todos sus puertos, excepto Hawái.
- La piña tiene una interesante tasa interna de retorno TIR de 34,5 % según PNF.
- Costa Rica que es el mayor exportador de piña a los EE. UU., tiene escasez de tierras, Y debido, al aumento en los niveles per cápita de consumo en los EE. UU., este país busque otros proveedores complementarios.

6.3.3. FORTALEZAS

- El Valle del Cauca posee una ubicación geográfica excepcional y condiciones climatológicas adecuadas para el cultivo de piña.
- Existe disponibilidad de áreas cultivables en departamento del valle del cauca para el incremento de las plantaciones de piña.
- Las condiciones agroclimáticas y del suelo, permiten sostener la cosecha durante todos los meses del año.
- El valle del cauca es un departamento con vocación exportadora en productos no tradicionales, lo que conlleva un conocimiento del tema de exportación.

- Con el fortalecimiento de empresas como Bengala Agrícola el departamento actualmente obtiene mejores rendimientos por hectárea en Colombia.
- La infraestructura vial primaria y secundaria, portuaria del valle del cauca permite unos tránsitos de mercancía más rápidos que otros departamentos, lo que abarata costos en logística de almacenamiento y transporte.
- Existen centros de investigación en temas frutícolas, y algunas universidades están trabajando como la universidad del valle, san Buenaventura, la del pacifico y la nacional de Palmira.
- Actualmente el norte del Valle del cauca posee una certificación de la Aphis como zona libre de esa mosca, lo que conlleva una gran oportunidad para poder comercializar los productos cultivados en esta zona en los EE. UU.

6.3.4. AMENAZAS

- Poca exploración de los mercados internacionales, se conforman con el mercado interno.
- Colombia no es el único país que intenta ingresar a EE. UU., por lo cual países como Tailandia e indonesia y en Latinoamérica Ecuador y México también son competidores muy fuertes.
- Los consumidores y las cadenas de abasto de los pises desarrollados exigen altos estándares de calidad a los productos importados, por lo cual los productores del valle del cauca se enfrentan a requerimientos que el mercado local no les exige como, peso, color, tamaño, forma, y diferentes propiedades.

- Debido a la variedad de los productos frutícolas en el departamento, los esfuerzos de las entidades se dividen en varios productos, lo que conlleva a una reducida asistencia a los cultivadores de piña.
- Falta mayor promoción de la piña colombiana en el mercado norteamericano.
- Los paquetes tecnológicos al ser importados no cumplen condiciones requeridas al medio colombiano y del valle del Cauca.

6.4. ESTRATEGIAS PARA SUPERAR OBSTÁCULOS Y PODER INCENTIVAR LA EXPORTACIÓN DE PIÑA HACIA LOS EE. UU.

Con base en el diamante competitivo, las 5 fuerza de competitividad y la matriz DOFA aplicado a los cultivos de piña del valle del cauca donde se descubrieron limitantes y oportunidades, permite establecer las siguientes estrategias necesarias y que han sido aplicadas de alguna manera en países de la región como Costa Rica y Chile con excelentes resultados en el sector frutícola. Con la aplicación de esas estrategias se buscan fortalecer y hacer competitivo el sector frutícola y el cultivo de piña en el departamento del valle del Cauca para lograr llevar cuotas de producción altas a los mercados internacionales en especial los EE. UU.

A. Desarrollo de aspectos competitivos relevante para poder exportar a través de la integración en la cadena frutícola del valle del cauca y el fortalecimiento del clúster frutícola, es necesario aprovechar economías a escala y la integración de los diferentes actores, dado que en los EE. UU. la oferta de piña es controlada por Costa Rica la cual al tener más integrado su proceso productivo con beneficios claros como costos más bajos y

productos que cumplen con las exigencias del mercado. Se debe aprovechar la experiencia y desarrollos de otras empresas frutícolas en el departamento y aplicarlas al desarrollo de la piña. La integración de la cadena a través de clúster conlleva, a una mejor especialización productiva, reducción en costos, creación de nuevas empresas proveedoras de servicios y una acción continua de los agentes en un espacio y una competencia que acelera el sector. La formación de un clúster requiere la voluntad de varios entes, un esfuerzo mancomunado de entes gubernamentales como alcaldías, gobernaciones y ministerios que sondeen los compromisos y capacidades de los integrantes de un clúster de piña. Paso seguido se deben establecer normativas, legislaciones, alivios tributarios y demás iniciativas que impulsen a todos los productores para crear un entorno saludable. Dentro del engranaje se debe involucrar algunas de las empresas del sector y con éxito en el ámbito exportador, tales como Olmué o Bengala internacional para que se genere retroalimentación con base en la experiencia generada por empresas de este tipo y aprovechar recursos compartidos para lograr objetivos de manera mancomunada entre productores no solo de piña sino de frutas en general.

B. Posicionamiento en los mercados internacionales. Con el apoyo de Procolombia, seguir monitoreando las necesidades de los mercados internacionales frente al sector frutícola, y utilizar el conocimiento para implementar con los empresarios una oferta atractiva para posicionar los productos en los mercados potenciales por su tamaño, crecimiento y rentabilidad. Para el caso de la piña en particular, actualmente son irrisorias los montos exportables, es que paso a paso después de introducida en los EE. UU. la piña producida en el departamento se posicione sosteniblemente con la oferta en ese país. El sector frutícola y la piña debe ser reconocida por características diferenciadoras de valor

agregado en sus productos que generen una marca de ese sector vallecaucano que posibilite la producción y comercialización de grandes volúmenes de producto en los mercados internacionales. Este reconocimiento es muy evidente con el café, el cual facilita la comercialización por ser una marca país. Al tratar de construir una marca e identidad para la piña colombiana, se debe articular con la estrategia para aumentar el consumo interno, descrita líneas abajo. A pesar de que es un proceso definido, se requiere de tiempo y recursos para llevar a cabo la estrategia que debe actuar en diversos niveles, desde moldear el imaginativo del consumidor final en los medios de comunicación con un producto que cumple con creces los requerimientos de calidad, mediante comerciales en medios de comunicación masivos, la construcción de tiendas y la asistencia a congresos y ferias relacionadas para llegar a un nivel de recordación constante y amigable con el consumidor final. A nivel de compradores mayoristas e intermediarios, el nivel de recordación se amplifica en función de precios y facilidades ofrecidas por el productor que recibe productos con precios muy llamativos pero que cumplen sin dudar las normas del mercado destino.

C. Vinculación entre los cultivadores de piña del valle del cauca y la gran distribución minorista de los EE. UU., por lo cual es necesario aglomerar la atomización existente de la producción, con el propósito de llegar a los mercados con una cuota atractiva. Para cumplir este fin es necesario el fortalecimiento organizacional a través de la asociatividad y cooperación entre productores, dado que las negociaciones entre los canales de distribución en EE. UU. se realicen con representante del sector que lleve una oferta fuerte y

competitiva, y así, poder realizar alianzas o contratos de altos volúmenes Además esto conlleva a un aprovechamiento de las cadenas de transformación productiva, la cuales has sido impulsadas por el ministerio de Comercio y donde la piña es un producto con potencial exportador. Como acción a realizar se realiza contratos con productores pequeños y medianos para proveer la fruta con empresas exportadoras, donde existen responsabilidades y una subordinación clara y formar para cumplir con los canales internacionales.

D. Apoyo gubernamental. En compañía del sector privado y público generar los instrumentos para que el cultivo de piña crezca en el departamento. El sector público debe generar las inicialmente unas condiciones macroeconómicas estables, a través de las políticas monetarias y cambiaria correctas buscando jalonar el sector para generar crecimiento. Es importante aprovechar la alta devaluación existente, una inflación controlada. Estas acciones se implementaron en Costa Rica, esa nación es un claro ejemplo de cómo las empresas privadas ayudadas con políticas de estado jalaron un sector para hacerlo de lo más importante en ese país.

El gobierno de Costa Rica implementó gradualmente reformas de liberalización en un período de diez años. Comenzando en 1982 con controles de divisas relajados y culminando en una moneda libre que paralelamente permitió al sector financiero externo experimentar una liberalización significativa, permitiendo un enfoque del banco central en la estabilidad de precios, la privatización de los bancos estatales, la eliminación del control de las tasas de interés y una estrecha supervisión de las instituciones financieras. Además,

los aranceles de importación promedio disminuyeron durante este período de más del 100 por ciento al 25 por ciento. (Josling, Paggi, Wainio, & Yamazaki, 2014).

E. . Intensificación de la modernización tecnológica en todas las actividades de la cadena productiva de piña, se debe seguir desarrollando factores competitivos, productivos, para asegurar una mayor productividad y por ende mayores rentabilidades. La puesta en marcha de dichos procesos de modernización debe contemplar inicialmente el uso de semillas desarrolladas a las necesidades de los terrenos colombianos, esto implica una alta inversión en investigación y desarrollo, recurriendo a instituciones, universidades o centros de investigación existentes y con vocación agroindustrial como la Universidad del Valle, Universidad Nacional o Cenicaña, uniones y convenios que a largo plazo permitan crear un centro de investigación dedicado al perfeccionamiento del cultivo de piña.

El proceso de modernización debe involucrar además la implementación de técnicas de agricultura de precisión en la que mediante el uso de programas, drones y maquinaria de última tecnología (Tractores, máquinas de riego, Etc.) se pueda optimizar tiempos y materiales empleados sin dejar de contar con la mano de obra local calificada, más que recortar el uso de personal la modernización debe tratar de aumentar las tasas de productividad en todos los cultivos.

El tercer flanco que debe involucrar la revolución tecnológica dentro del cultivo de pina en el Valle del Cauca corresponde a la logística, que abarca puntos como el transporte, en donde la flota de vehículos o medio que transportan el producto recién cosechado deben estar dotados con los requerimientos óptimos para evitar demoras y daños en los productos,

con contenedores refrigerados que aseguren las condiciones necesarias de inicio a fin hasta la llegada a los distribuidores finales.

F. Afianzar la inocuidad, calidad y aspecto fitosanitario. Frente a manejo fitosanitario, es necesario el cumplimiento de prácticas agrícolas que garanticen una buena calidad en la piña producida en el Valle del Cauca. Por eso es importante impulsar las certificaciones agrícolas como la BPA, estas deben ser de conocimiento general e incentivar su aplicación de estos programas por los pequeños productores. Dado que los productores no cuentan con los recursos necesarios para su implementación o por la falta de exigencia del mercado nacional, distinto el mercado internacional que sí es relevante por los consumidores y cadenas de abastecimiento, es importante que los productores se certifiquen en mayor número, de los que actualmente se encuentran certificados.

G. Impulsar la constante asistencia Técnica a los cultivadores de piña, mejorando la capacitación del recurso humano y ampliando las oportunidades laborales en el sector. Para lograr esta estrategia es importante en conjunto con los centros de investigación seguir trabajando como se está haciendo, pero enfocado a dos o tres productos banderas, entre estos la piña. Al ser el valle del Cauca un departamento con variedades frutícolas, los esfuerzos de esa asistencia se deben seguir priorizando en los cultivos con mayor crecimiento.

Debe ser prioridad del servicio nacional de aprendizaje (SENA) enfocar su ya bien conocida oferta de capacitación técnica laboral en donde la apertura de programas y centros de aprendizaje creados y generados de acuerdo a las necesidades del gremio de

productores de piña, la creación de gestores en certificaciones y normatividad permitirían crear una base laboral que tiene interiorizada la premisa de producir frutas con aspectos de calidad inherentes a su producto igualmente la creación de agentes de seguridad e impacto ambiental juegan un papel crítico que de llegar a convertir su presencia en una herramienta crítica en la producción de piña.

H. Fortalecer el consumo interno, debido a que lograr una estabilización y consolidación del abastecimiento nacional del cultivo de piña, hace que los productos cosechados lleguen más fácil al consumidor nacional; este a su vez, va ejercer presiones para que la industria genere curvas de aprendizajes necesarias para el mejoramiento del cultivo. Es claro que la presión ejercida por los consumidores es un factor clave para el desarrollo de un sector, por lo cual una población más exigente, fomenta la competitividad y competencia, por ende, un mejoramiento continuo de un sector.

Como parte de las estrategias para impulsar el consumo interno de piña, se hace necesario crear campañas de impacto, principalmente en los medios de comunicación, teniendo en cuenta la población foco para cada campaña, pues no toda la población recurre a los mismos medios para conectarse con el mundo. La estrategia propuesta en este ítem va encaminada a la creación de una marca o sello con recordación que se vuelque a crear recordación e identidad de la piña como un cultivo de importancia nacional.

I. Desarrollar las infraestructuras adecuadas para dar respuesta a las necesidades del sector con la Incorporación de aspectos logísticos en la comercialización, dado que la intención es llegar a EE. UU. y otros mercados, es necesario que se tengan claro por los

productores el conocimiento de los estándares de mercado, exigencias del mercado en temas sanitarios, inocuidad, presentación y empaque y la documentación de exportación. Por lo cual el gobierno a través de pro Colombia debería seguir impulsando y avanzando hacia la consolidación de la oferta exportable de piña.

J. Implementación de Incentivos Fiscales: Son varias las estrategias implementadas en Latinoamérica que demostraron ser efectivas al implementarse con voluntad política y un juicioso proceso que permitieran encontrar reciprocidad entre los cultivadores y organismos que buscaban fortalecer el sector agrícola frente al mercado global.

En países exitosos en el ámbito exportador frutícola, y en especial de la piña, el caso con mayor eco y resultados ha sido el de Costa Rica, en donde la implementación de un sistema de incentivos que pudieran abarcar todas las etapas del proceso productivo, por un lado la existencia de Contratos de Exportación para el proceso neto de siembra y cosecha, mientras que se ofrecía otro paquete de incentivos en la etapa de industrialización que pudiera llegar a general el sector, dicho paquete se cristaliza en la generación de zonas francas .

En la etapa temprana de la producción de piña los llamados contratos de exportación, que solo pueden ser adjudicados a pequeños y medianos exportadores con un mercado destino a los del cono suramericano, este contrato otorgaba sendas exenciones de aranceles a la importación de todos los insumos de la cadena productiva: Materias Primas (Fertilizantes, Semillas, Agroquímicos entre otros), Equipos y maquinaria. La implementación de certificados de abono tributario como letras negociables en bolsa permitió redimir frente a

gravámenes en porcentajes que variaban de acuerdo con el monto de exportaciones de las empresas entre el 5 y el 20%

En cuanto al proceso industrializador la implementación de Zonas Francas específicas, son creadas con el fin de fomentar la diferenciación y construcción de valor agregado, este tipo de mecanismos solo deben ser implementados en iniciativas productivas que ofrecieran una verdadera transformación y creación de valor , en este tipo de iniciativas el ofrecimiento de exenciones y beneficios tributarios deben marcar diferencia para generar un verdadero pulso que apalanque este tipo de iniciativas por periodos de tiempo superior a los diez años, para que permita estabilizar procesos que no cuentan con la robustez inicial que le permita sobrevivir en mercados altamente competitivos.

K. Políticas Crediticias y Bancarias de apoyo al sector frutícola: Aunque la oferta de financiamiento de entidades gubernamentales como el Banco Agrario y Bancoldex son la espina dorsal para encontrar grandes sumas de dinero para el exportador que así requiera recursos para impulsar sus iniciativas, presenta algunas falencias principalmente con pequeños productores, principalmente por la dificultad para respaldar con garantías las obligaciones que aspiran a obtener, truncando su capacidad para pagar aspectos como asistencias y consultorías técnicas y algunos materiales indispensables para cultivar o elevar sus estándares de calidad. Esta situación obligó a que algunos productores se asociaron en modalidad de cooperativas y asociaciones para lograr acceder a iniciativas que les permita dar el salto a la industrialización y generación de valor agregado.

Bancoldex, actúa como un banco de segundo piso, canalizando líneas de crédito a través de las instituciones financieras que operan en el país, redescontando recursos en moneda

nacional y extranjera, y diseñando productos financieros que permitan exportar más mercancías colombianas a un mayor número de países y regiones geográficas. Posee líneas de crédito estructuradas para financiar, mediante operaciones de redescuento, programas de asistencia técnica, promoción de exportaciones, exportación de servicios técnicos, créditos para pre-embarque y post-embarque, financiación de inversión fija y capitalización para empresas exportadoras. otorga avales y garantías para respaldar obligaciones derivadas de las operaciones de cambio que deban canalizarse a través del mercado cambiario, respaldar la seriedad de la oferta y el cumplimiento por parte de las empresas colombianas y extranjeras en licitaciones o concursos de méritos convocados por las empresas residentes en el país o en el exterior, respaldar el cumplimiento de las obligaciones que contraigan los residentes en el país derivadas de contratos de exportación de bienes o de prestación de servicios no financieros en el exterior y respaldar obligaciones de residentes en el exterior.

L. Por lo tanto, una correcta gestión y financiación de la banca de segundo piso permite que haya un mayor flujo de capital con tasas de interés para pequeños, medianos y grandes productores que inician su inmersión en la exportación de sus productos. De la mano con entidades como Finagro y Findeter con préstamos por el orden de los \$5,46 billones, \$7,38 billones y \$7,97 Billones respectivamente, demuestran el fuerte músculo e importancia en el préstamos a los integrantes de la cadena agrícola y exportadora, por tal motivo una estrategia focalizada en modificar robustecer el fondeo de las entidades de microcrédito con las que trabaja el banco para tal meta la entidad suscribió un acuerdo con la Corporación Financiera Internacional (IFC), brazo privado del Banco Mundial, para

crear un nuevo vehículo financiero que movilice recursos hasta por 103 mil millones de pesos que sirva para prestarle a microempresas.

La articulación de la banca con organismos estatales que permitan enfocar recursos en pro del desarrollo de la competitiva generan un valor agregado a la asignación de recursos y construcción de una verdadera política bancaria , tal es el ejemplo de el plan de transformación productiva e Impulsa, la Unidad de Gestión de Crecimiento Empresarial del Gobierno Nacional, creada en febrero de 2012 para promover el emprendimiento, la innovación y la productividad como ejes para el desarrollo empresarial y la competitividad de Colombia, acompañando a las empresas a superar obstáculos, encontrando financiación para detonar el crecimiento y dinamizar entornos completos de innovación y emprendimiento. Un ejemplo de cómo este engranaje lubrica la maquinaria exportadora e innovadora se puede observar en diversas convocatorias para entregas de recursos a propuestas que tienen como objeto mejorar la productividad, competitividad e incrementar las exportaciones de los productos agroindustriales colombianos.

M. Como complemento a las estrategias planteadas, traemos la experiencia chilena que a finales de la década de los 90 incursionó en una serie de estrategias que a nuestro juicio fueron fundamentales para el desarrollo frutícola de Chile y que consideramos que son posible en llevarlas a acciones en el departamento del Valle para los cultivos de piña, y también para otras variedades frutícolas.

Las bases fundamentales de la estrategia chilena para alcanzar los objetivos de sector frutícola chileno fueron:

- El sector privado como motor del desarrollo,

- El Estado, como un factor de regulación y compensación.
- La acción eficiente del Estado,
- La integración a la economía mundial, por medio de la promoción de las exportaciones y la apertura al comercio mundial,
- La preservación de los equilibrios macroeconómicos, y
- La protección del medio ambiente.

Esta estrategia de desarrollo nacional significó en el sector agrícola la realización de un conjunto de acciones, tales como:

- La promoción del desarrollo e innovación tecnológicas,
- El mejoramiento de los recursos humanos para el sector,
- El conocimiento de mercados externos de interés,
- La promoción internacional de los productos nacionales,
- El diseño de instrumentos de fomento productivo adecuados,
- La mayor inversión en infraestructura vial, portuaria y aérea, y
- La conformación de un sistema de servicios asociados a la exportación transparente y eficiente.

7.0. CAPÍTULO VI CONCLUSIONES

El objetivo fundamental de esta tesis es abordar la problemática existente por los cultivadores de piña en el valle del cauca para poder generar una oferta exportable de este producto a los mercados internaciones, especialmente EEUU, aprovechando la entrada en vigencia del TLC con ese país.

Así pues la aportación de este trabajo es mostrar a través de la caracterización del sector hortofrutícola y el cultivo de piña en Colombia y el Valle del Cauca, y la descripción del tratado de libre comercio con EE. UU, el panorama competitivo en que se desenvuelve los sectores hortofrutícola y el cultivo de piña, con el propósito final de plantear algunas estrategias validas que se deben llevar a cabo para aprovechar las oportunidades latentes en el mercado norteamericano u otros mercados internacionales

Por ende, las conclusiones que se derivan de este trabajo se exponen a continuación:

- La metodología que se usó nos permitió encontrar información relevante del sector hortofrutícola, enfocado en la piña, a través de la realización de cruces de información de las diferentes bases de datos de entidades gubernamentales, revistas especializadas y artículos de opinión, las cuales consideramos válidas y confiables para llevar a cabo la investigación. Se encontró una problemática en la consecución de datos actualizados, dado que las entes gubernamentales no tienen estadísticas a la fecha de finalizada esta investigación para analizar mayores al año 2014, por lo cual no fue posible tener datos confiables de los años 2015 y 2016 en algunos ítems, sin

embargo con los datos hallados y confrontados, estamos en la certeza de haber realizado un análisis más que ajustado a la realidad actual de los sectores en estudio.

- Con la apropiación y uso de herramientas teóricas como el diamante competitivo, las cinco fuerzas de Michel Porter, además sumado a un análisis DOFA, fueron de gran utilidad para poder clarificar el ambiente competitivo del cultivo de piña en el Valle del Cauca, dado que pudimos enumerar los factores claves a mejorar en el desarrollo de estos sectores, para poder obtener una oferta exportable atractiva. Entre las variables claves halladas, las cuales poseen problemática a resaltar están del incumplimiento de normas fitosanitarias, producción atomizada, otras barreras de entrada existente, poca tecnificación, falta de asistencia técnica y financiera a los pequeños y medianos productores.
- Los hallazgos encontrados en esta investigación sugieren que aunque el gobierno nacional y regional y las entidades hacen esfuerzo para mejorar la competitividad del sector frutícola, están muy dispersos y no se obtienen resultados como se esperaba. La realidad observada en la investigación muestra cómo otros países de la región como Costa Rica, Chile y Perú han sabido capitalizar mejor las oportunidades en los mercados internacionales, esto se ve reflejado en las cifras exportadoras, donde Chile exporta cinco veces más de lo que exporta Colombia, por lo cual, los esfuerzos realizados hasta la fecha no han sido suficientes para consolidar el sector.

- El sector frutícola, es de suma importancia para los intereses gubernamentales de aumentar las exportaciones y el desarrollo del país, por lo cual, es importante seguir consolidando el cluster frutícola, y de suma importancia para el desarrollo de esa industria el ampliar el número de actores, con el fin de tener una posición fuerte frente a las fuerzas competitivas, así tener capacidad de negociación en los mercados, por la reducción de costos y mejores curvas de aprendizaje que garanticen la calidad de los productos ofrecidos.
- Las estrategias presentadas a nuestro parecer, se pueden aplicar a otros tipos de cultivo frutícola, dado que la situación es muy similar a la presentada en el sector de la piña. Estas estrategias están dadas en varios frentes, donde el sector público apoya las diferentes iniciativas empresariales del sector privado. Es necesario que los planes frutícolas y acciones implementadas por el gobierno sean articulados en toda la cadena productora de piña.
- Esta investigación concluye que existen oportunidades para los productores de piña vallecaucanos de exportar hacia el mercado norteamericano. Es importante aprovechar las ventajas comparativas del territorio vallecaucano para poder llegar al mercado estadounidense, pero además soportar esas ventajas naturales con estrategias que ayuden al mejoramiento de la competitividad de la región. Por ende, las empresas privadas en cabeza de algunas empresas le están apostando a este cultivo, y a través de la asociatividad entre organizaciones de productores de piña,

donde sumados al apoyo del sector público – privado, se debe buscar la manera de tener una oferta sostenible y reducir los costos en el proceso logístico.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Amézquita Zárate, P. (2007). Efecto del TLC Colombia -EUA en las PYMES colombianas. *Análisis Económico*, 22(50), 57-77. *Análisis Económico*, 50, 57-77.
- Andersen, A. (1997). *Diccionario Espasa economía y negocios*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Betancourt, B. (2014). *Análisis Sectorial y Competitividad*. Santiago de Cali: ECOE Ediciones.
- Caicedo Asprilla, H. (2012). Análisis De Las Estructuras Organizacionales Para La Transformación Productiva De Las Organizaciones Del Valle Del Cauca. *Global Conference on Business & Finance Proceedings*, 10(1), 1324-1333. *Estudios Gerenciales*, 28, 125-148.
- Cano, C. G. (2013). La Agricultura Colombiana De cara a los Pactos bilaterales de comercio. *Revista de Ingeniería*, 38, 63-70.
- Castellanos, O. F., Fuqueme, A. M., Fonseca, S. L., Ramírez, D. C., Giraldo, E. P., & Valencia, M. F. (2011). *Estudio de la Cadena Productiva de la Papaya en la Región del Norte del Valle (BRUT)*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bogotá.
- Cateora, P., Graham, J., & Gilly, M. (2014). *Marketing Internacional* (16 ed.). México: McGraw Hill.

- Cedeño, M. M., & Montenegro, D. M. (2004). *Plan Exportador, Logístico y de Comercialización de Uchuva al Mercado De Estados Unidos Para Frutexpo S.C.I LTDA*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Cerda, A., García, L., Aguilera, C., & Villagrán, L. (2011). Determinantes de la Competitividad de las Exportaciones de Uva de Mesa Chilena, 1984-2004. *Panorama Socioeconómico*, 29, 62-73.
- Cerquera, J. L., & Naranjo, W. (2010). *Estrategias Para Desarrollar Las Exportaciones de Papaya al Mercado de los Estados Unidos, Desde el Norte del Valle Del Cauca*. Santiago de Cali: Universidad Icesi.
- Consejo Privado De Competitividad. (2014). *Política de Desarrollo Productivo Para Colombia*. Bogotá: Punto aparte Bookyertising.
- Coriat, B. (1997). *Los Desafíos de la Competitividad*. Buenos Aires: Eudeba.
- Crespi, G., Fernández-Arias, E., & Stein, E. H. (2014). *¿Cómo repensar el desarrollo productivo?: Políticas e instituciones sólidas para la transformación económica*. Washington DC.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*. México: Pearson.
- Departamento Nacional de Estadística. (2010). Proyecciones nacionales y Departamentales de Población 2005-2020. *Estudios Postcensales.*, 7.
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). *Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/.../bases%20plan%20nacional%20de%20desarrollo%...>
- Disdier, A. C., & Van Tongeren, F. (2010). Non-Tariff Measures in Agri-Food Trade: What Do the Data Tell Us? Evidence from a Cluster Analysis on OECD Imports. *Oxford University Press on behalf of the Agricultural & Applied Economics Association*, 32(3), 436-455.
- Echeverry Romero, R. D. (2009). Identificación de los principales factores que afectan el desempeño competitivo del subsector avícola en el Valle del Cauca (Colombia). *Pensamiento y Gestión*, 284-318.
- Eslava Ardila, P. (2014). *Análisis comparativo del sector agropecuario colombiano frente al tratado de libre comercio con Chile*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Espinal, C. F. (2005). *Documento de Trabajo No. 67 La Cadena de los Frutales de Exportación en Colombia. Una Mirada Global de su Estructura y Dinámica 1991-2005*. Bogotá: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

- FAO. (2016). *Anuario Estadístico de la FAO 2014 La alimentación y la agricultura en América Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i3592s.pdf>.
- Garay, L. J. (1998). *Colombia: Estructura Industrial e Internacionalización 1967-1996*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Gingrich, C., & Garber, J. (2010). Trade Liberalization's Impact on Agriculture in Low Income Countries: A Comparison of El Salvador and Costa Rica. *The Journal of Developing Areas*, 42(2), 1-17.
- González Blanco, R. (2011). Diferente Teorías del Comercio Internacional. *Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica* (858), 103-117.
- González Cid, C. A. (2014). Los impactos de la expansión frutícola en la Comuna de Llay, Valle del. *Mundo Agrario*, 15(30).
- Grueso Agudelo, Y. M. (2014). *Las Oportunidades Que Atrae El Tratado De Libre Comercio Entre Colombia Y Estados Unidos Para Las Exportaciones De Mango*. Cali, Colombia.: Universidad Autónoma de Occidente.
- Hernandez Martínez, R., & Porras Pinzón, M. (2007). *Perfil Competitivo Del Sector Frutícola Colombiano: Las Frutas Como Alternativa De Crecimiento Económico*. Bogotá D.C, Colombia.: Universidad San Buenaventura.
- Hernandez Martínez, R., & Porras Pinzón, M. A. (2007). *Perfil Competitivo del Sector Frutícola Colombiano: Las Frutas Como Alternativa del Crecimiento Económico*. Bogotá D.C: Universidad San Buenaventura.
- Hernandez, G. (2014). Una revisión de los efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. *Lecturas de Economía* (80), 49-77.
- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales. Competencia en el Mercado Global*. México: McGraw Hill.
- Instituto Colombiano Agropecuario. (2013). *El ABC de la Admisibilidad Sanitaria para los Productos Agropecuarios Colombianos en los Mercados Internacionales País: Estados Unidos*. Bogotá: Promedios.
- Instituto Colombiano Agropecuario. (2013). *EL ABC de la Admisibilidad Sanitaria para los Productos Agropecuarios Colombianos en los Mercados Internacionales*. Bogotá: Promedios.
- International Trade Center. (s.f.). *Tarde Map*.
- International Trade Center. (2015). *Trade Map: Trade statistics for international business development. Geneva: Market Analysis and Research*. Obtenido de <http://www.trademap.org/Index.aspx>.

- Josling, T., Paggi, M., Wainio, J., & Yamazaki, F. (2014). Latin American Agriculture in a World of Trade. *Agricultural & Applied Economics Association*, 2-33.
- Karasova, N. (2016). Comparative Advantages in International Trade of Ukrainian Agriculture. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 230-239.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional: Teoría y política*. (Séptima ed.). Madrid: Pearson.
- LKS. (2013). *Informe Final: Plan de Negocios del Sector Hortofrutícola a Nivel General*. Bogotá: Programa de Transformación Productiva.
- Maldonado Narváez, M. I. (2014). Las Reglas de Origen en los Tratados de Libre comercio. *Revista de Derecho*. (41), 32-50.
- Medina, J. (1998). *Competitividad y Desarrollo Social: Retos y Perspectivas*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Mendoza, J. M. (2014). La dinámica de los clústeres. vol. 12, núm. 1, p. 84-97. *Revista Dimensión Empresarial*, 84-97.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2003). *Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas y Tubérculos*. Bogotá: Corporación Colombia Internacional.
- Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural. (2006). *Plan Frutícola Nacional, Diagnóstico y Análisis de los Recursos para la Fruticultura en Colombia*. Bogotá.
- Morales Vásquez, E. A. (2014). *Competitividad En La Logística De Exportaciones De Frutas Comerciales En Colombia*. Bogotá D.C: Universidad Militar Nueva Granada.
- Muñoz Aguilar, R. A. (2015). Analisis De Las Estructuras Organizacionales Para La Transformación Productiva De Las Organizaciones Del Valle Del Cauca. *Global Conference On Business & Finance Proceedings*, 10, 1321-1333.
- Nowak, A. (2016). The Competitiveness of Agriculture OF Eu Member Countries of Central and Eastern Europe. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 15(2), 113-125.
- Rodríguez Velasco, A. (2013). *Análisis del proceso de priorización de las apuestas productivas consideradas estratégicas para impulsar la competitividad y la innovación en el Valle del Cauca, visto desde la perspectiva de las políticas públicas Estudio de Caso*. Cali: Universidad del Valle.

- ONU. (2016). *Prospectiva de población Mundial: Hallazgos y tablas avanzadas*. Obtenido de disponible en:
http://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/Key_Findings_WPP_2015.pdf.
- Porras Avila, G. A. (2012). *Análisis Sectorial, De Las Condiciones De Entrada, De La Demanda Y La Estructura De La Rivalidad De Las Exportaciones De Pitahaya Y Maracuyá Colombianas En El Mercado Canadiense, En El Marco Del TLC Colombia-Canadá*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitividad: Técnicas para el Análisis de la empresa y sus Competidores*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- PROCOLOMBIA. (2015). Cadena de Frio, La protección de los productos perecederos. *El Periódico de las Oportunidades*, 12.
- PROCOLOMBIA. (2015). Oportunidades Agroindustria. *El Periódico de las Oportunidades*, 18-19.
- Proexport Colombia. (2014). Valle Del Cauca, Buscando nuevos retos. *Revista de las Oportunidades*, 2-4.
- Quijandría, G., Berrocal, J., & Julio, L. (1997). *La Industria de la Piña n Costa Rica Análisis de Sostenibilidad*. San José: CEN.
- Reyes, G., & Chacón, S. (2014). Colombia 2003-2013: Estructura y Tendencias de las exportaciones. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, 25(2), 45-57.
- Roldán Zuluaga, S. (2015). Contexto de la problemática de la cadena de abastecimiento desde la perspectiva latinoamericana una mirada hacia el enfoque de direccionamiento de las empresas en el Valle del Cauca. *International Journal of Management and Marketing Research*, 10(1), 1313-1323.
- Roldán, D., Salazar, M., González, F., & Peña, Y. (2004). *Documento De Trabajo No. 17 La Cadena De Banano En Colombia*. Bogotá: Observatorio Agro cadenas Colombia.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2002). *Economía* (17 ed.). Madrid: McGraw Hill.
- Sánchez, I. D., Rossi, L. J., & Zuluaga Jiménez, J. C. (2013). La relación entre las redes externas de trabajo y el desempeño innovador de las pymes colombianas: un análisis del rol moderador del ambiente industrial. *Estudios Gerenciales* (29), 339-349.
- Tafur, R. (2015). *Guía de Cultivo: Plan Frutícola*. Santiago de Cali.: Fundación General de Apoyo a la Universidad del Valle.

Torres Muñoz, A. L. (2013). *El mercado de la uchuva en Colombia y sus proyecciones para la penetración y comercialización en el mercado de los Estados Unidos*. Pereira: Universidad Católica de Pereira.

Viceministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2009). *Guía Ambiental Hortofrutícola*. Bogotá: Nuevas Ediciones.

Yepes, C. A. (2014). El tratado de Libre comercio Colombia-Estados Unidos: Analisis Critico del discurso. *Suma de Negocios*, 5(10), 12-21.