

**GUIA PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES A LOS
ESTADOS UNIDOS**

**ALEXANDER GOMEZ IRIARTE
GUIDO MARTELO HERNÁNDEZ**

Monografía para optar al título de Minor en Negocios Internacionales

**Asesor
JORGE AGRESOTT PEREZ
Administrador de Comercio Exterior**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
VICERRECTORIA
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES
ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MINOR
CARTAGENA DE INDIAS, D.T. Y C.
2003**

INTRODUCCIÓN

En una economía tan deprimida, como la Colombiana, donde el consumo interno se ve cada vez mas disminuido por el bajo ingreso per capita y los altos costos de vida de los Colombianos, y dentro del marco de la globalización, la exportación de productos agroindustriales a los Estados Unidos se constituye en una alternativa para los empresarios pertenecientes a este sector en el departamento de Bolívar, el cual siempre se ha caracterizado por su vocación exportadora, aspecto que se encuentra evidenciado en la presente monografía, donde se hace un análisis del peso del sector agroindustrial en la economía Nacional y en el departamento.

El mercado Estadounidense, es exigente cuando de importar productos se trata, por lo tanto se recopiló toda la información en cuanto a regulaciones, normas y restricciones que este país impone a los productos perecederos y procesados y se condensa en el segundo capítulo. De igual forma para llegar a el consumidor final se requiere de una eficiente cadena logística, definir los canales de distribución y las estrategias necesarias para una buena comercialización de los productos , aspectos que son tratados en los capítulos 3 , 4 y 5.

Todo lo anterior con el fin de brindar una herramienta que le permita a los empresarios del sector agroindustrial del departamento de Bolívar conocer de una forma clara y concisa cuales son las condiciones y los tramites necesarios para realizar de una forma eficiente la exportación de sus productos a los Estados Unidos.

1. EL SECTOR AGROINDUSTRIAL EN LA ECONOMIA NACIONAL

En Colombia la actividad agroindustrial viene mostrando un alto dinamismo¹: entre 1991 y 1995 la tasa de crecimiento promedio anual fue de 9.9%. Sin embargo, la producción ha sido insuficiente para satisfacer la demanda, por lo cual se está recurriendo cada vez en mayor magnitud a las importaciones de productos agroindustriales, que en este mismo período tuvo un crecimiento de 40.4% promedio anual. Las exportaciones generadas por el sector crecieron entre 1991 y 1995 a una tasa anual de un 7.6%.

El sector agroindustrial colombiano está compuesto por los subsectores alimentario y no alimentario; el primero, representa cerca del 80%, lo que lo convierte en un renglón importante para el desarrollo productivo nacional, mantenidas aun después de las políticas de sustitución de importaciones y en plena apertura económica posterior a 1991. La participación de las materias primas en el costo total de producción es, en promedio, del 50%, lo que implica que este sector produce un bajo valor agregado. En el caso del subsector de alimentos, el valor agregado generado es, en promedio, de un 30% del valor de la producción bruta (Gutterman, 1996).

En 1997 el valor de las exportaciones de la agroindustria fue de US\$3127 millones, cifra que representa un crecimiento del 9.4% promedio anual desde 1991. Si se excluye el subsector de productos de molinería, donde se encuentra el café. Las exportaciones pasaron de US\$463.4 millones en 1991 a US\$865.4 en 1997, presentando una tasa de crecimiento anualizada mucho más dinámica (12.3%).

Las exportaciones agroindustriales han mantenido prácticamente la misma estructura desde 1991, siendo el grupo de productos alimenticios el principal subsector dentro de las exportaciones agroindustriales. Sin tener en cuenta los

¹ Estructura y evolución del sector agroindustrial en Colombia

En: www.cci.org.co/publicaciones/exotica/exotica07.html/#Comercio-Internacional. Boletín CCI .Exotica. Año 2. Volumen 7. Julio-Septiembre 1998.

productos de molinería con café, las exportaciones en 1997 fueron de US\$646.7 millones. Las exportaciones de azúcar, pescado y cacao fueron de US\$542.9 millones, seguidas de lejos por las exportaciones de café preparado y alimentos diversos (US\$149.3 millones), por el subgrupo de tabaco (US\$11.7 millones) y, finalmente, por la industria de bebidas, cuyas exportaciones registraron en 1997 un valor de US\$12.6 millones.

Los subsectores que han presentado mayor dinamismos de las exportaciones han sido aceites y grasas de origen vegetal y animal, productos lácteos, azúcar, cacao, compuestos dietéticos y bebidas de malta que registraron, entre 1991 y 1997, tasas de crecimiento superiores al 20% promedio anual. En cambio, los subgrupos de frutas y legumbres en conserva, carnes preparadas y bebidas no alcohólicas vienen mostrando comportamientos muy poco dinámicos al presentar tasas de crecimiento negativas que oscilan entre el 16% y el 26% promedio anual.

Las importaciones de productos agroindustriales muestran un fuerte dinamismo: en 1991 el valor de las importaciones fue de US\$171.3 millones, cifra que pasó a US\$918.1 millones en 1997, con una tasa de crecimiento de 32.3% promedio anual. Al igual que en el caso de las exportaciones, el subsector de productos alimenticios tiene la mayor participación: en 1997 el valor de las importaciones de este rubro fue de US\$668.6 millones, y una participación del 72.8% de las importaciones agroindustriales. En segundo lugar se encuentra el subsector de café preparado y alimentos diversos, con importaciones de US\$130.7 millones en 1991 y una participación de 14.2%. Entre los otros dos subsectores, la industria de bebidas y la de tabaco, el valor de las importaciones en ese año fue de US\$118.9 millones representando el 13% restante.

Entre 1991 y 1997 la balanza comercial del sector agroindustrial incremento paulatinamente su superávit, que en 1991 fue de US\$1657 millones y, en 1997, de US\$2208.9 millones. Lo anterior obedece en gran medida al enorme peso que tienen en este grupo las exportaciones de café, que, como se anotó anteriormente, está incluido en los productos de molinería. Por su parte la balanza comercial sin café también muestra superávit con tendencia a disminuir en el período analizado. Mientras que en 1991 dicha balanza presentó un superávit de US\$710.5 millones en 1997 fue de US\$554.1 millones.

Cuadro No. 1. Balanza comercial del sector agroindustrial
Millones US\$

CIU		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
31	Agroindustria	1657.0	1502.2	1245.9	2109.1	1888.6	1507.5	2208.9
311	Productos alimenticios	1620.7	1453.7	1247.1	2095.6	1903.0	1548.1	2239.7
3111	Carnes preparados y conservadas	21.4	-10.1	-31.2	-15.0	-43.2	-69.8	-70.4
3112	Productos lácteos	-9.4	-16.3	-15.4	-8.9	-16.5	-27.7	-55.5
3113	Frutas legumbres en conserva	39.0	30.6	0.2	-12.7	-15.7	-19.7	-37.5
3114	Pescado de mar y agua dulce	141.3	140.4	114.4	197.2	162.4	119.7	138.1
3115	Aceite y grasa vegetal y animal	-37.5	-53.8	-98.0	-124.7	-138.2	-210.8	-184.0
3116	Productos de molinería	1363.9	1220.6	1097.0	1890.2	1770.7	1489.4	2141.8
3117	Productos de panadería	6.0	6.1	-1.6	-2.9	-5.7	-0.1	3.9
3118	Azúcar	73.9	113.5	159.2	146.7	155.3	218.5	234.7
3119	Cacao chocolate y confitería	22.0	22.6	22.4	25.8	33.8	48.6	68.5
312	Café y alimentos diversos	26.8	14.0	0.2	33.6	41.6	39.8	54.8
3121	Alimentos diversos	57.7	45.5	42.7	77.5	83.5	85.2	108.0
3122	Alimentos prep. para animales	-30.7	-29.3	-37.6	-38.3	-36.9	-42.2	-49.2
3123	Compuestos dietéticos y otros	-0.2	-2.2	-5.0	-5.6	-5.0	-3.3	-4.0
313	Industria de bebidas	-5.8	1.2	-20.5	-24.5	-56.0	-75.1	-74.6
3131	Bebidas espirituosas	-0.3	-5.7	-9.3	-13.9	-12.0	-12.2	-9.5
3132	Industria vinícolas	-1.5	-5.2	-6.7	-7.4	-9.5	-8.5	-8.5
3133	Bebidas malteadas y malta	-5.0	12.1	-3.6	0.0	-22.0	-30.2	-27.3
3134	Bebidas no alcohólicas	1.1	0.1	-0.8	-3.2	-12.5	-24.2	-29.3
314	Industria de tabaco	15.3	33.3	19.1	4.4	0.1	-5.4	-11.0
3140	Industria de tabaco	15.3	33.3	19.1	4.4	0.1	-5.4	-11.0

Fuente: DANE, DIAN. Cálculos: Corporación Colombia Internacional - SIAPA

La competitividad del sector agroindustrial está estrechamente relacionada con la competitividad de sus materias primas, las cuales, en su gran mayoría, son de origen agropecuario. Teniendo en cuenta que el sector agroindustrial tiene una elevada intensidad en el uso de materias primas y, por consiguiente, presenta un bajo valor agregado, la participación del costo de estos insumos en el costo total de la producción es muy alta, hecho que convierte a este sector en altamente sensible al comportamiento de los precios de los bienes utilizados en el proceso de fabricación de alimentos agroindustriales.

1.1. AGROINDUSTRIA EN EL DEPARTAMENTO DE BOLIVAR

El Departamento de Bolívar fundamenta sus sistemas de producción en el sector primario (exportador, y otro orientado al consumo interno), destacándose la

actividad del sector agropecuario, la agroindustria y la explotación minera. En general, la producción agropecuaria es de consumo interno y de subsistencia, generando algunos excedentes transferibles a los mercados locales de Bucaramanga, Barranquilla y Medellín. No obstante, se ha desarrollado una agricultura de exportación en algunas zonas del Departamento, en especial en la de los Montes de María, en donde sobresalen los cultivos de Tabaco, Ají, Ajonjolí, Ñame, etc.²

En el sector agroindustrial, cabe destacar la industria de lácteos, trilla y empaque de arroz y procesamiento de tabaco, entre otros.

En Magangué, la segunda ciudad del Departamento, se concentra una importante actividad agroindustrial basada en el procesamiento de la producción arrocería y lechera de la región.

A lo largo y ancho del Departamento se ha promovido la ejecución de importantes proyectos agroindustriales. Unos han tenido éxito y otros no se han podido culminar o se encuentran subutilizados por la baja producción que ha presentado el Departamento en los últimos años.

Dentro de los proyectos agroindustriales considerados como de impacto Regional cabe destacar:

- *Centros de Acopio Lechero en María la Baja y Mahates.* Financiado en un 70% con recursos DRI y los municipios por un valor de \$ 500 millones de pesos. Se encuentran construídos pero abandonados.
- *Desmotadoras de Algodón.* Existen 2 ubicadas en Magangué y Córdoba, las cuales operan con un 10% de su capacidad.
- *Agroindustria del Arroz.* Existe una en Cartagena (Arrocera el Bosque); una en Marialabaja: Agrícola Aguas Blancas; en Magangué operan cuatro: Arrocera del Comercio, Los Tamacos, Baracoa y El Sur.
- *Procesadoras de Hoja de Tabaco.* Localizadas en el Carmen de Bolívar: Espinosa Hermanos, Tayrona y Casa Adfa.
- *Procesadoras de Plátano.* Ubicada en Magangué, destinada a la fabricación de Platanarina, no está en funcionamiento.
- *Procesadoras de Cítricos.* Ubicada en Mompos, los equipos fueron adquiridos por el Fondo DRI. No ha entrado en operación.

² PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL DE BOLIVAR 2001 - 2003
"CONSENSO SOCIAL PARA LA CONVIVENCIA" 78

- *Agroindustria de Lácteos.* Se encuentra ubicadas 2 en Cartagena: Codegan y Proleca y una en Magangué: Hatoblanco.
- *Agroindustria Piscícola.* Se encuentra bastante desarrollada y comercializa a nivel nacional e internacional: Vikingos, Atunes de Colombia, Océanos, Antillana S.A, Frigopesca entre otros.
- *Agroindustria de la Palma de Aceite.* Se encuentra en proceso de implementación de la primera fase en Marialabaja y en San Pablo y Simití (Palma del Sur).
- *Agroindustria del Ají picante.* Este producto se ha venido industrializando en el Departamento desde hace 10 años por la empresa Tecnoají, ubicada en Cartagena y su cultivo se da en su mayoría en los Montes de María, especialmente en el municipio de San Jacinto, donde se siembra alrededor de 200 hectáreas.
- *Agroindustria del Maíz.* Se utiliza este producto en la elaboración de harinas para concentrados animales y para consumo humano: Purina S.A y Harinas Tres Castillos.
- *Agroindustria del Ajonjolí.* Se comercializa a través de la empresa Caribbean Sesame.
- *Agroindustrias de Productos Cárnicos:* Frigopesca y Camagüey.

Bolívar es uno de los departamentos exportadores del país. Según el Ministerio de Comercio Exterior, Bolívar exportó en 1.996, el 6% del total nacional, cifra que se conservó para el año 2.000, siendo superado por Antioquia (22%), Cundinamarca (20%), otros departamentos (15%) y Valle (11%). Pasó de ocupar el quinto lugar como Departamento exportador de Colombia en 1.999, a ocupar el cuarto lugar en el año 2.000.

La dinámica exportadora de Bolívar se clasifica dentro de las medianas en el país, superando apenas el promedio nacional del 11.8, al alcanzar una tasa de exportaciones del 11.98%. Le superan en este rango mediano en la dinámica exportadora, los departamentos de Cesar, Antioquia, y Cordoba; aunque supera a departamentos exportadores por tradición como el Valle y Risaralda (cifras que no incluyen exportaciones de café y petróleo).

Según un Informe de Coyuntura Económica, publicado por el Banco de la República, la Cámara de Comercio y otros, el Departamento de Bolívar, exportó en el año 2.000 (enero-septiembre), un total de US \$935 millones de dólares, representando un incremento del 33.2% con respecto al año anterior (US \$624.5 millones) con jurisdicción en 19 municipios de Bolívar y 4 municipios de Sucre.

18 Con jurisdicción en 19 municipios de Bolívar (incluye al Distrito de Cartagena)³. millones de dólares).

Por otra parte -de acuerdo con el DANE- se tiene que, en términos agregados, los destinos de las exportaciones de Bolívar son los países de la ALADI (45.3%), Estados Unidos (16.6%) y la Unión Europea (13%).

³ Ibid, Pág. 100.

2. CONDICIONES DE ACCESO A EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES EN ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos es considerada como la economía mas grande y prospera del mundo ,con una población de 281 millones de habitantes y una tasa de crecimiento demográfico del 1% promedio anual.

Las oportunidades en Agroindustria en Estados Unidos son muy grandes para los productos Colombianos debido, entre otras, al crecimiento de la población hispana.

La población en los Estados Unidos está compuesta por:

- ❑ Blancos 82,6%
- ❑ Negros 12,7%
- ❑ Asiáticos, 3,8%
- ❑ Otros, 0,9%.
- ❑ Hispano parlantes: Aprox. 32 millones, representando el 10,3% del total de la población. Los cuales provienen de:

Centro y Sur America 14%

Cuba 4%

Puerto Rico 10%

México 65%

Otros 7%

Los cuales dentro de su dieta alimenticia incluyen productos agroindustriales en un gran porcentaje.

2.1. REGULACIONES

La industria de productos agroindustriales en estados Unidos está vigilada por el Departamento de Adricultura , USDA, en primera instancia por el Food Drug Administration, FDA, cuyo objeto es la protección de los consumidores y velar por la seguridad de los Alimentos, y por el Environmental Protection Agency, EPA, que tienela responsabilidad de establecer las regulaciones sobre el uso de pesticidas en los productos perecederos.

El Food and Drug Administration (**FDA**), es parte del Departamento de Health and Human Services (DHHS) y del Public Health Service (PHS).

Su misión es hacer cumplir el Federal Food, Drug and Cosmetic Act (Ley Federal sobre Alimentos, Medicinas y Cosméticos), y otras leyes que han sido creadas para proteger la salud, seguridad e intereses económicos de los consumidores.

Estas leyes son aplicables tanto a los productos domésticos como a los importados.

El Departamento de Agricultura de los EEUU (**USDA**), United States Department of Agriculture, está conformado por:

- Animal and Plant Inspection Service (APHIS), Servicio de Inspección de Animales y Plantas
- Food Safety Inspection Service (FSIS) Servicio de Inspección de la Seguridad de los Alimentos
- Federal Grain Inspection Service (FGIS) Servicio Federal de Inspección de Cereales
- Agricultural Marketing Service (AMS) Servicio de Comercialización de Productos Agrícolas

Existen además la ley Perishable Agricultural Commodities Act, PACA, de carácter federal, vigente desde 1930 y administrada por el servicio de Mercadeo Agrícola del USDA, la cual promueve un trato justo a las empresas que envían frutas y hortalizas y vela porque tanto los compradores como los vendedores de frutas y hortalizas frescas y congeladas cumplan con los términos de sus contratos.

2.2. ADMISIBILIDAD

Los productos frescos para exportar a estados unidos deben aparecer en la lista de productos Admisibles desde Colombia a ese país, con el fin de asegurar que ningún producto que se importe represente un riesgo fitosanitario para la agricultura de los Estados Unidos. Si el producto no esta en la lista , no puede ser exportado hasta tanto no se realice una negociación entra los dos países y se lleven acabo todos los estudios técnicos para determinar las plagas y enfermedades que existen en la zona que pueden atacar el producto y desarrollar los tratamientos necesarios para garantizar la inocuidad del producto.

Cuadro No.2 Lista de productos perecederos colombianos admisibles en Estados Unidos

Alcachofa:	no hay restricción: buen mercado	
Banano:	no hay restricción	
Bananito:	no hay restricción	
Cebolla junca	no hay restricción	
Curuba	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Espárrago	no hay restricción: buen mercado	
Frambuesa	no hay restricción de la Sabana de Bogotá	
Fresa	no hay restricción de la Sabana de Bogotá	
Granadilla	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Guayaba	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Limón Tahiti	no hay restricción	
Mandarina	no hay restricción pero requiere un tratamiento de frío	
Mango	no se puede importar a los EEUU (mosca); se puede exportar con tratamiento de agua caliente certificado por APHIS	
Maracuya	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Melón	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Mora	no hay restricción de la Sabana de Bogotá	
Pina	no hay restricción	
Papaya	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Papa Criolla	no se puede importar a los EEUU (plaga de papas)	
Papaya	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Plátano	no hay restricción	
Pepino	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Pimentón	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Pitahaya	no se puede importar a los EEUU (mosca)	
Tangelo	no hay restricción pero requiere un tratamiento de frío	
Tomate *	no se puede importar a los EEUU	(mosca)
Tomate de Arbol	no se puede importar a los EEUU	(mosca)
Uchuva **	no se puede importar a los EEUU	(mosca)
Uva**	no se puede importar a los EEUU	(mosca)

** ICA y Proexport están trabajando para hacer un área de control para poder exportarlo de la Sabana (como la mora)

•Carne, Pollo y sus derivados no son admisibles

Fuente: Oficia comercia de proexport en Miami

2.3. NORMAS Y ESTÁNDARES

Las normas y estándares para productos agroindustriales frescos , bajo la autoridad del Departamento de Agricultura y son de carácter voluntario, tienen como fin facilitar a productores y comerciantes un mercado eficiente, al contar con estándares en cuanto a factores como color, madurez, sabor, cantidad de azúcar, cantidad de ácido y porcentaje de defectos aceptados por categoría lo que de igual forma le va a garantizar al consumidor la calidad de los productos adquiridos.

2.4. REGULACIONES ADICIONALES PARA ALIMENTOS PROCESADOS

Los productos agroindustriales que se venden en la industria de alimentos procesados tienen que cumplir con los requisitos básicos de procesamiento de alimentos exigidos por el FDA y que son denominados Buenas Practicas de Manufactura, que en nuestro país son certificadas por el Invima.

Adicionalmente, todos los fabricantes de alimentos de baja acidez, enlatados y envasados, tienen que registrar sus plantas ante el FDA; para que este asigne un número a la fábrica que debe ser colocado en las etiquetas del producto y sin el cual no puede ser exportado a Estados Unidos.

Los principales requisitos de etiquetado para estos productos son los siguientes:

- ❑ Denominación del producto: El producto debe tener un nombre común que identifique y describa la naturaleza del producto en el panel principal del envase.
- ❑ Declaración del contenido neto: Indica la cantidad total del producto contenido en el envase, puede usar el sistema métrico o el inglés.
- ❑ Lista de Ingredientes. Declaración de todos los ingredientes del producto en orden descendente de su peso en el mismo.
- ❑ Panel de información nutricional: Es necesario incluir, en el formato prescrito por la ley, el contenido calórico y todos los nutrientes del producto por porción.
- ❑ Nombre y dirección del responsable: Debe llevar el nombre y la dirección del productor, emparador o distribuidor, así como la dirección, código postal y país.
- ❑ Lugar de origen: Debe indicar claramente el país donde fue producido.
- ❑ Idiomas: Por ley, si alguna parte de la etiqueta está escrita en un segundo idioma, toda la información contenida en la etiqueta debe estar en los dos idiomas.
- ❑ Afirmaciones: Por ley, cualquier afirmación sobre beneficios derivados del uso del producto tiene que haber sido probada científicamente. (ver anexo A).

Además de las regulaciones impuestas por el gobierno, existen algunas exigencias impuestas por el mercado, tales como:

- Códigos de barras: En Estados Unidos es el Universal Product Code, UPC; diferente al utilizado en Europa y América Latina.
- Fecha de Vencimiento: Es un requisito del mercado, pero también existen varias leyes al respecto en algunos estados.
- Promoción y Pagos especiales: Es normal que los productores y distribuidores paguen incentivos promocionales , slotting fees, a los supermercados , los cuales en la mayoría de los casos son un requisito para la entrada del producto al supermercado .

2.5. ACUERDOS COMERCIALES

2.5.1. Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas – ATPDEA . La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas (ATPDEA), renueva y amplía los beneficios unilateralmente otorgados por el gobierno de Estados Unidos a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú mediante la Ley de Preferencias Comerciales Andinas (ATPA), que venció en diciembre 4 de 2001. Esta nueva ley se aplicará retroactivamente desde la fecha de vencimiento del ATPA y estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2006.

De acuerdo con el Congreso de Estados Unidos, con esta ley se busca aumentar los flujos comerciales entre los países beneficiarios y los Estados Unidos y generar empleo e inversión. Esto con el fin de fortalecer las economías de los países beneficiarios y promover la estabilidad política, económica y social en el área, para así implementar alternativas de desarrollo que sean sostenibles en el largo plazo.

De la misma manera estas preferencias deberán contribuir a consolidar los valores, principios y prácticas democráticas en la región, así como continuar con la lucha concertada contra el narcotráfico y el terrorismo.

El Ejecutivo está ahora facultado para otorgar tratamiento preferente, libre de tarifas arancelarias, a los productos o manufacturas procedentes de los países beneficiarios, siempre y cuando éstos no sean considerados como bienes sensibles dentro del contexto de las importaciones a ese país, provenientes de los países andinos. Así, la cobertura se amplía a productos como calzado (que no reciben SGP), petróleo y sus derivados, relojes y sus partes, manufacturas de cuero y atún empacado al vacío en bolsas (pouches).

Para el caso de las confecciones, la ampliación de las preferencias entrará en vigor el 1 de octubre de 2002, una vez que los países beneficiarios hayan cumplido con el proceso y los requisitos de elegibilidad establecidos.

Los productos que se excluyen por la ley son los siguientes: Los textiles y confecciones que no reciben SGP, ron y tafia, azúcares, jarabes y productos que contengan azúcar sujetos a sobrecuota, atún preparado o preservado de cualquier manera diferente a la señalada anteriormente.

Los siguientes países han sido designados como beneficiarios para los propósitos del ATPDEA, son:

Bolivia
Ecuador
Colombia
Perú

2.5.2. Sistema Generalizado de Preferencias de los Estados Unidos (SGP)

Este Programa dispone que determinadas mercancías de ciertos países y territorios en vías de desarrollo, independientes o no, ingresen sin pago de derechos de aduana, a fin de fomentar su crecimiento económico. Fue establecido por los Estados Unidos, entró en vigor el 1° de enero de 1976 y terminó el 30 de septiembre del 2001.

El 6 de agosto de 2002, se aprobó la extensión del SGP hasta el 31 de diciembre de 2006. Así, todos aquellos productos que califiquen para el tratamiento preferencial otorgado, podrán entrar con arancel cero y el sistema se reprogramará para indicar estos productos con la letra "A". Para los productos cobijados con el SGP que venció el 30 de septiembre de 2001 y que ingresaron a Estados Unidos entre esta fecha y el 6 de agosto de 2002, serán reliquidados aquellos que tenían arancel cero y la Aduana reembolsará lo que se haya pagado por concepto de aranceles durante ese lapso. Los importadores tendrán un periodo de 12 semanas a partir del 6 de agosto, para cobrar a la Aduana el reembolso, pasado este periodo, no se aceptarán más solicitudes.

El SGP no expira para los países africanos pertenecientes al AGOA (Acta de Crecimiento y Oportunidades Africanas) ya que este se extiende hasta septiembre 30 del 2008.

Los productos que se benefician del SGP son de gran variedad y están clasificados en más de 4.000 subpartidas del arancel armonizado de los Estados Unidos. Pueden ingresar con franquicia aduanera si se importan directamente a los Estados Unidos de cualquiera de los países beneficiarios y territorios designados. La lista de países y exclusiones, así como la lista de productos beneficiarios del SGP, cambiará de vez en cuando durante la vigencia de este programa.

Tres grandes regiones se benefician del programa: países miembros de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, los cuales excepto Venezuela, al recibir mayores beneficios por el ATPA, aplican para el SGP en aquellos productos excluidos de la ley de preferencias andinas; países miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático -ASEAN- y países pertenecientes al Mercado Común del Caribe -CARICOM-.

Adicionalmente, se incluyó que los países beneficiarios deben apoyar a Estados Unidos en la lucha contra el terrorismo. Además, se establece una prohibición para el trabajo infantil en sus peores formas.

2.6. ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES

2.6.1. Tarifas⁴. Toda mercancía que ingresa a los Estados Unidos está sujeta a arancel o está exenta de ellos, se pueden imponer derechos ad valorem, específicos o compuestos. Los derechos ad-valorem que son los más comunes, equivalen a un porcentaje del valor de la mercancía, los derechos específicos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad (por ejemplo; 17 centavos de dólar por decena).

Los derechos compuestos representan la combinación de los derechos ad-valorem y de los específicos (por ejemplo, 0,7 centavos por kilogramo más el 10 por ciento ad-valorem).

Cada Estado es autónomo para determinar la tasa del impuesto a las ventas, es decir que depende del Estado al que ingresa el producto, se pagará la tarifa establecida, sin embargo la tarifa promedio es del 6% sobre el valor total de la mercancía.

2.6.2. Cuotas. Las cuotas de importación son cantidades específicas establecidas para la importación de productos por períodos de tiempo determinados, en Estados Unidos son administradas en su mayoría por la Aduana de Estados Unidos. Ésta se dividen en dos: Tarifa arancelaria tradicional y Cuota cuantitativa. La Tarifa es aquella bajo la cual, no existe un límite cuantitativo de importación sino que, aquellas importaciones adicionales a la cantidad establecida como cupo de importación, deberán pagar aranceles mayores a los que se pagarían normalmente sin cuota. La Cuota cuantitativa es de carácter completamente restrictivo, es decir que una vez establecido el cupo o cantidad de importación, no será permitida la importación de cantidades adicionales del producto. Algunas cuotas de este tipo son globales, aunque en ciertos casos pueden ser específicas para determinados países.

⁴Fuentes:Departamento de Aduana EE.UU.

En:www.proexport.com.co/intlexport/informaciondepaises.

2.6.3. Regulaciones a la importación de algunos productos. Las regulaciones y requerimientos especiales para la importación de productos dentro del mercado de Estados Unidos son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad nacional y su economía, la conservación de la vegetación doméstica y la vida animal; así como para salvaguardar la salud de sus consumidores.

Algunas de estas regulaciones, adicionales a las establecidas por la aduana de los Estados Unidos, consisten por ejemplo en prohibir y/o limitar la entrada de productos, establecer puertos específicos para el ingreso de mercancías y aplicar normas sobre marcado y etiquetado. Esto aplica a todo tipo de importaciones, incluyendo aquellas hechas por correo.

Existen normas reguladoras sobre productos específicos tales como: leche, queso y productos lácteos, frutas, verduras y nueces, animales vivos, alimentos, drogas y productos cosméticos, maderas y muebles, cueros y artículos de cuero, productos textiles, productos químicos, tecnología de la información, equipo médico, energía y protección al consumidor, entre otros. A continuación se presenta una breve descripción de éstas.

La importación de productos lácteos está sujeta a permisos especiales del Departamento de Agricultura y la Food and Drug Administration (FDA), solo pueden importarlos quienes posean un permiso. Los productos agrícolas deben cumplir normas de tamaño, calidad y madurez. Los animales vivos deben entrar por puertos especiales acondicionados para la cuarentena y deben tener un permiso del Animal and Plant Health Inspection Service. Los productos alimenticios, drogas y cosméticos deben cumplir las normas del FDA y además normas de higiene, estos productos deben ser sometidos a inspección en el momento de su entrada a Estados Unidos. Para muebles de madera, no se pueden entrar aquellos que estén elaborados con especies en vías de extinción, los demás deben cumplir con las normas de la Consumer Products Safety Commission. Los artículos de cuero están sujetos al control del Departamento de Agricultura y existen fuertes normas para impedir el ingreso de pieles de animales en vías de extinción. En cuanto a los textiles, todos los productos deben cumplir normas de estampado, etiquetado, contenido, etc., establecidas por la Textile Fiber Products Identification Act. Además se debe consultar la "Agricultural Act", para establecer si el producto está sujeto o no a cuotas, visas o licencias de importación. Los productos químicos están reglamentados por la EPA y la OSHA algunos estados han promulgado leyes para regular el uso de ciertas sustancias químicas con impacto ambiental negativo, que han tenido repercusión a escala nacional.

La tecnología de la información está reglamentada por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), sin embargo los sindicatos a nivel federal, estatal y local han negociado sus propias disposiciones reglamentarias. En cuanto al equipo médico, Las entidades reglamentadoras son la Administración de Alimentos y

Medicamentos (FDA), el Centro de Control y Prevención de Enfermedades (CDC) y el Instituto Nacional de Seguridad y Salud Ocupacional (NIOSH), las tres entidades pertenecen al Departamento de Salud y Servicios Humanos. Cualquier equipo que genere o utilice energía de radiofrecuencia debe cumplir con los requisitos de la FCC. La energía está reglamentada por el Departamento de Energía (DOE), el Departamento de Comercio (DOC), el Departamento de Trabajo (DOL/OSHA), el Departamento de Transporte (DOT) y el Departamento de Agricultura (USDA), el Organismo para la Protección del Medio Ambiente (EPA), la Comisión Reguladora de Energía Nuclear (NRC) y la Comisión de Comercio Interestatal (ICC). Además hay entidades gubernamentales estatales y departamentos estatales de control ambiental, a esto se suma que existen regulaciones específicas en cuanto a equipos a utilizar en los Estados mineros.

2.6.4. Normas⁵. Las normas relacionadas con la protección del medio ambiente, están compiladas en las leyes de la Agencia para la Protección Ambiental de los Estados Unidos -EPA

El sistema de normas técnicas en Estados Unidos es manejado por el sector privado. Las normas técnicas son establecidas por la industria privada y son de voluntaria aplicación para ellos. Sin embargo, se tornan obligatorias cuando se piensa en exportar bienes a este país.

A diferencia de otras partes del mundo, el sistema estadounidense de normas técnicas es bastante heterogéneo y desorganizado. Las agencias del gobierno no juegan un papel preponderante, ni en la determinación ni en la publicación de las normas técnicas. Para establecer la norma técnica que debe cumplir un determinado producto, hay que recurrir directamente al importador potencial de dicho producto. Sin embargo, existen ciertas normas que son de cumplimiento obligatorio para todos los productos, éstas están publicadas en el Code of Federal Regulations y son administradas por las siguientes instituciones: Food and Drug Administration, National Highway Traffic Safety Administration, Environmental Protection Agency, Federal Trade Commission, Research and Special Programs Administration, Drug Enforcement Administration, Consumer Product Safety Commission, Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms, Animal and Plant Health Inspection Service, Agricultural Marketing Service, US Fish and Wildlife Service.

2.7. COMO EXPORTAR PRODUCTOS AGRICOLAS A LOS ESTADOS UNIDOS

⁵Departamento de Aduana EE.UU. Importers Manual USA, 3ra. edición 1998. En: [www.proexport.com.co/inteleport/informacion de países](http://www.proexport.com.co/inteleport/informacion%20de%20paises).

El servicio de Aduanas (USCS) exige los siguientes documentos para la introducción de estos productos a su territorio:

1. Formulario de entrada de aduanas 3461.

2. Presentación de documentos ante el USDA.

Ej.: presentación de la Guía (BL y AWB).

La mercancía sólo puede ser introducida por el propietario, comprador o agente con licencia.

a. Factura comercial o, en su defecto, factura pro- forma.

b. Lista de productos.

c. Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía (Certificado de origen, Fitosanitarios y HACCP)

Los documentos requeridos por el servicio de FDA

Es importante tener en cuenta que el importador debe presentar los productos al FDA en cada uno de los puertos antes de ser importados a los Estados Unidos por primera vez.

Si es necesario utilizar insumos que requieran certificados del FDA preséntelos antes de cada importación (ejemplo: Colorantes)

3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN MAS EFECTIVOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.

La mayor parte de los productos agroindustriales se venden en los establecimientos tradicionales: supermercados, mercados, charcuterías, tiendas de alimentos naturales, tiendas de servicio rápido, mercados de productos frescos, panaderías, tiendas gourmet, restaurantes, franquicias de comida rápida.

Según el *Food Institute*, existen más de 126.000 puntos de venta minoristas en Estados Unidos, para satisfacer la demanda de americanos, ya que el 70% de la facturación de productos gourmet se centra en productos perecederos tales como alimentos frescos, comidas semipreparadas y platos preparados y solo en 1999 se gastaron más de \$819 mil millones de dólares en comida.

Existen nichos de mercado identificados para productos agroindustriales con valor agregado

- Productos Étnicos
- Productos Gourmet
- Productos Orgánicos
- Productos naturistas

Existen nichos de mercado para productos perecederos (admisibles) tales como el tomate, el pimentón y los espárragos.

3.1. EL SUPERMERCADO COMO PUNTO DE VENTA

Existen menos supermercados de lo que piensa la gente. El 43% de todos los puntos de venta de alimentos son tiendas de servicio rápido, cerca del 35% lo componen otros tipos de tiendas de productos de alimentación y sólo el 22% son supermercados facturando el 74.9% de las ventas de alimentos. Estos trabajan bajo el criterio de rentabilidad por metro cuadrado, Al ser el espacio físico limitado, introducir un producto a un supermercado implica retirar otro producto y competir con la rentabilidad.

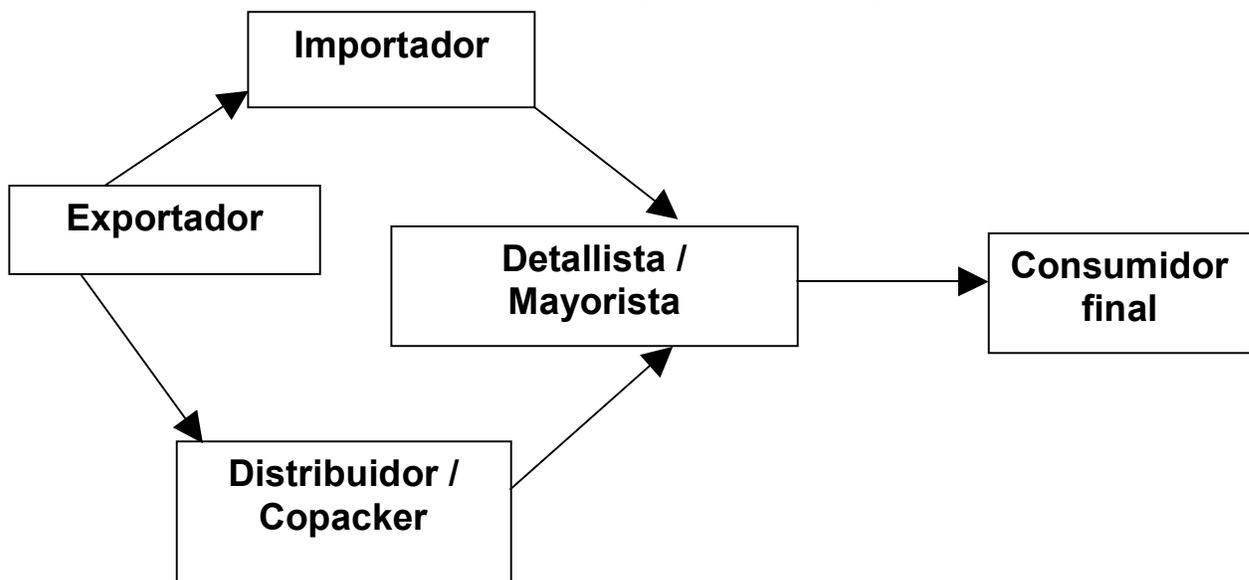
Según el Food Institute en un año mas de 22,000 nuevos productos entran a los supermercados en los Estados Unidos. Solo el 1% se queda y su rotación promedio es del 78 %.

En la mayoría de los supermercados existe un “**slotting fee**” para codificar los productos y su costo varia entre \$1.000 a \$5.000 por producto y por supermercado. Además, suelen exigir en la introducción de un nuevo producto un esfuerzo promocional que lo respalde tal como ofertas, cupones, displays, publicidad, etc.

Para este tipo de canal de distribución es recomendable contar con un distribuidor para introducir un producto , ya que es extremadamente difícil que la central de compras lo importe directamente.

3.2. CANAL TRADICIONAL DE ALIMENTOS PROCESADOS

Grafico No.1.Cadena de distribución para alimentos procesados



El mercado de alimentos procesados en Estados Unidos es muy competitivo y complejo.

Usualmente el producto se vende a un precio fijo negociado entre el exportador y el comprador; el margen de un distribuidor mayorista está entre 30% y 40% y el de los supermercados esta cerca del 40%. Estos dependen del producto, del tipo de distribuidor y del tipo de supermercado.

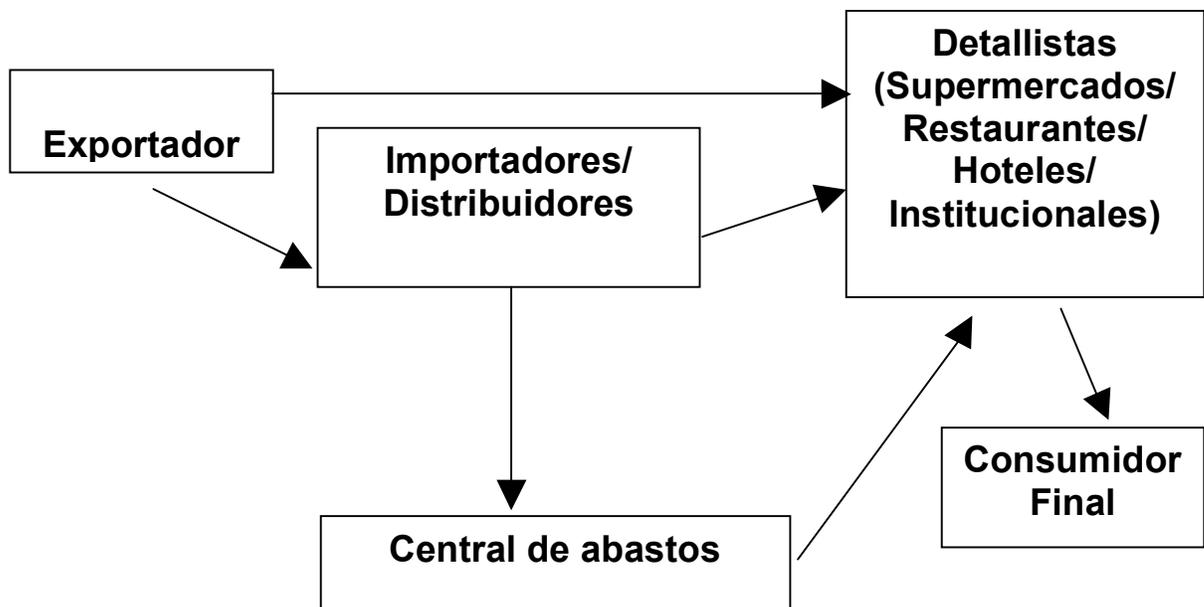
En la actualidad el Internet , ha permitido a productores, exportadores e importadores vender gran variedad de productos a los consumidores finales.

En este tipo de negocio, las grandes cadenas de supermercados se inclinan a entrar en negocios directos con exportadores/importadores para el abastecimiento de los productos, caso en el cual es necesarios contar con la infraestructura y la escala de producción necesaria par atender su demanda.

En el caso de los alimentos procesados, es función del distribuidor/mayorista atender las inquietudes del publico en el punto de venta y estar pendiente de mantener el inventario. Los distribuidores emplean representantes que van de almacén en almacén chequeando los estantes y verificando que el producto este visible y disponible en todo momento. Un producto que quiera llegar directamente a los supermercados tiene que asumir la responsabilidad de proveer este servicio; por tal motivo la tendencia es a mantener distribuidores localizados en el mercado.

3.3. CANAL TRADICIONAL DE ALIMENTOS PERECEDEROS

Grafico No.2. Cadena de distribución para alimentos perecederos.



La cadena de distribución de productos perecederos en Estados Unidos incluye el productor/exportador, el emparador, que por lo general es el mismo productor, el broker, quien vende los productos pero sin tomar propiedad del mismo; el importador, centrales de abastos, el distribuidor/mayorista, los supermercados y restaurantes. Se basa en las relaciones entre vendedores y compradores y la mayoría de las ventas se realizan en consignación y por teléfono, sin la firma de ningún contrato. Por lo cual en la actualidad los productos están tratando de establecer contratos a precios fijos y así estabilizar los precios de sus productos, los que generalmente dependen de las fluctuaciones de la oferta y la demanda.

Las comisiones para los broker o importadores varían dependiendo del producto, el tipo de distribuidor y el supermercado, pero normalmente se encuentran entre el 10 y 12% del precio de venta, las de los distribuidores o mayoristas se encuentran entre el 20 y 40% y los de los supermercados entre el 30 y 40%.

En la actualidad muchas de las cadenas grandes de supermercados tienen sus propios centros de distribución y se relacionan directamente con exportadores e importadores para realizar la compra directa, lo que implica para estos el tener la infraestructura para atender a dichos centros. Esto reduce considerablemente el canal de distribución.

Para tomar la decisión de con quien hacer negocios es necesario tener en cuenta la trayectoria y reputación del cliente en el sector, el cual debe tener una licencia PACA (Perishable Agricultural Commodities Act) y una calificación favorable en el libro azul (Blue Book), y en libro rojo; (Red Book), libros de referencia del sector en el cual se califican las empresas de acuerdo con su solidez, honestidad y trayectoria crediticia.

4. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

4.1. ESTRATEGIAS DE CALIDAD

La calidad de los productos ofrecidos en el mercado debe ser igual o superior a la de la competencia, esta no solo se refiere al aspecto externo del bien, sino a sus características intrínsecas como sabor, tiempo de vida útil y de manera significativa su inocuidad. Por lo tanto se sugiere a los productores e importadores:

- Realizar monitoreo de los cultivos y procesos con el fin de garantizar la calidad de los mismos.
- Realizar certificaciones de Buenas Prácticas de Manufactura y HACCP, a través del INVIMA, como garantes de la inocuidad de los productos a exportar.
- Utilizar empaques adecuados que reúnan los requisitos del mercado, tales como la reciclabilidad, que protejan el producto a través de la cadena de distribución y que su costo contribuya a la competitividad del producto, los estudios y diseños de los empaques pueden ser contratados con el centro de empaques, CENPAK.

4.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO Y VOLUMEN

Dada la tendencia a la baja de precios en este mercado, la competencia se torna reñida, por lo que es necesario:

- Mantener una óptima relación precio/ calidad, de manera que para el cliente resulte atractivo el precio que se está pagando por el producto, sin embargo este precio se debe mantener en el rango en el que se encuentre fluctuando la oferta y la demanda para no verse excluido del mercado.

Para manejar la demanda cada vez más creciente de productos, se hace necesario contar con volúmenes de productos que puedan ser atractivos para los clientes potenciales, que le otorguen capacidad de negociación a los exportadores, por lo anterior es recomendable:

- Realizar asociaciones de productos y exportadores que permitan realizar una oferta atractiva para el mercado y reducir los costos de operación.
- Aprovechar las ventajas y oportunidades que ofrezca el cluster agroindustrial del departamento de Bolívar y el acceso a los CARCES.

4.3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

El mercado cada vez mas competido de los Estados Unidos es necesario para la supervivencia de los productos el desarrollo de estrategias referentes a la diferenciación, innovación y posicionamiento de marcas:

- Desarrollo de productos diferenciados, lo que parece difícil cuando se habla de productos perecederos, sin embargo, el montaje de centros de investigación y desarrollo a través de las asociaciones de productores permitiría la innovación , producción e introducción de nuevas variedades o formas de presentación del producto, así como la mejora de las propiedades o características de los ya existentes en el mercado. De igual forma en los productos procesados la innovación y desarrollo se puede ver reflejado en un mayor valor añadido al producto, en cuanto a su calidad , empaques y conservación.
- Desarrollo y posicionamiento de una marca, Esta estrategia va íntimamente relacionada con las anteriores, para que una marca se reconocida en el mercado se necesita que el cliente al pensar en ella recuerde un producto que no solo satisface su necesidades sino que le brinda seguridad por su calidad y su grado de conservación y además es agradable a su vista. Para conseguir estos efectos en el consumidor es necesaria una buena promoción del producto que incite a la repetición de la compra.
- Promoción de los productos en los sitios de compra, en especial en los supermercados, a través, de material escrito ya sea con recetas o información nutricional, realización de degustaciones y demostraciones de métodos de preparación en publico, así como un buen merchandising en el lugar de exhibición del producto.
- Participación en eventos, ferias internacionales y organizaciones del sector, con el fin de darse a conocer y tener contactos con los agentes que participan en el sector, quienes son las fuentes de información y actualización permanentes mas cercanas al mercado.

- Conseguir y mantener una buena imagen en el mercado, manejando los negocios de manera transparente, siendo honestos y equitativos, cumpliendo los tiempos de entrega, prestando un servicio amable y confiable.
- Realización de alianzas estratégicas entre proveedores, productores y distribuidores con el fin de aprovechar y maximizar las ventajas competitivas de cada uno.

5. LOGÍSTICA DE EXPORTACION

5.1. CONDICIONES GENERALES DE ACCESO DESDE COLOMBIA ⁶

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

Durante los últimos años, el principal destino de las exportaciones colombianas ha sido el gigante del norte, por ende, se ha logrado un gran avance en cuanto al transporte se refiere. En la actualidad se presenta un mayor número de frecuencias, de líneas y aerolíneas que están en posibilidad de atender el acceso físico directo hacia los principales puertos y aeropuertos. Si bien Estados Unidos cuenta con un sistema portuario muy importante en cuanto infraestructura y número de puertos, los servicios de transporte directo desde Colombia se focalizan, principalmente, en los puertos de Houston, Miami, Jacksonville, Baltimore y New York en el golfo y el este. Por la costa oeste se presentan las mejores opciones hacia los Angeles y San Francisco.

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

Similar situación sucede con el transporte aéreo, los destinos directos desde Colombia cubren principalmente las ciudades de Miami, Nueva York, Los Angeles, Houston, Memphis y Atlanta, desde donde a través de la extensión de los servicios de las aerolíneas, bien sea por vía terrestre o aérea se logra colocar los productos en cualquier otra ciudad.

Aunque las exportaciones colombianas con destino a Estados Unidos dependen en más del 98% del transporte marítimo, la participación aérea ha presentado una

⁶ Fuente: Subdirección Logística de Exportación Proexport - Colombia.

tendencia creciente durante los últimos años debido al crecimiento de las exportaciones de flores.

5.2. TRANSPORTE MARITIMO

El sistema portuario de Estados Unidos está conformado por más de 400 puertos a lo largo del golfo, costa este y oeste.

Miami, por su localización geográfica y la afinidad cultural, ha sido considerado la puerta de las Américas. Es el puerto de acceso más grande de la Florida, cuenta con vías de acceso carretero y férreo hacia estados del interior. Allí recalán la mayoría de las navieras en la ruta sur-norte oriental, convirtiéndolo en un importante centro de distribución marítimo, especialmente para América Latina y el Caribe. El 64% del total movilizado corresponden a cargas embarcadas hacia y desde estas regiones.

Puede afirmarse que la ruta Colombia-Miami es la que posee mayores alternativas de servicios. Transporte directo, con transbordos previos, tarifas variadas, tiempos de tránsito cortos o largos y posibilidades de despacho de cualquier tipo de mercancías o unidades de carga.

La ruta a Miami, posee la opción de transporte para carga suelta a través de consolidadores, que en su mayoría, han acogido a Miami como punto de distribución de cargas, no solo para Estados Unidos, sino para el resto del mundo.

La competencia que se genera en esta ruta, determina niveles de fletes disímiles, por ejemplo para el transporte de un contenedor de 20" desde el Atlántico colombiano se pueden encontrar tarifas para carga seca que oscilan entre los US\$ 950 y US\$1.200, todo depende de la naviera, el tipo de carga y los volúmenes regulares que pueda ofrecer el exportador. Mientras para carga refrigerada se encuentran entre US\$3.500 y US\$3.700

Desde Buenaventura, no solo por el mayor tiempo de tránsito sino por la menor competencia, los fletes son más elevados. La tarifa de un contenedor de 20" para carga seca se puede ubicar en un rango entre US\$1.600 y US\$1.800 y uno de 40" entre US\$2.300 y US\$2.700. Para carga refrigerada oscila entre US\$3.900 y US\$4.100.

Nueva York al Noreste de los Estados Unidos, es considerado el complejo portuario más amplio de la Costa Este de Norteamérica, está situado en el centro del mercado de consumidor más afluente en el mundo, con acceso inmediato a la red más extensa de la carretera en la región.

Por lo general las mismas navieras que recalán en Miami, siguen su ruta hacia el Atlántico Norte: Jacksonville, Baltimore, Savannah, Filadelfia y New York. Las diferencias están, en el tiempo de tránsito.

Con relación al orden tarifario, desde Costa Atlántica su nivel actual por contenedor de 20 pies para carga seca se encuentra entre US\$1.500 y US\$1.700, para contenedor de 40 pies fluctúan entre US\$1.800 y US\$2.100. Mientras para contenedor de 40 pies refrigerados los fletes se encuentran entre US\$3.600 y US\$3.900.

Desde Buenaventura, las tarifas para carga seca que actualmente se manejan se encuentran en los siguientes rangos: Por Contenedor de 20 pies US\$2.100 y US\$2.400 y para contenedor de 40 pies US\$3.100 y US\$3.300. Para cargas que requieren refrigeración los fletes oscilan entre US\$4.000 y US\$4.200 por contenedor de 40 pies refrigerado.

El Puerto de Houston, el octavo más grande del mundo, es un complejo de variadas instalaciones públicas y privadas de 40 kilómetros (25 millas). Por su ubicación centralizada sobre la costa del golfo, Houston es el portal estratégico para los cargamentos que salen o ingresan al oeste y oeste medio de los Estados Unidos. Las excelentes interconexiones carreteras, ferroviarias y aéreas facilitan el transporte de mercancías a costos racionales entre este puerto y otros puntos del interior.

Desde Costa Atlántica, los niveles de fletes para carga seca que actualmente se encuentran en el mercado oscilan entre US\$1.000 y US\$1.300 para un contenedor de 20", y entre US\$1.400 y US\$1.700 para contenedor de 40 pies. Mientras para carga refrigerada se encuentran entre US\$3.600 y US\$3.800 por contenedor de 40 pies.

Para embarques desde Buenaventura, los fletes para carga seca por contenedor de 20 pies, se encuentran entre US\$2.000 y US\$2.300, para contenedor de 40 pies oscilan entre US\$3.200 y US\$3.400. En Costa Oeste el puerto de Los Ángeles se destaca por ser el puerto con más servicios directos desde Colombia.

El puerto de Los Ángeles es considerado la puerta de entrada en la Costa Oeste de los Estados Unidos para el comercio internacional. Su infraestructura moderna posibilita el manejo de todo tipo de carga, contenedorizada, graneles, secos y líquidos.

El puerto tiene acceso a sistemas eficientes de transporte carretero, férreo y aéreo, hacia las ciudades del interior.

Con relación a los costos de flete para carga seca se ubican en un rango entre US\$1.200 y US\$1.600 por contenedor de 20" y US\$1.800 y US\$2200 de 40". Por contenedor de 40 pies refrigerado el flete oscila entre US\$4.000 y US\$4.200.

El acceso se refuerza con alternativas de servicio para carga suelta por parte de tres consolidadores, desde Cartagena y Buenaventura, con conexión terrestre desde Miami. Los niveles de fletes esta entre US\$90 y US\$150 por Tonelada o Metro Cúbico.

Allí encontrará información sobre navieras en la ruta, frecuencias de zarpe y tiempos de tránsito, entre otros.

5.3. TRANSPORTE AEREO

A lo largo de su territorio, Estados Unidos dispone de 226 aeropuertos con servicio aduanero. Los aeropuertos Internacional de Miami, John F. Kennedy de Nueva York, y el Intercontinental en Houston, son los principales receptores de vuelos procedentes desde Colombia.

Hacia Estados Unidos, existe una amplia gama de servicios aéreos directos, en equipos de pasajeros y cargueros. Miami, en particular, concentra los vuelos cargueros.

Esta circunstancia, unida a la infraestructura de transporte y comercio en Miami, ha convertido a Colombia en uno de los principales usuarios de este terminal. Además de los que conectan en Miami se cuenta con varias alternativas ingresando por Nueva York, Atlanta, Los Angeles y Houston.

Las ciudades de Los Angeles, Dallas, San Francisco y Nueva York son importantes centros de reexpedición de carga hacia Tokio, Seúl y otros lugares del Lejano Oriente.

La alta competencia que se registra en este tráfico, particularmente hacia Miami, ha favorecido la generación de niveles tarifarios competitivos. Actualmente, por ejemplo, un despacho de carga general, superior a 500kg con destino a Miami, puede acceder a tarifas entre US\$0.60 y US\$1.21/Kg.

Adicional a la tarifa básica, las aerolíneas tienen autorización para cobrar US\$0.03 por kilo transportado por recargo de seguridad; también pueden cobrar un recargo por combustible, aunque no todas lo cobran, que oscila entre US\$0.05 y US\$0.15 por kilo.

Como alternativa para muestras sin valor comercial, envíos urgentes y exportaciones de pequeños volúmenes, están los servicios de carga y courier los cuales permiten garantizar tiempos de entrega precisos.

Dentro de esta modalidad puede contarse con DHL quien tiene en Panamá su centro de transferencia, DHL, FEDEX, SERVIENTREGA y UPS, entre otros.

5.4. COMPONENTES Y COSTOS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

Los componentes del costo de la DFI se clasifican en directos e indirectos y tienen una ponderación distinta en la cadena de distribución. Dependiendo del valor agregado del producto, pueden representar un porcentaje importante en su costo total en bodegas del cliente.

5.4.1. Costos directos. Corresponden a aquellos que tienen una incidencia directa en la cadena, durante las interfases país exportador- tránsito internacional - país importador. Hacen parte de ellos: empaque, embalaje, unitarización, documentación, manipuleos, transporte, seguros, almacenamiento, aduaneros, bancarios y agentes.

5.4.1.1. Empaque y marcado. La estimación del costo de empaque y embalaje varía dependiendo de los requerimientos de cada tipo de producto, del medio de transporte a utilizar y del mercado de destino. Sin embargo, siempre se incurrirá en el costo del material (madera, tambores, barriles, cartón, papel, plásticos, pinturas, etiquetas, códigos de barras, sellos, marquillas, accesorios de amarre, grapas, zunchos, cintas, etc.) y de la mano de obra requerida para el empaque, marcado y embalaje del producto.

5.4.1.2. Documentación. Este componente del costo incluye los gastos correspondientes a la documentación requerida tanto para la exportación (país de origen) como para la importación del producto (país de destino) e incluye: facturas; documentos de embarque, que dependen del modo o modos de transporte a utilizar; formularios para declaraciones de exportación, de importación y de cambios; permisos o licencias y certificados fitosanitarios, de origen y de cantidad y calidad, entre otros. Se deben considerar tanto los costos como los tiempos necesarios para su obtención.

5.4.1.3. Unitarización. Es el costo de la operación de agrupar piezas de carga en unidades de mayor volumen tales como palets o contenedores, conocida como unitarización.

La paletización se refiere a la agrupación de productos en sus respectivos sistemas de empaque y/o embalaje sobre un palet (estiba) debidamente asegurado con esquineros, zunchos, grapas o películas envolventes de tal manera que se puedan manipular, almacenar y transportar de forma segura como una sola "unidad de carga".

La contenedorización consiste en la acomodación de los palets en el contenedor y su respectivo aseguramiento por medio de bolsas de aire o de otro elemento que cumpla con ese fin.

Los principales costos de la unitarización corresponden al palet, (cuyo precio está relacionado con el material de fabricación y el tiempo de vida útil), materiales para cubrir o envolver la carga, tales como esquineros, zunchos, grapas y películas envolventes y mano de obra requerida para realizar dicha labor.

En la contenedorización, se debe estimar el costo del contenedor o el valor del arrendamiento por el tiempo requerido para el traslado de las frutas u hortalizas. Se debe recordar que el envío de estos productos por vía marítima debe realizarse en contenedores refrigerados. Igualmente, se contempla el costo de los equipos (montacargas) y la mano de obra necesaria para el cargue y descargue.

Teniendo en cuenta el carácter biológico de los productos hortofrutícolas y su susceptibilidad a microorganismos, es recomendable lavar y desinfectar el contenedor y las estibas, de tal forma que se garantice su inocuidad. Ello implica considerar costos adicionales.

5.4.1.4. Almacenaje en puerto origen/destino. Aunque las tendencias en los negocios internacionales se orientan a evitar, en lo posible, el almacenamiento durante las fases anteriores al embarque y en las que preceden a la entrega de la carga en el destino final, es probable que se presenten situaciones que obliguen a almacenar el producto tales como: demoras en el cargue del buque o en la recolección del contenedor en el puerto destino, o trámites adicionales en el puerto. Estas situaciones incidirán en la tarifa por contenedor por mayores costos de generador y combustible durante el tiempo de conexión a las unidades eléctricas.

5.4.1.5. Manipuleo. La transferencia de los productos desde el local del exportador al del importador supone un cierto número de operaciones de manipuleo.

En el país exportador se presenta manipuleo en el cargue del vehículo en la fábrica del exportador, cargue y descargue del vehículo desde la fábrica o desde una bodega intermedia hasta el sitio de embarque internacional, cargue del

vehículo que transporta la carga hasta el punto de embarque internacional, costo de manipuleo en el punto de embarque.

En tránsito internacional se presenta manipuleo en los transbordos. En el país importador se presenta durante el descargue del vehículo que transporta la carga en el punto de desembarque internacional hasta las bodegas del cliente y durante los cargues y descargues en puntos o bodegas intermedias.

5.4.7. Transporte

El primer flete que ha de costearse corresponde al transporte desde la zona de producción o acondicionamiento al puerto de embarque, el cual debe realizarse preferiblemente en camión o contenedor refrigerado.

Para el análisis del transporte internacional deben analizarse cuantitativa y cualitativamente las características de todos los modos en los países por los cuales transita la carga (infraestructura, rutas terminales, centros de transferencia, legislación, fletes, recargos, descuentos, servicios disponibles, factor de estiba, documentación, normas y convenios internacionales, velocidad, competencia y complementariedad entre modos, etc.). Igualmente se deben considerar las características de cada una de las empresas transportadoras a evaluar, tales como: frecuencia del transporte, tiempo del viaje y tipo de carga que transporta el buque.

La contratación del transporte internacional se hace a través de agentes de carga o agentes marítimos, el costo del flete depende de la línea marítima o aerolínea; las tarifas se cotizan en dólares.

Las tarifas aéreas se calculan sobre la mayor dimensión entre el peso bruto y volumen, denominado factor de estiba. En el caso de frutas y hortalizas, dado el tipo de empaque y embalaje, generalmente el flete se cobra sobre el volumen de la carga.

Dentro de los aspectos a tener en cuenta en la cotización de fletes marítimos están el cargue y descargue del buque. Para esto existen cuatro alternativas:

LT: Términos de línea, en donde el armador es responsable de los costos de cargar y descargar la mercancía al/del barco en los puertos de embarque y desembarque, respectivamente, además del transporte entre ambos.

FIO: Libre a bordo, en donde el cargue y descargue corre por cuenta del exportador o importador.

FI: Libre a bordo, el porteador realiza el descargue en el puerto de destino y el cargue del producto debe realizarlo el exportador.

FO: Libre en muelle, en donde el descargue del producto queda en manos del exportador. Para carga general los términos más utilizados son los de línea y por tanto el flete cobrado cubre el cargue y el descargue de la mercancía.

5.4.1.7. Seguro del local del exportador al puerto de embarque. Los productos perecederos se denominan vivos, debido a su alta susceptibilidad al deterioro. Las compañías de seguros, por lo general no otorgan el seguro por no contar con certificadores sobre el estado y manejo de la mercancía. El método de análisis de riesgo presentado más adelante, le permitirá diseñar estrategias que protejan adecuadamente sus intereses. Sin embargo para efecto de cálculos se toma una tasa equivalente al 1% del valor FOB. Se debe tener en cuenta que el seguro lleva implícita la responsabilidad de un transportador y no cubre los eventos pre y post transporte.

5.4.1.8. Costos aduaneros. Se refieren al cobro de derechos de aduana. Las barreras arancelarias (ad-valorem, suma fija o alguna combinación de ambas) se aplican a los productos de importación. Sin embargo, algunos países en desarrollo aplican periódicamente algunos impuestos a las exportaciones. En Colombia, las exportaciones están exentas del pago de impuestos. Para el cálculo de los costos aduaneros, el exportador debe conocer el arancel aplicable en el país de destino y los otros impuestos que puedan cobrarse; así mismo, debe saber si a los productos colombianos les ha sido otorgada alguna preferencia arancelaria.

5.4.1.9. Costos bancarios. Lo constituyen los honorarios, comisiones, trámites y formularios, además de las comisiones de reintegro. Cada banco tiene sus propias decisiones sobre el cobro de las comisiones, las cuales se basan, generalmente, en un porcentaje sobre el valor de la transacción y se encuentran entre el 0.25% y el 2.0%.

5.4.1.10. Agentes. Entre los agentes que intervienen en una operación de distribución física se encuentran los operadores de transporte multimodal, agentes de carga aérea, agentes marítimos, agentes portuarios, agentes de aduana, comisionistas de transporte, agentes de seguros y operadores logísticos. De acuerdo con las características de su actividad, cada agente cobra una comisión. Para efectos del cálculo del costo de los agentes en este estudio sólo se tienen en cuenta los honorarios. Los cargos por otros servicios prestados, tales como, derechos de aduana, fletes, etc., son contabilizados en el componente correspondiente de costo de la Distribución Física Internacional. Recuerde que usted deberá contratar varios agentes, dependiendo del término de negociación Incoterms acordado, en especial un agente de carga (para contratar el transporte) y un agente de aduana (Sociedad de Intermediación Aduanera SIA).

5.4.2. Costos indirectos. Corresponden a la gestión de la Distribución Física Internacional.

5.4.2.1. Administrativos. Corresponden al costo de los tiempos empleados en la gestión de exportación, desempeñado por el personal de exportaciones y del área financiera y administrativa, así como al de las comunicaciones y los desplazamientos efectuados en actividades tales como la obtención de información sobre los componentes de costo de la cadena DFI y la gestión durante el período comprendido en la preparación del embarque hasta la entrega al importador.

5.4.2.2. Capital. Corresponde al capital invertido en la Distribución Física Internacional, representado por el valor de los bienes embarcados, el valor de los servicios contratados para el embarque, de los cuales no se percibe interés o utilidad alguna durante el período de viaje entre las bodegas del exportador y del importador. En general, cuanto menor sea el tiempo de tránsito, menor será el costo del capital inmovilizado en la operación. El costo de capital o costo de oportunidad, se calcula tomando la tasa de interés del mercado sobre el tiempo en el cual se hace efectivo el pago del embarque. Es recomendable hacer una reserva del 2% al 5% sobre el costo total de la transacción, para atender cualquier imprevisto.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para la exportación de productos agroindustriales a los Estados Unidos, es necesario, que los productores, cultiven productos que cumplan todas las normas fitosanitarias y de calidad que exige este mercado, esto para el caso de los productos perecederos; además de esto para los alimentos procesados se necesita la generación de un valor añadido, que puede estar dado por la calidad o la presentación del productos, todas estas exigencias, hacen que sea necesario el desarrollo de centros tecnológicos alrededor de los cluster agroindustriales del departamento que se dediquen a la investigación y el desarrollo de nuevos tipos de frutas y hortalizas, mejoras en los procesos que aumenten sus tiempos de conservación y propiedades y que realicen diseños mas creativos y novedosos que sean atractivos para el mercado Estadounidense.

En cuanto a la comercialización de este tipo de productos es mejor seguir los canales de distribución ya existentes, y manejar economías de escala a través de redes de cooperación entre productores que les permitan mantener niveles de precios que les dejen un margen de rentabilidad y que luego de las comisiones y ganancias de los intermediarios sigan siendo competitivos y atractivos para los consumidores.

6.1. RECOMENDACIONES PARA LOS EXPORTADORES DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES

- ❑ Cuento con un Plan de Mercadeo cuando ofrezca sus productos e involucre a su cliente.
- ❑ Escoja un Agente de Aduanas especializado en la industria (su amigo o primo no siempre es el adecuado)
- ❑ En los Estados Unidos no se aceptan disculpas. Cumpla con las fechas límites y no culpe al tiempo, al lunes de fiesta, a la huelga, por no poder cumplir.
- ❑ El cliente siempre tiene la razón!

- Tenga en cuenta que en Estados Unidos se trabaja 24/7. Por lo tanto el concepto de vacaciones colectivas no existe
- Exportar no es vender mas caro y mucho menos remanentes
- Desarrolle empaques adecuados para el mercado. Sea innovador y diferente.
- La mejor calidad es la que el mercado demanda y no la que “YO” considero la mejor.
- Ubíquese en el **canal adecuado** en función de: Precio, Capacidad de producción, Tiempo de entrega, Calidad y servicio al cliente

BIBLIOGRAFIA

CATEORA, Philip. Marketing Internacional. Mc. Graw Hill Interamericana Editores.

Centros de desarrollo tecnológico y productivos como estrategia para sostenibilidad productiva, ambiental y social en Bolívar. Acuicolas, Agroindustriales y minero-artesanales. Departamento Administrativo de Planeación. Gobernación de Bolívar.2002.

DOMÍNGUEZ, Agustín. Como participar con éxito en ferias internacionales y misiones comerciales. Promotora de Comercio Exterior.

Estructura y evolución del sector agroindustrial en Colombia:
En:www.cci.org.co/publicaciones/exotica/exotica07.html/#Comercio-Internacional.Boletin CCI .Exotica. Año 2. Volumen7.Julio-Septiembre 1998.

Estudios de Mercado. Oportunidades de exportación para frutas y hortalizas. Región Caribe Colombiana. Corporación Colombia Internacional.2001.

GRIFFIN, Jhon. El comercio Internacional y las redes de Distribución : el manejo de sus agentes y distribuidores. Macchi Grupo Editor.

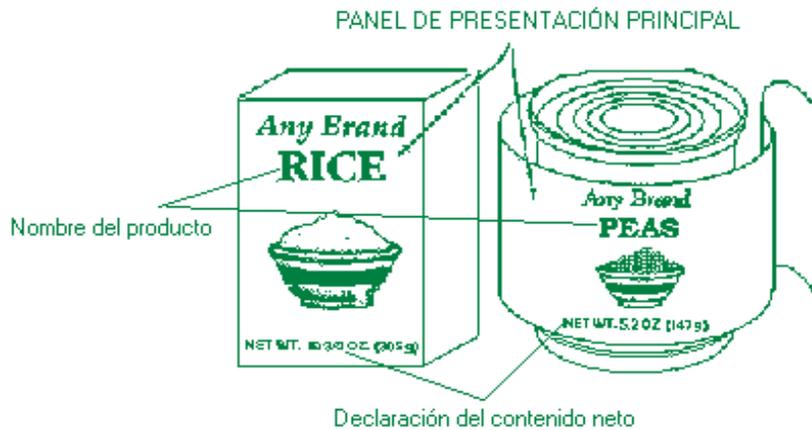
PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL DE BOLIVAR 2001 – 2003.
“CONSENSO SOCIAL PARA LA CONVIVENCIA” 78. En: www.dnp.gov.co

RUIBAL HANDABAKA, Alberto. Gestión Logística de la distribución Física Internacional. Ed. Norma.1994.

Distintas paginas de internet (Directorios, Buscadores, etc..)
www.mincomex.gov.co
www.proexport.gov.co

ANEXOS

Anexo A. Contenido de la etiqueta



El panel de presentación principal (PDP) es la parte del etiquetado del envase más fácilmente visible por el consumidor en el momento de la compra. Algunos envases están diseñados dos o más superficies diferentes que son apropiadas para ser el panel de presentación principal.

Helvética Regular de cuerpo 8 y un punto de espacio

Barra de 3 puntos

Helvética Black de cuerpo 8 y 4 puntos de espacio

Barra centrada de separación de nutrientes de 1/4 punto (2 puntos de espacio por encima y 2 por debajo)

Helvética Regular de cuerpo 8, 4 puntos de espacio

Helvética Regular de cuerpo 8, 4 puntos de espacio y boliches de cuerpo 10

Nutrition Facts

Serving Size 1 cup (228g)
Servings Per Container 2

Amount Per Serving		% Daily Value*	
Calories	260	Calories from Fat	120
Total Fat	13g		20%
Saturated Fat	5g		25%
Cholesterol	30mg		10%
Sodium	660mg		28%
Total Carbohydrate	31g		10%
Dietary Fiber	0g		0%
Sugars	5g		
Protein	5g		
Vitamin A	4%	Vitamin C	2%
Calcium	15%	Iron	4%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

Calories per gram:
Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4

Franklin Gothic Heavy o Helvética Black, alineada a izquierda y derecha, no inferior a cuerpo 13

Barra de 7 puntos

Helvética Black de cuerpo 6

Toda la información está introducida en una caja de barra de 1/2 punto y a tres puntos del texto

Barra de 1/4 punto

Todo lo que aparece por debajo de las vitaminas y minerales (notas a pie de página) es de cuerpo 6 y un punto de espacio