

**ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A
ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA
DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002**

MIGUEL ANGEL FRANCO HOSSAIN

EDUARDO ENRIQUE ORDOSGOITIA ROJAS

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2.004

**ANALISIS DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A
ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA
DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002**

MIGUEL ANGEL FRANCO HOSSAIN

EDUARDO ENRIQUE ORDOSGOITIA ROJAS

**Monografía presentada como requisito para obtener el título de
Administrador de Empresas**

Asesor

JUAN CARLOS ROBLEDO

Economista

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C.**

2.004

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D.T. y C., Abril 22 de 2.004

Cartagena de Indias D.T. y C., Abril 22 de 2.004

SEÑORES:

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
COMITÉ EVALUADOR TRABAJOS DE GRADO**

La Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente, nos permitimos someter a su consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado **ANÁLISIS DE LA EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002**", para optar al título de Administrador de Empresas.

Atentamente,

**MIGUEL A. FRANCO HOSSAIN
CODIGO 98-11-049**

**EDUARDO ORDOSGOITIA R.
CODIGO 99-11-354**

Cartagena de Indias D.T. y C., Junio 28 de 2.004

SEÑORES:

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente, yo, EDUARDO ENRIQUE ORDOSGOITIA ROJAS identificado con la Cedula de Ciudadanía numero 9´102.326 de Cartagena autorizo que el trabajo de grado titulado **"ANALISIS DE LA EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002"**, de mi co-autoría, sea utilizado por la Universidad Tecnológica de Bolívar e igualmente sea publicada en el catalogo online.

Atentamente,

**EDUARDO ORDOSGOITIA R.
C.C. No. 9´102.326 de C/gena**

Cartagena de Indias D.T. y C., Junio 28 de 2.004

SEÑORES:

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

La Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente, yo, MIGUEL ANGEL FRANCO HOSSAIN identificado con la Cedula de Ciudadanía numero 8´854.980 de Cartagena autorizo que el trabajo de grado titulado **"ANALISIS DE LA EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002"**, de mi co-autoría, sea utilizado por la Universidad Tecnológica de Bolívar e igualmente sea publicada en el catalogo online.

Atentamente,

**MIGUEL ANGEL FRANCO HOSSAIN
C.C. No. 8´854.980 de C/gena**

Cartagena de Indias D.T. y C., Abril 22 de 2.004

SEÑORES:

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
COMITÉ EVALUADOR TRABAJOS DE GRADO**

La Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente, me permito someter a su consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado **ANÁLISIS DE LA EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002**", de los señores MIGUEL ANGEL FRANCO HOSSAIN y EDUARDO ENRIQUE ORDOSGOITIA ROJAS, para optar al título de Administrador de Empresas, en la que me desempeñe cumpliendo la función de asesor.

Atentamente,

JUAN CARLOS ROBLEDO
Asesor

RESUMEN

TITULO : ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA DURANTE EL PERIODO 1.997 – 2.002

AUTORES : Miguel Angel Franco Hossain, Eduardo Ordosgoitia.

OBJETIVO GENERAL: Analizar la evolución de las exportaciones de flores colombianas a Estados Unidos bajo la ley ATPA en el periodo comprendido entre los años de 1997 y 2001, mediante el estudio de cuadros estadísticos de los niveles de exportación del sector, con el fin de comprender el comportamiento de dichas exportaciones y su tendencia.

METODOLOGÍA: El desarrollo de la investigación se realizara en tres etapas diferentes:

La primera es la recolección de información de la ley ATPA mediante la consulta en Internet, revistas y periódicos que puedan ofrecer la mayor cantidad de datos sobre las principales generalidades de dicha ley; acto seguido, se procederá a

analizar qué factores favorecieron a los exportadores de flores y por qué, respondiendo al primer objetivo específico de información.

La segunda etapa consiste en analizar de manera general, la forma como las flores son comercializadas en Estados Unidos para lograr una idea de cómo es el entorno del mercado para los colombianos y de ahí hacer un contraste con las ventajas del ATPA y determinar cuales son los puntos mas fuertes de competencia comercial; para este efecto será consultado un floricultor colombiano, que facilitara información de primera mano.

Por ultimo, se estudiaran las fluctuaciones de las exportaciones, concluyendo en un análisis de las razones de las variaciones y la determinación de los factores que pudieron incidir en cambios representativos en ellas. Estos resultados se obtendrán mediante el estudio de cuadros estadísticos que serán consultados en los organismos de comercio exterior colombiano como el Ministerio de Comercio Exterior y Proexport, además de links relacionados que se consigan a lo largo de la investigación y que provean información útil.

RESULTADOS:

Cuando la ley ATPA se aprobó en 1.991 inmediatamente se convirtió en un gran aliado de los productores de flores de Colombia, que venían trabajando por décadas, en aras de conquistar el mercado de Estados Unidos. Esta ley favoreció de una manera notable al sector y por ende a la economía de Colombia en

general, al crear mas de 120.000 empleos para el año 2.002 e igualmente proporcionarle al sector un crecimiento anual constante, ubicándolo como uno de los más representativos e importantes en el aparato económico colombiano.

El sector floricultor colombiano empezó humildemente como un negocio familiar que aprovechaba la demanda interna para obtener ingresos. Sin embargo dada las evidentes ventajas naturales del suelo y del clima, los cultivos colombianos fueron haciéndose cada vez mas atractivos y comenzó entonces el astronómico crecimiento de la actividad, cimentado principalmente en la búsqueda de participación de mercados importantes a nivel internacional. Estados Unidos se convirtió desde entonces en el principal destino de las flores de Colombia, teniendo que enfrentar a competidores tan acérrimos como Holanda y a nivel latino, a Ecuador.

Las regiones que son productoras de flores por excelencia se concentran mas que todo en la Sabana de Bogota y en el departamento de Antioquia, que poseen unas condiciones estables para el cultivo de una extensa variedad.

Los principales destinos de las exportaciones de las flores colombianas son Estados Unidos y la Unión Europea, siendo esta ultima un mercado de mucho mas difícil

acceso dado la naturaleza misma del consumidor y que no existe un tratado de igual importancia como el ATPA.

Para el acceso de las flores a Estados Unidos, la puerta de entrada es Miami; estas exportaciones son celosamente revisadas por la APHIS, que es el ente responsable por el ingreso de productos agrícolas al país, apoyado por el Servicio de Aduanas que vigilan que estas cargas no estén contaminadas con el tráfico de drogas u otras sustancias ilícitas. La flor llega a Miami vía aérea desde Colombia y es transportada a los mayoristas vía terrestre o igualmente vía aérea si la distancia que hay que cubrir es muy grande; en todo este proceso, las flores se mantienen en temperaturas controladas para que no pierdan frescura.

Durante el periodo 1.997 – 2.002, las exportaciones de flores a Estados Unidos han mostrado un crecimiento anual constante; a pesar de que indudablemente el sector se ha posicionado cada vez más en este mercado, el crecimiento de la tasa de cambio con respecto al dólar ha sido un factor determinante en el monto de estas ventas al exterior. Las flores que son más demandadas en EE.UU. son principalmente las rosas, que históricamente han representado la calidad de la floricultura colombiana; es esta especie la que más aporta al total exportado, seguida por los claveles y los miniclaveles. Las ventas alcanzan su punto máximo en la fiesta de San Valentín, pero la demanda se mantiene en un punto

relativamente constante durante el año, salvo cuando se presentan otras festividades como Thanksgiving, St Patrick´s Day, entre otros.

Gracias a las ventajas naturales del país y al ATPA, el sector de las flores colombianas ha cobrado vital importancia en el desarrollo del país, aportando un importante monto de divisas y creando empleos que mejoran el nivel socioeconómico colombiano.

CONCLUSIONES :

- El sector floricultor fundamenta su actividad en ventajas comparativas.
- El gobierno ha brindado constante apoyo.
- En la producción, es decisivo la formación de la planta.
- Asocolflores debe tomar un papel mas protagónico.
- Las exportaciones de flores se mantuvieron en constante aumento gracias a su posicionamiento.
- La flor mas apetecida es la rosa.
- La percepción del futuro del sector.

DIRECTOR : Juan Carlos Robledo.

*Ahora que se acaba otra etapa de mi vida, quisiera
agradecer este logro primero que todo a la fuerza
motora de mi vida: Dios.
A mi madre, por su apoyo incondicional y su fe en mi.
A mi papá, por enseñarme la virtud de la paciencia.
A mi hermano Faizel, por apoyarme a pesar de sus momentos difíciles,
dándome perlas de sabiduría a cada momento.
A mi hermana Indira, por inspirarme
con su tenacidad para enfrentar la vida
A mis amigos, que de una u otra forma me apoyaron,
en la forma que solo los amigos pueden hacerlo.
A mi compañero Eduardo por su ayuda, no solo en este trabajo
sino también en momentos en que necesité de un buen amigo.
Este logro va dedicado a todos ellos.
Estoy seguro que este es el comienzo de
mas éxitos por venir.*

Miguel Angel Franco Hossain

*Nunca pensé que llegaría este día,
nunca pensé que culminaría esta etapa de mi vida:
tener un título universitario.
Este triunfo no es solo mío, es de las personas que me apoyaron
y creyeron en mí en todo momento
como mis padres, mis hermanos
y sobre todo mi compañero Miguel Angel Franco,
que me acompañó en los momentos difíciles de la carrera.
Este título se lo quiero dedicar a lo mas importante de mi vida,
mi hijo Luis miguel y a tres personas que fueron claves
en este largo camino:
Fernando , Herminia y Elsy. Gracias por todo.*

Eduardo Ordosgoitia Rojas

AGRADECIMIENTOS

Deseamos expresar nuestra gratitud y reconocimientos a las personas que de diversas maneras, ayudaron para que este proyecto se llevara a cabo.

Sra. Laura Rojas, por su colaboración y ayuda en todo momento.

Dr. Roberto Pretelt, Gerente de Ventas de C.I. Santa Helena Flowers, por su gran colaboración y asesoría.

Dr. Joaquín Tamayo, Gerente General Flores de las Mercedes, por su invaluable colaboración en proporcionar información de su cultivo.

Dr. Iván Barona Hernández, por su gran apoyo en la recopilación de información vital.

Y a todas aquellas innumerables personas que de una u otra forma nos apoyaron en el desarrollo de este trabajo.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO	1
2. LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINA (ATPA)	7
2.1 GENERALIDADES	7
2.2 NORMAS DE ORIGEN	8
2.3 SANCIONES	11
2.4 RESULTADOS	12
3. EL SECTOR FLORICULTOR	17
3.1 BREVE RESEÑA DEL SECTOR	17
3.2 DESCRIPCION DEL SECTOR	23
3.3 VECTORES COMERCIALES	32
3.3.1 Características de los principales de destinos de exportación de las flores colombianas	35
3.3.1.1 Estados Unidos	35
3.3.1.2 Unión Europea	41
3.4 MARCO LEGAL	46
3.4.1 Constitución Política Nacional	47

3.4.2 Leyes y decretos	47
3.4.3 Acuerdos Internacionales	48
3.4.3.1 Acuerdo Sobre Medidas Sanitarias Y Fitosanitarias De La OMC	48
3.4.3.2 Convención Internacional de protección fitosanitaria (CIPF o IPPC)	49
3.4.4 Organizaciones reguladoras en Estados Unidos	50
3.4.4.1 APHIS (Animal and Health Inspection Service)	51
3.4.4.2 APHIS – PPC (Plant Protection Quarantine)	52
3.4.4.3 NAPPO (North American Plant Protection Organization)	52
3.4.5 Proceso legal para la entrada para las flores	53
3.5 COMERCIALIZACION DE LAS FLORES EN ESTADOS UNIDOS	57
3.5.1 Entrada de la mercancía	57
3.5.2 Transporte Interno	59
3.5.3 Distribución física de la flor hacia Estados Unidos	61
3.6 BARRERAS COMERCIALES	64
3.7 APOYO DEL GOBIERNO	66
4. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA FLOR	72
4.1 PROPAGACION DE LAS PLANTAS MADRES	72
4.2 INJERTACION Y PROPAGACIÓN DE BANCOS DE	

ENRAIZAMIENTO	73
4.3 PRODUCCION	75
4.4 POSCOSECHA	76
4.5 ETAPAS DE APOYO AL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA FLOR	78
5. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES A ESTADOS UNIDOS DE 1.997 – 2.002	81
6. CONCLUSIONES	91
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	101

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Indicadores de desempeño del sector floricultor – Periodo ATPA	28

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Regiones productoras de flor en Colombia	29
Figura 2. Comercialización de la flor en Estados Unidos	59
Figura 3. Distribución física de la flor hacia Estados Unidos	62
Figura 4. Diagrama de procesos de apoyo a la producción de la flor	80

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Marco Jurídico de la gestión ambiental	102
Anexo B. Diagrama proceso productivo cultivo de flor	103

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Grafico 1. Exportaciones de Colombia	26
Grafico 2. Exportaciones totales de flores colombianas	34
Grafico 3. Exportaciones totales de flores a Norteamérica	34
Grafico 4. Tipos de flor consumidos en E.E.U.U.	40
Grafico 5. Principales tipos de flor importadas por Holanda	43
Grafico 6. Importadores de flores de terceros países en la U.E.	45
Grafico 7. Tasa de cambio promedio 1.997 – 2.002	82
Grafico 8. Variaciones de la TRM promedio 1.997 – 2.002	82
Grafico 9. Exportaciones totales de flores a USA 1.997 – 2.002	83
Grafico 10. Exportaciones de claveles miniaturas a USA 2.000 – 2.002	84
Grafico 11. Exportaciones de claveles a USA 2.000 – 2.002	84
Grafico 12. Exportaciones de rosas a USA 2.000 – 2.002	84
Grafico 13. Exportaciones totales a USA 1.997 – 2.002	86
Grafico 14. Crecimiento porcentual exportaciones totales a USA 1.997 – 2.002	86
Grafico 15. Exportaciones de claveles miniaturas a USA 2.000 – 2.002 en toneladas netas	88

Grafico 16. Exportaciones de claveles a USA 2.000 – 2.002

en toneladas netas 88

Grafico 17. Exportaciones de rosas a USA 2.000 – 2.002

en toneladas netas 88

Grafico 18. Exportaciones de crisantemos a USA 2.000 – 2.002

90

INTRODUCCIÓN

El sector floricultor siempre ha sido un importante renglón de la economía colombiana. Gracias a las ventajas naturales que ofrece el país, desde sus inicios en los años 50, cuando la actividad se limitaba a unas cuantas familias que cultivaban y comercializaban ellas mismas la mercancía, hasta los grandes productores de flores de hoy en día, este sector ha creado un importante número de empleos a los colombianos y generado una buena entrada de divisas al país, hasta el punto de convertirse hoy por hoy, en el rubro de mayor importancia de las exportaciones no tradicionales.

Es esta importancia, que conllevó a los floricultores a lanzarse a la conquista de los mercados internacionales. Entre ellos, el mas importante dado su gran tamaño, poder adquisitivo y relativa cercanía: Estados Unidos. La relación comercial con este país se ha intensificado a través de los años y se ha convertido en el principal destino de las flores colombianas. Gracias a esta sólida relación comercial y diplomática, se creó el ATPA, ley que le ha significado a los floricultores la mejor ayuda para alcanzar una mejor posición en el mercado estadounidense.

Esta investigación pretende analizar todo el proceso de la producción y comercialización de la flor hacia Estados Unidos y como va intrincadamente relacionado con las bondades del ATPA, determinando claramente cuales son los beneficios que le ha brindado esta ley al sector floricultor.

Mediante el análisis de cuadros estadísticos en el periodo 1.997 – 2.002, se determinará la evolución de estas exportaciones mostrando las posibles causas de las fluctuaciones, donde se podrá observar la incidencia que ha tenido el ATPA.

Dado que no existen documentos que recopilen información de este tema, esta investigación se convierte en una buena herramienta de consulta para conocer de manera general la forma como funciona el sector y como se comportan las exportaciones en un periodo de tiempo que abarca la suspensión de las preferencias y la reanudación de la ley en su segunda parte, que se llamó ATPDEA.

1. PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL TRABAJO

Titulo del trabajo: "ANÁLISIS DE LA EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES COLOMBIANAS A ESTADOS UNIDOS MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE LA LEY ATPA EN EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE 1997 Y 2002".

Nombre del Autor(es): Miguel Angel Franco Hossain – Eduardo Ordosgoitia Rojas.

Nombre del Asesor: Juan Carlos Robledo.

Fecha de inicio: Diciembre 19 de 2.003.

Fecha de culminación: Abril 21 de 2.004.

DISEÑO DEL TRABAJO

Identificación del problema

Entre los mas de 6000 productos que están cobijados por esta ley, uno de los sectores mas beneficiados ha sido el de las flores. Colombia, exportador de flores

por excelencia ha aprovechado la ventaja del no pago de aranceles que gozan las flores para desarrollar este sector. Gracias a esta ley, los floricultores colombianos se ahorran cada año 32 millones de dólares aproximadamente, lo que les permite aprovechar mejor las ventajas comparativas que poseen; si esta ley no existiera, se tendría que pagar un arancel promedio del 6%.

Colombia se convirtió gracias a esta ley, en el país andino con mayores exportaciones de flores bajo el ATPA, llegando este rubro a un 25% de las exportaciones totales bajo la ley.

El estudio de la evolución de las exportaciones de este sector bajo el ATPA, puede servir de guía para conocer la incidencia de esta ley sobre el sector floricultor, la importancia real del sector, su comportamiento y las posibles razones de los cambios a lo largo de la duración del periodo en estudio. A partir de las variaciones de flujo hacia Estados Unidos se pueden determinar patrones y tendencias que le sirvan a los empresarios para analizar como se ha comportado el sector durante este periodo.

La pregunta a resolver con la presente investigación es:

¿Cuál ha sido la evolución de las exportaciones de flores colombianas a Estados Unidos mediante la utilización de la ley ATPA en el periodo comprendido entre 1997 y 2002?

OBJETIVOS

General: Analizar la evolución de las exportaciones de flores colombianas a Estados Unidos bajo la ley ATPA en el periodo comprendido entre los años de 1997 y 2001, mediante el estudio de cuadros estadísticos de los niveles de exportación del sector, con el fin de comprender el comportamiento de dichas exportaciones y su tendencia.

Específicos:

- Describir brevemente la ley ATPA para comprender los beneficios otorgados al sector floricultor, mediante el estudio de sus principales características.
- Analizar las variaciones de las exportaciones de flores colombianas a Estados Unidos en el periodo 1997 al 2001, mediante el estudio de cuadros estadísticos, que permitan determinar y comprender el comportamiento de estas exportaciones.

- Analizar la metodología de comercialización de las flores en Estados Unidos, por medio de un análisis a la cadena comercial desde Colombia, con el fin de comprender la logística necesaria para desarrollar la venta al consumidor final norteamericano.

JUSTIFICACIÓN

El sector de las flores ha cobrado cada vez mas importancia en la estructura del comercio exterior de Colombia; este crecimiento se ve referenciado en una presencia de un 25% en las exportaciones no tradicionales, el monto mas alto de un producto en esta categoría. A pesar que el país siempre ha tenido protagonismo a nivel mundial en este sector, la ley ATPA brindo un trampolín a los empresarios para hacerse del mercado estadounidense; hoy en día compite fieramente ante Kenia e Israel que son los principales productores del mundo, en el atractivo mercado norteamericano.

El estudio de la evolución de las exportaciones mediante la utilización del ATPA puede mostrar hasta que grado los empresarios han aprovechado esta ley y el comportamiento puede determinar patrones que si son estudiados con mayor cuidado, pueden traducirse por ejemplo en estrategias o controles para que no se repitan situaciones adversas. Además de esto, se puede observar claramente la

gran importancia del sector para el país y la importancia de la ley ATPA para el desarrollo de este sector.

ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Hasta el momento no se han encontrado documentos de investigación con un tópico igual.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la investigación se realizara en tres etapas diferentes:

La primera es la recolección de información de la ley ATPA mediante la consulta en Internet, revistas y periódicos que puedan ofrecer la mayor cantidad de datos sobre las principales generalidades de dicha ley; acto seguido, se procederá a analizar qué factores favorecieron a los exportadores de flores y por qué, respondiendo al primer objetivo específico de información.

La segunda etapa consiste en analizar de manera general, la forma como las flores son comercializadas en Estados Unidos para lograr una idea de cómo es el entorno del mercado para los colombianos y de ahí hacer un contraste con las ventajas del

ATPA y determinar cuales son los puntos mas fuertes de competencia comercial; para este efecto será consultado un floricultor colombiano, que facilitara información de primera mano.

Por ultimo, se estudiaran las fluctuaciones de las exportaciones, concluyendo en un análisis de las razones de las variaciones y la determinación de los factores que pudieron incidir en cambios representativos en ellas. Estos resultados se obtendrán mediante el estudio de cuadros estadísticos que serán consultados en los organismos de comercio exterior colombiano como Mincomex y Proexport, además de links relacionados que se consigan a lo largo de la investigación y que provean información útil.

LOGROS

Al finalizar la investigación, todos los resultados se resumirán en un texto y un disco compacto de modo que sirva de guía y referencia para próximas investigaciones o de consulta ya sea para estudiantes como para personal profesional.

2. LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINA, ATPA

2.1 GENERALIDADES

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, ATPA fue el principal componente comercial de la administración de George Bush (padre) en 1.991, en su programa de guerra contra las drogas. El principal objetivo de esta ley fue la estimulación y creación de alternativas de empleo para la producción y tráfico ilícito de drogas, a través de la diversificación y aumento del comercio entre los países andinos y los Estados Unidos. En otras palabras, fue la forma en que Estados Unidos apoyó y reconoció el inmenso esfuerzo que realizaban los gobiernos de estos países para luchar contra la violencia y el narcotráfico.

Los primeros países en resultar elegibles para esta ley fueron Colombia y Bolivia, haciéndose extensiva las preferencias a Ecuador (abril 1.993) y Perú (agosto 1.993), ya en el gobierno de Bill Clinton. La ley fue creada para durar 10 años, desde el 4 de diciembre de 1.991 hasta el mismo día del 2.001¹.

¹ Fuente: Ministerio De Comercio, Industria y Turismo, cifras al 2.002

2.2 NORMAS DE ORIGEN

Para poder gozar de los beneficios del 0% de arancel, los productos colombianos (y los andinos) debían cumplir con una serie de requisitos que hiciera que los productos fueran elegibles para la ley. Los principales son:

1. - La mercadería debe importarse directamente desde un país beneficiario al territorio aduanero de los Estados Unidos.

3. - La mercancía deberá haber sido producida en un país beneficiario. Este requisito se cumple cuando la misma ha sido producida o manufacturada en un país beneficiario o se ha transformado substancialmente en un artículo de comercio nuevo y distinto en el país beneficiario, según determine el Servicio de Aduanas de los Estados Unidos.

4. - Por lo menos el 35% del valor gravable del artículo importado en los Estados Unidos debe consistir, en cuanto a su valor, de materiales producidos en uno o más de los países beneficiarios de la ATPA (Ecuador, Colombia, Perú o Bolivia), o cualquiera de los países de la ICC (Iniciativa para la Cuenca del Caribe): Antigua y Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Belice, Costa Rica, Dominica, República Dominicana, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica,

Montserrat, Antillas, Nicaragua, Panamá, San Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Trinidad y Tobago e Islas Vírgenes, Británicas, y/o el costo directo de operaciones de procesamiento (que incluyen costos directos incurridos, o razonablemente aplicados, a la producción, manufactura o ensamble de un artículo, tales como mano de obra, piezas, moldes, herramientas, depreciación de maquinaria, investigación y programas de desarrollo, inspecciones y pruebas. Gastos generales, gastos administrativos y utilidades, al igual que otros gastos tales como pérdidas y seguros de responsabilidad, publicidad, salarios de vendedores que no se consideran como costos directos en operaciones de procesamiento deben haber sido llevadas a cabo en uno o más de estos países.

El costo o el valor de los materiales producidos en el territorio de los Estados Unidos (excepto Puerto Rico) deberá ser considerado, pero únicamente hasta un máximo de un 15% del valor gravable del artículo importado.

En este punto se realza la enorme potencialidad de los empresarios de desarrollar nuevos productos o de mejorar en una buena cuantía, otros ya existentes, puesto que estas normas presentan una gran flexibilidad, mejores incluso que las del antiguo SGP. De ahí que el sector mas

desarrollado sea el de las exportaciones no tradicionales que hoy ya cuentan con un 57% aproximadamente².

Para los productos admisibles bajo la ATPA que sean enteramente (100%) el cultivo, el producto o la manufactura de países beneficiarios de la ATPA, no se exige ningún cálculo de los costos directos de procesamiento.

Antes de importar o de llevar a cabo un proyecto bajo la ATPA, las compañías interesadas deben obtener una declaración del Servicio de Aduanas de los Estados Unidos (US.Customs Service) constatando que su producto califica para entrar exento de aranceles. Hay que documentar el costo total del valor agregado por el país ATPA en el "Formulario A" revisado (certificado de origen) que se presenta al Servicio de Aduanas de los Estados Unidos.

El Formulario A, debe ser preparado y firmado por el exportador, y depositado junto con la documentación de entrada o antes de la liquidación (todos los documentos deben ser presentados en inglés). Este formulario se solicita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y tiene un costo aproximado de \$10.000.

² Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y Proexport, cifras al 2.001

Los productos de la ATPA que califican para la franquicia aduanera deben cumplir con los reglamentos para proteger la salud y la seguridad del consumidor local, para impedir la entrada de enfermedades y parásitos dañinos a plantas y animales, y para proteger la industria estadounidense de los perjuicios que le podrían causar prácticas comerciales desleales. El conocimiento y el cumplimiento de estos requisitos, que van desde el etiquetado hasta los niveles de tolerancia de pesticidas, puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso en cuanto a la exportación a los Estados Unidos.

2.3 SANCIONES

Existen sanciones tanto para el exportador, como para el país que practique la triangulación³.

En caso de que un exportador de uno de los países beneficiarios del ATPA practique la triangulación de algún producto y es demostrado por la administración de Estados Unidos con suficiente evidencia, le serán denegados los beneficios por 2 años.

³ Practica de competencia desleal donde un país que está beneficiado con preferencias arancelarias, sirve de intermediario para que otro país no beneficiado exporte sus productos con las mismas preferencias arancelarias.

Por otro lado si el país es utilizado para cometer esta irregularidad y este no toma las medidas necesarias para corregirla, la administración reducirá las cantidades cobijadas por la ley, en un equivalente a las cantidades trianguladas multiplicadas por 3.

2.4 RESULTADOS

Los resultados de esta ley hablan por sí solos. Se trabajó en varios frentes, como lo son el social, económico y el diplomático.

Por un lado la producción de la economía de Colombia creció en un 102% desde 1.992 hasta el 2.000⁴. Las exportaciones crecieron en aproximadamente un 200% desde 1.993 hasta el 2.001⁵. A pesar de esto resultados y que Colombia es uno de los principales proveedores de Estados Unidos, la utilización de esta ley en las exportaciones solo llegó a un 15%⁶.

Se crearon 122.296 plazas de empleo para el año 2.000⁷, frente a las 77.843 de 1.992, mostrando así un aumento del 45%.

⁴ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y Proexport, al 2.001

⁵ Fuente: Ibid

⁶ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y Proexport, al 2.001

⁷ Fuente: Ibid

El sector floricultor fue uno de los más beneficiados con el ATPA, ya que no se ahorra un 6% de arancel de entrada frente a los demás competidores en Estados Unidos, lo que le permite competir con una ventaja en costos.

La creación de esta ley permitió un acercamiento comercial pronunciado entre Colombia y Estados Unidos y aunque la ley tenía un carácter económico, poseía un componente social que ampliaba su campo de acción, pues no estaba dirigida únicamente a los empresarios sino más que todo, a micro y pequeños empresarios que buscaban nuevos horizontes de negociación y a su vez, fue el primer paso para el desarrollo de las exportaciones no tradicionales. Este apoyo que brindó Estados Unidos se enmarca en el principio de la responsabilidad compartida y que busca como fin último, el fortalecimiento de una economía legítima que deje sin piso al narcotráfico y los negocios ilegales. El ATPA ha permitido en su duración, mitigar un poco los altos daños y costos que generan la lucha contra el narcotráfico, buscando atraer cada vez más la inversión extranjera en busca de la creación y sostenimiento de nuevos negocios amparados en la cultura exportadora que profesa el gobierno colombiano.

Para la segunda fase del ATPA⁸ (ATPDEA)⁹, se espera igualmente que los sectores que estuvieron beneficiados en la primera parte sigan su crecimiento y mantengan

⁸ Andean Trade Preference Act – Ley de Preferencias Arancelarias Andina

⁹ Andean Trade Promotion & Drug Eradication Act – Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas

índices de rentabilidad en aumento. Hay que tener en cuenta que este aumento se dará muy seguramente en empresas que no conocían como utilizar la ley y empresas nuevas que entren a exportar a Estados Unidos, puesto que la lista de productos cobijados por la ley es la misma con algunas inclusiones en los sectores textiles, de atún y cuero. Lo presupuestado es que las exportaciones que estaban cobijadas por el ATPA crezcan en unos 950 millones de dólares anuales¹⁰ en el corto plazo.

La inclusión de los sectores de calzado y cuero, textiles y confecciones, atún y el petróleo y sus derivados significara para Colombia, generación de mas empleo y obvias mejoras en el aparato económico.

En el caso del calzado y el cuero, de alcanzarse exportaciones colombianas de este sector del orden de 110 millones de dólares al mercado de los Estados Unidos, el nuevo ATPA contribuiría a la generación de mas de 9.000 empleos directos y de 27.000 empleos totales, principalmente en la pequeña y la mediana industria de estos sectores, lo cual significa un incremento del 100%¹¹.

Por el lado de los textiles, al aprobarse una versión del ATPA cuyas previsiones son más favorables, con la posibilidad de incluir hilazas y telas regionales en las

¹⁰ Fuente : Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, al 2.001

¹¹ Fuente : Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cifras al 2.001

confecciones, en el corto plazo se podrían duplicar (a más de \$450 millones de dólares) las exportaciones actuales a los Estados Unidos, y para el final del periodo de vigencia del ATPA se podrían quintuplicar (a unos \$1.000 millones de dólares), con una generación estimada de empleo de unos 90,000 puestos de trabajo¹².

Adicionalmente es importante mencionar que el nivel promedio de la utilización de la capacidad instalada es del 50%¹³, por lo que existe un amplio margen para atender la mayor demanda ocasionada por la aprobación del ATPA.

La entrada libre de arancel al atún empacado al vacío en bolsas de aluminio con un peso no superior a los 6.8 kilos también fue incluida en la ley ATPDEA; este producto representa el 3%¹⁴ del consumo de atún de los Estados Unidos. Sin embargo, la producción de este producto en Colombia es inexistente, por lo que se hace necesario adecuar la industria atunera exportadora a estas condiciones. Esta labor ha sido adelantada por Proexport y la Cámara Pesquera de la ANDI, entidades que han buscado lograr la adecuación no solo del empaque flexible requerido, sino el proceso productivo del atún para adecuarse a dichas características. Este proceso aun no se ha completado totalmente, lo que impide

¹² Cifras : Ibid

¹³ Fuente : Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cifras al 2.001

¹⁴ Cifras : Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cifras al 2.001

tener unas proyecciones de cifras que puedan ser relevantes sobre el impacto del ATPDEA en este sector.

3. EL SECTOR FLORICULTOR

3.1 BREVE RESEÑA DEL SECTOR

El sector floricultor colombiano se remonta a los años 50, aunque en realidad, no había una industria como tal, puesto que no se había identificado plenamente la oportunidad de negocio. Para ese tiempo, este sector era incipiente pero solo estaba representado por pequeñas empresas de carácter familiar, que se enfocaban en el mercado domestico.

A mediados de los 60s, varios grupos de empresarios, comenzaron a darse cuenta del increíble potencial que tenía Colombia como productor de flores. Factores básicos de ventajas comparativas como el precio de la mano de obra y la fertilidad del suelo, sumado a que para el procesamiento no se necesitaban sino estructuras simples para dar como resultado el bien final, impulsaron a este grupo de empresarios a desarrollar el sector. Un estudio realizado en 1.965 por la Universidad de Chicago¹⁵, mostraba un perfecto equilibrio entre las condiciones climatológicas para cultivar claveles y las existentes en la Sabana de Bogotá. El estudio reafirmó la condición de país “virgen” en este sector de Colombia y atrajo a mas inversionistas, que en un comienzo eran incrédulos. Prueba de ello, fue la

¹⁵ Fuente: United States Department of Agriculture (USDA).

conformación en 1.969 de la compañía Floramerica, conformada por americanos que se dedicaron a exportar las flores con su centro de operaciones en Colombia.

Esta generación de floricultores vio recompensado su esfuerzo con un crecimiento bastante astronómico. En 1.966 la participación de las flores colombianas en el mercado estadounidense era de menos de un 1%¹⁶ y a finales de 1.978 ya eran de 89.6%¹⁷. La utilidad que obtenían estaba alrededor del 57%, cifra que les permitía obtener unos rendimientos igualmente fabulosos: rondaban el 600% anual de la inversión inicial.

Para poder seguir creciendo se comenzaron a crear alianzas y se fue creando la cadena de comercialización que más adelante se comentará en este capítulo. En 1.973 se creó la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (ASOCOLFLORES), una organización gremial, sin ánimo de lucro; la creación de lo que hoy es el principal gremio floricultor colombiano, respondió a la necesidad de juntar esfuerzos para la defensa del posicionamiento en los mercados internacionales de flores y buscar el desarrollo integral de la floricultura en todos sus aspectos: producción, tecnología, investigación científica, transporte, bienestar integral de los trabajadores de la industria, entre otros puntos claves.

¹⁶ FAIRBANKS, Michael y LINDSAY, Stace. Arando en el mar. México.; McGraw Hill, 1.999. p. 3.

¹⁷ Ibid. , p. 3.

El siguiente paso era encontrar una "puerta" de acceso que conectara mas a los productores con el mercado americano. La idea era distribuir eficientemente las flores en Estados Unidos, una tarea que no era fácil pues apenas se estaban desarrollando las condiciones optimas para el negocio y Colombia no contaba con la infraestructura de transporte adecuada para tal fin. Dadas las características de fragilidad y perecedera de las flores, la rapidez de su distribución se convirtió en el reto más grande a afrontar en esa época. Para superar este impase, se negoció con las aerolíneas para que ofrecieran un servicio especial para este producto, dándole suma importancia al manejo y la seguridad; además del transporte el bodegaje de las flores, previa entrada al mercado se encaró de igual manera. Se creó entonces Transcold, por medio de ASOCOLFLORES, que se transformó en la abanderada de los intereses del sector de la flor en Colombia. Mediante Transcold, se descargaban las flores y posteriormente se ubicaban en almacenamiento refrigerado, para mantener la frescura a la vez que se tomaban las medidas necesarias para la inspección aduanera pertinente; luego se embarcaban en camiones que se dirigían a los mayoristas y luego, a los minoristas para su comercialización. Este sistema fue agrandándose cada vez mas, lo que ofreció un valor mayor a las flores de Colombia, que poseían mejores características que sus homologas americanas y permitió generar una mayor participación de mercado, al encontrar nuevos clientes que podían tener acceso al producto.

Dado el incremento en el negocio los costos de transporte empezaron a reducirse y generó integraciones verticales entre productores y distribuidores que fueron muy necesarias para aumentar los beneficios del negocio y la cuota de mercado, mediante la eliminación de intermediarios que restaban rendimiento y control a los productores.

Todo este intrincado sistema de distribución llevó a los floricultores a aumentar su oferta a más mercados de los Estados Unidos. Al comienzo los pequeños floristas realizaban sus ventas al detalle, pero los colombianos, cobrando altos precios debido a las fluctuaciones en la oferta y demanda pues los inventarios que guardaban eran guardados de manera celosa. La ola de floricultores colombianos cambió estas condiciones puesto que ofrecían un producto a menor precio, de excelente calidad y con una oferta mucho más constante que sus competidores. Los minoristas redujeron el riesgo y el costo que representaba mantener inventarios para soportar los bajones de producción y demanda del mercado y para los productores, significó poder sumar a sus canales de distribución otros negocios como los supermercados, que no eran utilizados antes y que permitían llegar a otros segmentos que no utilizaban los floristas tradicionales. Este fue uno de los puntos clave para disparar la participación en el mercado puesto que se estaba llegando a consumidores que normalmente no estaban interesados o se les hacía más complicado llegar a comprar flores. En ese tiempo, dadas las

condiciones del mercado, el consumidor consideraba las flores como un bien de alto precio, pero gracias a la introducción de las flores colombianas, la percepción cambió dando como resultado un aumento en las ventas y la ampliación de la base clientes.

Los canales de distribución igualmente crecieron y ya se podía comprar flores de vendedores callejeros, supermercados y centros comerciales. Las cifras reflejaron este crecimiento: de 1.977 a 1.986, el porcentaje de supermercados que vendían flores pasó de 13% a 86%¹⁸ y el consumo creció aproximadamente un 300% de 1.976 a 1.988 (de U\$227.5 millones a U\$713.6, es decir U\$486.1 millones)¹⁹, manteniendo un ritmo de crecimiento de un 21% anual²⁰.

Sin embargo, la invasión de las flores colombianas al mercado americano, por supuesto provocó la respuesta de los productores de ese país que intentaron utilizar a su gobierno para reducir la andanada de los foráneos. Aunque las solicitudes de proteccionismo no dieron resultado, la sobreoferta a la que llegaron en los años 80s los productores colombianos se convirtió en un verdadero problema. Los inversionistas comenzaron a utilizar a Ecuador, dado su mano de obra más barata, bajas necesidades de capital y poca infraestructura necesaria, sumado a la vez a unas buenas condiciones de cultivo.

¹⁸ FAIRBANKS, Michael y LINDSAY, Stace. Arando en el mar. México, : McGraw Hill, 1.999. p. 6.

¹⁹ Ibid., p. 6.

²⁰ Ibid., p. 6.

En Estados Unidos, por otro lado, no se logró mantener un equilibrio entre lo que se producía con la demanda, lo que conllevó a una reducción de los precios de hasta un 84%²¹ (cifras a 1.990).

A pesar de que se contaba con Asocolflores, los empresarios colombianos se centraron en buscar ventajas políticas que desecharan las quejas de los productores gringos, en vez de desarrollar una estrategia competitiva sólida para mantener y aumentar su rendimiento en el mercado. Sumado a esto, a principios de los 90s aparecieron nuevos productores como es el caso de Méjico, que tenía la gran ventaja de su ubicación limítrofe con Estados Unidos que le permitía hacer envíos directos por camión, ofreciendo costos sustancialmente menos elevados y con mayor rapidez, toda vez que la calidad de su producción también mejoró visiblemente.

En resumen, el mercado se tornó mucho más competitivo y los colombianos no buscaron la manera de mejorar su industria sino buscar una salida de cabildeo con el gobierno que mantuviera su posición relativa. Estos problemas se vieron aumentados, a que desde mediados de los 80s, el cultivo de drogas ilícitas hizo más difícil la entrada de las flores a Estados Unidos, como se verá en las barreras de entrada más adelante en este capítulo. A raíz de esta situación de las drogas, fue que surgió el ATPA, que buscaba de parte del gobierno estadounidense,

²¹ FAIRBANKS, Michael y LINDSAY, Stace. Arando en el mar. México, : McGraw Hill, 1.999. p. 10

reducir la producción de las drogas y para el gobierno colombiano, contar con un arma de negocios que permitiera el desarrollo del país.

3.2 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El sector floricultor Colombiano de la última década se ha caracterizado por ser uno de los más sólidos, aun cuando el país haya caído en crisis agudas como la que ocurrió en 1.999. El desarrollo de la cultura exportadora y la creación del ATPA, le dieron un empujón que realzo la condición de productor de flores de calidad a Colombia.

Al tener ya casi 40 años de participación en la vida cotidiana de los colombianos, la cultura de producción de flor se encuentra bien enraizada en la cultura del país a varios niveles: en el nivel de producción, pues hay familias que se han dedicado por generaciones a trabajar en cultivos de flor, de forma que tienen una larga experiencia y tradición en el sector que les da un invaluable conocimiento del mismo. Además, a nivel de empresarios, es un negocio básicamente familiar que pasa de padres a hijos. Así las cosas, el cultivador colombiano se encuentra muy comprometido con su empresa y con sacar adelante su cultivo. Esto se traduce en una gran consistencia que se refleja en una calidad más uniforme y consistente todo el año.

Además políticas gubernamentales como la de Cielos Abiertos permite que haya una gran competencia y diversidad de ofertas de transporte aéreo de forma que no hay límites a la cantidad de flores que se puedan exportar por período de tiempo. En Ecuador por ejemplo hay “cuotas”, y una vez se llenan ya no se puede seguir exportando o importando.

Incluso la ubicación geográfica juega un papel importante pues Colombia se encuentra más cerca de los grandes centros de consumo en Norteamérica y Europa que el principal competidor a nivel regional, Ecuador. Así, los costos de flete que se pagan por la flor Colombiana son menores que los que se pagan por la flor ecuatoriana.

Las flores se destacan por ser uno de los principales productos de exportación del país, 98% de la producción es exportada. El sector ocupa el segundo lugar dentro de las exportaciones no tradicionales y el quinto lugar en el total de exportaciones del país²². De esta forma Colombia se ha logrado consolidar como el segundo país exportador de flores, con el 14% del mercado, después de Holanda, con el 56%.

La floricultura colombiana se ha desarrollado desde mediados de los 70s hacia los mercados externos principalmente a Estados Unidos, dado el gran número de consumidores que existe en ese país y a la saturación del mercado interno debido

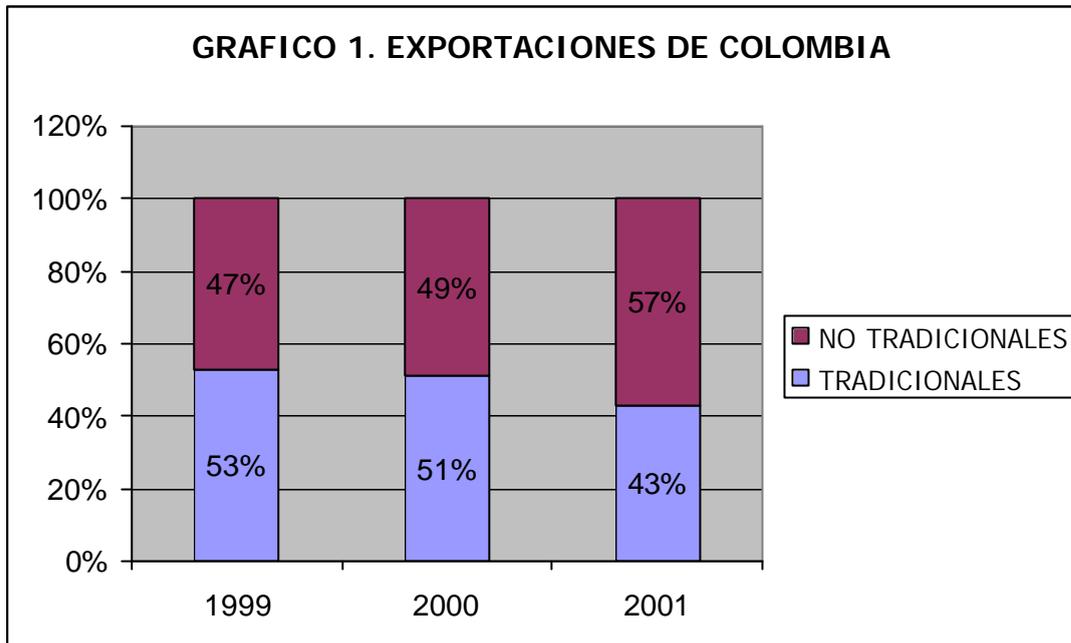
²² Fuente : Proexport, cifras al 2.001

a la gran oferta que existe; a través de los años se ha tenido que adaptar a las crecientes exigencias económicas, sociales y legales que han venido apareciendo como los requerimientos en calidad por parte de los compradores y el marco legal que ha desarrollado la OMC para poder exportar flores.

Las flores forman parte del sector “agropecuario, silvicultura, caza y pesca” del aparato económico colombiano, que aporte al PIB un 12%²³. Colombia es uno de los principales productores de flores del mundo, entrando a competir duramente con los holandeses, que poseen la infraestructura tecnológica más avanzada. Dentro de las exportaciones no tradicionales, que han venido creciendo de manera constante hasta convertirse en más de la mitad de las exportaciones totales (ver gráfico 1) las flores son el rubro que más divisas aportan al país, ya que su participación es de un 25%²⁴ y a nivel agroindustrial, es superado solo por el café. Así pues que los floricultores se han convertido por intermedio de su Asocolflores en un gremio impulsor de la economía colombiana.

²³ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cifras al 2.001

²⁴ Fuente: Ibid.



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y Proexport, cifras al 2.001

EL ATPA fue una de las principales razones del crecimiento de las exportaciones no tradicionales, puesto que entre sus principales objetivos estaba la diversificación de la línea de productos colombianos. Pero el sector que tal vez obtuvo los mayores beneficios fue el agropecuario y entre ese sector, el de las flores tiene una vital importancia. La principal ventaja del ATPA es que permite que las flores colombianas ingresen a los EEUU sin pagar impuestos ni aranceles, lo que ha permitido que nuestras flores compitan no sólo en calidad, sino también en precio, con la producción local tanto de EEUU como de Canadá, a pesar del costo significativo que representa el transporte aéreo de las flores, costo que no sufren las flores de producción local. Asimismo disminuye los trámites necesarios para

realizar la importación de forma que se hace más accesible la flor colombiana al importador o mayorista en los EEUU e incluso a algunas cadenas de minoristas, lo cual permite llegar a más clientes. Al no tener que pagar impuestos, las empresas colombianas pueden realizar la importación de flor a los EEUU y venderla FOB Miami sin necesidad de registrarse ante la aduana americana, lo cual, nuevamente, facilita el proceso de comercialización de la flor.

Todo esto redundará en pro de la industria floricultora colombiana y de todas las personas que hacen parte de la misma, pues permite a las empresas crecer y contratar más personal, mejorar las condiciones del mismo y enfocar sus esfuerzos a otros aspectos del proceso como la producción, diversificación, sostenibilidad ambiental etc.

La gran ayuda del ATPA al sector se ve claramente en la tabla 1, donde se relacionan varios factores claves dentro del mismo, que sin la ayuda de la ley, muy seguramente no hubieran podido desarrollarse de la misma manera. Desde 1.991 cuando se creó la ley, todos los indicadores de crecimiento de la floricultura crecieron a un buen ritmo, lo que posicionó aún más al país como potencia productiva de este producto.

Tabla 1. Indicadores De Desempeño Del Sector Floricultor - Periodo Atpa

	1992	2001	Variación
Hectáreas	3.641	5.300	46,00%
Empleos	60.081	87.450	46,00%
Millones de dólares exportados	340.925.955	610.296.990	79,00%
Millones de kilos exportados	124.670.799	181.463.573	46,00%

Fuente: DANE/DIAN/Banco de la Republica, cálculos de Asocolflores, cifras al 2.001

Internamente, como generadora de empleo, el sector ocupa a 75.000 personas²⁵ directamente, lo que la convierte en la mayor concentración de trabajadores por hectárea de producción en Colombia. La floricultura emplea un promedio de 16 personas por hectárea, mientras que el cultivo de café, la segunda actividad agrícola en densidad de personas por hectárea emplea un promedio de 0.8 personas por hectárea²⁶. Este indicador muestra que si bien es cierto el café es el rubro mas importante en la parte agroindustrial, esta demostrado que las flores tienen mayor incidencia en la generación de empleo. Por tanto, se puede decir que esta actividad es una fuente de ingresos casi seguros para el país y motor de empleo importante, lo que aporta significativamente al desarrollo y a la actividad económica y social nacional. La principal región productora de flor de Colombia se

²⁵ Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001

²⁶ Fuente: Ibid

sitúa en la Sabana de Bogotá, que abarca un 86% de la producción total. Le sigue con un 12% la zona de Río Negro (Ver Figura No.1).²⁷

Figura 1. Regiones Productoras De Flor En Colombia



Estas regiones son ideales para el cultivo puesto que presentan un clima estable y la calidad de la tierra proporciona una fertilidad sostenible durante la mayor parte del año, lo que hace que se mantenga igualmente la oferta; los principales productores de flores colombianos han situado sus operaciones administrativas, por supuesto en estas mismas regiones y de ahí se coordina todo el aparato logístico hasta su salida al exterior. La mano de obra que se necesita, es de un nivel mas bien bajo en su calificación lo que abarata el proceso y se suma a la ventaja comparativa del buen terreno ofrecido por los recursos naturales del país.

²⁷ Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001

La concentración de la estrategia competitiva en estas ventajas ha sido un tema de mucha discusión y para muchos, uno de los errores que no deja que el sector crezca de la manera que potencialmente podría hacerlo. La industria se concentra mas en seguir aprovechando las ventajas naturales y no se han desarrollado estrategias de marketing y administrativas que fortalezcan la producción.

Está demostrado que esta estrategia es efímera y que tarde o temprano, dejaría a Colombia relegado a un segundo plano ante sus competidores si los beneficios naturales no se complementan con una estrategia más sólida. Las negociaciones de los floricultores deberían darse en bloque, unificándolos en busca de beneficios para el sector y los intereses individuales; en esta labor, Asocolflores debería convertirse en un gremio con autoridad negociadora en el exterior y a nivel nacional, en donde todos los floricultores deben estar representados para que las decisiones sean lo mas democráticas posibles.

De esta manera el sector se fortalecería y al negociar como bloque podría obtener beneficios de las economías de escala que se generen, en negociaciones de insumos, fertilizantes y demás elementos necesarios para el proceso.

Actualmente las causas de los males de que padece la industria florícola se atribuyen a una de las dos proposiciones presentes en el dilema Sobreproducción o

Submarketing²⁸. Frente a los productores tradicionales, que argumentan que el problema es el exceso de producción, la mayoría de los operantes en la industria de la floricultura comparten la opinión de que a pesar de que hoy en día hay más flor cortada que nunca y de que su comercialización está resultando difícil, señalar a los productores como principales responsables de este hecho no es justo. El verdadero problema reside en la incapacidad de manejar la producción por parte de los canales de distribución y marketing actuales.

Si bien es cierto que, indudablemente las ventajas que tiene Colombia en cuanto a recursos naturales, mano de obra y la ley ATPA son pilares del desarrollo floricultor, estas son o pueden ser fácilmente alcanzables por otros países, que si enfocan de mejor manera que los colombianos esas ventajas, podrían desplazarlos en el mercado. El futuro divisa la integración económica que removería las barreras de entrada hacia el país de la producción de otros países y podría perjudicar seriamente al sector agropecuario, donde se encuentran las flores. Esto sumado al factor violencia que esta haciendo que cada vez mas campesinos dejen de trabajar en el campo debido al conflicto armado, hacen que las medidas que tengan que tomarse vayan mucho mas allá de un simple acuerdo comercial.

²⁸ Submarketing: desarrollo errado de técnicas de marketing, producto de una equivocación en la planeación inicial, que con lleva a la determinación de objetivos errados subdimensionados, dando como resultado ineficiencia y decrecimiento en el valor de la actividad.

Sin embargo, la consecución del ATPA fue un triunfo que los floricultores se anotaron, puesto que encontraron un dispositivo para “comprar” tiempo, mientras que su producción está protegida contra las barreras arancelarias en Estados Unidos. La importancia del mercado se ve reflejada, cuando se comparan los destinos de las flores colombianas hacia el exterior.

Los obstáculos con los que se tienen que enfrentar los floricultores y que hacen difícil el proceso es la naturaleza perecedera del producto, el cual no puede almacenarse por más que unos cuantos días. Esta pequeña ventana de tiempo que hay para realizar la venta juega en contra de los empresarios. Sin embargo, la competencia se ha ido haciendo cada vez más nutrida y existe tal diversidad que es muy difícil sobresalir. Además, no se tiene control total sobre la producción, pues sobre ésta incide mucho el clima y otros factores de plagas y factores ajenos al control del cultivo que pueden en un momento dado cambiar la suerte de una finca.

3.3 VECTORES COMERCIALES

Las grandes regiones consumidoras de flor del mundo son Europa occidental, Japón y Estados Unidos. Lo que ocurra en estas regiones será determinante en el negocio de la floricultura en el futuro, y no lo que suceda en las grandes regiones

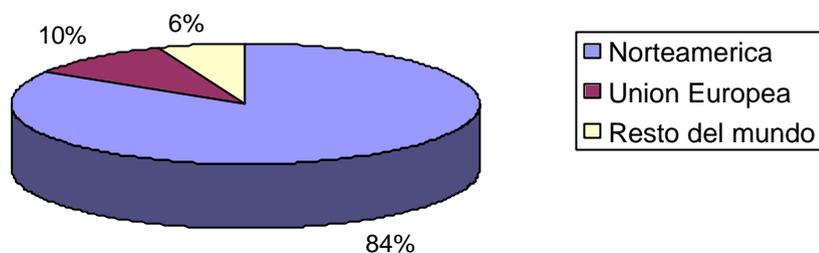
productoras²⁹. El consumo de flores y plantas, actualmente estimado en 44.000³⁰ millones de dólares, se prevé que continuará creciendo, ya que la población mundial y el poder adquisitivo de los consumidores también aumenta. La población se mueve progresivamente hacia las áreas urbanas, lo cual también favorecerá en el futuro el consumo de flores.

El principal socio comercial de Colombia, como se ha venido diciendo es Estados Unidos. Las relaciones que se tienen con ese país, la magnitud del mercado en cuanto a poder adquisitivo y número de consumidores y la ley ATPA, que permite la entrada con 0% de arancel, lo hacen el mercado más atractivo para las flores colombianas. Las cifras en comparación con otros destinos, parecen restarle importancia a estos, pero no se debe apreciar de esta manera, sino más bien como una oportunidad de ampliar las exportaciones. La importancia del mercado de Norteamérica se ve reflejada en la gráfica 2, donde se muestran los principales mercados donde se dirigen las flores.

²⁹ LARSON, Roy A. "Agriculture Today". En: Revista Greenhouse Management & production, edición No. 542

³⁰ Fuente: Proexport, cifras al 2.001.

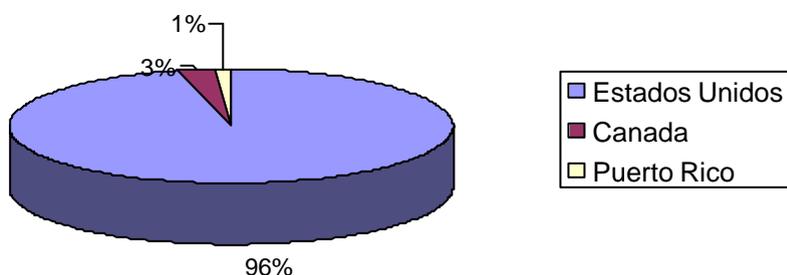
GRAFICO 2. EXPORTACIONES TOTALES DE FLORES COLOMBIANAS



Fuente : ASOCOLFLORES, cifras al 2,001. (Norteamérica incluye Canadá, EE.UU. y Puerto Rico)

Las razones antes expuestas explican el abultado 84% que se dirige Norteamérica, donde la oportunidad de negocio futura se ve en Canadá, un mercado que no ha sido del todo desarrollado y donde de la misma manera se realiza a Estados Unidos como principal comprador, dándole mas importancia a la relación creada mediante el ATPA. En una forma más centrada, el grafico 3, muestra este análisis.

GRAFICO 3. EXPORTACIONES TOTALES DE FLORES A NORTEAMERICA



Fuente: ASOCOLFLORES, cifras al 2.001

A pesar de que la Unión Europea es un mercado también muy atractivo, las condiciones de transporte son más complicadas debido a la distancia. Las relaciones comerciales no son tan sólidas como con Estados Unidos y además se entraría a competir en el territorio donde Holanda, el principal productor mundial, tiene las ventajas de moneda, conocimiento del mercado y transporte. Esto no quiere decir que no se puede desarrollar este mercado, pero indudablemente que no puede entrar a competir con las mismas facilidades que en Estados Unidos.

3.3.1. Características de los principales destinos de exportación de flores colombianas.

3.3.1.1. Estados Unidos

El mercado norteamericano es importante por varias razones:

- Es un mercado muy grande – más de 292 millones de personas³¹ – que tiene un ingreso per cápita muy alto (aproximadamente de USD 37.559)³² y por ende tiene dinero disponible para gastar en “bienes suntuarios” como las flores.

³¹ Fuente: U.S. Census Bureau, estimado a enero de 2.003

³² Fuente: Proexport, cifras al 2.004

- La relativa cercanía geográfica permite que las flores sean transportadas por aire a precios razonables, y aunque el costo del flete incide grandemente en el costo de la flor, aún así el costo final permite que se manejen grandes volúmenes.
- Es una industria tan grande y tan diversa que tiene la posibilidad de absorber toda la producción en sus diferentes gamas: todas las flores, todos los grados, todas las variedades. Existen mercados como el ruso que no reciben flor corta o variedades de cabeza pequeña – en el caso de las rosas – o mercados como el de los países asiáticos, que sólo les interesa recibir flor en determinadas épocas del año. El mercado americano compra todas las flores, todo el año, lo cual lo hace muy importante para un negocio en el cual uno no puede producir solo unos meses al año, o en que la producción no se puede almacenar para cuando se necesite!.
- Es un mercado maduro: existe una infraestructura que permite de manera ágil y rápida la importación y distribución de las flores.
- Existe una cultura orientada al consumo de flores para diversas ocasiones, lo cual a lo largo del año se traduce en que en diversas ocasiones durante el año hay eventos que impulsan al consumidor a consumir grandes cantidades de flor: San Valentín, Easter, St.

Patrick´s Day, Independence Day, Secretaries Day, Mother´s Day, Sweetest Day, Thanksgiving, Christmas.

Esta cultura de consumo de flores ha permitido el florecimiento de una industria sólida de importación, distribución y venta de flores que permite llegar a todos los rincones de un país con una geografía muy extensa y con intereses y gustos muy diversos.

A pesar de que regiones como California son productoras de flores, dado el volumen del mercado, no alcanzan a satisfacer la demanda y por esta razón es que existe oportunidad de negocio. La producción floricultora nacional de EE.UU. tiene un déficit de aproximadamente un 20%³³, que es el que disputan fieramente todos los productores mundiales.

Las flores frescas han sido siempre importantes en la vida del consumidor norteamericano, especialmente en ocasiones especiales como el famoso día de San Valentín. Se estima que un 22% de los hogares de ese país compran flores frescas con regularidad y el consumo per cápita anual de productos florales equivale a \$67³⁴. Debido al constante aumento del ingreso disponible del comprador norteamericano y a los avances tecnológicos en la cadena de comercialización en

³³ Fuente: ENTREVISTA con el Dr. Joaquín Tamayo, Gerente General Cultivo Flores de las Mercedes, Bogotá 1 de marzo de 2.004.

³⁴ Fuente : U.S. Census Bureau, cifras al 2.001

la última década, el consumo de flores frescas ha mostrado un crecimiento acelerado en ese mercado.

Dada la estructura de costos de la producción floral norteamericana y las modernas facilidades de transporte internacional de productos frescos, la competitividad de las flores importadas ha ido en constante aumento, por lo que no es de extrañar que en años recientes las importaciones representen un 75% del consumo total de flores en ese país³⁵. El valor de las flores importadas ha crecido a una tasa promedio anual de 6% entre 1992 y 2002, muy por encima del aumento demográfico y del consumo en la mayoría de productos de origen agrícola³⁶. El constante consumo a pesar de la subida de los precios se puede atribuir a dos razones principales:

- a) La calidad consistente de las flores importadas, que permite que se logre un posicionamiento y la conservación de los clientes y,
- b) La economía de Estados Unidos tiene un ritmo de crecimiento de un 4%³⁷ anual aproximadamente, lo que mantiene el poder adquisitivo de los habitantes prácticamente constante, permitiéndole comprar este tipo de productos.

³⁵ Fuente: University of Florida, cifras al 2.001

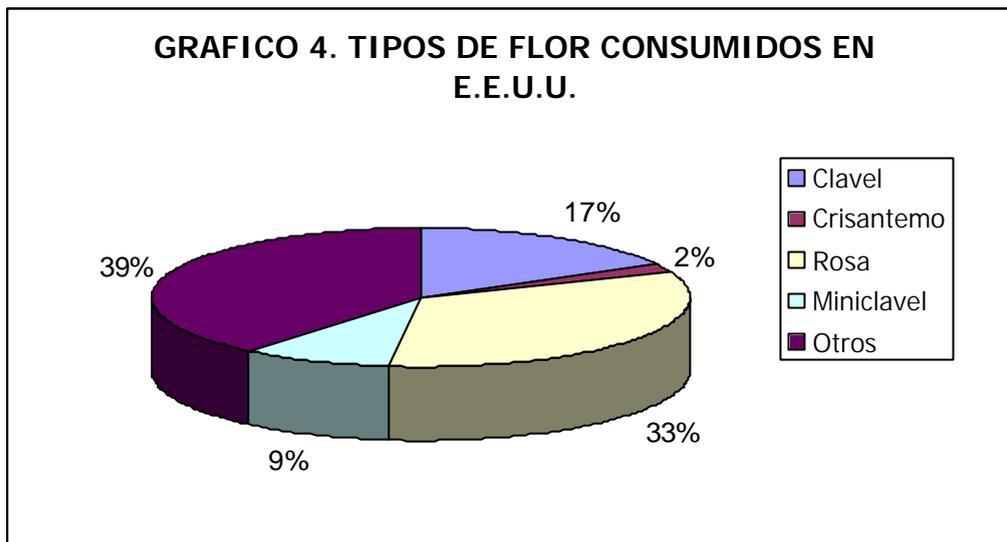
³⁶ Fuente: Proexport, cifras al 2.001

³⁷ Fuente: US.Bureau of Economic Analysis, cifras al 2.004

La conformación demográfica de Estados Unidos también ha sido un factor importante en la demanda de flores. Las minorías latinas, han cobrado mayor participación en la población total y una característica favorable para la floricultura es que la psique de este segmento es identificarse con productos que sean de origen igualmente latinos. Esto sumado a la percepción de calidad que tienen los estadounidenses sobre el producto hizo que las ventas siguieran creciendo de manera sostenida durante la última década.

El tipo de cambio se ha convertido en un aliciente para las exportaciones de los colombianos y las flores, un sector que ha sacado partido a ello. Debido a la devaluación del peso y a toda la gama de ventajas comparativas que se han expuesto, el costo de las flores en este mercado se ha mantenido relativamente manejable y constante. Esto significa que la creciente demanda ha favorecido al bolsillo de los floricultores quienes reciben sus ganancias en dólares y aprovechan las ventajas de la tasa de cambio para generar más beneficios.

Los principales tipos de flores que se consumen en Estados Unidos se resumen en el gráfico 4.



Fuente: Asocolflores cifras al 2.001

La rosa continua siendo la flor mas apetecida por los consumidores de Estados Unidos sobretodo para la época de san Valentín, debido a la connotación romántica que tradicionalmente se le ha imputado. Las rosas colombianas han superado las exigencias de calidad a las que normalmente estaba acostumbrado el consumidor norteamericano y esto las ha posicionado solidamente en el mercado. De ahí su gran parte en la totalidad de las clases de flores exportadas a ese país.

Los principales motivos de compra de los productos florícolas son: regalo 30,4%, sin ocasión especial 25%, cumpleaños y aniversarios 15,4%, condolencias 13,2%, otras ocasiones 10,3% y estadia en hospitales 5,7%³⁸.

³⁸ Fuente: ProChile, cifras al 2.001.

3.3.1.2. Unión Europea

El consumo de productos florícolas en Europa Occidental es muy heterogéneo. Las conductas de compra difieren de país en país, pero generalmente, los motivos de compra son para regalos (45%), ocasiones especiales como bodas y nacimientos (25%) y decoración de casas (10%). Los consumidores buscan la flor según su color y belleza. Además, el mercado europeo se caracteriza por ser altamente exigente en calidad y los consumidores buscan un producto fresco de larga vida útil y que tenga un olor atractivo³⁹.

Holanda es sede mundial del comercio de flores y principal productor de flor de Europa, continúa ocupando el primer lugar en el ranking de exportaciones; el 60% de las exportaciones mundiales de flor cortada -muchas de ellas reexportaciones, ya que la mayoría de las ventas holandesas al exterior son de productos importados y subastados en sus lonjas para su posterior exportación a otros países- y el 48% de las de plantas en maceta se realizan desde este país, que abastece principalmente al mercado europeo. Más del 70% de la flor cortada que se consume en Europa se comercializa en sus subastas⁴⁰. Colombia e Israel son los otros dos países que lideran el ranking de exportaciones a Europa, seguidos por países africanos como Kenia, Zimbabwe y Sudáfrica, que han experimentado

³⁹ Fuente: Asocolflores.

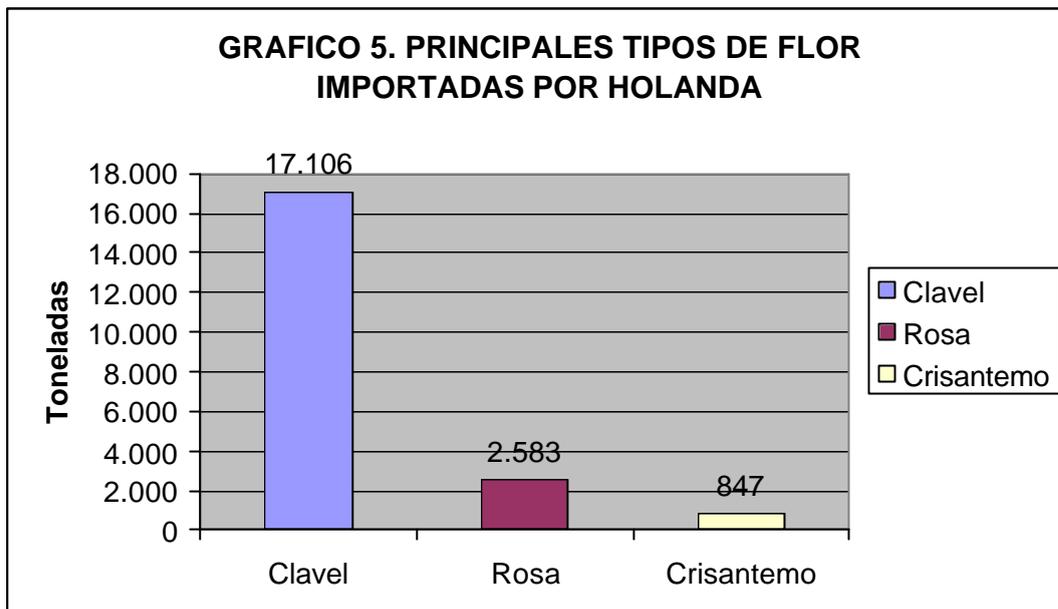
⁴⁰ Fuente: Proexport, cifras al 2.001

importantes progresos Alemania, Francia, Reino Unido e Italia son los principales centros consumidores de Europa.

Del total del monto de las importaciones que realiza la Unión Europea, solo el 23%⁴¹ se importa de países que no hacen parte de ella. La mayor parte de estas, las realiza Holanda, con un 52% (ver grafico 5), aunque la mayoría son reexportadas a países vecinos como Alemania. Reino Unido con un 16%, es el segundo importador de terceros países, seguido por Alemania con un 13% y Francia e Italia con un 6% (ver grafico 6)⁴². La conclusión que se puede deducir de esta situación, es que la UE es un mercado que se autosatisface dada la gran capacidad de reexportación que tiene Holanda, que posee las técnicas más avanzadas a nivel mundial de desarrollo de flores bajo invernadero.

⁴¹ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, cifras al 2.001

⁴² Fuente: Ibid



Fuente: Proexport, cifras al 2.001

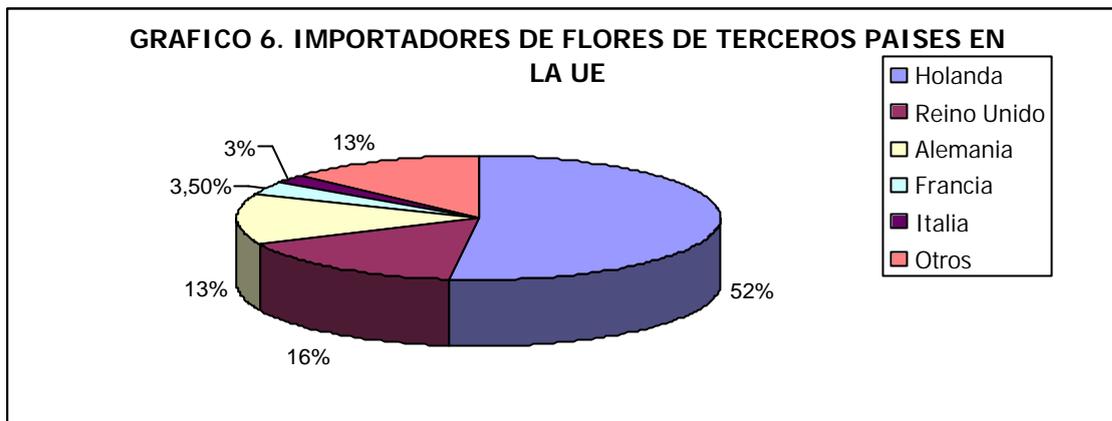
Los invernaderos e instalaciones de producción en Holanda, se consideran de los más avanzados tecnológicamente y por lo tanto de mayor productividad. Las flores se cultivan en invernaderos de vidrio, con climatización, regulación de la luz, automatización del transporte interno de la flor, riego y fertilización dirigida por ordenadores, entre otras, tecnologías que han llevado a la floricultura holandesa a posicionarse a nivel mundial en términos de alta calidad.

Gracias a este cambio, las desventajas productivas que tiene el sector holandés, como son la materia prima y mano de obra más costosa, se han compensado con una alta productividad, manejo profesional, una eficaz red de distribución, una diversidad de productos de alta calidad y tecnologías innovadoras.

Es síntesis, este país basa su competitividad en un proceso continuo de innovaciones tecnológicas. Esta gran habilidad innovadora de Holanda se ha concentrado principalmente en el lado de la oferta, pero en los últimos años se ve un cambio de orientación al concentrar sus fuerzas en la comercialización, con una fuerte integración vertical para encontrarse en las demandas de los consumidores, lograr logísticas más eficaces y una producción de alta calidad, que sea ambientalmente sustentable.

La conclusión que se puede deducir de esta situación, es que la UE es un mercado que tiende a la autosatisfacción, dada la gran capacidad de comercialización que tiene Holanda, que posee las técnicas más avanzadas a nivel mundial de desarrollo de flores bajo invernadero y a la alta cohesión comercial del grupo de países.

Las especies de flores cortadas más importantes que compran en el extranjero los países de la Unión Europea son las rosas, los claveles y los crisantemos. El follaje representa únicamente el 3% de las importaciones totales que realiza la UE de flores y es Alemania el principal comprador. Las principales especies de follaje importadas son helechos de la familia asparagus, hedera, arachniodes adiantiformis, eucalipto y ruscus.



Fuente : Proexport, cifras al 2.001

Dada estas características, el nivel de exportaciones de Colombia hacia la UE, se ha mantenido entre el 10% y el 12%, apoyados en el SGP europeo (un acuerdo que es de naturaleza muy similar al ATPA americano) y en la cultura consumidora de la flor del europeo. Una vez mas, los floricultores se concentraron en buscar su participación en el mercado mediante un acuerdo comercial y no en desarrollos estratégicos, lo que los coloca en una posición arriesgada, ya que en el SGP existe la cláusula de "gradualidad", que dicta que cuando un país alcanza un cierto grado de competitividad en algún producto, se les son retiradas las preferencias arancelarias. Sin este apoyo y sin un plan de contingencia bien definido, las flores muy seguramente perderán importancia en un mercado muy competitivo y complicado. En la actualidad, dada esta clausula de garadualidad, ha resultado mucho mas difícil para los floricultores competi en el continente europeo.

Además de los países de la Unión Europea, las flores colombianas llegan a muchos otros lugares del continente, como Rusia. El mercado ruso se presenta como otra oportunidad de venta para el floricultor colombiano. En el 2000, las ventas sumaron 6.2 millones de dólares, 1.1% del total exportado, lo cual, a pesar de no ser una cifra considerable, sí representa un dato a tener en cuenta puesto que supone el aumento de un 21.6% respecto a los 5.1 millones de dólares vendidos en 1999. En cuanto a las preferencias de los consumidores rusos, varían con respecto a sus vecinos europeos, puesto que importan sobre todo la rosa colombiana.

El mercado ruso tiene una demanda constante a lo largo del año, pero su punto máximo se alcanza con el día de la mujer, fiesta que es un equivalente al día de San Valentín que se celebra en Estados Unidos.

3.4 MARCO LEGAL

En Colombia, para el sector floricultor existe una legislación ambiental por la que se rige y esta enmarcada en dos grandes bloques normativos:

3.4.1 Constitución Política Nacional

Con la expedición de la Ley 99 de 1.993 se creó el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y el Ministerio del Medio Ambiente, que es el ente regulador de toda la actividad y el manejo y conservación del medio ambiente.

El SINA corresponde a un conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones que permiten la puesta en marcha de los principios generales ambientales. Del SINA forman parte las autoridades ambientales como las corporaciones autónomas o DAMA y todas aquellas instituciones que se relacionan de manera directa o indirecta con la gestión ambiental.

3.4.2 Leyes y Decretos

El marco jurídico por el cual se rige la gestión ambiental de las actividades agrícolas y en particular los cultivos de flores se puede observar en el anexo A.

Las leyes del Congreso de la República y los decretos ley del Gobierno Nacional, constituyen las normas básicas y políticas a partir de las cuales se desarrolla la reglamentación específica o normativa.

Las medidas legales para la comercialización internacional de flores han sido desarrolladas más que todo por la experiencia recogida por las organizaciones mundiales, que han creado una serie de reglas que controlan la forma del negocio. La reglamentación varía de país a país, conforme a las diferentes características económicas y comerciales de cada cual. El común denominador que se ve, es el certificado fitosanitario (varía de nombre en los países, pero en realidad su función es la misma).

3.4.3 Acuerdos Internacionales

3.4.3.1 Acuerdo sobre medidas sanitarias y fitosanitarias de la OMC

El Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias entró en vigor el 1° de enero de 1995. El Acuerdo sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias establece las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos, salud de los animales y preservación de los vegetales y las plantas. El Acuerdo autoriza a los países a establecer sus propias normas, dando cierta libertad y autonomía en el manejo de estos productos, pero también dice que es preciso que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no

discriminen de manera arbitraria o injustificable entre miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares. Es decir que no se podrá negar la entrada de manera arbitraria de alguno de estos productos so pena de exponerse a un pleito ante la OMC.

Así, se alienta a los miembros a que utilicen las normas, directrices y recomendaciones internacionales, cuando ellas existan. No obstante, los miembros pueden aplicar medidas que se traduzcan en normas más rigurosas si hay una justificación científica. Pueden establecer asimismo normas más rigurosas sobre la base de una evaluación adecuada del riesgo siempre y cuando la técnica sea coherente y fundamentada en un estudio científico sólido.

3.4.3.2 Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF o IPPC)

La CIPF es un tratado internacional multilateral de protección fitosanitaria en el que participan 116 gobiernos. La convención es presidida por el director general de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). La CIPF entró en vigor en 1952 y ha sufrido modificaciones primero en 1979 y posteriormente en 1997. La CIPF siempre ha desempeñado una importante función en el comercio internacional. La Convención ha alentado a los países para que

aseguren a través de la certificación fitosanitaria que sus países no sean medio de introducción de nuevas plagas en los de sus socios comerciales. De la misma manera, los países importadores se esfuerzan por asegurar que las medidas de protección que aplican se justifiquen desde el punto de vista técnico.

La relación de la CIPF con el comercio internacional se fortalece a través del Acuerdo de la OMC de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias porque designa a la CIPF como organización internacional responsable de la creación de normas fitosanitarias y de la armonización de las medidas fitosanitarias que afectan al comercio. Ambos acuerdos tienen un alcance, propósito y participación diferentes. Es decir que sus actividades se complementan a pesar que actúen en campos iguales simultáneamente y se tienda a pensar que una sustituye a la otra. El Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias se refiere a la protección vegetal y de las plantas en los acuerdos comerciales, mientras que la CIPF dispone el comercio en un acuerdo de protección.

3.4.4 Organizaciones reguladoras en Estados Unidos

En el caso en estudio (las flores), son principalmente dos: la APHIS y la NAPPO.

3.4.4.1 APHIS (Animal and Health Inspection Service)

Hace parte de la USDA, máximo ente en cuestiones de agricultura.

Protege los recursos animal y de plantas de América del Norte, de parásitos invasores exóticos y enfermedades, supervisando y manejando los parásitos agrícolas y las enfermedades que ya existen en los Estados Unidos, resolviendo y manejando lo relativo al comercio de animales o de plantas y su salud, y asegurando el cuidado humano y tratamiento de animales.

Este ente se puede considerar como el “filtro” donde pasan las flores para su comercialización en el mercado gringo. Acorde con el Acuerdo sobre medidas fitosanitarias de la OMC, posee sus propios mecanismos de análisis y de calificación para las mercancías que puedan representar una amenaza para la salud humana y para el sector agropecuario en general. También se encarga de las fumigaciones y destrucción de mercancía, cuando así se necesaria, contando con un personal especializado en estas tareas.

3.4.4.2 APHIS – PPC (Plant Protection and Quarantine)

Su función es salvaguardar y asegurar un suministro de alimentos abundante, de alta calidad y variado. Además la PPC consolida la comerciabilidad de la agricultura de Estados Unidos en comercio doméstico e internacional, y contribuye a la preservación del ambiente global.

Se debe considera como el brazo operativo de la APHIS; esta división esta vigilando constantemente las amenazas de posibles brotes e plagas y pestes y y en conjunto con las demás organizaciones protectoras de la salud, toma las medidas pertinentes para garantizar la seguridad de los habitantes y sus cultivos. Esto le imprime un matiz de seguridad al sector agropecuario de Estados Unidos y le sirve para garantizar la salubridad tanto de los productos que se consumen internamente, como los que se exportan a mercados internacionales.

3.4.4.3 NAPPO (North American Plant Protection Organization)

La NAPPO es una Organización Regional de Protección Fitosanitaria de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, que coordina los esfuerzos entre Canadá, los Estados Unidos y México para proteger sus recursos vegetales contra la entrada, establecimiento y dispersión de plagas de las plantas

reglamentadas a la vez que facilita el comercio entre los países miembros de la NAPPO y con otras regiones.

Se creó debido a las relaciones comerciales de los tres países vecinos que forman el NAFTA hoy en día; es un esfuerzo por compartir información que permita el desarrollo regional y fortalezca la integración en aras de buscar el mejoramiento de las condiciones económicas de cada uno de sus integrantes.

3.4.5 Proceso legal para la entrada para las flores

La entrada a los EE.UU. de productos frescos es manejada por APHIS. Tanto los productos que van a los EE.UU. como los que van a pasar por los EE.UU. necesitan evaluarse. Si van a entrar o a pasar por Estados Unidos, se debe conseguir una autorización que se puede solicitar y re-enviar vía e-mail en la pagina de APHIS. Se debe llenar el documento y al enviarlo, se entrega un número que debe guardarse para referencia futura.

Al llegar al aeropuerto de Miami, las flores son mantenidas en ambientes refrigerados e inmediatamente pasan primero por la Aduana de Estados Unidos y luego por la inspección del sistema de sanidad vegetal de ese país (APHIS) donde son revisadas para evitar la posible introducción de plagas y enfermedades

peligrosas para la actividad floral norteamericana. De no encontrarse problema alguno, las flores pasan a los almacenes del importador. El proceso de Aduanas y la inspección de APHIS en Miami se hace en forma muy rápida y puede durar unas dos horas. Es más, gran parte de la carga es ahora revisada por Aduanas electrónicamente incluso antes de que el carguero aterrice. Esto no quiere decir que no se tomen medidas de seguridad rigurosas para el análisis de este tipo de carga, sino que la experiencia y la gran cantidad de recursos con que se cuentan, permiten realizar las tareas de manera mucho más dinámica.

La utilización de esta tecnología ha permitido ahorrar tiempo importante que se traduce en reducciones de costo que hacen que el proceso de la cadena fluya con mayor rapidez, agregando valor a la forma de comercializar el producto.

APHIS hace la revisión en forma selectiva poniendo mayor énfasis en el chequeo de algunos tipos de flores caracterizadas por plagas potenciales. De todas maneras el porcentaje de flores con problemas sanitarios en Miami es relativamente bajo, llegando en promedio a unas 500 cajas diarias o menos del 2% recibido⁴³. Cuando se encuentra un problema sanitario, el importador tiene tres opciones:

- a) Devolver el cargamento al país de origen, lo que representaría el retraso del proceso mientras se decide si se reemplaza la carga o si por el contrario se

⁴³ Fuente: APHIS, cifras al 2.001

determina que no se hará un reenvío; en ambos casos el exportador sufre grandes pérdidas económicas, sin mencionar lo que un caso de esto podría hacerle a su credibilidad empresarial, donde puede perder posicionamiento y crear una imagen que ahuyentaría a clientes potenciales. Por esta razón es que antes de salir de Colombia, las flores son cuidadosamente revisadas, basándose en las normas de evaluación de la APHIS, para que esta situación no se presente, mediante un análisis de riesgo. El análisis de riesgo es un documento que consigna todos los insectos, bacterias, hongos y demás plagas que atacan el producto en el país de origen, y su evaluación en cuanto estos pueden ser un problema para el país importador. El documento debe ser construido por el país importador, sin embargo el país exportador puede generar el documento y presentarlo para evaluación por parte del país importador.

- b) Fumigar. Tal vez la más sensata, ya que en Estados Unidos se encuentra un personal altamente calificado, con tecnología de punta en este proceso. Es menos traumático que la devolución de la carga al país, aunque igualmente tiene sus consecuencias económicas y de negocio. Mas que todo se utiliza cuando la entrada de la carga en ciertas condiciones, representa un peligro menor para Estados Unidos, en términos de enfermedades e infecciones.

- c) Destruir la carga. Cuando la carga representa un alto peligro o cuando el costo de la fumigación es demasiado en comparación a la cantidad exportada, se opta por esta ultima opción.

En Miami la opción preferida es la fumigación por personal especializado, aunque dado el costo creciente del procedimiento, si el valor de la carga es relativamente bajo, el descarte por incineración puede ser la mayor alternativa. El personal de APHIS inspecciona flores importadas en Miami 24 horas al día los 7 días de la semana.

Por otra parte, la Aduana de los Estados Unidos, realiza el chequeo documental necesario y que la carga cumpla con las normas internacionales de transporte para así poder realizar la tramitación que acredite su entrada al país. El proceso de nacionalización estadounidense consta de dos partes principalmente: primero, se depositan y analizan por parte de las autoridades, los documentos para determinar si la mercancía puede ser liberada y segundo, se depositan los documentos que contiene los datos necesarios para el calculo de los impuestos y para fines estadísticos. En este proceso es donde se presenta el certificado de origen, que permite a las flores colombianas entrar en el país sin el pago de arancel.

3.5 COMERCIALIZACION DE LAS FLORES EN ESTADOS UNIDOS

3.5.1 Entrada de la mercancía

La comercialización de las flores hacia Estados Unidos, tiene su inicio en la entrada en Miami, que se transformo desde los inicios, en la puerta de entrada de este producto. De ahí parten en transporte domestico a los destinos finales en el país. Miami gracias a su ventajosa ubicación geográfica y de una infraestructura especialmente diseñada y mejorada continuamente para el comercio de las flores, le ha servido a los colombianos para expandirse a través del vasto mercado estadounidense.

En el aeropuerto de Miami se encuentran localizadas las oficinas de unos 130 importadores de flores y posee 1.400.000 pies cuadrados de área donde se hayan los almacenes refrigerados, las cámaras de enfriamiento, empleando aproximadamente a 6.100 personas. En promedio, llegan a dicho aeropuerto un total de 35.000 cajas diarias de flores frescas que pueden llegar a 70.000 en los días previos a la fiesta de San Valentín.⁴⁴ El valor estimado de las importaciones de flores frescas por Miami está alrededor de los 500 millones de dólares⁴⁵,

⁴⁴Fuente: Association of Floral Importers of Florida, cifras al 2.001

⁴⁵ Fuente: Ibid

constituyendo el principal producto importado por esa vía (30% del total de carga que llega a Miami).

Por el aeropuerto internacional de Miami entran aproximadamente 85%⁴⁶ del total de importaciones de flores frescas de Estados Unidos, el resto se reparte entre los aeropuertos de Nueva York (JFK), Los Angeles (LAX) y Dallas (DFW).

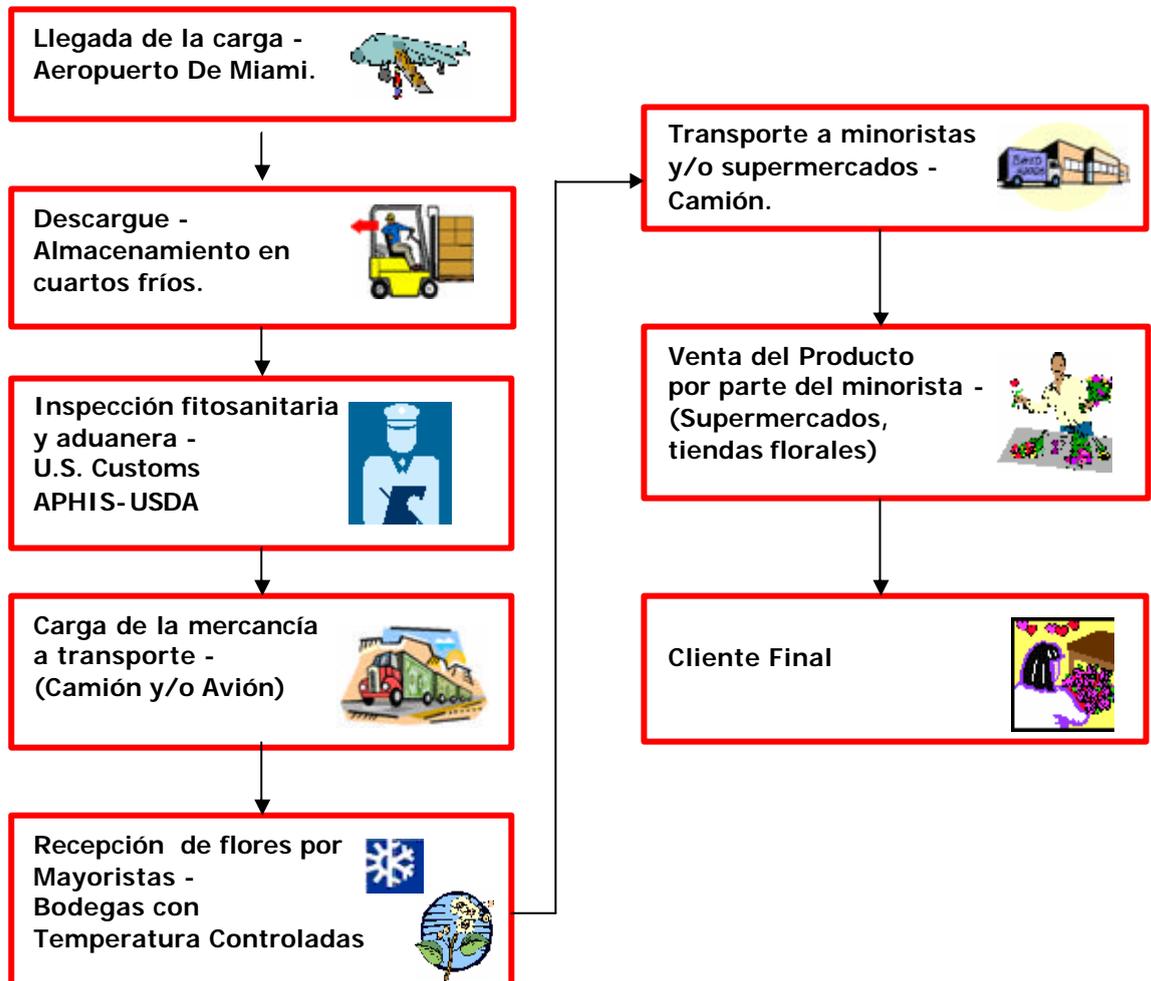
Otras ventajas que posee Miami para los colombianos es la composición étnica, en su mayoría latinos, que facilita las relaciones comerciales y en una menor magnitud, el idioma, que hace que las barreras de negocio se aminoren, aunque es claro que si no se tiene dominio del inglés, será muy difícil pasar a otros destinos diferentes.

Una vez pasadas las revisiones de Aduanas y APHIS, cumpliendo con todos los requisitos legales y fitosanitarios, las flores importadas proceden a entrar a través de alguno de los canales alternativos de comercialización hasta llegar al consumidor final.

El proceso de la entrada de la flor en Estados Unidos se puede sintetizar en el la figura 2.

⁴⁶ Fuente: Universidad de Texas Tech, cifras al 2.001

Figura 2. Comercialización De La Flor En Estados Unidos⁴⁷



Cualquiera que sea la modalidad o canal de comercialización utilizado, el 90% de las flores importadas que llegan a Miami es enviado a otros estados usando alternativamente transporte aéreo y/o terrestre. Las flores son mantenidas

⁴⁷ Esquema mental diseñado por los autores

constantemente en ambientes de temperatura controlada a través de todo el proceso. La compañía Armellini, por ejemplo, maneja hasta un 60%⁴⁸ del transporte de las flores hacia otros estados vía camiones refrigerados. La compañía UPS es también bastante utilizada para el transporte aéreo o terrestre.

El transporte terrestre de las flores es bastante eficiente y puede llegar a los destinos en cualquier estado dentro de Estados Unidos en menos de tres días. Por ejemplo, las flores enviadas de Miami a la ciudad de Dallas, Texas, por tierra toman unas 26 horas en llegar por lo que algunas compañías prevén que el aeropuerto DFW será en el futuro una alternativa al de Miami que esta siendo muy congestionado.

Esta última situación en particular, es la que debe ser más tenida en cuenta pues, como ya se ha dicho, Miami es la entrada de las flores colombianas y si llega a alcanzar un nivel de congestión demasiado alto, esto afectará directamente a toda la cadena de la comercialización del producto.

Los principales canales de comercialización de las flores colombianas en EE.UU. son las tiendas detallistas y los supermercados. Tal vez esta es una de las principales fortalezas que tiene el sector puesto que estos canales de distribución y comercialización son muy eficientes, generándole un valor agregado a la cadena; en los últimos años la compra de flores se realiza cada vez más en supermercados,

⁴⁸ Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001

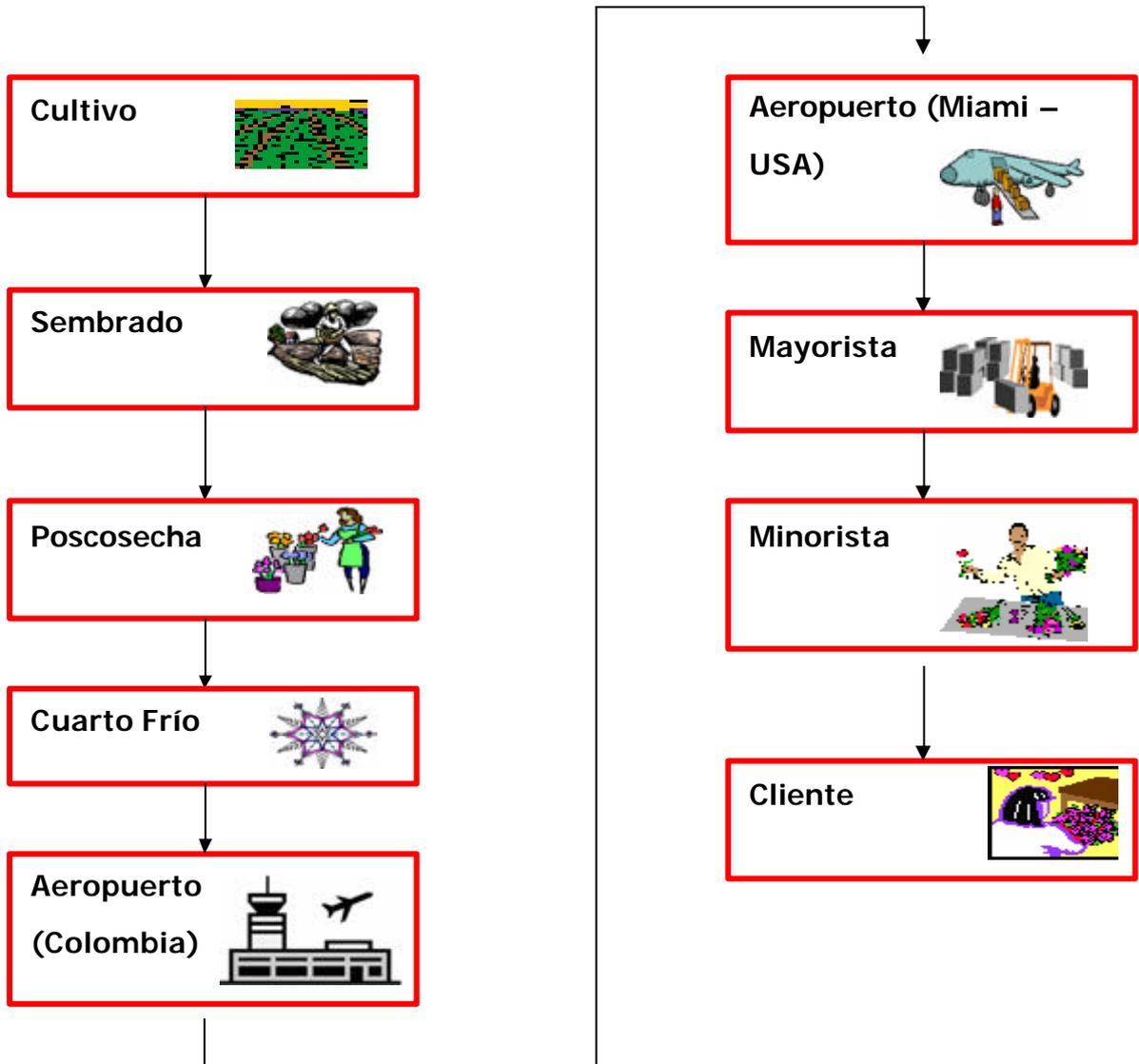
mientras que las tiendas detallistas han perdido participación de mercado. Se estima que el 50% de las flores exportadas a Estados Unidos se distribuyen a supermercados y a almacenes de cadena.⁴⁹ Últimamente ha surgido el comercio electrónico de flores, lo que podría cambiar definitivamente el sistema de comercialización de las mismas, al disminuir la intermediación y acortar la cadena productor-consumidor. Las ventas se incrementan durante los meses de febrero, abril, mayo y diciembre, correspondientes a las fechas más importantes: San Valentín, Fiestas de Pascua, Día de la Madre y Navidad.

3.5.3 Distribución Física De La Flor Hacia Estados Unidos

La flor inicia su recorrido dentro del mismo cultivo. Cuando es sembrada en las camas (porciones de tierra preparadas para la gestación de la flor), se espera el tiempo necesario dependiendo del tipo de flor que se este tratando. Después del proceso de producción, la flor se corta y se traslada a la zona de poscosecha donde se realiza los procesos que se han mencionado previamente en este capítulo.

⁴⁹ Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001

Figura 3. Distribución Física De La Flor Hacia Estados Unidos⁵⁰



De ahí se trasladan a los cuartos fríos, que muchas veces están situados aledaños a la zona de poscosecha. Hasta este punto todos los movimientos del producto han recorrido terrenos fuera del cultivo y por ende las distancias son mínimas. Acto seguido el transporte los lleve en camiones adecuados para su embarque en el

⁵⁰ Esquema mental diseñado por los autores.

avión y su posterior despacho. Este es el primer movimiento de consideración ya que la flor abandona el ambiente controlado del cultivo y se tiene que mantener con condiciones especiales para que no pierda calidad.

Una vez en el aeropuerto, el embarque debe ser a la vez rápido y cuidadoso, teniendo en cuenta la naturaleza frágil de las plantas. La forma de acomodar las cajas y el mantenimiento y la puntualidad de los itinerarios son claves para que el despacho cumpla con el estricto cronograma que debe seguir para llegar al cliente final.

Llegado a Miami, la carga es mantenida en cuartos fríos hasta que se le realiza la inspección por la APHIS. Esta inspección muchas veces se retrasa por infinidad de razones lo que hace que el proceso pierda tiempo importante. Al momento de trazar el itinerario para los despachos es de mucha importancia tener en cuenta este contratiempo y calcular un tiempo estimado para otros similares que se puedan presentar, por muy improbables que sean.

Finalmente cuando la flor queda a disposición del importador, es despachada ya sea por aire o tierra a los diferentes destinos donde se le entregara al detallista para que este cumpla con la labor de venta al cliente final.

La buena relación entre proveedor, transporte, mayorista y detallista es fundamental para el éxito de una venta no solo en Estados Unidos, sino en cualquier mercado internacional. La planeación del proceso debe ser minuciosa y llevarse a cabo de manera precisa. Cualquier retraso en el envío podría significar el daño de la mercancía o el incumplimiento en la entrega, lo que en muchas ocasiones se traduce en la pérdida de una venta.

3.6 BARRERAS COMERCIALES

El ATPA ha sido desde su inicio un eliminador de barreras comerciales para las flores en el mercado estadounidense, pero a pesar de las ventajas del no pago arancelario, el efecto que tuvo la incursión de los floricultores colombianos en este sector de Estados Unidos, aumentó la competitividad a niveles muy exigentes y a la vez que hizo que los floricultores estadounidenses buscaran la manera de recortar la participación y el avance de los colombianos.

Para otros países latinoamericanos, como Chile, las exportaciones de flores son gravadas con una tasa entre el 6% y el 4%⁵¹; esta barrera no le permite competir en iguales condiciones que Colombia, aun si tuviera iguales ventajas comparativas en cuanto a mano de obra y fertilidad de terreno.

⁵¹ Fuente: ProChile, cifras al 2.001

En 1.977 los productores estadounidenses solicitaron que se redujeran las importaciones de flores procedentes de Colombia sin importar si se podía probar si se practicaba dumping o no. Desde esa época la industria norteamericana ha intentado por todos los medios de trancar la expansión de mercado. En la década de los 90s, los floricultores norteamericanos presentaron una serie de demandas contra los productores colombianos alegando que las exportaciones de flores estaban siendo subsidiadas. De esta forma los productores de crisantemos presentaron una demanda, los productores de rosas otra, los de tulipanes otra, etc. El resultado final no fue bueno para nadie, se consiguió protección en algunas flores, mientras que en otras no, de esta forma los productores no obtuvieron un nivel de protección adecuado y los colombianos aparte de tener que soportar derechos antidumping en algunas flores, sufrieron unos costes espantosos en litigios que aumentaron sus costes de forma importante.

En 1.999, después de duras y extensas batallas legales con la industria estadounidense se dieron las condiciones para que se realizar un acuerdo con los floricultores de Estados Unidos. Surgió entonces la FPO (Flower Promotion Organization), una alianza estratégica entre competidores acérrimos. Esta alianza buscó incrementar el numero de tallos vendidos en EE.UU. mediante un aumento en la frecuencia de compra de los competidores que existían.

Esta estrategia permitió limar un poco las asperezas que existían entre ambos bandos, tratando de buscar la creación de un fondo de promoción genérica para todos. La campaña se desarrolló en las ciudades con mayor potencial de crecimiento de la época y basándose en las tendencias de consumo, que eran Houston, San Diego, Philadelphia, Detroit y Chicago; la frecuencia de compra de flores se incrementó en un 20 y 25%⁵² en estas ciudades.

Las relaciones políticas y económicas con se mejoraron hasta el punto en que las flores colombianas pudieron mantener su posicionamiento de manera sólida y seguir creciendo a un ritmo estable, a raíz de los acuerdos políticos alcanzados y de las bondades del ATPA.

3.7 APOYO DEL GOBIERNO

El gobierno colombiano a pesar de que en el pasado tuvo sus diferencias marcadas con el sector, ha puesto todo el empeño en desarrollarlo por su naturaleza altamente exportadora, que permite la continua generación de divisas. Para este fin se viene desarrollando una cultura exportadora, mediante capacitaciones e incentivos por medio de organizaciones que permiten facilitar la labor del floricultor.

⁵² Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001

La alta coordinación de estas organizaciones (como Bancoldex, Proexport, Fiducoldex) y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se traduce en 1 o 2 reuniones semanales en promedio, para evaluar los avances y presentar nuevas ideas.

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo junto con diferentes protagonistas del gremio, se han encargado de organizar sesiones de capacitación en temas cruciales como el régimen aduanero de exportación de flores y los instrumentos de promoción de comercio, siendo enfáticos en la utilización del Plan Vallejo. Las alianzas con otras entidades gubernamentales como el DANE se ha traducido en un sistema de información del sector que permite conocer los principales indicadores y en el cual se pueden basar para realizar análisis que conlleven a la determinación de estrategias para el sector. Así mismo Proexport, realiza múltiples eventos en los cuales se pone en contacto a los empresarios colombianos con extranjeros en aras de alcanzar nuevos negocios y desarrollo de relaciones comerciales.

Igualmente en compañía de ASOCOLFLORES y el Ministerio del Medio Ambiente, se desarrollo una guía para sectorial ambiental que tiene como principal propósito servir de base para el desarrollo de estudios ambientales de los cultivos.

El SENA también desempeña una función importante, soportado en el apoyo estatal, dictando cursos de actualización de técnicas y capacitaciones administrativas para los gerentes de producción de las diferentes empresas. Lo que se ha venido trabajando es la mejora del perfil gerencial del empresario floricultor para que sea más proactivo en el negocio y que aproveche de mejor manera las herramientas con las que cuenta.

En la parte financiera, el ente principal impulsador del sector es Bancoldex. Bancoldex le ofrece préstamos utilizando los coeficientes de exportación, para la asignación de crédito, es decir, que entre más exportador sea el cliente, más cómodo y favorable será su crédito. Esta condición favorece claramente al sector floricultor, ya que casi la totalidad de su producción está direccionada al exterior. Dentro del sector agropecuario, las flores representan el 55% del saldo de la cartera Bancoldex⁵³ y participa con un 5% dentro del total de dicha cartera, mostrando así el alto grado de apalancamiento financiero que utiliza el sector dada las facilidades ofrecidas por la entidad.

Los créditos de Bancoldex al sector son de 3 a 7 años financiando a toda la cadena productiva, a unas tasas competitivas que oscilan entre el 10 y el 12% en dólares (Libor + 1,5% + margen)⁵⁴.

⁵³ Fuente: Bancoldex, cifras al 2.001

⁵⁴ Fuente: Ibid

Otro incentivo con el que cuentan los floricultores es el programa especial de importación Plan Vallejo. Mediante la utilización del Plan Vallejo, los empresarios gozan del no pago de aranceles de entrada (o su reducción considerable) para materias primas, bienes intermedios, bienes de capital y repuestos utilizados en el proceso de producción y comercialización de la flor. La finalidad es mantener en un nivel tecnológicamente eficiente y actualizado a la cadena en busca de mantener y de aumentar constantemente la competitividad del sector. Este programa es bastante utilizado para traer maquinarias que permitan la modernización del tratamiento de las flores, reduciendo los costos de su mantenimiento, lo que se transfiere en un precio más competitivo, sin sacrificar la calidad.

El Convenio de Competitividad Exportadora para la Cadena de la Floricultura, desarrollado por empresarios de ASOCOLFLORES, la Cámara de la industria para la protección de cultivos de la ANDI, los ministerios de Comercio Exterior, Agricultura y Desarrollo Rural, Desarrollo Económico, Ministerio de Hacienda y Crédito público, de Transporte, el Departamento Nacional de Plantación, COLCIENCIAS, el SENA, Aeronáutica Civil, la Gobernación de Cundinamarca y los Representantes del gobierno a nivel regional.

El principal objetivo de este convenio fue el de mejorar la productividad y la competitividad del sector mediante una consolidación e integración de todos los agentes que la conforman enfocadas a una ampliación de los mercados externos. Para esto tanto el gobierno como el sector privado se comprometieron a adoptar acciones en materia de programas de transporte aéreo, logística de distribución y seguridad, comercio exterior y negociaciones internacionales, sistemas de información, infraestructura de telecomunicaciones rurales, financiación, legislación laboral, innovación desarrollo tecnológico, capacitación, competencia desleal, normatividad, impuestos y planes de ordenamiento territorial, insumos y empaques.

El convenio tiene como organismo gestor un comité coordinador que conformado por el ministerio de Comercio Exterior, de agricultura, del medio ambiente, de transporte, el DNP, la gobernación de Cundinamarca, la Aerocivil, el SENA, Proexport, la DIAN, Colciencias, el ICA, ASOCOLFLORES, Suata Plants, Velto Ltda, ADMAGRO, ISRARIEGO, Floramerica, Turflor S.A., Flores Colombianas S.A., la cámara de protección de cultivos de la ANDI y otras empresas del sector privado. El resultado se consignó en una matriz, la cual fue aprobada y firmada en el V Encuentro Nacional de Productividad y Competitividad; evento organizado por el Ministerio de Comercio Exterior, en agosto de 2001 en la ciudad de Medellín.

Sin embargo el mayor apoyo que recibió el sector por parte del gobierno, fue la labor que realizó el equipo negociador que consiguió el acuerdo del ATPA en el 91. Todos los demás instrumentos de incentivación, fueron creando estrategias para aprovechar la ley. Es mas que claro que aunque se hubieran desarrollado estos avances por los diferentes gremios y entidades, sin el ATPA, no habrían tenido el mismo impacto. La labor diplomática que se desarrollo con el gobierno de George Bush, padre, fue el punto decisivo para que el sector despegara vertiginosamente y cobrara la importancia que tiene hoy en día.

4. PROCESO DE PRODUCCION DE LA FLOR

El proceso para la producción de flores de exportación es muy diverso y sus diferencias radican principalmente en las características de la flor a exportar. Procesos como el cuidado, el riego, el transporte y el manejo difieren de tipo en tipo de las flores, al igual que las cualidades de cada flor y el mercado a donde se va a llevar. El proceso completo de manera general, se puede apreciar en el anexo B.

En general, el proceso de producción se puede resumir en los siguientes pasos, teniendo en cuenta que no aplica para la totalidad de las especies por las razones anteriormente expuestas:

4.1 PROPAGACIÓN DE LAS PLANTAS MADRES

Este primer paso consiste principalmente en acondicionar el área donde se van a plantar las plantas para la producción de esquejes. En este paso, debe prepararse el terreno, creando las camas, realizar el riego inicial y proveer a la tierra de los componentes químicos para que este apta para el cultivo.

Se pone especial cuidado ya que de aquí parte toda la cadena de la producción, aunque no quiere decir que este sea el paso más importante. Como se vera mas adelante, todos los pasos del proceso cargan una gran importancia en el producto final.

En el segundo paso, se puede optar por dos caminos diferentes. Según los floricultores, no existe una característica que demuestre que un proceso es mejor que otro, depende mas bien del criterio del floricultor. Puede ser que se opte por injertación o a la propagación del banco de enraizamiento.

4.2 INJERTACION Y PROPAGACIÓN DE BANCOS DE ENRAIZAMIENTO.

a) Injertacion

Una vez que el esqueje tenga un par de semanas de plantado, en su tallo aparecen lo que se llaman vasales, que son puntos donde salen las ramificaciones que dan las flores. En este punto, los cultivadores injertan el tallo de otra especie con la finalidad de que la flor resultante tenga características de ambas especies, mejorando su calidad y belleza.

De un mismo tallo de un esqueje pueden resultar varias flores, siempre y cuando el corte sea preciso, pues unos centímetros de menos harían que el tallo quedara inherente y no produjera más vasales.

Una vez la flor esté más crecida y haya producido más ramificaciones, se le hace una limpieza, quitándole las ramas que no sean necesarias y observando si se han producido más vasales. Si este es el caso se corta, el pedazo del tallo necesario y se vuelve a la primera instancia para producir las plantas madres y luego los esquejes.

Este proceso se utiliza más que todo para flores con cierta fragilidad como es el caso de las rosas y cuya demanda incluye una gran variedad de la misma flor.

b) Propagación de bancos de enraizamiento

Los bancos de enraizamiento se usan para flores con más fortaleza, como son el crisantemo y los claveles, que son flores que soportan mejor el proceso de producción. Estos bancos se asemejan a las camas de las que se habló en el primer paso, salvo que los esquejes sin raíz son colocados en un sustrato que generalmente es el producto de la escoria del carbón proveniente de hornos. Es un medio inocuo que obliga a la planta, siguiendo su instinto de geotropismo a

buscar la forma de acomodar sus raíces de la mejor manera que le sea posible sobrevivir.

Esto es lo que se llama enraizamiento. Es el fortalecimiento de un esqueje que hace que sus raíces sean lo suficientemente fuertes para ser trasladadas a otro lugar para la continuación del proceso.

4.3 PRODUCCIÓN

Es el nudo del proceso floricultor. En esta parte, los esquejes sembrados se le hace un seguimiento para que no sufran daños o alteraciones que puedan traducirse en deficiencias de calidad o cantidades fuera de lo presupuestado para esa producción.

En el área de producción se llevan a cabo diferentes sub-procesos la desinfección del suelo, riego constante y la fertilización contra las múltiples plagas, las labores culturales (mas que todo se refiere a remover partes innecesarias de la flor crecida). Es un trabajo de mucha dedicación que exige la constante vigilancia de los cultivos para poder tomar acciones preventivas o correctivas a tiempo en caso de una anomalía.

Por lo general en los cultivos, se conforman grupos a los que le son designadas tareas específicas como el riego, el mantenimiento y la fertilización, bajo el mando de un jefe de cultivo que es la persona que coordina las diferentes actividades desde el sembrado hasta que la flor es llevada a la poscosecha.

En esta parte los costos tienden a aumentarse ya que las plagas obligan a elevar los costos de materiales de fumigación y de personal para la tarea. Esta parte es decisiva en el proceso, puesto que de aquí saldrá el producto como tal para el cliente. Todas las actividades deben complementarse y el seguimiento debe ser cuidadoso para que se cumpla con la demanda y con el nivel de expectativa del mercado meta.

4.4 POSCOSECHA

La poscosecha es la parte final del proceso dentro del cultivo. La flor entra al área de poscosecha donde se clasifican según su tipo y el mercado a donde van, se analiza que las características tal como tamaño y color y se le quitan las imperfecciones con las que haya podido venir del cultivo.

Luego pasan al proceso del boncheo o armado de bonches, que no es más que armar los ramos y cubrirlos con un capuchón plástico para protegerlos y etiquetarlos con un patrón que los distinga. Este generalmente es el tamaño de la

flor completa con tallo; este paso se realiza ya que una misma flor puede tener diferentes medidas de acuerdo a las exigencias del cliente y del mercado meta..

Acto seguido, pasan por una cortadora que les da el tamaño que indica la etiqueta puesta por los boncheadores⁵⁵ y de ahí se colocan en una solución química líquida que permite su mejor conservación para pasar entonces a la parte de empaque.

En la parte de empaque, los ramos son acomodados en cajas de cartón corrugado, que tienen un orificio que permite una mejor ventilación de la flor y se suncha y etiqueta con los datos de identificación y de destino. Estos datos son por ejemplo, país destino, tipo de flor, medidas, peso, entre otros. Luego pasan ya empacados a un cuarto frío para su conservación hasta que llegue el despacho hacia el aeropuerto y su consiguiente envío.

Esta parte de la poscosecha también puede ser realizada por una comercializadora, como por ejemplo una buqueteadora. La diferencia es que las comercializadoras no realizan el proceso de la producción de la flor sino que la compran de los cultivos y se enfocan ya sea a elaborar arreglos florales (bouquets) o a vender el producto como tal, en ramos de una sola especie.

⁵⁵ Personas encargadas de armar los ramos o bonches de flores.

El paso o proceso más delicado en todo este sistema es tal vez la formación de la planta: una vez el esqueje se ha injertado o la planta se ha enraizado viene un período en el cual la planta va madurando para empezar a producir. Este proceso es muy delicado pues del éxito del mismo, depende la calidad de las flores que esta planta producirá así como su productividad, su susceptibilidad a enfermedades, su resistencia a las inclemencias del clima etc.

Una buena planta no sólo produce buenas cantidades de flor sino que además las produce de buen tamaño, sanas, con tallos resistentes etc. De esto depende entonces gran parte del éxito del cultivo con miras a comercializar su flor.

4.5 ETAPAS DE APOYO AL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE LA FLOR

Son actividades que permiten el desarrollo de manera normal. Son procesos periféricos que son ejecutados por todo el personal en todas las áreas de un cultivo.

Estas etapas son generalmente:

a) Construcción y mantenimiento de infraestructura

En esta etapa se realizan construcciones o mantenimiento de infraestructura ya existente para evitar el deterioro o que necesitan reemplazarse. Estas actividades pueden ser:

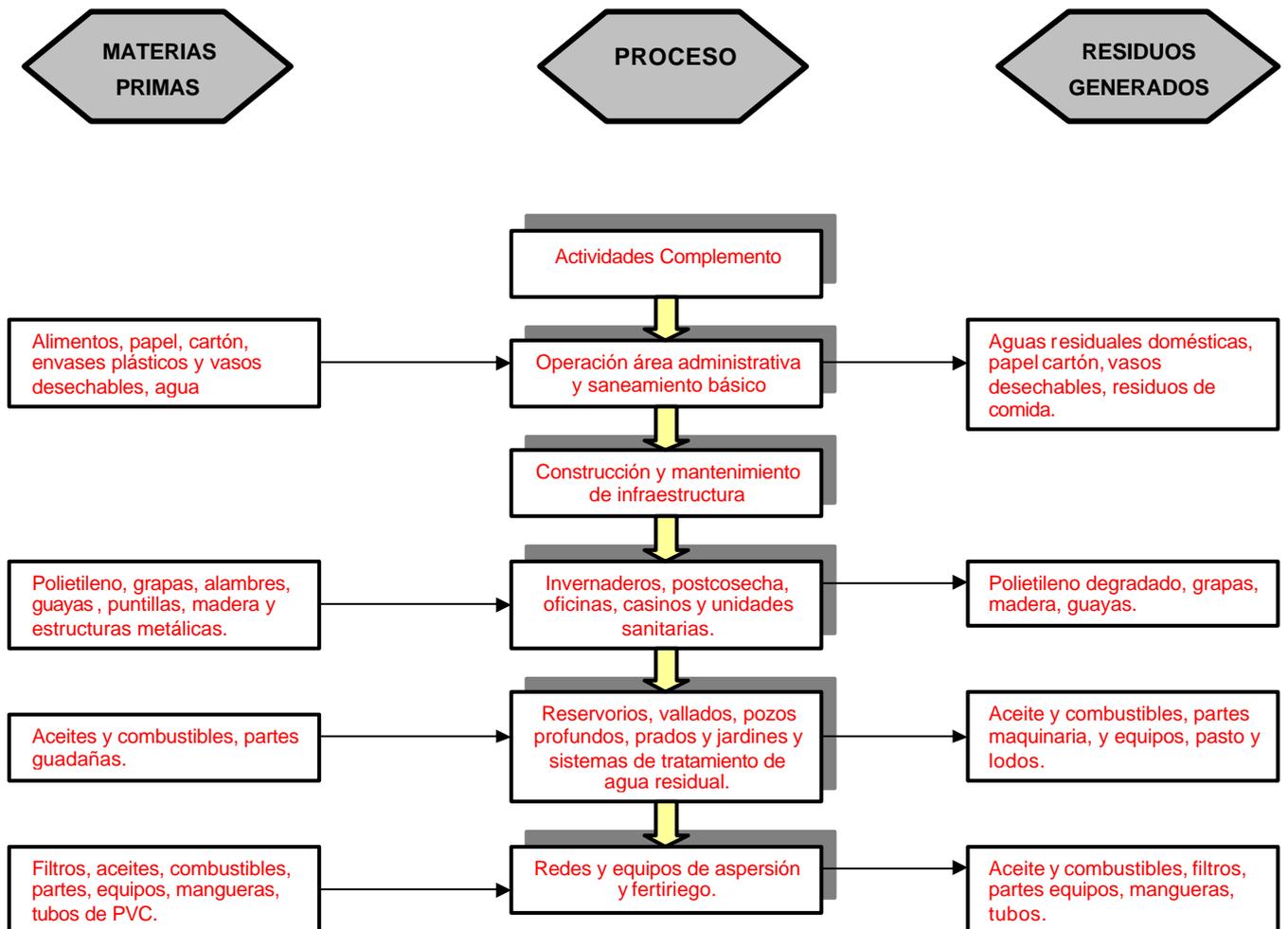
- a) Cambios de plástico de invernadero.
- b) Mantenimiento de pozos profundos.
- c) Mantenimiento de sistema de tratamiento de agua residual.
- d) Mantenimiento o cambio de redes de aspersión y fertirriego.
- e) Mantenimiento de prados y jardines.
- f) Construcción de vías.
- g) Instalaciones eléctricas.
- h) Maquinaria y equipos.

b) Actividades complementarias

Son las labores de administración, se realizan en espacios físicos que en forma conjunta pueden denominarse como áreas de oficina. También hace parte del área administrativa la operación de casino y baterías sanitarias. El casino es un espacio físico con infraestructura adecuada, donde se instalan estufas, fuentes

de combustible y demás utensilios de cocina destinados a la preparación de alimentos. En muchas empresas no existen cocinas para preparar o calentar alimentos, en estos casos el personal lleva los alimentos preparados y lo consumen en áreas adecuadas.

Figura 4. Diagrama De Procesos De Apoyo A La Producción De La Flor



5. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES A ESTADOS UNIDOS DE 1.997 AL 2.002

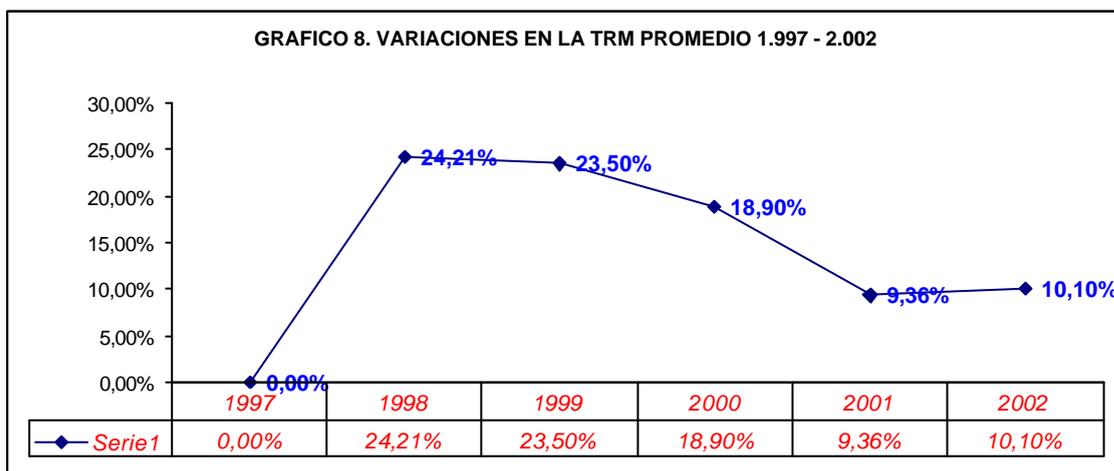
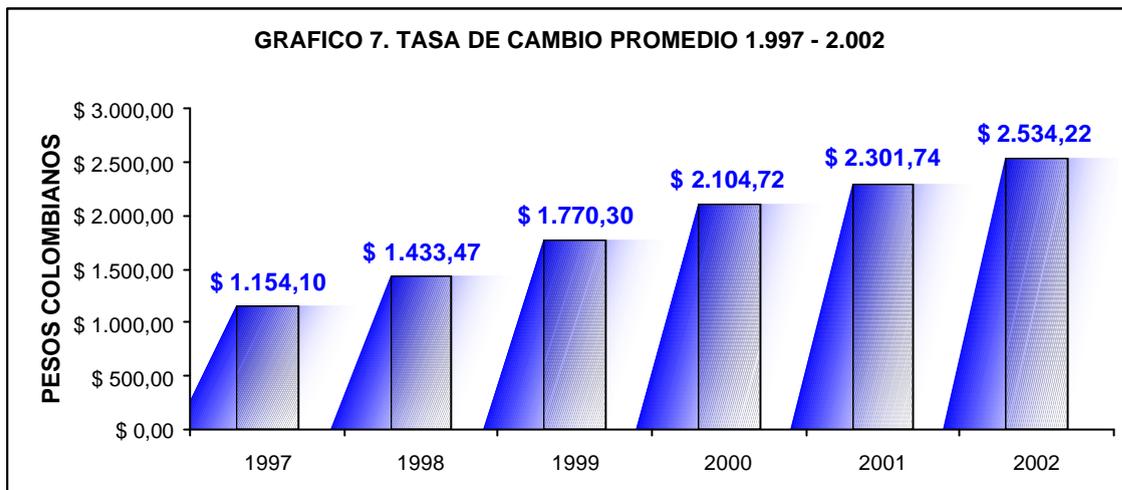
De los tipos de flores exportados a Estados Unidos, las especies más representativas son la rosa, el clavel y el miniclavel. Entre estas 3 especies de flores se concentran aproximadamente el 60% del total de las exportaciones de las flores⁵⁶. Entre estas especies la más representativa y la que más posicionamiento le ha dado a Colombia como productor de flor es la rosa, que ha venido presentando el monto mas alto entre estas exportaciones durante el periodo en estudio.

A pesar de la fragilidad de la rosa, esta es muy apetecida por el consumidor estadounidense y es símbolo de la representación del romanticismo, lo que la hace la flor típica de regalo en días tan importantes como el de San Valentín.

Es de anotar que el crecimiento de las exportaciones de las flores se ha visto beneficiado por la tasa de cambio que creció en promedio un 14,35% anual⁵⁷ (Ver Grafico 7 Y 8) lo que obviamente repercutió en el total de ingresos recibidos.

⁵⁶ Fuente: Proexport, cifras al 2.002

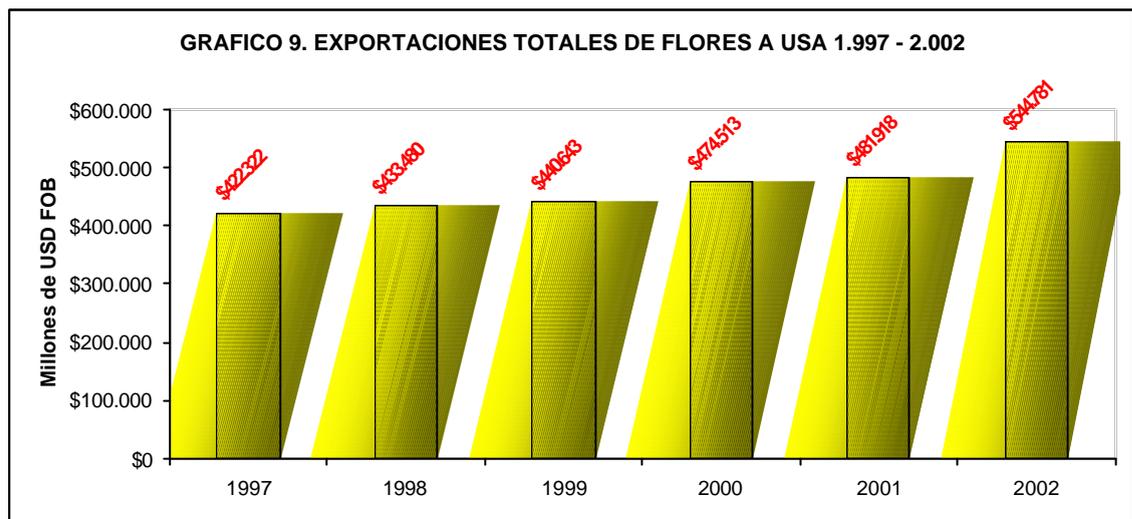
⁵⁷ Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores



Fuente: Banco de la Republica, cifras al 2.002 calculo de los autores

En el grafico 9 se observa que las exportaciones totales de las flores a Estados Unidos se han mantenido en constante crecimiento a través de los años 1.997 – 2.002. Los primeros tres años en estudio (1.997-1.999) no mostraron mayor perturbancia en el monto exportado. El crecimiento promedio fue de

aproximadamente un 3,71%⁵⁸. Es interesante observar que contrario a lo que mucha gente pensó sobre el efecto del fenómeno del Niño, este no incidió de manera significativa sobre la producción.

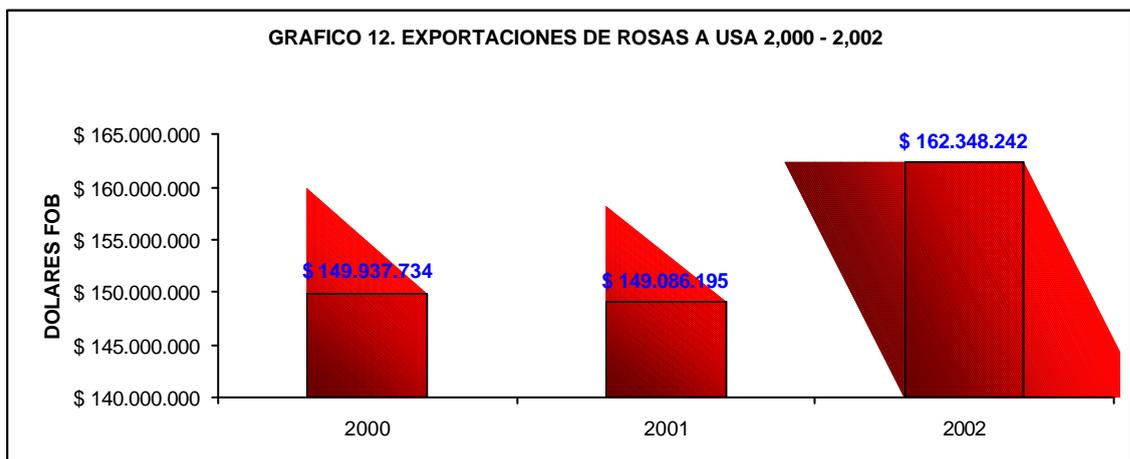
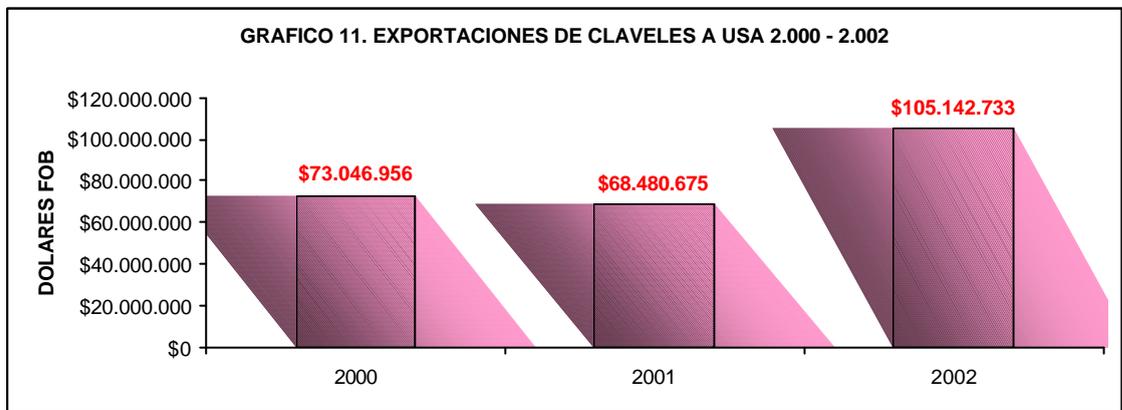
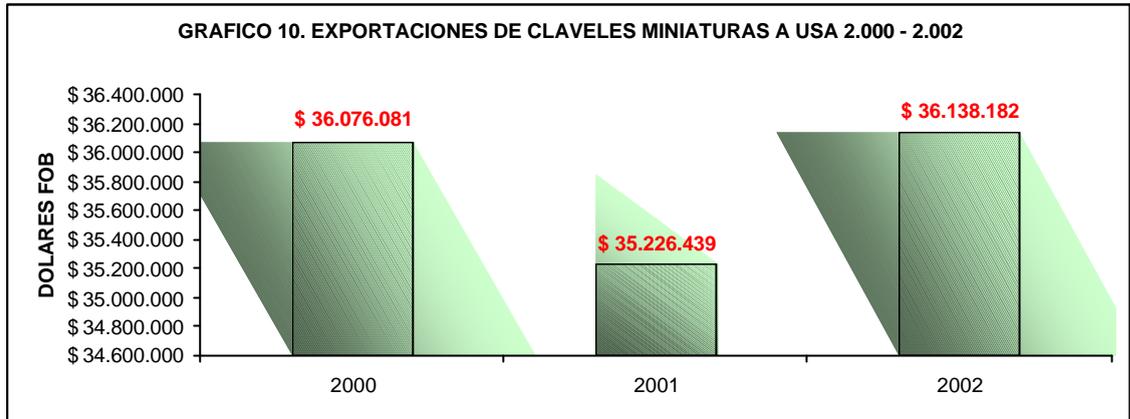


Fuente: Proexport, cifras al 2.002

La rosa lideraba las exportaciones de flores mientras que los claveles aumentaban en importancia, llegando a contribuir con un 13%⁵⁹. A pesar del crecimiento del sector, se puede atribuir una buena parte de este crecimiento al aumento de la tasa de cambio que creció de manera abultada en estos años (Ver gráficos 10, 11 y 12).

⁵⁸ Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores

⁵⁹ Fuente: Asocolflores, cifras al 2.001



Fuente: Proexport, cifras 2.002

Las principales razones de este aumento se deben al posicionamiento que las flores consiguieron y una vez más a la creciente tasa de cambio, que a pesar que desaceleró su aumento, siguió en creciendo hasta alcanzar los \$2.534,22 por dólar en el 2.002. El aumento en las exportaciones de flores de 1.999 al 2.000 fue de un 7,69%⁶⁰, índice que se concentró en su mayor parte en las tres especies que se consideran más importantes en la floricultura colombiana; la participación promedio de estas especies (las rosas, los claveles y los miniclaveles) en el año 2.000 fue de un 55% aproximadamente sobre el total de las exportaciones de flores a Estados Unidos. Las rosas siguieron siendo las que más aportaban al monto total con un 31% aproximadamente, seguidas por los claveles con un 15% y los miniclaveles con un 7%.

Sin embargo, como ya se había dicho, la tasa de cambio jugó un papel decisivo en estos crecimientos. Del 1.999 al 2.000 creció un 18,90%, es decir de \$1.770,30 a \$2.104,72, y venía de haber mantenido un crecimiento de un 23,85% en promedio los dos años inmediatamente anteriores (1.997 y 1.998)⁶¹.

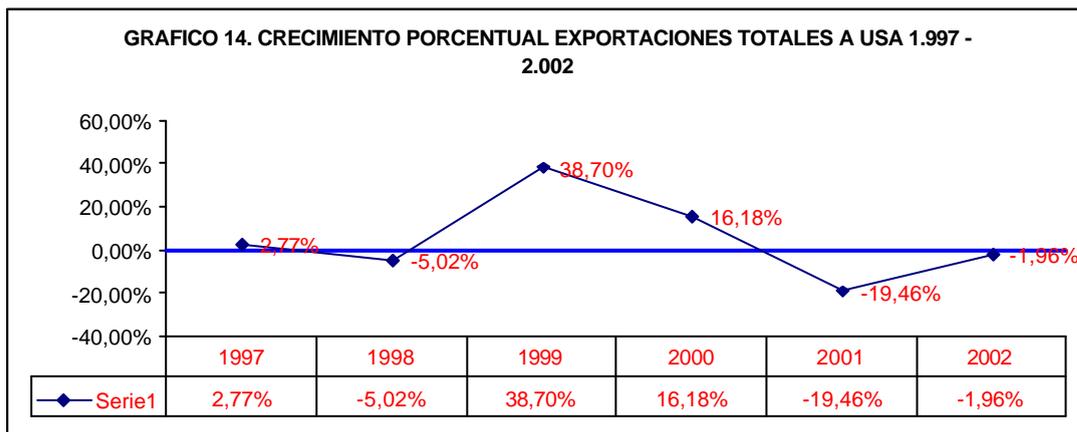
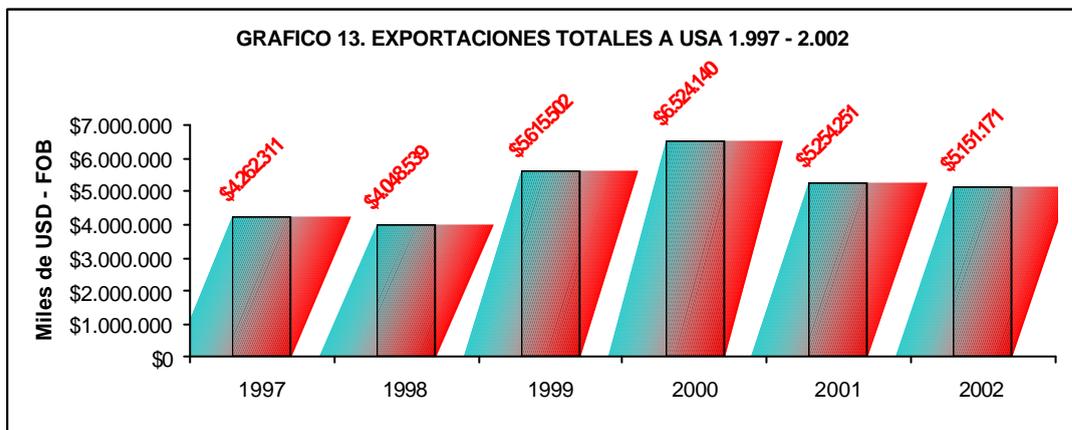
Todos estos resultados se dan en una época donde la economía colombiana presentó una de las más grandes crisis en su historia; este factor realza la importancia y la incidencia de las exportaciones del sector floricultor sobre la

⁶⁰ Fuente: cifras del Banco de la República al 2.002, cálculo de los autores

⁶¹ Fuente: Ibid.

balanza comercial del país, pues la respuesta que se buscaba para la recesión era primordialmente, aumentar las exportaciones totales junto con un paquete de reformas económicas y así equilibrar un poco la maltrecha economía.

Del 2.000 al 2.001, se observa un comportamiento interesante cuando se comparan las exportaciones totales (Ver Gráficos 13 y 14) con las exportaciones de flores a Estados Unidos (Gráfico 9).



Fuente: Proexport, cifras al 2.002 calculo de los autores

Mientras que el monto total cae un estrepitoso 19,46%⁶², las exportaciones de flores siguieron creciendo aunque no mucho, un 1,46%⁶³. Se aprecia entonces que a pesar de los duros periodos de recesión, las exportaciones de flores fueron un motor de generación de divisas y de apoyo al crecimiento. Si bien el 1,46% de aumento no fue mucho, las exportaciones de flores se mantuvieron en un nivel que permitió al sector seguir posesionándose mas en el mercado estadounidense y competir de manera pareja con los demás productores de flores.

Sin embargo, las especies tradicionalmente más representativas exportadas a Estados Unidos, muestran una disminución en el monto de dólares. Las rosas bajaron en un 0,56% que significan unos USD 851.539; por su lado los miniclaveles bajaron un 2,35%, que en dólares son unos USD 849.642. El caso más evidente fue el de los claveles que bajaron un 6,25% que representan USD 4 566.281⁶⁴. Todos estas disminuciones contrastan con el aumento en las toneladas netas exportadas de estas mismas especies (ver gráficos 15,16 y 17), que indican que la disminución en las exportaciones en dólares se debieron a un bajón en los precios de venta en Estados Unidos, sumados a la competencia de Ecuador, país que consolido su participación en este mercado.

⁶² Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores

⁶³ Fuente: Proexport, cifras al 2.002

⁶⁴ Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores

GRAFICO 15. EXPORTACIONES DE CLAVES MINIATURAS A USA 1.997 - 2.002 EN TONELADAS NETAS

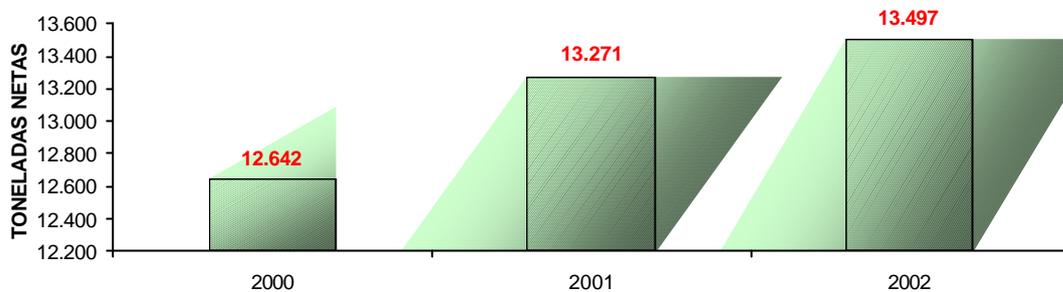


GRAFICO 16. EXPORTACIONES DE CLAVES A USA 2.000 - 2.001 EN TONELADAS NETAS

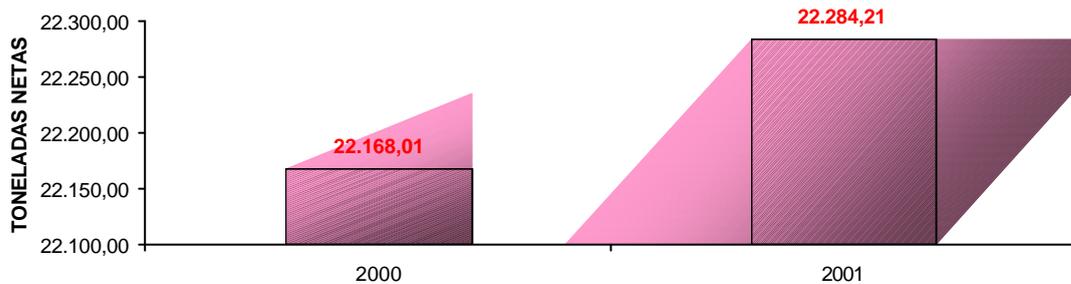
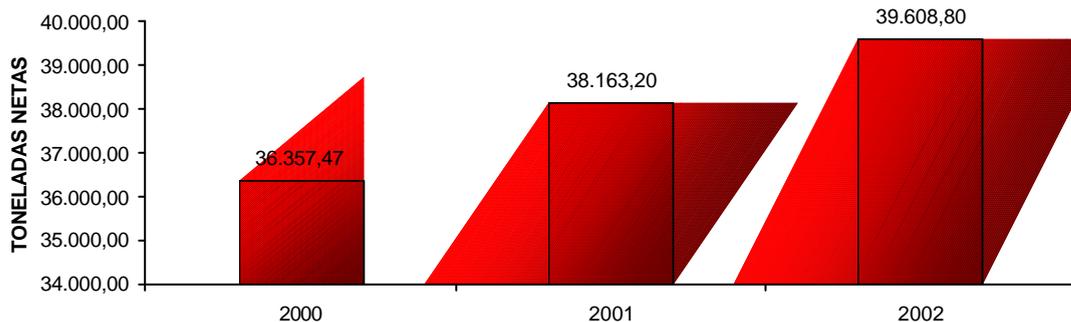


GRAFICO 17. EXPORTACIONES DE ROSAS A USA 2.000 - 2.002 EN TONELADAS NETAS



La tasa de cambio mantuvo su tendencia a la alza y aumentó un 9,36%, es decir que por cada dólar se tenían que pagar \$2.301,74⁶⁵; a pesar de esto el crecimiento no fue significativo por las razones que se expusieron en el párrafo anterior.

El 2.001 fue un año de mucho escepticismo pues, el ATPA llegaba a su fin y no se sabía si se iba a renovar. Esta incertidumbre se hizo mas fuerte con los atentados terroristas del 11 de septiembre a la ciudad de Nueva York y Washington, que alargaron las negociaciones para renovación del ATPA y se empezaron a pagar aranceles de entrada por las flores; a pesar de esto, las exportaciones no desfallecieron y siguieron creciendo.

Con la aprobación del ATPDEA, se renovaron las preferencias y se solidificó la relación comercial con Estados Unidos. En el 2.002 las exportaciones de flores crecieron un 13,04%⁶⁶. Las toneladas netas de las flores tradicionales siguieron en aumento al igual que la tasa de cambio que subió un 10,10%⁶⁷.

El aumento de las exportaciones de flores del 2.001 al 2.002 se fundamentó en: 1) el repunte en las exportaciones de las rosas en un 8,89% que representan unos USD 13´262.047, a pesar que en toneladas la producción subió un 3,78%⁶⁸ . Esto

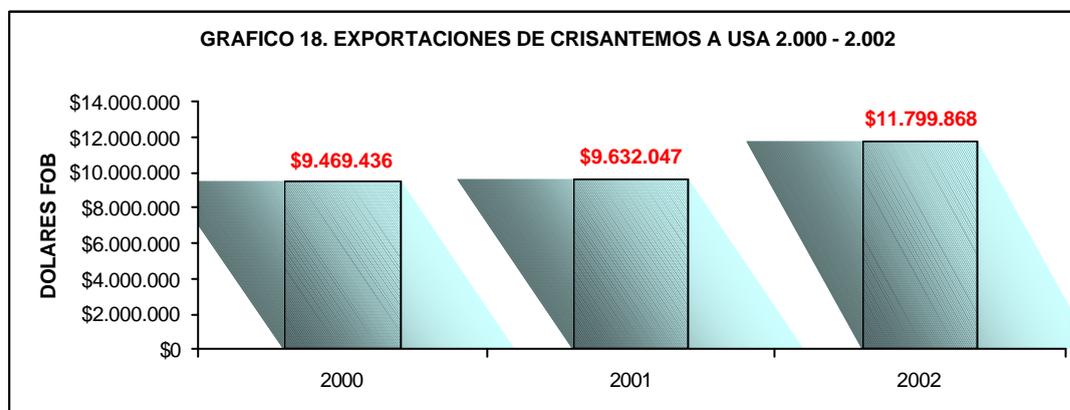
⁶⁵ Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores

⁶⁶ Fuente: Proexport, cifras al 2.002, calculo de los autores.

⁶⁷ Fuente: cifras del Banco de la Republica al 2.002, calculo de los autores

⁶⁸ Fuente: Proexport, cifras al 2.002, calculo de los autores.

se puede interpretar como una normalización del precio interno de la rosa en el mercado americano, lo que indica una mejora en la estrategia competitiva de los floricultores. Entre estas estrategias, la mejor logística de transporte, hizo que los costos se disminuyeran por ende, el aumento en los ingresos; 2) las exportaciones de claveles y claveles miniaturas que representaron al 2.002 el 28,2% del monto total de las exportaciones de flores⁶⁹. El aumento más impresionante fue el de los claveles que aumentaron sus exportaciones en aproximadamente 52%⁷⁰, obteniendo mayor participación de mercado americano y posesionándose por la calidad de la flor; y 3) el aporte de las exportaciones de crisantemos que aumento en un 22,51% (Grafico 18), especie que aporta un 2.2% aproximadamente al 2.002⁷¹.



⁶⁹ Fuente: DANE/DIAN, cifras al 2.002, calculo de Asocolflores,

⁷⁰ Fuente: DANE/DIAN, cifras al 2.002, calculo de los autores.

⁷¹ Fuente: Proexport, DANE/DIAN, cifras al 2.002, calculo de los autores.

6. CONCLUSIONES

La composición de las exportaciones colombianas ha sufrido un cambio en la última década; los productos tradicionales están perdiendo cada vez más su importancia en los mercados internacionales y los no tradicionales han pasado a ser la mayor parte de las exportaciones de Colombia. Entre estas exportaciones no tradicionales se destacan las flores, que ocupan el primer lugar en cuanto a monto exportado en dólares.

A pesar de que las flores son una parte de la economía colombiana que siempre ha sido significativa, su importancia ha cobrado mayor fuerza en los últimos años y su participación en el desarrollo económico se ha hecho más evidente. La clara ventaja comparativa que tiene Colombia al poseer regiones como la Sabana de Bogotá y la región de Antioquia, que ofrecen climas y condiciones de suelo casi perfectas para el cultivo de flores de muchos tipos y la estabilidad de estas condiciones climatológicas, han permitido que este sector crezca de manera exponencial año tras año; acompañado de esto está el costo de la mano de obra para los floricultores, que es bajo si se compara con otros países productores como Holanda o el mismo Estados Unidos, lo que permite conseguir un mayor rendimiento en las inversiones que se hacen y obtener una considerable eficiencia en el proceso. A pesar de que los costos del transporte vía aérea son altos, los

convenios y alianzas que los floricultores colombianos han desarrollado durante los años, han permitido reducirlos en cierta magnitud, lo que se traduce en una mayor competitividad de la flor en mercados importantes como Estados Unidos de una doble forma: primero, en calidad, ya que la flor colombiana viene de regiones ideales para su cultivo y crecimiento, dando como resultado una flor con características bien definidas y de gran atractivo para el consumidor; y segundo, en precio, puesto que gracias a las ventajas naturales de estas regiones que omiten la necesidad de grandes acondicionamientos en los cultivos, el bajo costo de la mano de obra y la relativa estabilidad de los costos de transporte aéreo, permiten que las flores puedan ser ofrecidas a un precio competitivo y aun así dejar una buena utilidad a toda la cadena que participa en el proceso.

Aparte de todas estas ventajas que ha tenido Colombia, se suma tal vez la más importante en la parte comercial: el ATPA. Creada hace 13 años, su importancia radica en tres razones fundamentales:

- El país que ofrece las preferencias, Estados Unidos, es socio comercial por excelencia de Colombia y es un mercado de suma importancia por su tamaño, composición y poder adquisitivo. Por estas razones, Estados Unidos es un mercado que puede absorber la producción nacional y esto se ve

evidenciado en el 84%⁷² del total de la producción de flor que tiene como destino ese país.

- El no pago de aranceles para las flores, derriba una de las principales barreras comerciales que existen al momento de entrar a un mercado. Además, acentúa la ventaja en los costos y permite competir de manera más agresiva por la participación del mercado con los otros competidores. En promedio se tendría que pagar un 6% de arancel, que se traduciría en un mayor precio al cliente. A pesar de que es una ventaja que puede ser emulada con relativa facilidad, el ATPA le brinda un buen arma comercial a Colombia en mercado tan importante como Estados Unidos.

El apoyo del gobierno se ha evidenciado mas que todo en la obtención de esta ley y de su renovación en el 2.001 que permitió que se siguiera con las preferencias hasta poder definir si se realizará el Área de Libre Comercio de las Américas o si por otro lado se buscara un acuerdo bilateral directamente. Además de esto, a través de Proexport, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se han creado redes de apoyo tanto económica como de capacitación y otras áreas.

Por otro lado, Asocolflores, máximo representante de los floricultores no tiene el peso que debería tener según lo que se pudo observar durante la investigación;

⁷² Fuente: Proexport, cifras al 2.001

entre varios floricultores consultados, la opinión general es que solo se limita a realizar ferias y que no es un ente que realice una función negociadora; a pesar de estos, los cursos de capacitación, los programas para mejoras de cultivos y el apoyo a los empleados de los cultivos son puntos que son muy apreciados y hacen que la imagen de la entidad no sea del todo negativa.

La parte de la producción de la flor se resume en tres pasos principalmente la propagación de las plantas madres, la injertación o el enraizamiento, la producción misma y la poscosecha. Aunque todos estos procesos son de extremo cuidado dada la fragilidad de la flor, el paso más delicado es la formación de la planta, precisamente por la fragilidad; en esta etapa la flor es muy sensible ante cambios en el suelo o a la manipulación por parte del cultivador. Este paso es decisivo para que la flor se desarrolle y tenga las características precisas (color, textura, tamaño, etc.) que pueda requerir determinado mercado.

El proceso de comercialización de las flores para llegar a Estados Unidos empieza con la llegada al aeropuerto de Miami. Este aeropuerto es de vital importancia para los exportadores de flores ya que es la puerta de entrada al mercado americano. Las inspecciones de la Aduana y de la APHIS, cada vez toman menos tiempo ya que se han creado dispositivos que permiten una mayor rapidez en la revisión de la carga, lo que le ahorra tiempo valioso al exportador y permite que la flor llegue

con mayor frescura a su destino final. Atrás quedaron los días de las inspecciones burdas de la Policía Antinarcoóticos que muchas veces destruían parte de los ramos que venían empacados; hoy en día gracias a la cooperación del gobierno americano, se tiene un mayor cuidado sin dejar a un lado de las medidas de seguridad necesarias.

El transporte hasta los mayoristas y luego a los minoristas son pasos que no tienen gran complicación y gracias a la gran red de carreteras de Estados Unidos, los contratiempos se deben mas que todo a casos fortuitos.

De 1.997 al 2.002 las exportaciones de flores mantuvieron siempre un crecimiento; su participación en el mercado americano se consolidó, ayudado en gran parte por supuesto, por el no pago de aranceles del ATPA. A pesar de que en los años 1.997 hasta 1.999 se presentó aumento anual en las exportaciones, del 2.000 al 2.002 estos aumentos fueron más evidentes. La labor del gobierno, la calidad de la flor, las ventajas naturales y el posicionamiento que se ha obtenido gracias a años de esfuerzo son los principales justificadores del éxito de las flores colombianas en Estados Unidos.

A pesar de que el ATPA culminó el 4 de diciembre del 2.001, las exportaciones no decrecieron; esto muestra que a pesar de la inevitable subida del precio para esa

época, el consumidor americano siguió prefiriendo la flor colombiana; gracias a una gran labor de lobby del gobierno se renovaron las preferencias y se sigue exportando la flor a un precio competitivo. La especie que sigue siendo la más deseada en EE.UU. es la rosa, seguida de los claveles, los miniclaveles y los crisantemos.

El futuro del sector se divisa positivo, ya que cada vez más las empresas floricultoras están conquistando más consumidores internacionales y se están explorando nuevas oportunidades de negocio constantemente. Sin embargo, en el caso que nos compete en esta investigación, que es el mercado de Estados Unidos, competidores tan acérrimos como Holanda y Ecuador tienen que hacerse frente con nuevas estrategias que permitan apoyar las ventajas comparativas que se tienen en Colombia, puesto que se ha visto que estas solas no dan el éxito.

Como se dijo anteriormente, Asocolflores debe asumir un papel más protagónico al representar a los floricultores, sumándole a sus tareas de promoción y capacitación, la de negociación internacional, en aras de los mejores intereses del sector como tal; para este efecto, los floricultores deben cohesionarse en un mayor grado y formar un bloque liderado por Asocolflores que busque mayores beneficios al momento de negociar con proveedores.

Igualmente, ya se debe tener una estrategia para poder enfrentar la posibilidad de que no se alcance a realizar el ALCA; las demoras en las negociaciones hacen pensar que el acuerdo no estará listo a tiempo y el ATPDEA finalizará en el 2.006, lo que dejaría una vez mas a los floricultores sin preferencias arancelarias. El sector debe estar apoyando fielmente al gobierno en la consecución del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, ya que el ATPA presenta muchas trabas que demoraran el proceso.

BIBLIOGRAFÍA

FAIRBANKS, Michael y LINDSAY, Stace. Arando en el mar. México D.F.: Mc Graw Hill, 1.999

HILL, Charles y GARETH, Jones. Administración Estratégica: Un enfoque integrado. Bogotá: Mc Graw Hill, 1.997

THOMPSON, Arthur y STRICKLAND III A.J. Administration Estratégica. Mexico D.F.: Mc Graw Hill, 1.999

Páginas Web Consultadas

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Base de datos.
<http://www.mincomex.gov.co/mincomexvbecontent/section.asp>.

Proexport.

<http://www.proexport.com.co/VbeContent/home.asp?Perfil=1>

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Información de Colombia.

<http://www.aladi.org/>

Banco de Comercio Exterior de Colombia (BANCOLDEX). Acerca de nosotros.

<http://www.bancoldex.com.co/acercadenosotros/quienesclie.php>

Banco de la Republica. Información. Estadísticas

<http://www.banrep.gov.co/economia/estad4.htm>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). Información estadística.

http://www.dane.gov.co/inf_est/inf_est.htm

Asociación Colombiana de Floricultores (ASOCOLFLORES). Datos de interés.

http://www.colombianflowers.com/info/info_datosin.php

Animal and Plant Health Inspection (APHIS). About APHIS.

<http://www.aphis.usda.gov/lpa/about/welcome.html>

United States Department of Agriculture. USDA. Agriculture Information.

<http://www.usda.gov/Agriculture/>

Ministerio Colombiano de Agricultura. Legislación agropecuaria.

<http://www.minagricultura.gov.co/legislacion.htm>

Florvertical. Información. Estudios.

http://www.florvertical.com/informacion/dir_estudios.cfm?indice=1

Red Colombia Compite. Motor de búsqueda.

<http://www.colombiacompite.gov.co/>

Corporación Invertir en Colombia (CONVERTIR). Información sectorial.

http://www.coinvertir.com/documentos/SectorAgriculturayAgroindustria_10_47_4/

International Labor Rights Fund. Current Projects.

http://www.laborrights.org/projects/flowers_index_span.htm/

ProChile. Estadísticas de comercio exterior.

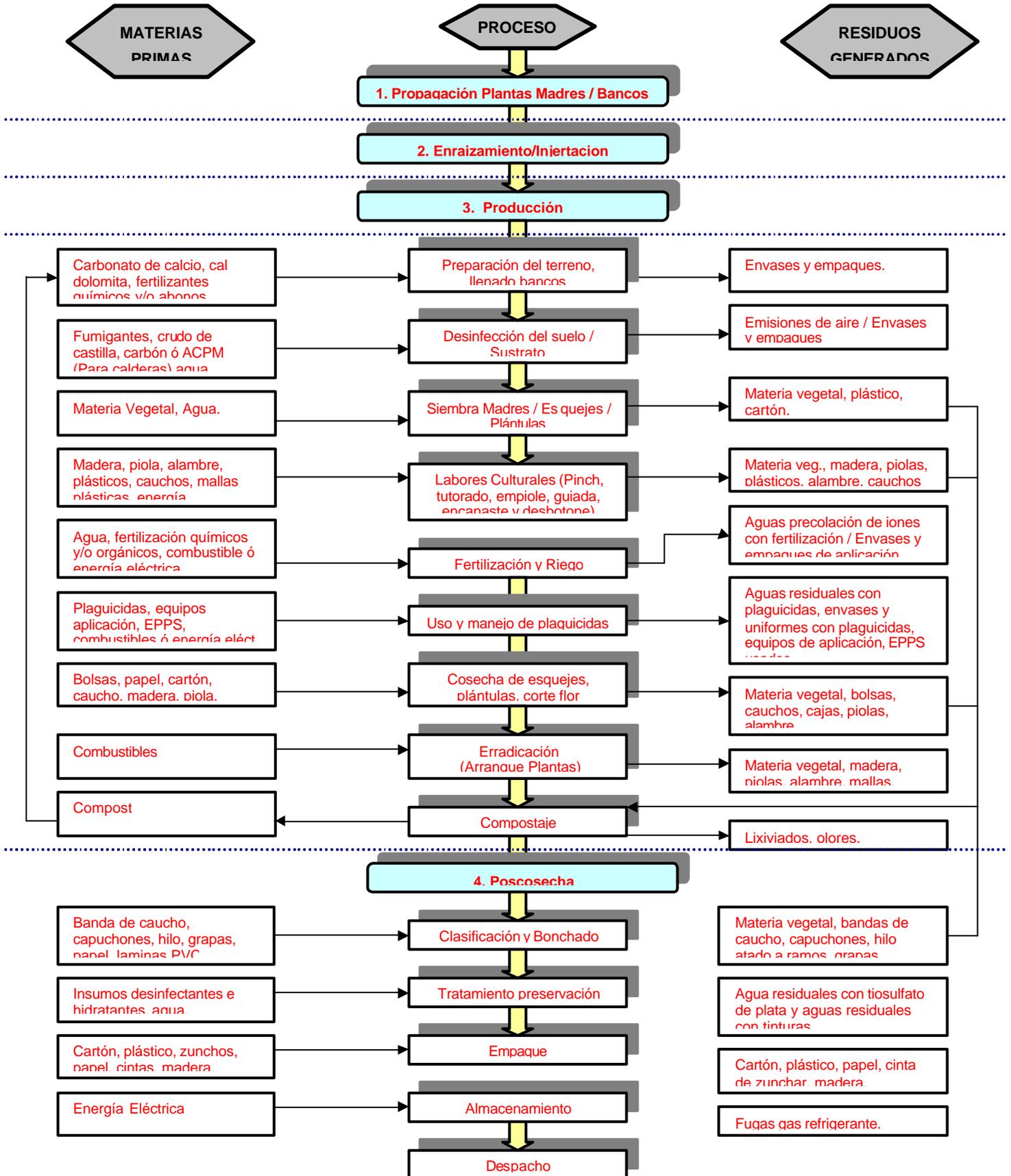
<http://www.prochile.cl/estadisticas/exportacion.php>

Agroandino. Legislación agrícola de Colombia

<http://www.agroandino.com/PAGINAS/POLEGIS/POLEGIS.htm>

ANEXOS

ANEXO B DIAGRAMA PROCESO PRODUCTIVO DEL CULTIVO DE LA FLOR



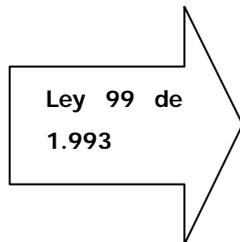
ANEXO A
MARCO JURÍDICO DE LA GESTION AMBIENTAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA NACIONAL

**Título 2, Capítulo 3: De los derechos
colectivos y el ambiente**

LEYES

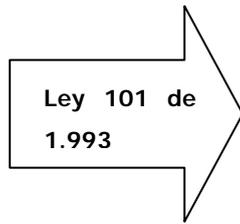
CODIGO DE
LOS
RECURSOS
NATURALES
RENOVABLES Y
PROTECCIÓN
AL MEDIO
AMBIENTE
**Decreto Ley
2811 de 1.974**



Creación SINA.
Fundamentos de la política
ambiental

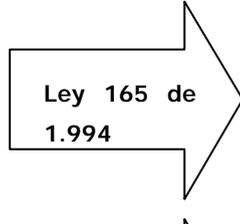
CODIGO
SANITARIO
NACIONAL

Ley 9 de
1.979



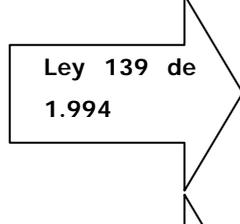
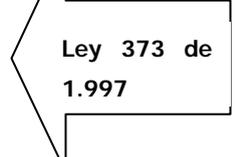
Desarrollo
agropecuario

Control de
humedades



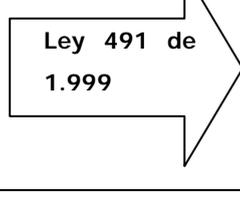
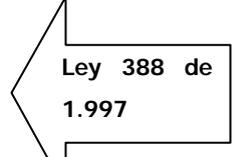
Sobre
Biodiversidad

Uso eficiente
y ahorro de
agua



Incentivo
forestal

Ordenamiento
territorial



Seguro
Ecológico

Manejo de
Residuos
peligrosos

