



Investigación de mercados emergentes para la exportación de piña Colombiana

Anderson Mauricio Tapia Bonilla

20701411912

Iván Enrique Arévalo Romero

20701612258

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Ibagué, Colombia

2022

Investigación de mercados emergentes para la exportación de piña colombiana

Anderson Mauricio Tapia Bonilla

Iván Enrique Arévalo Romero

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Asesor:

William Eduardo Góngora Higuera

Economista y Magister en Desarrollo Rural

Línea de Investigación:

Economía Internacional

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Ciudad, Colombia

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado “Investigación de mercados emergentes para la exportación de piña colombiana”, cumple con los requisitos para optar al título de Profesional en Comercio Internacional.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Ibagué, Noviembre de 2022.

Contenido

Pág.

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción	3
1. Estudios Preliminares.....	5
1.1 Planteamiento del Problema	5
1.2 Justificación	7
2. Objetivos	11
2.1. Objetivo General	11
2.2. Objetivos Específicos.....	11
3. Metodología	12
3.1 Fuentes de información.....	12
3.2 Instrumentos para recolectar la información.....	13
3.3 Técnicas para analizar la información.....	13
3.4 Definición y justificación del tipo de estudio.	14
4. Marco Teórico	16
4.1 Teorías del comercio internacional.....	16
4.2 Antecedentes	18
5. Resultados y Análisis.....	22
5.1 Análisis del mercado internacional de la piña	22
5.2 Caracterización socioeconómica y normativa del proceso de producción y exportación de piña en Colombia.	29
5.3 Descripción de los aspectos relacionados con variables socioeconómicas y de comercio internacional de los mercados emergentes, a través de una matriz de mercados	32

5.4 Diseño de la guía de exportación de piña colombiana a los mercados emergentes.....	38
6 CONCLUSIONES	40
Referencias.....	¡Error! Marcador no definido.
Referencias.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexos	46

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1: Países importadores de piña en el mundo (En Toneladas: 2014-2021).....	24
Tabla 2: Países exportadores de piña en el mundo (En Toneladas: 2014-2021).	25
Tabla 3: Países Importadores piña Colombia (2014-2021)	26
Tabla 4: Valor (Tonelada) de las Exportaciones Mundiales de piña (2014-2021).....	28

Dedicatoria

A nuestras familias por su apoyo económico, emocional y moral, que fueron el derrotero para seguir adelante en los momentos que las cosas no eran nada fácil.

Anderson e Iván

Agradecimientos

Gracias primeramente a Dios, quien nos ama y por quien no estamos solos cuando más lo necesitamos, quien guía nuestros pasos al ritmo de vida, ya que ha sido un proceso largo. A la Universidad Antonio Nariño por ser parte de este ciclo y darnos la oportunidad de poder formarnos como profesionales.

Por último, agradecemos a todas las personas que han estado presentes en este camino, por su apoyo incondicional que ha sido de bastante ayuda para la constancia y fortalecimiento a lo largo del periodo académico.

Resumen

La presente monografía de investigación está enfocada en expandir el comercio de la piña a nivel internacional, permitiendo encontrar nuevas alternativas en mercados emergentes. Para el desarrollo de posibles procesos de exportación, se realiza el análisis de diversas variables del mercado, dando como resultados la identificación de los nuevos socios objetivo.

Para el desarrollo de la investigación se emplea la estadística descriptiva, donde se recopila la información necesaria que permite identificar cómo se comporta el mercado de la piña, demostrando datos relevantes que permiten reconocer los principales importadores y los mercados emergentes, determinando que Francia, Canadá y Curazao presentan la mejor oportunidad para una eventual exportación dado que su demanda se ha incrementado.

Por último, se presenta la guía exportadora hacia aquellos mercados emergentes seleccionados, en la cual se establecen los documentos que son requeridos a las personas o empresas que deseen exportar, y los documentos que deben de presentar al momento de realizar un trámite de exportación hacia estos países.

Palabras claves: Mercados emergentes, Exportación, Importación, Comercio Internacional, Demanda, Piña.

Abstract

This research monograph is focused on expanding pineapple trade internationally, allowing to find new alternatives in emerging markets. For the development of possible export processes, the analysis of several market variables is carried out, resulting in the identification of new partner.

For the research development, descriptive statistics are used, where the necessary information is collected to identify the pineapple market behavior, showing relevant data that allows recognition of the main importers and emerging markets. Determining that France, Canada, and Curaçao present the best opportunity for an eventual export since that the demand between 2014-2021 has increased.

Finally, the export guide to those selected emerging markets is presented, which establishes the documents that are required for people or companies that wish to export, and the documents that must be presented at the time of carrying out an export process.

Keywords: Emerging markets, Export, Import, Trade International, Demand, Pineapple.

Introducción

Colombia se encuentra con la capacidad de ser una de las despensas agrícolas para el mundo, y cada vez ingresa con más fuerza en el comercio internacional con los productos del sector agropecuarios, en un mundo que cada día se sigue globalizando y comercializando entre países, lo que da lugar a la oportunidad de llegar a estos mercados con los productos Colombianos, ya que se posee una ventaja en cuanto al territorio gracias a la ubicación geoespacial que posee diversos tipos de suelos, climas y fuentes hídricas las cuales son muy favorables para los cultivos de frutas y hortalizas de muy buena calidad de tipo exportación.

De tal forma se realiza la presente Investigación de mercados emergentes para la exportación de piña colombiana, la cual permite identificar los nuevos socios potenciales, en la que se ha realizado un análisis de mercado en el que se involucra el comportamiento de los consumidores demostrando los países que son la mejor opción para una eventual exportación, sumado a la reglamentación necesaria para poder comercializar la piña.

El trabajo se estructura en 5 apartados. En el primero se ejecutarán los estudios preliminares donde se plantea la problemática y justificación que da lugar a la investigación. En segundo lugar, se presentan los objetivos a los que se pretenden llegar; en tercer lugar, se presenta la metodología utilizada para la realización del estudio, referente a las fuentes de información, instrumentos y técnicas para el análisis de la información.

En cuarto lugar, se encuentra el marco teórico, en el cual se identifican las teorías económica del comercio internacional y los trabajos de investigación sobre la exportación de piña colombiana; y por último, se desarrollarán los objetivos propuestos, los cuales permitirán identificar el potencial de los posibles socios comerciales, una caracterización

socioeconómica y normativa de éstos, para surtir el diligenciamiento de una matriz de mercado, permitiendo seleccionar los países con mejor potencial para un eventual proceso de exportación.

Finalmente, se presenta una guía para un eventual proceso de exportación de piña hacia esos nuevos mercados potenciales, con la que, entre otras cosas, pretende dar a conocer los documentos requeridos para realizar las negociaciones con los países estudiados.

1. Estudios Preliminares

En el presente capítulo se expondrán los motivos por los cuales la piña es uno de los frutos promisorios de exportación y su potencial en nuevos mercados en el exterior.

1.1 Planteamiento del Problema

La piña, es un fruto tropical cuya forma es la unión de frutos de varias flores sobre un eje carnoso, presenta una forma ovalada con una pulpa de color amarillo, siendo protegida por una piel dura y con escamas, y un extremo superior decorado con llamativas hojas verdes a modo de corona lo que la hace ver muy llamativa; además de tener un excelente sabor, vitaminas, rica en potasio y baja en calorías, lo que la hace ser muy apetecida en el mercado internacional (Haro, 2022).

Para validar la gran demanda de la piña en el mundo, se recopilan de los países importadores de piña en los periodos 2014-2021, donde se puede identificar una cantidad importada de 28.792.664 Toneladas, destacando a Estados Unidos, Países Bajos, España, Japón, China e Italia con un total agregado de 15.826.714 toneladas, lo que representa el 55% de la demanda del mercado mundial durante los periodos estudiados (Anexo.1) (TradeMap, 2022).

Así mismo, se investigan los datos estadísticos de la exportación de piña colombiana con la finalidad de conocer cómo se encuentra en el mercado internacional. Antes de ello, se debe agregar que este producto cuenta con las propiedades nutricionales requeridas para el consumo humano, ya que el país tiene una excelente ubicación geográfica, variedad de climas, hectáreas cultivables, suelos aptos para generar una buena producción y calidad de

la fruta; además se evidencia que 14 departamentos realizan la producción y exportación de piña en más de 150 fincas registradas por el ICA, que reúnen un área productiva que supera las 3.600 hectáreas, haciendo que Colombia se proyecte como un país competitivo en este mercado internacional (ICA, 2020).

Debido a las afirmaciones anteriores, el cultivo de piña se ha convertido en una gran apuesta a nivel mundial para los productores agrícolas, ya que fortalece el sector del país, debido a las exportaciones hacia países como Italia, Chile, Estados Unidos, Eslovenia y Reino Unido los cuales importaron un total de 48.981 toneladas de piña 2014-2021 (Anexo. 2)

Agregado a lo anterior, se identifican 6 países emergentes (fuera de los mercados tradicionales), los cuales demuestran que, durante los periodos estudiados, obtuvieron un crecimiento en las importaciones, lo que quiere decir que estos mercados se proyectan como socios potenciales para profundizar la demanda de este producto, como lo son Polonia, Francia, Turquía, Rusia, Curazao y Canadá, con una cantidad importada de 7.912 toneladas entre 2014-2021 (anexo 2).

Es preciso indicar que estos países han realizado importaciones provenientes desde Colombia en los últimos años por la buena aceptación que ha tenido la fruta a los mercados mencionados, como se observa en el anexo 2 (A.A y ITC, 2022).

Resulta evidente entonces que Colombia tiene un gran potencial para la exportación de piña, y cabe resaltar que la ubicación geográfica en la que se encuentra el país lo favorece ya que posee tierras y climas adecuados para la siembra de la fruta y por tal motivo, al aumentar la presencia de la piña colombiana en estos mercados emergentes durante los

últimos años desde el 2014, significa mayores posibilidades para continuar mejorando el nivel de las exportaciones nacionales y así continuar fortaleciendo las relaciones comerciales con estos países.

A partir de estas consideraciones presentadas en los párrafos anteriores, se cuestiona ¿cuáles serían aquellos mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos para la exportación de piña colombiana, como resultado de su dinámica comercial internacional entre 2014 y 2021?

1.2 Justificación

Bajo el proceso de consulta e indagación de información previamente realizado en la plataforma digital TradeMap, 2022, se puede identificar que para la exportación de piña, es posible identificar mercados, tanto consolidados como aquellos que se proyecten como potenciales nichos de demanda.

Dentro de este proceso, es preciso reconocer los mercados internacionales que demandan y consumen el producto en la actualidad a nivel global, así como identificar otros mercados emergentes los cuales son atractivos para empresarios e inversores que están en busca de los mercados con mejores rentabilidades, convirtiéndose en un gran potencial de consumo por el desarrollo económico en el que se encuentran, teniendo la oportunidad de ser nuevos aliados para la exportación de piña (Solano, M. s,f), como se puede observar en el (Anexo 1).

A partir de la información presentada en el anexo mencionado, los seis países principales registran los mayores niveles de demanda global acumulada entre 2014 y 2021

concentran casi el 55% del mercado y se destaca a Estados Unidos (8.9055.661 Ton), Países Bajos (1.894.164 Ton.), España (1.290.154 Ton), Japón (1.267.014 Ton), China (1.294.191 Ton.) e Italia (1.225.530 Ton.), dejando ver que tradicionalmente son los más aptos para una eventual oportunidad de negocio (ITC, 2022).

En contraste con ello y detrás del top 10 de países importadores de piña a nivel mundial que agrupan más del 50% de la demanda del mercado, se identifican 6 países que vienen mostrando unos registros crecientes de importaciones entre 2014 y 2020, como lo son Canadá (967.026 Ton), Corea del Sur (571.864 Ton), Portugal (432.808 Ton), Rusia (372.091 Ton), Emiratos Árabes (348.165 Ton) y Chile (274.235 Ton), lo que los posiciona como mercados que podrían ser atractivos para un eventual proceso de exportación (ITC, 2022).

Por otro lado, se recopilan los datos de los mercados importadores de piña colombiana y estos muestran tendencias similares a la dinámica global, pues se ha podido encontrar que históricamente existen relaciones comerciales con Italia (20.161 Ton.), Chile (8,484 Ton.), Estados Unidos (8.474 Ton.), Eslovenia (6.208) y Reino Unido (5.604) siendo los principales importadores de piña nacional, al registrar los valores acumulados de Toneladas importadas más alto durante el periodo entre 2014 y 2021 como se observa en el anexo 2.

Del mismo modo, se identifica en los periodos analizados las conexiones con nuevos mercados emergentes, los cuales son materia de investigación para la exportación de piña colombiana. Dentro de esta dinámica se posicionan 6 países como lo son Polonia (2.147

Ton), Francia (1.461 Ton), Turquía (1.255 Ton), Rusia (1.214 Ton), Curazao (1.138 Ton) y Canadá (697 Ton) como los países objeto de la investigación a desarrollar (ITC, 2022).

A partir de estos registros, se encuentran 3 mercados que sobresalen teniendo en cuenta dos elementos. En primer lugar, se consideran sus registros de crecimiento medio entre 2014-2021, donde se aprecia a Francia (28%), Curazao (29%) y Canadá (48%) y, en segundo lugar, el mantenimiento de las relaciones comerciales entre el periodo analizado (TradeMap, 2022); siendo éstos los más opcionados para expandir la exportación de piña colombiana a estos mercados, a través de la implementación de eventuales proyectos de negocio internacional que busquen determinar la viabilidad del producto.

Debido a la demanda internacional del producto, Colombia ha mejorado las prácticas productivas, donde los productores se encuentran trabajando de la mano con el ICA en medidas de manejo, monitoreo, reducción de plagas, registro de terrenos productivos, recolección, cosecha, postcosecha y certificación fitosanitaria de los envíos, con el fin de garantizar el cumplimiento de los requisitos exigidos en el mercado internacional (ICA, 2020).

Como consecuencia de las prácticas productivas que se mencionan anteriormente, para el año 2020 se presentaron 18 mil hectáreas de siembra de piña de las cuales participan los departamentos de Valle del Cauca (2.388 hectáreas), Santander (9.504 hectáreas), Antioquia (709 hectáreas), Tolima (128 hectáreas), entre otros (UPRA, s.f). En parte, estas cifras se respaldan en el hecho que los productores pueden encontrar instrumentos de financiamiento con el fin de apoyar los proyectos que favorezcan al sector agropecuario y el progreso económico de la región (MAD, s.f).

En pocas palabras, Colombia cuenta con las condiciones geográficas y climáticas requeridas, respaldadas en actuaciones institucionales, que vislumbran la posibilidad de promover una producción dinámica, lo que lo posicionaría como un país que pueda competir en el mercado internacional.

Con base a estas circunstancias, el objeto de esta investigación se orienta en identificar los nuevos mercados potenciales para abrir el comercio de la piña colombiana, buscando alternativas en los países emergentes dando a conocer la posibilidad que tiene esta fruta a nivel internacional, que a su vez generarían nuevas oportunidades a los productores agrícolas del país.

A partir de esto, se realiza el estudio de monografía de investigación por el cual se pretende identificar esos mercados que están incursionando en la compra de esta fruta tropical, por el cual se espera que esta investigación sea un referente respecto de un eventual proyecto de exportación de piña hacia los países identificados como nuevos mercados potenciales y dar a conocer los procesos para realizar las negociaciones con los países estudiados, siendo esto una base para que los interesados en el proceso de incursionar en un proyecto de negocios internacional para la comercialización de la piña colombiana, puedan utilizar.

2. Objetivos

En el presente capítulo se realizará la presentación de los objetivos a alcanzar con el desarrollo del presente trabajo de investigación

2.1. Objetivo General

Identificar los mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos para adelantar eventuales procesos de exportación de piña colombiana, como resultado de su dinámica comercial internacional entre 2014 y 2021.

2.2. Objetivos Específicos

1. Analizar el mercado internacional de la piña con la idea de identificar los potenciales socios comerciales que permitan diversificar los destinos de este producto exportable.
2. Desarrollar la caracterización socioeconómica y normativa del proceso de producción y exportación de piña en Colombia.
3. Describir aspectos relacionados con variables socioeconómicas y de comercio internacional de los mercados emergentes para eventuales procesos de exportación de piña colombiana, a través de una matriz de selección de mercados.
4. Diseñar una guía de exportación de piña colombiana a los mercados emergentes identificados, que permitan conocer los procesos y requerimientos para desarrollar potenciales ventas internacionales de este producto.

3. Metodología

En el presente capítulo se identifica que el análisis y la interpretación de información son esenciales, ya que esto permite llevar a cabo el estudio, por ende, se recurre a fuentes de información que han sido tratadas, tal y como se expone a continuación.

3.1 Fuentes de información.

Respecto a las fuentes de información, es preciso comentar que para el desarrollo del presente estudio no se tienen datos de fuentes primarias y se toman como referencias, exclusivamente fuentes secundarias.

Dentro de las fuentes de información empleadas se destaca el portal web TradeMap, el cual permitió estudiar el comportamiento del mercado de los países importadores de piña, demostrando cifras importantes para identificar los principales consumidores y los mercados emergentes.

De igual manera, se consulta el portal web del Banco Mundial y el portal web de ProColombia, Holland House, Santander Trade Market, en el cual se recopilaron datos socioeconómicos a investigar y que se requieren para hacer una adecuada caracterización de los mercados emergentes propuestos con la investigación.

Finalmente, otra de las fuentes empleadas y que se destacan es esta sección son revistas económicas, como Agronegocios y Agricultura de las Américas, donde se encuentran reportes de cómo se encuentra el mercado de la piña.

3.2 Instrumentos para recolectar la información.

Los instrumentos utilizados para la recolección de información son esenciales para la toma de decisiones, como lo sería para la selección de los países emergentes en la investigación de exportación de piña que se ha adelantado; recopilando datos a través de una revisión documental y estadística por medio la plataforma digital de ICT Market, conocida como “TradeMap”.

Esta información se ha empleado para construir la matriz de mercado donde se miden diferentes factores socioeconómicos (como el PIB, población, idioma, entre otros) que son importantes a la hora de identificar las oportunidades de incursión en los mercados objeto de investigación.

3.3 Técnicas para analizar la información.

Para el análisis de los datos suministrados por las fuentes de información relacionadas previamente, se empleó la estadística descriptiva (Sampieri, et.al. 2014) . Donde se ejecuta un análisis profundo a los datos recopilados en el portal web de TradeMap tomándose como referencia las cantidades exportadas en toneladas de los periodos 2014 a 2021, por medio de ayudas tecnológicas como Microsoft Excel, con el fin de realizar una valoración con los resultados identificados.

Seguidamente se utiliza la matriz de selección de mercado, la cual es una herramienta diseñada para el exportador, donde se identifican los mercados a los que se pretenden llegar y que es utilizada por las empresas que están en condiciones de crecer en los mercados

actuales y aquellos a los que no se han explorado, a partir de una serie de criterios claves para que el producto llegue a su destino por la ruta de exportación óptima.

La matriz analiza características relacionadas con factores políticos, sociales, demográficos, entre otros, que tienen como objetivo que la ruta a elegir sea la más favorable. Es importante realizar una investigación de mercados exhaustiva que no omita países o datos que sean relevantes al momento de hacerse efectiva la selección del país de destino, de ahí que se valora con una calificación de 1 a 5, y un porcentaje que se destina para cada variable, que en conjunto suman un 100%¹ y que dan la posibilidad de identificar la ruta de exportación óptima que permita aprovechar las oportunidades de mercado disponibles y obtener un mayor rendimiento logístico y de precio.

3.4 Definición y justificación del tipo de estudio.

Dada las características del estudio, el trabajo de investigación es de alcance descriptivo (Sampieri, et.al, 2014). Teniendo en cuenta que con la recopilación de datos y fuentes de investigación se realiza un minucioso análisis donde se podrá identificar algunos factores como la demanda, oferta del producto objeto de estudio, de igual manera identificar los mercados potenciales a los cuales se puede llegar.

¹ Este 100% se obtiene de analizar 14 variables, dentro de las cuales se destacan: Producto Interno Bruto con un 10%, Documentación 10%, Crecimiento en Valor 8%, Cantidades Importadas 8%, Exportaciones de Colombia hacia el País Seleccionado 8%, Arancel Preferencial 8%; Conectividad con Colombia 7%, Idioma 7%, Arancel General 7%, Población 6%, Importaciones del País Seleccionado 6%, PIB Per Cápita 5%, Tipo de Gobierno 5% y Proveedores con el 5%.

En línea con esto, el estudio presenta un enfoque cuantitativo (Sampieri, et.al, 2014). Dado que ha desarrollado un método donde se ha recopilado información para ser utilizada en análisis estadísticos y una herramienta de investigación de mercado que permite recopilar y describir la naturaleza de los mercados estudiados.

4. Marco Teórico

En el presente capítulo se identifican algunas teorías económicas del comercio internacional, las cuales se basan en el desarrollo de la monografía, de igual manera se consultaron trabajos de investigación relacionados con la exportación de piña colombiana hacia el mercado internacional.

4.1 Teorías del comercio internacional

La investigación de mercados de las teorías económicas que se han desarrollado a lo largo de la historia, va generando lineamientos para las empresas que tienen como objetivo globalizar sus productos y alcanzar una ganancia óptima. Siendo así, para esta monografía se estudiaron distintos referentes que se presentan a continuación.

En primer lugar, se observa que la teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith destaca un factor importante para el libre comercio que incremente la riqueza de las naciones, asociado a la habilidad de los trabajadores o la mano de obra para producir los mismos recursos en menos horas de trabajo, mejorando así, la eficiencia del país (ACU, 2022). Dicho de otro modo, el cultivo de la piña beneficia a la nación ya que su costo de producción es más bajo que en otros países, considerando que, gracias a su área geográfica, Colombia posee los recursos para brindar cosecha todo el año.

En Segundo lugar, se plantea la teoría de la ventaja comparativa propuesta por David Ricardo, en la que se desarrolla el postulado en el que los países deben especializarse en la producción de aquellos bienes y servicios con los que poseen ventajas frente a otros países,

gracias a la utilización de menores recursos en la producción, beneficiando a los países del comercio internacional, ya que esto genera un intercambio de bienes y servicios (ACU, 2022). A partir de esto, se comenta que Colombia posee ventaja ya que se observa que en los últimos años el sector agropecuario se ha tecnificado y ha evolucionado en cuanto a los métodos de producción lo que lo favorece en el mercado internacional.

En tercer lugar, la teoría de dotación de factores de Ohlin, 2022, analiza que, si el país tiene abundancia en un factor (trabajo o capital), tiene una ventaja comparativa y competitiva en la producción del bien cuyo proceso sea intensivo en ese factor, determinando que los países tienden a exportar más bienes que son producidos por factores que más abundan y más dotados en el territorio. Esto se puede identificar en las tierras disponibles para la siembra de productos alimenticios, donde se tiene una gran ventaja que son las áreas cultivables y además se cuentan con actualizaciones tecnológicas que permiten especializarse para poder obtener una mejor producción (Ohlin, 2022).

En cuarto lugar, la teoría de la ventaja competitiva postulada por Porter, 2022, "se puede relacionar respecto de la manera como la empresa se da a conocer en el mercado internacional, un ejemplo de esto en el sector agrícola es utilizando tres estrategias: teniendo en cuenta la calidad del producto, innovación tecnológica y bajos costos en la producción". Dicho esto, las empresas agrícolas en Colombia se han tecnificado para poder obtener un producto a menor costo y de buena calidad, generando una percepción positiva en los clientes extranjeros para atraerlos al mercado colombiano.

Por último, la teoría de la demanda recíproca postulada por Stuart Mill la cual habla del intercambio comercial entre países, siendo más favorable para el país que tenga más

demanda externa (exportaciones) de los productos y menos demanda interna (importaciones) (Ronderos, 2006). Un ejemplo de esta se encuentra en los acuerdos comerciales en donde los países aliados de Colombia evidenciándose la comercialización de productos.

A partir de esta revisión, es preciso comentar que el enfoque de identificar nuevos mercados para la exportación de piña, se debe en parte a que Colombia posee los recursos necesarios para aportar una aceptación en la demanda insatisfecha de los países emergentes seleccionados, siendo determinante la posición geográfica en la que se encuentra, facilitando su alta producción, mejor calidad del producto y menores costos, obteniendo una ventaja en el comercio internacional de esta mercancía, siendo competitivo frente a otras naciones y generando la capacidad de ofertar el bien exigido por el mercado internacional.

A partir de esto, resulta lógico pensar en la búsqueda de nuevos socios comerciales, incrementando la dinámica económica y abriendo un campo laboral en la parte de la agricultura. En conclusión, de estas teorías se puede afirmar que son un referente interpretativo a la hora de llevar a cabo el comercio internacional entre los países ya que permite identificar, a la hora de realizar investigaciones, proyectos y procesos para la exportación de bienes o servicios.

4.2 Antecedentes

Colombia es uno de los países latinoamericanos con mayor número de tierras fértiles para la producción de una gran variedad de cultivos (A.A, 2022), por lo cual en los últimos años se ha visto fortalecido el sector agrícola contando con una gran gama de producción y

abriendo paso a nuevos proyectos, por tal motivo se realiza el presente estudio para observar el comportamiento del mercado de una de las frutas tropicales más apetecidas en el mundo, como lo es la piña.

A partir de esta consideración, se han encontrado 4 estudios sobre la exportación de piña, y 1 relacionado directamente con Canadá, siendo uno de los países emergentes seleccionados, que demuestran el potencial para poder llegar al mercado internacional, tal y como se presenta líneas abajo.

En primer lugar, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad Industrial de Santander en la que se puede identificar que existe una gran demanda mundial de piña, siendo Europa y Estados Unidos los principales participantes de este mercado gracias a los buenos hábitos alimenticios y los beneficios que genera la fruta para la salud (Abreo y Becerra, 2016).

De igual manera, en este documento se identifican los requerimientos legales y normativos para poder realizar la exportación hacia estos países, como trámites previos al despacho, trámites aduaneros y reintegro de divisas, teniendo en cuenta que Colombia cumple con los requerimientos para llegar a este mercado (Abreo y Becerra, 2016).

En segundo lugar, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, en la que se puede identificar que por diferentes factores que se encuentran en el mercado chileno, se hace viable la exportación de piña colombiana a este destino, ya que es un mercado creciente, debido a la gran demanda del producto, ya que no solo es para el consumo de los ciudadanos, sino también para las empresas dedicadas a su transformación en subproductos como mermeladas, deshidratados,

compotas, entre otros; haciendo que Colombia pueda tener una gran oferta exportable de piña hacia Chile (Londoño, Uribe, y González, 2017).

En tercer lugar, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad Piloto de Colombia, en la que se establece que Colombia se destaca por la diversidad de frutas tropicales como la piña, y Dubái se ha mostrado como un mercado potencial, dado que el crecimiento de la producción, asociado a una demanda internacional que está en aumento, demuestra su potencial. Este documento da a conocer a nivel internacional la calidad de estas frutas, con la idea de abrir mercados para la comercialización de los productos, implementando buenas prácticas para la exportación y que lleguen a su destino de la mejor forma posible (Palacios y Peña, 2019).

En cuarto lugar, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad Autónoma de Occidente en la que se identifica un proyecto de exportación de piña hacia Canadá, siendo uno de los posibles mercados emergentes dentro del estudio adelantado. Este documento muestra la tendencia del mercado internacional que se caracteriza por demandar alimentos naturales y totalmente saludables, por esta razón, Colombia tiene gran ventaja para competir en dicho mercado por sus altos niveles nutricionales. De igual manera, pone en evidencia un crecimiento de la producción de piña a nivel nacional, con el crecimiento de las hectáreas sembradas del país y las exportaciones del producto, resultando en que la demanda a nivel internacional también ha incrementado notoriamente (Vanegas y Arias, 2020).

En este sentido, el documento estudiado deja en manifiesto que Canadá y Colombia tienen alianzas comerciales, lo que garantiza la posibilidad de comercio entre ambos países,

por lo que estas transacciones internacionales podrían llevarse a cabo si se cumplen en su totalidad las exigencias reglamentadas (Vanegas y Arias, 2020).

Como se ha demostrado en las investigaciones anteriormente mencionadas, se puede observar que muchos países se encuentran importando piña, siendo atractiva por su sabor y los beneficios que brinda para la salud, no solo la fruta en seco si no también con diferentes procesos como mermeladas, en conservas, en tajadas, picada en cuadritos, en jugos y demás; percibiendo una gran oportunidad para llegar a diversos mercados y poder satisfacer la demanda insatisfecha.

Gracias a la demanda exigida en el mercado internacional, se encuentra una oportunidad de negocio para el país, por tal motivo se realiza el presente trabajo de investigación, donde se da a conocer que Colombia cuenta con los recursos necesarios para poder llegar a nuevos mercados (emergentes), ya que cuenta con un reconocimiento a nivel mundial por el buen producto que se está ofertando y además se puede distinguir por sus grandes extensiones de tierra, un excelente clima para la producción de piña y el mejoramiento en la tecnología, las cuales favorecen al país y le dan la oportunidad de abrir las fronteras comerciales para poder cumplir con la demanda insatisfecha en el mercado internacional.

5. Resultados y Análisis

En el presente capítulo se desarrollarán los objetivos propuestos para el trabajo de monografía donde se identificarán los potenciales socios comerciales y la caracterización socioeconómica y normativa del proceso de producción y exportación hacia los mercados emergentes, empleando para ello un matriz de selección de mercados.

5.1 Análisis del mercado internacional de la piña

El mercado de la piña en los últimos años se ha fortalecido ya que muchos países demandan más este producto, que forma parte de las frutas exóticas apetecidas en el mundo por su gran sabor, además que aporta muchos beneficios para la salud, por ejemplo, al poseer una enzima llamada “bromelina”, mejora la digestión, tiene efectos anti inflamatoria para pacientes con osteoartritis, fortalece el sistema inmunitario donde se destaca la vitamina C, manganeso, el magnesio y el potasio (Morales, 2022). Por estas y muchas razones más, las personas de todo el mundo se ven atraídas al consumo de esta fruta, sumado a que muchos nutricionistas confirman el gran aporte que le brinda al cuerpo humano.

En consecuencia de la buena aceptación de la fruta en el mundo, se investigan los datos de la plataforma TradeMap y se identifica la gran demanda del producto a nivel mundial, siendo importada por diferentes países durante los periodos 2014-2021, donde sobresalen los principales importadores de piña en el mercado como son Estados Unidos con una cantidad importada de 8'905.661 toneladas, en segundo lugar Países Bajos con 1'894.164 toneladas, en tercer lugar España con 1'290.154 toneladas, en cuarto lugar Japón con 1'267.014 toneladas, en quinto lugar China con 1'244.191 toneladas, en sexto lugar

Italia con 1´225.530 toneladas, en séptimo lugar Alemania con 1´197.214 toneladas, en octavo lugar Reino Unido con 1´180.858 toneladas, en noveno lugar Bélgica con 1´150.366 toneladas y en décimo lugar Francia con 1´047.393 toneladas (ITC, 2022).

Esto quiere decir que los 10 principales importadores, de un total de 207, acaparan el 71% del mercado para una cantidad importada de 20´402.54 toneladas y el 31% restante pertenece a los demás 197 países, durante los periodos anteriormente mencionados. De igual manera, se puede observar que, dentro de los principales demandantes, se encuentran mercados muy fuertes como lo es Estados Unidos, que tiene participación del 31%, siendo el principal importador de piña en todo el mundo (ITC, 2022).

Del mismo modo, se analiza la tasa de crecimiento de los países seleccionados y se puede identificar un crecimiento significativo de las importaciones de China, con una tasa del 18% (ITC, 2022), y esto se debe a que durante estos periodos se generó un aumento general de los ingresos per cápita y el crecimiento de una nueva clase media que se interesó por el consumo de una gran variedad de productos, y a la gran población que alberga el país de China (ICEX, 2019).

En segundo lugar, pero con más de diez puntos porcentuales de diferencia se ubica Francia con 2,7%, España y Estados Unidos con 1.7%, y Japón con un 1.2%; los cuales reflejan un crecimiento leve durante los periodos estudiados. En contraste con esto, se observa una tasa de crecimiento negativa para Italia -0.1%, Bélgica -0.2%, Países Bajos -1.1%, Reino Unido -1.8% y Alemania -3.4%, como se observa en la tabla 1.

Tabla 1*Países importadores de piña en el mundo (En Toneladas: 2014-2021)*

Países	Participación	Crecimiento	Cantidades
Estados Unidos	31%	1,7%	8.905.661
Países Bajos	7%	-1,1%	1.894.164
España	4%	1,7%	1.290.154
Japón	4%	1,2%	1.267.014
China	4%	17,5%	1.244.191
Italia	4%	-0,1%	1.225.530
Alemania	4%	-3,4%	1.197.214
Reino Unido	4%	-1,8%	1.180.858
Bélgica	4%	-0,2%	1.150.366
Francia	4%	2,7%	1.047.393
Canadá	3%	0,2%	967.026
Corea	2%	-2,6%	571.864
Portugal	1%	11,1%	432.808
Rusia	1%	6,3%	372.091
Emiratos Árabes	1%	-3,9%	348.165
Chile	1%	-0,4%	274.235
Curazao	0.01%	121%	3.973
Mundo	100%	1,1%	28.792.664

*Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de Importaciones Mundiales***(0804.30.00.00)**

En línea con lo anterior y para considerar un espectro amplio respecto del mercado que se analiza, se posa la atención en los mercados oferentes de piña a nivel mundial, de lo cual se puede decir que los 10 principales exportadores de piña en el mundo representan el 91% de la participación, equivalentes a 26'672.114 toneladas en el mercado internacional (ITC, 2022).

Dentro de este grupo de productores, se identifica que Costa Rica es el principal exportador del producto con una cantidad exportada de 16'876.203 toneladas, seguido de Filipinas con 3'910.833 toneladas, Países Bajos con 1'759.717 toneladas, Bélgica con

944.718 toneladas, Estados Unidos con 901.688 toneladas, Ecuador con 633.532 toneladas, Honduras con 558.905 toneladas, México con 477.586 toneladas, Trinidad y Tobago con 349.726 toneladas, y Costa de Marfil con 258.936 toneladas (TradeMap 2022).

Tabla 2

Países exportadores de piña en el mundo (En Toneladas: 2014-2021)

Exportadores	Participacion	Crecimiento	Cantidades 2014-2022
Costa Rica	57%	0,6%	16.876.203
Filipinas	13%	6,3%	3.910.833
Países Bajos	6%	-2,2%	1.759.717
Bélgica	3%	-3,2%	944.718
Estados Unidos	3%	-2,3%	901.688
Ecuador	2%	7,0%	633.532
Honduras	2%	7,4%	558.905
México	2%	-9,7%	477.856
Trinidad y Tobago	1%	-27,0%	349.726
Costa de Marfil	1%	-1,0%	258.936
Guatemala	1%	1,7%	251.493
España	1%	-0,4%	247.264
Taipei Chino	1%	16,0%	246.002
Panamá	1%	-9,7%	223.046
Malasia	1%	-6,2%	161.380
Colombia	0%	5,1%	77.029
Mundo	100%	0,8%	29.441.776

Elaboración propia. Fuente: (TradeMap 2022) Sección de exportaciones Mundiales

(0804.30.00.00)

En cuanto a la tasa de crecimiento de las exportaciones, se realizó un análisis del cual se puede identificar que solo 4 países de los 10 relacionados previamente, tienen una tasa de crecimiento positiva, a saber: Honduras (7.4%), Ecuador (7.0%), Filipinas (6.3%) y Costa Rica (0.6%), quien obtuvo una tasa de crecimiento leve, a pesar de ser el mayor exportador. Contrario a esta tendencia, los países que saldaron variaciones negativas en sus valores

exportados fueron Costa de Marfil (-1.0%), Países Bajos (-2.2%), Estados Unidos (-2.3%), Bélgica (-3.2%), México (-9.7%) y, Trinidad y Tobago (-27%), como se aprecia en la tabla 2.

Dentro de esta dinámica exportadora, es preciso comentar que Colombia se encuentra en el puesto N° 22 con una cantidad exportada de 77.029 Toneladas como se aprecia en la Tabla 2, lo que representa un 0.3% de la participación mundial y ha saldado una tasa de crecimiento positiva de 5.1% (ITC, 2022).

Tabla 3

Países Importadores piña Colombia (2014-2021)

Importadores	Participacion	Crecimiento	Cantidades 2014-2021
Italia	32%	3,4%	20.161
Chile	7%	0,5%	8.484
Estados Unidos	13%	-20,8%	8.474
Eslovenia	9%	125,4%	6.258
Reino Unido	5%	6,5%	5.604
Países Bajos	5%	35,4%	4.628
Bélgica	7%	-47,2%	4.235
Portugal	3%	-8,4%	3.078
España	3%	54,4%	2.973
Alemania	3%	89,6%	2.576
Polonia	4%	116,6%	2.147
Francia	2%	28,3%	1.461
Turquía	1%	-18,1%	1.255
Rusia	1%	-0,04%	1.214
Curaçao	1%	29,4%	1.138
Canadá	1%	47,7%	697
Mundo	100%	5,1%	77.029

Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de exportaciones colombianas

(0804.30.00.00)

A partir de esto, se ha observado que desde el año 2014 han incrementado las exportaciones colombianas a distintos mercados como Italia, Chile, Estados Unidos, Eslovenia, Reino Unido, Países Bajos, Bélgica, Portugal, España, Alemania y Polonia, siendo los principales demandantes del producto colombiano como se puede evidenciar en la tabla 3.

Sumado a esto, se debe comentar que es posible identificar otros países, los cuales son el motivo de la investigación, teniendo en cuenta que se perfilan como nuevos mercados emergentes que podrían ser potenciales socios comerciales como Francia, Turquía, Rusia, Curazao y Canadá (ITC, 2022); Lo que generaría oportunidades a los productores nacionales de incrementar la producción e incluso, brindar opciones a aquellos proveedores que venden en el mercado nacional para que visualicen su producto y tomen la decisión de llegar a comercializar a nivel internacional.

Posando la atención en otro frente del mercado, se identifica que el precio de la piña en el mercado internacional, a partir de lo que se puede observar, no registra un precio fijo en todo el mercado, ya que varían según los costos de producción de cada país, como se puede observar en la tabla 4. Para los periodos analizados, los precios son muy variados para una tonelada de piña e incluso se puede identificar que Bélgica (-0.7%) y Estados Unidos (-0.7%) tuvieron una variación media negativa.

Por otra parte, los precios de la piña exportada por Filipinas (6.9%), México (6.3%), Trinidad y Tobago (11.6%) y Costa de Marfil (7.0%), obtuvieron un crecimiento positivo durante el periodo analizado. Igualmente, se observa un crecimiento moderado en los precios de exportación de Países Bajos (3.0%), Ecuador (0.2%), Honduras (0.6%),

Guatemala (2,4%), España (1.6%), China Taipéi (2.1%) y Malasia (0,3%). Finalmente, es preciso comentar que los precios de la piña colombiana registraron un crecimiento leve de 1.5% con un precio promedio de 588 USD/Ton (ITC, 2022).

Tabla 4

Valor (Tonelada) de las Exportaciones Mundiales de piña (2014-2021)

Exportadores	Valor unitario exportado, Dólar Americano/Toneladas								Precio Promedio	Tasa de crecimiento
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021		
Costa Rica	418	432	448	454	445	443	451	503	397	1,7%
Filipinas	320	393	403	406	434	518	528	526	401	6,9%
Países Bajos	930	936	927	945	881	886	970	970	814	0,3%
Bélgica	972	877	874	907	825	859	904	889	767	-0,7%
Estados Unidos	945	905	843	799	826	880	871	877	750	-0,7%
Ecuador	485	484	506	530	510	480	491	505	438	0,2%
Honduras	430	436	449	426	450	426	441	467	387	0,6%
México	478	470	494	469	407	812	711	627	499	6,3%
costa de marfil	410	348	362	384	396	365	407	845	388	7,0%
Guatemala	316	309	313	357	332	358	347	368	298	2,4%
España	933	923	1.032	1.058	1.024	961	1.087	1.037	890	1,6%
Taipei Chino	1.014	1.134	1.347	1.358	1.324	1.270	1.224	1.267	1.116	2,1%
Malasia	316	319	328	365	353	340	317	327	294	0,3%
Colombia	651	708	643	633	588	610	754	767	588	1,5%

Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de exportaciones colombianas (0804.30.00.00)

En consecuencia, de llegar al mercado internacional se debe pensar en el transporte del producto ya que, por ser un alimento perecedero, se debe de transportar con mucho cuidado y refrigerado, a una temperatura de 7° a 8°C, y debe de contar con un termógrafo para el control y registro de la temperatura (CPS, 2022), independientemente de las 3 modalidades de transporte que se pretenda utilizar (Aéreo, Marítimo, Terrestre).

Además, el sistema de comercialización del producto se establece de un canal de distribución indirecto largo (Bravo, 2021), por diversos factores, de los cuales se destaca el

transporte nacional desde la empresa hacia el puerto o aeropuerto, el tiempo de tránsito que pueda demorarse del lugar de origen hacia el destino de igual manera actúan varios intermediarios para llegar al consumidor final, esto implica que durante el tránsito el producto se encuentra en proceso de maduración, por el cual se debe cumplir con la cadena de frío hasta llegar a su destino a las temperaturas mencionadas anteriormente.

En línea con todo esto, se puede identificar que el tipo de mercado en el que se comercializa la piña se cataloga de competencia imperfecta, pues es una fruta que se puede comercializar en diferentes presentaciones como en fresco, picada en cuadritos, en tajadas y en conservas; sumado a que el precio lo maneja cada empresa según los costos para producir el producto.

A partir de ello, este mercado se clasifica como un oligopolio, puesto que se pueden encontrar varios proveedores de la fruta, sin embargo, sobresale uno que, por historia, es uno de los más grandes exportadores de piña y por ende posee el 57% de la participación mundial (como Costa Rica), pero esto no quiere decir que nuevos competidores no puedan ingresar al mercado, un claro ejemplo es Colombia, que cada vez aumenta las exportaciones de piña.

5.2 Caracterización socioeconómica y normativa del proceso de producción y exportación de piña en Colombia.

El sector del agro colombiano, con el pasar de los años, no pasa desapercibido gracias a la gran variedad de productos y de buena calidad, siendo requeridos en el mercado internacional, como el café, ya muy conocido por ser uno de los mejores del mundo, junto a alimentos como el banano, el plátano, el mango y el limón (UPRA, s.f).

Sumado a esto, es preciso hacer mención de la fruta objeto de estudio de esta monografía de investigación (la piña), pues como se ha apreciado, hace parte de las frutas apetecidas por el mundo, fundamentado en la creciente demanda por parte del mercado internacional, lo que permitiría pensar en una oportunidad para que los productores colombianos puedan insertarse en las dinámicas del comercio exterior de este producto.

A partir de esto, se comenta el potencial que tiene el territorio colombiano, ya que es uno de los países más importantes para ser despensa mundial de alimentos y esto se debe a su ubicación y la disponibilidad de tierras cultivables, por ende, se realiza el presente estudio por el cual se pretende demostrar cuáles son esos nuevos mercados que Colombia puede aprovechar, dadas las particularidades en materia productiva que ha desarrollado.

Para ello, se realiza un análisis de los datos recopilados de la UPRA, s.f, y se puede identificar que para el año 2021, el cultivo de piña se encuentra en 29 departamentos de Colombia y representa un total de 25.078 hectáreas, de los cuales se destacan 5 con la mayor área sembrada, como lo son Santander (9.487 ha), Meta (3.025 ha), Valle del Cauca (2.421 ha), Cauca (1.337 ha) y Chocó (1.020 ha) (UPRA, s.f).

A partir de este panorama, se destaca que en dicho periodo, la producción se incrementó en un 2,4%, respecto de las 24.488 hectáreas registradas en el año 2020, lo que generó un incremento importante del 11.1% de la producción, a pesar que algunos productores de Santander (departamento que posee la mayor área sembrada) cambiaron de actividad productiva durante la pandemia (UPRA, s.f).

Esta situación se respalda en un aspecto positivo de su proceso de producción, pues se tiene la posibilidad de contar con cosechas durante todo el año, ya que se siembran de

forma escalonada para poder cumplir con la demanda, en parte, como se presenta a continuación.

El proceso de cultivo inicia con la siembra de la semilla en campo abierto. Se deben realizar aplicaciones semanalmente con el fin de proteger el cultivo de plagas y enfermedades, además de tener un buen manejo fitosanitario, y tener en cuenta que mensualmente se debe realizar la fertilización durante todo el periodo hasta que se obtenga la cosecha. Este es un cultivo que requiere muchos cuidados durante todo su ciclo y cuenta con dos periodos de cosecha, el primero puede durar entre 14 y 15 meses, y el segundo está entre 11 y 12 meses, por eso se debe realizar una siembra escalonada para poder cumplir con la demanda del mercado (González, 2019).

De lo anterior se puede deducir que Colombia tiene el potencial para llegar a nuevos mercados a nivel internacional y poder aprovechar el cultivo de la piña que se encuentra en un momento favorable, siendo demandado por muchos países, pero sin perder de vista que para poder llegar al ámbito internacional se deben cumplir unos requerimientos, por tal motivo, una vez se haya determinado el país objetivo al cual desea llegar, se debe cumplir con una serie de certificados solicitados por las entidades competentes, como la DIAN, el ICA y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como se presenta en el anexo 4. De igual manera, se debe cumplir con unos parámetros para el empaque y embalaje del producto, puesto que esto evita daños y facilita el manejo a la hora de transportarlos (Logihfrutic, s.f).

Por otra parte, se deben presentar los documentos requeridos al momento de despachar los productos, ya sea que se transporten por vía marítima o aérea, estos se

demuestran tanto en el país de origen como en el país de destino, puesto que allí se presenta la información de la mercancía (Anexo 4).

En línea con estos requerimientos en materia productiva, para poder realizar un eventual proceso de exportación, se deben efectuar los pasos para obtener los certificados exigidos, de igual manera se debe tener en cuenta el destino al que se desea llegar ya que para el ingreso de la mercancía se debe cumplir con los documentos que se mencionan (Anexo 4), dándole la oportunidad a los exportadores de llegar a estos mercados objetivos.

5.3 Descripción de los aspectos relacionados con variables socioeconómicas y de comercio internacional de los mercados emergentes, a través de una matriz de mercados

En la presente sección se realiza una caracterización de los 3 mercados emergentes para ser potenciales socios comerciales. Dicho esto, se analizan los datos proporcionados por el portal web de Trademap respecto de las exportaciones de piña colombiana, donde se reconocen 6 mercados emergentes, a saber: Polonia, Francia, Turquía, Rusia, Curazao y Canadá, que pueden llegar a ser nuevas alternativas para el comercio del producto (ver capítulo 5.1)

A partir de lo anterior, se seleccionaron 3 mercados emergentes como Canadá, Francia y Curazao por su tasa de crecimiento positiva, además que, durante los períodos estudiados, las importaciones fueron frecuentemente activas desde estos países durante los 6 años estudiados; a diferencia de Polonia, Turquía y Rusia que, registraron tasas de variación diferenciadas respecto del valor importado (incluso negativa, para Polonia), y solo

tuvieron entre 3 y 4 periodos activos, por tal motivo no son seleccionados como potenciales socios comerciales (Anexo 4).

Dentro de los países seleccionados para el estudio de mercado se encuentra Francia, una república presidencialista, la cual limita al noroeste con el Canal de la Mancha, al noreste con Bélgica y Luxemburgo, al este con Alemania y Suiza, al sudeste con Italia, Mónaco y el mar Mediterráneo, al sur con España y Andorra, y al oeste con el océano Atlántico, cuyo idioma oficial es el Francés (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2022); además, cuenta con una población de 67.499.343 habitantes para el año 2021 (Banco Mundial, 2022).

Además, demuestra una economía positiva que para el año 2021 fue de 2'937.472 millones de dólares, superando a países como España, Bélgica y Suiza y para dicho año obtuvo un PIB per cápita de 43.518 USD, con un registro 7 veces mayor que Colombia (Banco Mundial, 2022). Partiendo de que es una de las grandes economías del mundo y sus principales sectores industriales son las telecomunicaciones, la electrónica, la industria automotriz, aeroespacial y armamentística (Santander, 2022).

Ahora bien, se puede observar que Francia registra unas importaciones de 143.209 toneladas de piña a nivel mundial, lo que hace referencia a una participación del 4% en el mercado, de igual manera se evidencia una tasa de crecimiento del 2.7% entre los periodos 2014-2021 como se evidenció en la (Tabla 1). En cuanto a la conectividad desde la costa atlántica colombiana, existen 10 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran entre 29 y 40 días, todo depende de los trasbordos que realizan en los puertos de Panamá, Bélgica, Países Bajos, Alemania y España e igualmente, desde Buenaventura hacia los puertos de

Francia existen 7 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran entre 20 y 41 días, todo depende de los trasbordos que se realizan en los puertos de Panamá, Bélgica, Alemania, España, e Italia (ProColombia, s.f).

Por otra parte, se encuentra que Costa Rica, Ecuador, Costa de Marfil, Ghana y Países Bajos son los principales proveedores de piña, y Colombia llega a este mercado en mínimas cantidades que para el año 2021 fueron de 201 Toneladas (Anexo 2). Además, se encuentra el acuerdo comercial de Colombia y la Unión Europea de cual hace parte Francia, lo que es un efecto positivo ya que se encuentra un arancel del 0% para el producto de la piña, lo que facilita el ingreso al mercado permitiendo ser un país competitivo (Muisca, s.f).

De tal modo que para llegar al país objetivo se debe de cumplir con una serie de documentos requeridos para la exportación de piña tales como: factura comercial, certificado de origen, lista de empaque y certificado fitosanitario (Min agricultura, 2021).

En segundo lugar, el otro país seleccionado por el estudio es Canadá, como miembro de la Commonwealth, de ahí que Canadá es formalmente una monarquía constitucional, siendo su jefe de Estado el rey Carlos III de Inglaterra, además se constituye como un Estado federal dotado de un sistema político democrático parlamentario (MAE, 2022). Se encuentra situado al extremo norte del continente americano y limita al sur con Estados Unidos, al norte con el Océano Glaciar Ártico, al este con el Océano Atlántico, y al oeste con el Océano Pacífico y Estados Unidos (Alaska). Cuyo idioma oficial según la constitución es el inglés y el francés. Además, para el año 2021 Conto una población de 38.246.3108 habitantes (Banco Mundial, 2022).

Además, demuestra una economía positiva que para el año 2021 fue de 1'990.761 millones de dólares, superando a países como Australia, Bahamas y Belice (Banco Mundial, 2022). Para dicho año obtuvo un PIB per cápita de 52.051 USD, con un registro 8 veces mayor que Colombia (Banco Mundial, 2022).. Es además uno de los principales productores de minerales, principalmente níquel, zinc y uranio. El país dispone asimismo de grandes reservas de gas y tiene la cuarta mayor reserva de petróleo del mundo (Santander, s.f).

Ahora bien, se puede observar que Canadá registra unas importaciones de 125.709 toneladas de piña a nivel mundial, lo que hace referencia a una participación del 3% en el mercado, de igual manera se evidencia una tasa de crecimiento del 0.2% entre los periodos 2014-2021 como se puede observar en la (Tabla 1). En cuanto a la conectividad, los servicios regulares de transporte marítimo desde Colombia se centralizan en 4 Puertos: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec), Toronto (Ontario) y Vancouver (Columbia Británica). Además, desde la costa atlántica colombiana existen 7 navieras, con un tránsito de tiempo de 8 a 77 días dependiendo de los trasbordos en los puertos de Jamaica, Panamá, Estados Unidos, Polinesia Francesa y República Dominicana. Igualmente, desde Buenaventura existen 5 navieras, con un tránsito de tiempo de 1 a 31 días dependiendo de las conexiones que se realizan en los puertos de Panamá, Estados Unidos y Jamaica (Pro Colombia, s.f).

Por otra parte, se encuentra que Costa Rica, Honduras, Estados Unidos, México y Guatemala son los principales proveedores de piña, y Colombia llega a este mercado en mínimas cantidades para el año 2021 con 21 Toneladas (Anexo 2). Además, se encuentra el tratado de libre comercio entre Canadá y Colombia, lo que es un efecto positivo ya que se

encuentra un arancel del 0% para el producto de la piña, lo que facilita el ingreso al mercado permitiendo ser un país competitivo (Muisca, s.f).

Por lo tanto, para poder ingresar al país objetivo se debe de cumplir con una serie de documentos requeridos para la exportación de piña tales como: factura comercial, certificado de origen, lista de empaque y certificado fitosanitario (Min agricultura, 2021).

En tercer lugar, Según Holland House, 2021, el último país seleccionado para el estudio es Curazao, un país constituyente del Reino de los Países Bajos, que tiene un marco político basado en una democracia parlamentaria representativa, razón por la cual el primer ministro es el jefe del gobierno en un sistema multipartidista y se encuentra en el Mar Caribe, comparte fronteras marítimas con Venezuela y Republica Dominicana. Hasta 2010 formó parte de las Antillas Neerlandesas multipartidista, el idioma oficial es holandés, el papiamento y el inglés. Con una población de 38.246.3108 habitantes para el año 2021 (Banco Mundial, 2022).

Además, demuestra un PIB que para el año 2020 fue de 2.496 millones de dólares, teniendo un crecimiento negativo respecto al año anterior del -18.4%, lo que genero una disminución en el PIB per cápita a 16.109 USD, pero aun así se obtuvo un registro 3 veces mayor que Colombia para este año (Banco Mundial 2022). Gran parte de la economía de Curazao depende de la comercialización de servicios como el turismo el cual representa el 71% del PIB (Holland house, 2021).

Ahora bien, se puede observar que Curazao registra unas importaciones de 1.142 toneladas de piña a nivel mundial, lo que hace referencia a una participación del 0.01% en el mercado, de igual manera se evidencia una tasa de crecimiento del 121% entre los

periodos 2014-2021 (Tabla 1). En cuanto a la conectividad, los servicios regulares de transporte marítimo desde Colombia se centralizan a un solo puerto Willemstad, siendo el principal de la isla. Además, desde la costa atlántica existen 4 rutas en conexión ofrecidas por 5 navieras con tiempos de tránsito de 1 a 8 días dependiendo de los transbordos que se realizan en puertos de Panamá y República Dominicana; de igual manera desde Buenaventura hacia el puerto, existe 1 ruta de conexión, ofrecidas por 5 navieras, con tiempos de tránsito de 9 días, dependiendo de las conexiones que se realizan en puertos de República Dominicana (Pro Colombia, s.f).

Por otra parte, se encuentra que Panamá, Colombia, República Dominicana, Costa Rica y Estados Unidos son los principales proveedores de piña, y Colombia llega a este mercado en segundo lugar con una cantidad exportada de 200 Toneladas (Anexo. 2). Además, se encuentra el tratado de libre comercio entre Curazao y Colombia, lo que es un efecto positivo ya que se encuentra un arancel del 0% para el producto de la piña, lo que facilita el ingreso al mercado permitiendo ser un país competitivo (Holland house, 2021).

Por lo tanto, para poder ingresar al país objetivo se debe de cumplir con una serie de documentos requeridos para la exportación de piña tales como: factura comercial, certificado de origen, lista de empaque y certificado fitosanitario (Min agricultura, 2021).

Para concluir se puede observar que se puede ingresar a estos mercados sin ningún contratiempo aprovechando el incremento de la demanda del producto en estos países, lo que generaría oportunidades para los productores colombianos y así mejorar el nivel económico país.

5.4 Diseño de la guía de exportación de piña colombiana a los mercados emergentes.

En la presente sección se presenta la guía exportadora hacia los mercados identificados como socios comerciales emergentes (ver anexo 6), con la cual se pretende dar a conocer e informar los requerimientos que se deben tener en cuenta para exportar piña hacia estos destinos, presentando datos muy puntuales para facilitar el ingreso al mercado internacional que deben conocer los exportadores con el fin de que sean competitivos en el comercio exterior.

Además, se debe aprovechar ya que es un producto que se produce durante todo el año, esto es gracias a que sus siembras son escalonadas, igualmente a que en Colombia se encuentran tierras disponibles para desarrollar cultivos con frutos de excelente calidad, lo que llama la atención en el mercado internacional.

Por tal razón se presenta esta guía exportadora, con la que se pretende informar a los exportadores de piña respecto de los documentos y requerimientos se necesitan al momento de realizar dicho proceso. Como primera sección, se aprecia una pequeña reseña del porqué la guía exportadora, en la segunda se encuentra lo relacionado a quiénes pueden exportar piña y qué documentos se necesitan para poder ser exportador de este bien.

En la tercera sección se encuentra el proceso de empaquetado y etiquetado del producto para su debida manipulación y exportación. En la cuarta, quinta y sexta sección se presentan datos importantes sobre el país seleccionado y la documentación requerida para el proceso de importación por parte del país destino.

Por último se presenta la “Guía exportadora: Francia, Canadá y Curazao” la cual permite conocer los documentos con que se debe de contar para poder ser exportador, además presenta los requerimientos para poder llegar a estos mercados, brindando la oportunidad de llegar a otros países con el producto de la piña.

6. CONCLUSIONES

Es preciso decir que la investigación de mercado es un proceso que este compuesto por diversos factores, de los cuales las empresas que pretendan incursionar en estos nuevos mercados deben realizar la mayor recopilación de información y datos posibles para así mismo llevar a cabo un análisis de los distintos factores y variables, que son de gran importancia al momento de determinar el contexto general de los mercados potenciales.

Por lo tanto, todo este proceso es parte importante ya que gracias a esto se tiene más claridad teniendo en cuenta los diversos mercados que existen, facilitando la toma de decisiones al momento de seleccionar un país objetivo con el propósito de garantizar el éxito en el proceso de exportación. Además, la metodología aplicada para la matriz de mercado se presenta como una herramienta fundamental para el comercio internacional, ya que tiene un enfoque descriptivo y cuantitativo, que permite examinar la información de forma más exacta al momento de realizar el proceso de selección de nuevos mercados.

Por lo tanto, se recopilan los datos del portal web TradeMap, la cual es una herramienta importante para sustraer la información del mercado internacional, permitiendo identificar potenciales socios comerciales para el producto de la piña, donde se destacan como principales importadores a Estados Unidos, Países Bajos y España. Pero a su vez se identifican 6 posibles socios comerciales donde se destacan 3 mercados emergentes que presentan una tasa de crecimiento de las importaciones positiva, llamando la atención para el producto de la piña, donde se ve la oportunidad de ingresar para así aprovechar el incremento de la demanda.

Por esta razón el desarrollo de la monografía de investigación la cual permite identificar los 3 nuevos socios comerciales, Dando como resultado la guía de exportación: Francia, Canadá y Curazao, demostrando los procesos y requerimientos para llegar a estos mercados, siendo una herramienta para poder llegar a nuevos destinos.

Referencias

- Abreo, Y., y Becerra, B. (2016). Estudio de mercado legal y técnico para la exportación de piña en la variedad MD2 (ORO MIEL) y perolera del municipio de Villanueva Santander. <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/164783.pdf>
- Agricultura de las Américas (A.A). (2022). La agroindustria de la piña incrementa exportaciones. *Agricultura de las Américas*. <https://agriculturadelasamericas.com/agricultura/la-agroindustria-de-la-pina-incrementa-exportaciones/>
- Asturias Corporación Universitaria (ACU). (2022). Teoría de la ventaja absoluta y ventaja comparativa. https://www.centrovirtual.com/recursos/biblioteca/pdf/teorias_comercio_internacional/unidad2_pdf2.pdf
- Banco Mundial. (2022). PIB Canadá, Francia, Curazao. <https://datos.bancomundial.org/indicador>.
- Banco Mundial. (2022). PIB Percapita Canadá, curazao, Francia. <https://datos.bancomundial.org/indicador>.
- Banco Mundial. (2022). Población total Francia, Canadá, Curazao. <https://datos.bancomundial.org/indicador>.
- Bravo, F. (2021). Canal de distribución; la guía definitiva y más completa. <https://www.ecommercenews.pe/ecosistema-ecommerce/2021/canal-de-distribucion.html>
- Onhil, B. (2022). El Modelo de Heckscher-Ohlin. *Centro Europeo de Postgrado*. <https://www.ceupe.com/blog/modelo-heckscher-ohlin>.
- Porter, M. (2022). Que es la ventaja competitiva. *Centro Europeo de Postgrado*. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-ventaja-competitiva.html>
- Carlos Ronderos, (2006). El ajedrez del libre comercio. Editorial Planeta.

- Cosechadora de piña del sur, (2022). Logística para la exportación para la piña. <https://sites.google.com/site/cosechadoradepinadelsur>.
- Solano, M. (s,f). Que son los mercados emergentes. EAE Business School. <https://www.eaeprogramas.es/blog/internacionalizacion/que-son-los-mercados-emergentes>
- Gonzales, X. (2019). La producción de piña en Colombia llegaría a 1.18 millones de toneladas al finalizar el año. Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-produccion-de-pina-en-colombia-llegaria-a-118-millones-de-toneladas-al-finalizar-el-ano-2895397>.
- Haro, A (2022). Piña. *Puleva*. <https://www.lechepuleva.es/aprende-a-cuidarte/tu-alimentacion-de-la-a-z/p/pina>
- Holland House Colombia. (2021). Curazao y Colombia: una relación basada en la comercialización e inversión. <https://hollandhouse-colombia.com/curazao-y-colombia-una-relacion-basadaenlacomercializacioneinversion>.
- ICEX. (2019). El mercado de la fruta en China. ICEX. Recuperado de [5 de agosto, 2022]: <https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento>.
- Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (2020). Colombia enviará el primer embarque de 19.000 kilos de piña a Toronto. *Instituto Colombiano Agropecuario*. <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-colombia-exporta-19-mil-kilos-pina-toronto>.
- Instituto Colombiano de Agricultura. (ICA). (2020). Colombia enviará el primer embarque de 19.000 kilos de piña a Toronto *Instituto Colombiano De Agricultura*. <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-colombia-exporta-19-mil-kilos-pina-toronto>.
- ITC. (2022). Lista de los Importaciones para un producto seleccionado. *TradeMap* https://www.trademap.org/Country_SelProduct
- ITC. (2022). Lista de los mercados importadores para un producto exportado. *TradeMap*. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry

- Logihfrutic (s.f). Empaques y embalajes. <https://logihfrutic.unibague.edu.co/logistica-y-comercio/empaques-y-embalajes>
- Londoño, C., Uribe, S., y González, Y. (2017) Estudio de mercado para la exportación de piña desde Colombia a Chile. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/133/Estudio%20de%20mercado?sequence=1>
- Minagricultura. (2021). Instructivo para exportación de frutas fresca, oficina de asuntos internacionales. <https://www.minagricultura.gov.co>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR). (s.f.). Apoyos Directos.GOV. <https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Apoyos-Directos.aspx>
- Ministerio de asuntos exteriores. (2022). Oficina de información diplomática ficha de país Francia.https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/francia_ficha%20pais.pdf
- Ministerio de asuntos exteriores. (2022). Oficina de información diplomática ficha de país Canadá.https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CANADA_FICHA%20PAIS.pdf
- Morales, E. (2022). Beneficios que aporta el consumo de piña. *Mejor con salud*. <https://mejorconsalud.as.com/beneficios-que-aporta-el-consumo-de-pina/>
- Muisca, (s.f). Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones. <https://muisca.dian.gov.co/>
- Palacios, C y Peña, A. (2019). Proyecto de exportación de piña colombiana a Dubái. <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle>
- ProColombia. (s.f). Perfil de logística desde Colombia hacia Canadá. file:///C:/Users/CASA/Downloads/perfil_logistico_de_canada_2.pdf

- ProColombia. (s.f). Perfil de logística desde Colombia hacia Curzao
:file:///C:/Users/CASA/Downloads/perfil_logistico_de_antillas_holandesas_1.pdf
- ProColombia. (s.f). Perfil de logística desde Colombia hacia Francia.
file:///C:/Users/CASA/Downloads/perfil_logistico_de_francia_1.pdf
- Rojas, L. (2020). *Agrosavia*. Obtenido de <https://www.redagricola.com/co/colombia-es-un-pais-rico-en-variedades-locales-de-pina/>
- Ronderos, C. (2006). *El ajedrez del libre comercio*. Editorial Planeta
- Sampieri, R., Collado, C y Baptista, P.(2014). Metodología de la investigación. *Mcgraw Hill Education*, 24-92.
- Santander, (2022). Francia: Política y economía. *Herramientas e insumos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente*. <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>
- Unidad de Planificación Rural Agropecuario. (s,f). Análisis de resultados EVA.
<https://www.upra.gov.co/documents>
- Vanegas, J., y Arias, V. (2020). Plan de exportación de piña deshidratada a Canadá.
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12643/T09461.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Anexos

Anexo 1

Países importadores de piña entre el 2014-2021 (Toneladas)

Importadores	Cantidad importada								Cantidades 2014-2022
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Estados Unidos	1.046.527	1.028.693	1.076.517	1.152.953	1.164.937	1.143.681	1.099.121	1.193.232	8.905.661
Países Bajos	326.129	182.969	201.542	220.987	254.391	263.605	237.040	207.501	1.894.164
España	153.370	143.900	150.792	168.690	178.923	172.653	151.447	170.379	1.290.154
Japón	166.320	150.621	143.173	156.992	159.040	153.270	157.080	180.518	1.267.014
China	70.216	84.404	101.932	146.003	185.996	249.310	208.447	197.883	1.244.191
Italia	159.246	139.475	141.122	163.819	176.152	159.836	135.774	150.106	1.225.530
Alemania	168.223	143.967	169.815	148.204	162.790	149.263	126.712	128.240	1.197.214
Reino Unido	145.571	144.205	147.796	168.484	160.021	160.307	134.930	119.544	1.180.858
Bélgica	154.498	136.109	139.034	140.913	151.656	147.831	129.372	150.953	1.150.366
Francia	123.508	113.709	123.099	125.132	144.529	145.668	128.539	143.209	1.047.393
Canadá	126.289	109.504	118.542	127.615	126.528	119.823	113.016	125.709	967.026
Corea	75.420	68.373	77.375	78.998	77.520	70.651	61.839	61.688	571.864
Portugal	35.797	31.067	33.332	66.947	70.245	77.065	57.364	60.991	432.808
Rusia	46.636	32.173	33.381	45.867	52.697	51.181	53.306	56.850	372.091
Emiratos Árabes	48.138	49.011	42.095	46.630	46.163	43.254	33.807	39.067	348.165
Chile	30.292	35.187	37.500	35.136	40.187	32.351	29.339	34.243	274.235
Curaçao				695	769	731	636	1.142	3.973
Mundo	3.226.101	3.361.258	3.504.258	3.733.284	4.172.800	4.040.954	3.345.038	3.408.971	28.792.664

Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de Importaciones (0804.30.00.00)

Anexo 2

Países importadores de piña colombiana entre los periodos 2014-2021 (Toneladas)

Importadores	Cantidad exportada, Toneladas								Cantidades 2014-2022
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Italia	1.511	2.213	2.804	3.435	3.208	2.132	1.612	3.246	20.161
Chile	-	4	2.979	1.984	3.110	372	34	1	8.484
Estados Unidos	795	1.416	2.644	1.551	753	541	205	569	8.474
Eslovenia				1.134	1.405	1.529	1.363	827	6.258
Reino Unido	198	150	1.839	1.609	1.635	170	3		5.604
Países Bajos		172	1.892	1.121	827	273	183	160	4.628
Bélgica	663	836	928	1.318	311	18	58	103	4.235
Portugal		4	515	1308	611	640			3.078
España		16	245	1.090	969	372	63	218	2.973
Alemania			2	4	758	1.488	302	22	2.576
Polonia					299	77	1.275	496	2.147
Francia	10	13	230	599	155	223	30	201	1.461
Turquía			159	558	538				1.255
Rusia			447	262	350	154		1	1.214
Curaçao	12	31	209	205	222	162	97	200	1.138
Canadá	5	6	12	3	3	263	384	21	697
Mundo	3.209	4.883	15.183	16.680	15.703	8.922	5.822	6.627	77.029

Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de Exportaciones (0804.30.00.00)

Anexo 3

Documentos requeridos para Exportar



Elaboración propia. Fuente: Pro Colombia, (s.f) y Min agricultura (2021)

Anexo 4

Países emergentes, potenciales socios comerciales de Colombia (2014-2021)

Importadores	Cantidad exportada, Toneladas								Participación	Crecimiento
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021		
Polonia					299	77	1.275	496	6%	116,6%
Francia	10	13	230	599	155	223	30	201	2%	28,3%
Turquía			159	558	538				1%	-18,1%
Rusia			447	262	350	154		1	1%	0,0%
Curaçao	12	31	209	205	222	162	97	200	1%	29,4%
Canadá	5	6	12	3	3	263	384	21	1%	47,7%

Elaboración propia. Fuente: TradeMap (2022), Sección de Exportaciones (0804.30.00.00)

Anexo 5

Matriz de Mercado

VARIABLE PAIS	P	CANADA			FRANCIA			CURAZAO		
		DATOS	C	R	DATOS	C	R	DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS										
PIB 2021	10%	1.990.761 millones de dolares	4	0,4	2.937.472 millones de dolares	5	0,5	2.496 millones de dolares	2	0,2
PIB PER CAPITA 2021	5%	52.051,4 USD	5	0,25	43.518,5 USD	4	0,2	16.109,9 USD	2	0,1
RIESGOS PAIS Y TIPO DE GOBIERNO	5%	Federacion monarquia constitucional y democracia parlamentaria	5	0,25	Estado Unitario y Semipresidencialismo	3	0,2	Democracia parlamentaria representativa	4	0,2
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Los exportadores Colombianos cuentan con 2 modalidades de transporte, maritimo y aereo. En la parte maritima cuenta con 4 puertos de salida de origen y 2 de destino en la parte aerea hay conectividad con un aereopuerto de origen desde bogota con destino en la ciudad de Toronto	5	0,35	Los exportadores colombianos cuentan con dos modalidades de transporte maritimo y aereo. En la parte maritima cuenta con 4 puertos de origen y con 2 puertos de destino y en la parte aerea cuenta con un aereopuerto de origen desde bogota con destino en la ciudad de paris	5	0,4	Los exportadores cuentan con dos modalidades de transporte maritimo y aereo. En la parte maritima cuenta con 4 puertos de origen y con 1 puerto de destino y en la parte aerea cuenta con 1 aereopuerto de origen desde bogota con destino en willemstad	4	0,28
POBLACION 2021	6%	38.246.108	4	0,24	67.499.343	5	0,3	152,369	3	0,18
IDIOMA	7%	Inglés y Francés	2	0,14	Francés	2	0,1	Neerlandés, Papiamentu, Inglés	2	0,14
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2021 EN MILES DE DOLARES	6%	125.709 Toneladas	4	0,24	143.209 toneladas	5	0,3	1.142 Toneladas	3	0,18
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2014-2021	8%	-1,3%	2	0,16	-0,8%	3	0,2	120%	5	0,4
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2014-2021	8%	0,2%	3	0,24	2,7%	4	0,3	121%	5	0,4
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2021	8%	40.000.000	3	0,24	178.000.000	5	0,4	121.000.000	4	0,32
PRINCIPALES PROVEEDORES	5%	Costa rica-Honduras-Estados Unidos-Mexico-Tailandia	2	0,1	Costa rica-Costa de marfil-Ecuador-Ghana-Mauricio	2	0,1	Panama - Colombia -República dominicana-Costa rica - Estados	5	0,25
ARANCEL GENERAL	7%	0,0%	5	0,35	0,0%	5	0,4	0,0%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	8%	Si	5	0,4	Si	5	0,4	Si	5	0,4
DOCUMENTOS REQUERIDOS	10%	Factura comercial-Certificado de origen - lista de empaque- certificado	5	0,5	Factura comercial-Certificado de origen - lista de empaque- certificado	5	0,5	Factura comercial-Certificado de origen - lista de empaque-	5	0,5
TOTAL	100%			3,86			4,3			4

Anexo 6

Guía de exportación: Francia, Canadá y Curazao



El territorio colombiano brinda muchos productos agropecuarios dentro de los que se encuentra la piña, conocida internacionalmente por ser de excelente calidad, esto se debe a que Colombia se encuentra en una posición geográfica muy favorable lo que incluye en el clima y suelos fértiles para los cultivos. Además, cuentan con una mano de obra calificada para la producción.

Por tal motivo se presenta la guía exportadora de piña hacia Francia, Canadá y Curazao puesto que son mercados emergentes que durante los últimos años han incrementado la demanda del producto, siendo muy apetecida por sus grandes aportes a la salud aportando vitaminas, minerales y fortalece el sistema inmunológico.

Por consiguiente se observa una oportunidad de negocio en estos mercados, pero para llegar a ellos es necesario cumplir con una serie de documentos para poder realizar un proceso de exportación.



Para poder realizar un eventual proceso de exportación se deben tener en cuenta

Los siguientes pasos:

Primer paso: Solicitud de certificados.

¿QUIENES PUEDEN EXPORTAR FRUTA?

Toda persona natural o jurídica que se encuentre registrada como exportador

¿DOCUMENTOS REQUERIDOS PARA PODER EXPORTAR?

Registro como exportador en el RUT:

se constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, comprende el diligenciamiento del formulario a través del Portal web de la DIAN: <http://muisca.DIAN.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripcionRutPortal.faces>, o con un [funcionario acreditado en los puntos de atención a nivel nacional.](#)

Registro como Predio de producción de frutas frescas para exportación:

Para la producción de frutas frescas para exportación, el predio en el que se producen debe poseer una infraestructura que tenga lotes o áreas destinadas, las cuales deben estar destinadas a la producción técnica comercial de las diferentes especies y variedades en sus diferentes fases, igualmente debe contar con un área de tratamiento aséptico de desechos vegetales para la buena disposición de los residuos de la cosecha y, adicionalmente, contar con bodega con zona de selección, empaque y carga. Este registro se solicita ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) <https://www.ica.gov.co/>

Registro como exportador de fruta fresca:

Para adquisición de la licencia como exportador no necesario tener el predio para exportar. Tan solo se debe solicitar al productor el registro de la propiedad o una carta donde se identifique el número de registro del ICA del feudo, con el fin de anexarla a los documentos y adquirir la inscripción como exportador. Este registro se solicita ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) <https://www.ica.gov.co/>

Registro como planta empacadora:

Este registro se aplica para las personas naturales o jurídicas que prestan el servicio a terceros de selección y empaque de frutas frescas para la exportación. Este registro se solicita ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) <https://www.ica.gov.co/>

Inscribirse ante la ventanilla única de comercio exterior (Vuce):

Este registro aplica para los usuarios que son representados por las agencias de aduanas o apoderados y que deciden realizar su registro y sus trámites a través. Este documento se solicita ante el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo www.vuce.gov.co



Después de completar todos los documentos se debe Tener en cuenta el empaque y embalaje Para el un manejo adecuado del producto.

Para el embalaje del producto este debe:

Para el embalaje se utiliza la caja, cuyas medidas son de 60cm de largo por 40 cm de ancho, con una altura variable pero lo más recomendable es de 15 a 25 cm. Seguidamente se agrupan en pallet, dentro de los cuales se encuentra de dos tipos de pallets más utilizados actualmente son el europeo (1200x800mm) y americano(1200x1000mm).

Para el etiquetado:

Una actividad de gran importancia en la preparación de la carga ya que facilita la identificación y manejo de la mercancía. La información en la etiqueta es regulada por los estándares internacionales ISO 700 y nacionales de la NTC 5422 y los internacionales por el Codex alimentarios.

Las cajas deben tener impresos los símbolos que permitan identificar el material de fabricación que son aptos para el manejo de alimentos y que son reciclables. Deben emplearse únicamente tintas de origen orgánico. De acuerdo con lo indicado en las Normas NTC-ISO 14021. En el caso de no estar impreso en el empaque, se puede emplear una etiqueta adhesiva (sticker) con tintas y pegantes no tóxicos.

El adhesivo empleado para el rotulado de los empaques y embalajes debe ser resistente a condiciones tales como bajas temperaturas y ambientes húmedos y su contenido debe describir:

- a.** Nombre y dirección del exportador o comercializador.
- b.** Naturaleza del producto.
- c.** País de origen del producto.
- d.** Especificaciones comerciales.

PASO DOS: Conocer los documentos que se requieren del producto para llegar al país de destino

FRANCIA

Seleccionado como socio potencial para la exportación de piña.

Uno de los países con una excelente economía

PIB de 2.937.472 millones de dólares

Población

PIB per cápita de 43.518 USD

67.499.343 millones de habitantes

Idioma es el francés

Moneda: EURO
Pero para transacciones internacionales el más utilizado es el dólar

Importaciones Mundiales de piña 143.209 Toneladas

Para poder realizar la exportación de piña hacia este mercado se requieren los siguientes documentos proporcionados por el exportador:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Visto bueno
- Certificado de origen
- Ficha técnica
- Certificado fitosanitario

Este procedimiento se realiza por medio de una agencia de aduanas



CANADA

Seleccionado como socio potencial para la exportación de piña.

Uno de los países con una excelente economía

PIB de 1.990.761 millones de dólares

población

PIB per cápita de 52.051 USD

38.246.108 millones de habitantes

Idioma: Inglés y Francés

Moneda: dólar canadiense

Pero para transacciones internacionales el más utilizado es el dólar

Importaciones Mundiales de piña 125.709 Toneladas

Para poder realizar la exportación de piña hacia este mercado se requieren los siguientes documentos proporcionados por el exportador:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Visto bueno
- Certificado de origen
- Ficha técnica
- Certificados fitosanitarios

Este procedimiento se realiza por medio de una agencia de aduanas



CURAZAO

Seleccionado como socio potencial para la exportación de piña.

Su economía se basa en la prestación de servicios como el turismo, siendo el que más le aporta al PIB.

PIB 2.496 millones de dólares
PIB per cápita de 16.109 USD

Población de 162.369 millones de habitantes

Idioma: Neerlandés, Papiamentu, Inglés

Moneda: Florín Antillano Neerlandés
Pero para transacciones internacionales el más utilizado es el dólar

Importaciones de piña
1.142 Toneladas

Para poder realizar la exportación de piña hacia este mercado se requieren los siguientes documentos proporcionados por el exportador:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Visto bueno
- Certificado de origen
- Ficha técnica
- Certificados fitosanitarios

Este procedimiento se realiza por medio de una agencia de aduanas

