

CAPÍTULO VII

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE
POSICIONAMIENTO DEL ÑAME
PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DE
SUCRE PARA EL MERCADO DE MIAMI,
FLORIDA**

Mauricio Vitola Osorio¹³
Verónica Tordecilla Acevedo¹⁴

13 Magíster en Negocios Internacionales e Integración, Universidad Tecnológica de Bolívar. Becario de la convocatoria departamental Año 2015-2016 del Programa de Formación de Alto Nivel Gobernación de Sucre-CECAR.

14 Profesora Facultad de Economía y Negocios, Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia

7.1. Introducción

El tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos de América, que entró en vigencia en mayo del 2012, ha sido uno de los tratados de mayor controversia y expectativas, con respecto a los tratados comerciales firmados y vigentes de nuestro país con otros países, dado el gran poder económico de este país norteamericano como primera potencia, pero al mismo tiempo las grandes oportunidades de negocios que ofrece este mercado y la mayoritaria participación de las exportaciones e importaciones con dicha nación en nuestro comercio internacional.

El segmento de la producción y comercialización de ñame cada vez adquiere más importancia en las actividades de agro exportación de los productores del departamento de Sucre, por tal razón ha sido priorizado como segmento de negocios con gran potencial en los ejercicios de prospección y planificación productiva y gubernamental en el departamento.

En el mercado de Miami, Florida, ya tienen participación exportaciones de ñame colombiano y sucreño, lo cual tiene muchas posibilidades de potencializarse con las condiciones ofrecidas por el acuerdo comercial existente con el país norteamericano, que favorece el ingreso de productos agrícolas como el ñame, sin pago de aranceles. De allí la importancia de profundizar en el conocimiento de las características actuales de producción y comercialización de este producto y explorar las percepciones de productores y comercializadores sobre el incremento de la participación de la venta de ñame en mercados como el de Estados Unidos, la adecuación de sus procesos productivos y perspectivas de avances en su posicionamiento en dichos mercados.

Las secciones correspondientes del capítulo también incluyen además de esta introducción, unas de aspectos teóricos y metodología, otras de resultados y conclusiones respectivamente. Los resultados están referidos a la dinámica de producción de ñame en el país y el departamento, percepción de los productores y comercializadores, condiciones de participación en el mercado de ñame de Miami, preferencias de dicho mercado y canales de

comercialización, requisitos de ingreso del producto al mercado y propuestas de estrategias para la ampliación de la participación en la comercialización de ñame hacia ese mercado.

7.2. Aspectos Teóricos

Las ventajas comparativas que presenta Colombia en el sector agro, desde una perspectiva general, están asociadas con tener gran variedad de pisos térmicos, buenos niveles de fertilidad agrícola, biodiversidad de flora y fauna, riqueza de cuencas hídricas, acceso a dos litorales marinos y puerta de entrada a sur américa; todo lo cual son condiciones favorables, para el desarrollo de lo que Adams Smith denominó las fuentes de las riquezas de las naciones y el libre cambio de David Ricardo. Con el aprovechamiento de las fuentes de riqueza de las naciones, ha venido dinamizándose desde el siglo dieciocho el crecimiento económico de los países y la interdependencia entre ellos, dando lugar a procesos de mundialización y globalización de las economías y los mercados, fomentando el libre mercado o las negociaciones de acuerdos comerciales preferenciales e incluso el surgimiento de una organización de regulación internacional de comercio, como es la Organización Mundial del Comercio (OMC), creada en el año de 1994, para ampliar los alcances de regulaciones que fueron desarrollándose a través del Acuerdo General de Tarifas y Aranceles del Comercio, GATT, por sus siglas en inglés.

Durante los siglos XVIII y XIX se avanza de manera amplia en los procesos de industrialización, que reemplaza a los pequeños artesanos y productores, para dar origen a las fábricas, donde los productos empezaron a comercializarse en cantidades muy superiores. Desde ese período surge la necesidad de tener en cuenta aspectos relacionados con el mercadeo.

Puede plantearse que al inicio la orientación del mercadeo fue hacia como manejar la sobre producción como oferta de mercado, resaltando aspectos de distribución y venta de los productos; se definió el concepto y se publicaron los primeros libros al respecto. En una segunda etapa, que incluye la gran depresión, se hizo énfasis en las ventas, ya que los productos eran conocidos, dándose importancia a los estudios de mercado y estrategias de promoción. Para finales de la segunda guerra mundial se

puede ubicar una tercera etapa, el marketing empezó a enfocarse hacia el conocimiento e implementación de mecanismos de comercialización, de nuevo la oferta empezó a superar la demanda de productos.

Para Philip Kotler (1996), autor del libro “Dirección de Mercadotecnia”, el concepto de mercados nos remite directamente al concepto de mercadotecnia, y a criterio del mencionado autor, quien la destaca como una actividad humana asociada a los mercados en función de potencializar los intercambios a fin de lograr mayor satisfacción de necesidades y deseos de las personas.

Siguiendo con los planteamientos de Kotler, (1996), el marketing requiere de la implementación de una serie de estrategias, las cuales corresponden a los medios utilizados por una organización para alcanzar los objetivos, de allí que sea clave para obtener el éxito en las metas propuestas, desarrollar acciones de concentración, posicionamiento y diferenciación.

Otros autores señalan el carácter de proceso social del marketing, que a través del intercambio permite obtener los bienes que se deseen y beneficios mutuos para las partes que participan en la compra y venta, Rodríguez (2005)

Así mismo Kotler (1996) proponía una descripción de los pasos a seguir en el proceso de mercadeo con los elementos a continuación mencionados: i) identificación de oportunidades, ii) Desarrollo de nuevos productos, iii), atracción de clientes, iv) retención de clientes y generación de lealtad, iv) cumplimiento de pedidos. Siendo los pasos de identificación de oportunidades y atracción de clientes, los propósitos del análisis a describir en el desarrollo de esta investigación, respecto a la comercialización del ñame al mercado de Miami y la Florida.

Para Kotler & Armstrong (2007), un mercado meta se integra por un conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, para los cuales una empresa a decidido atender. que la empresa u organización decide servir”. Para Stanton, Etzel y Walker (2000), el mercado meta, ya se le identifica como un segmento específico de mercado al cual la empresa enfoca su plan de marketing, en términos de una mezcla de mercadotecnia, para un grupo de personas u organizaciones.

La estrategia es el producto de un acto innovador, creador, lógico y aplicable, que genera un grupo de acciones coherentes de asignación

de recursos y decisiones tácticas. Estas acciones van encaminadas a lograr que la empresa alcance una posición competitiva ventajosa en el entorno socioeconómico donde se desenvuelve y mejora la eficacia de la gestión. Destacando algunos aspectos de definiciones de estrategia de autores importantes, puede señalarse que H. Mintzberg, (1998), integra la estrategia en las cinco P, de Plan, Play, Patrón, Posición y Perspectiva. En cambio David (2011), plantea que la estrategia, la conforman estrategias menores, para generar beneficios según fortalezas internas, aprovechando oportunidades y reduciendo riesgos de amenazas. Además ya K. Hatten, (1987), resaltaba el carácter de arte de la estrategia, mencionado que se trataba de entremezclar el análisis interno con la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que se controlan.

7.3. Metodología

Se trabajó con un enfoque metodológico de carácter cuantitativo, analítico y propositivo, orientándose a estudiar y describir las características de las principales unidades productoras y comercializadoras del ñame en Sucre, en particular las vinculadas al mercado de Miami, Florida, así como proponer estrategias para mejorar y ampliar la participación en dicho mercado.

La información se obtuvo de encuestas directas a productores de ñame, considerando como punto de referencia su vinculación a una asociación de productores registradas en la Cámara de Comercio de Sincelejo, ubicados en 17 municipios del departamento de las subregiones Golfo de Morrosquillo, Montes de María y Sabanas, en la zona centro norte del departamento de Sucre. Se realizaron veinte y dos (22) encuestas a representantes de asociaciones de productores de ñame existentes en los municipios de las subregiones estudiadas.

También se apoyó en información secundaria de estudios anteriores y registros de entidades y análisis elaborados por las mismas. Entre las entidades se pueden identificar, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) , Pro Colombia, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), la FAO y el ICA que son instituciones estatales o multilaterales que tienen el objetivo de asesorar, controlar, apoyar, canalizar

e incentivar las exportaciones, como sistema de apoyo para los productores y exportadores.

La información recolectada se sometió a procesamiento estadístico con base en las técnicas pertinentes para la elaboración de tablas y gráficos de descripción y análisis.

7.4. Resultados

7.4.1. Dinámica de producción y exportación de ñame en Colombia y el departamento.

La producción en Colombia ha venido en aumento, según cifras registradas por Agronet (2014), para el 2014 existían 39.026 hectáreas sembradas y 29.426 cosechadas, para una producción de 307.551 toneladas de producto fresco, correspondiendo el 12,6% al departamento de Sucre, que equivalen alrededor de 39 mil toneladas, cantidad relevante en el marco de la producción nacional, como tercer productor y con participación de ventas en el mercado internacional.

La mayor producción en el departamento de Sucre está representada de manera principal por la producción de ñame espino, que tuvo importante aumento entre los años 2013 al 2014, presentándose un incremento de aproximadamente el 17% anual. La anterior situación va acompañada de una importante tradición de cultivo de ñame en las subregiones de Montes de María, Sabanas y golfo de Morrosquillo, además se ha identificado un buen nivel de calidad del producto e incluso en condiciones de superar a los competidores de otras naciones por poseer un mejor sabor; cualidad que mayormente se busca en países importadores del producto como los Estados Unidos y Europa.

En el departamento de Sucre existen 22 asociaciones de productores de ñame registrados en Cámara de Comercio de Sincelejo, quienes están localizados a lo largo y ancho de las regiones golfo de Morrosquillo, Montes de María y Sabanas. Estos productores se encuentran activos, registrados y están agrupados en agremiaciones y asociaciones; la gran mayoría de los asociados son pequeños productores que realizan sus cultivos en menos de una hectárea.

La siembra de ñame es muy poco tecnificada, ya que se realiza en surcos, el proceso de preparación de suelo y la cosecha, requieren de la contratación de mano de obra. En promedio, para hacer 6.000 huecos para sembrar la semilla se necesitan 30 jornales, siendo el jornal de cuatro horas y por el cual se pagan 18.000 pesos. En términos de costos, aproximadamente se requieren de cuatro a cinco millones de pesos para cultivar una hectárea de ñame criollo y trece millones de pesos para una hectárea de ñame espino.

Esta diferencia en costos de producción por variedad de ñame se mantiene en los precios de venta al consumidor; la siembra de ñame generalmente va acompañada con otros productos, ya que pocos agricultores se dedican con exclusividad al ñame. Los acompañamientos más frecuentemente utilizados son ñame-maíz y ñame-yuca, aunque se han dado casos de cultivo de ñame espino alternado con ahuyama y patilla, sirviéndole como cobertura y protección.

La época de siembra se presenta entre los meses de abril, mayo y junio, para realizar el arranque entre noviembre, diciembre y enero. El tiempo vegetativo estimado está entre diez y doce meses, dependiendo de la variedad de ñame. Sin embargo, en algunas ocasiones se utiliza el método de capada, que es un sistema de extracción del tubérculo que consiste en sacar el tubérculo antes del tiempo de maduración y dejar la cabeza en el suelo, de forma que un pequeño tubérculo vuelve a brotar y este se utiliza como semilla para el próximo cultivo. El ñame es un cultivo con un fuerte factor estacional, lo que constituye un obstáculo para que haya una constante oferta en el mercado. Normalmente entre junio y agosto no hay suficiente producto para la venta (Sanchez & Hernández, s.f.,).

En términos tecnológicos se han desarrollado algunas iniciativas gubernamentales y de organizaciones como el Programa Nacional de Biotecnología Agrícola (PBA), la Universidad de Sucre y organizaciones tipo ONG, las cuales han trabajado de la mano con los productores(as) en iniciativas como son: producción y multiplicación de semilla limpia de ñame, evaluación y adaptación de variedades con diferentes prácticas agronómicas agroecológicas (Espino botón, Espino Bejuco verde, Espino Bejuco morado, ñame amarillo), los cuales han permitido ajustar la tecnología sobre este cultivo pero estos se han realizado a nivel experimental y con ensayos en áreas reducidas o focalizadas, sin que exista una verdadera

apropiación de este tipo de prácticas por la mayoría de los agricultores, lo que conlleva a que cada año se repitan nuevamente pérdidas en cuanto a este cultivo.

La Gobernación del departamento de Sucre y Secretaría de Desarrollo Económico del Departamento, por medio de los documentos de coyuntura de la Unidad Regional de Planeación Agropecuaria URPA 2011, registraba que en Sucre existían en 2010, unas 1260 fincas o parcelas dedicadas a la producción de ñame espino, las cuales representaban una demanda de mano de obra continua familiar y de la localidad. Los rendimientos por hectáreas fueron de 11 ton/ha promedio y el precio promedio pagado al productor por kilogramo fue de \$ 1.091. Igualmente, en Sucre se reportó una producción de ñame espino de 13.020 toneladas en el año 2010, siendo el primer municipio productor Los Palmitos con 4.680 toneladas, seguido de Ovejas con 4.560 toneladas, Sampués con 1.000 toneladas y Tolviejo y Sincé con unas 337 toneladas. En total para el año 2010 se cultivaron unas 1.269 hectáreas cosechándose unas 1.260 has en todo el departamento de Sucre.

De acuerdo a información entregada por productores de la zona del municipio de Los Palmitos - Sucre, afirman que este cultivo en los últimos años ha tomado un giro, ya que su producción está orientando para atender al comercio local y con el fin de venderlo a las empresas exportadoras de Sucre, y que a pesar de llevar a cabo un manejo más exigente, sus rendimientos dejan mayor margen de ganancias respecto a otros cultivos.

Según manifiestan, en los últimos años se ha presentado un crecimiento del cultivo del ñame espino, tal vez motivado por la presencia de empresas exportadoras del producto en el departamento de Sucre, siendo un claro indicador de que este cultivo y la demanda a nivel internacional tiene un excelente auge, siendo actualmente uno de los productos agrícolas de más trascendencia y que mayores aportes realiza a la generación de empleo en el área rural, a la seguridad alimenticia de la población, a la generación de divisas e ingresos y al crecimiento socioeconómico de la Región Caribe.

Los productores de ñame se enfrentan principalmente a problemas fitosanitarios que afectan el cultivo, causados por los hongos *Colectotrichum glosporioides* f, *Fusarium* y últimamente (con presencia a partir del 2010) *phytophthora* y malformación de tubérculo (producto de una mala

preparación del terreno), el hongo phytophthora es la preocupación del ICA para establecer medidas para su manejo. Los costos de producción por hectárea para el ñame espino se calculan entre 5 y 8 millones de pesos y los rendimientos entre 12 a 15 toneladas según variedad, y algunos productores en el municipio de Los Palmitos bajo manejo agroecológico y orgánico de este cultivo han reportado hasta 30 toneladas por has.

Otra limitante de gran importancia es que la mayoría de los pequeños agricultores no realizan selección del suelo y rotación de los mismos, no realizan cobertura vegetal en sus cultivos, la mayoría de estos implementan el monocultivo pudiendo asociar con patilla y frijol, no cuentan con semilla de alta calidad para el desarrollo de sus cultivos, lo que los vuelve dependiente de sus semillas cada año.

Estas prácticas inadecuadas en los cultivos dan como resultado una baja rentabilidad y sostenibilidad del cultivo del pequeño productor ya que le demanda una mayor dependencia de agroquímicos y mano de obra del cultivo para su manejo, generando pérdidas que pueden ir del 20 al 90% durante la cosecha. La falta de verdaderas orientaciones en cuanto a la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el proceso de cosecha y poscosecha genera pérdidas significantes al momento de la cosecha por lesiones mecánicas o físicas al realizar el acopio a nivel local y luego al llevarlo a las empresa exportadoras.

7.4.2. Percepción de los productores sobre la producción y comercialización.

Consultados los productores mediante la encuesta realizada, sobre los motivos por los cuales en la zona donde están ubicados se siembra el ñame, el 100% considera que se hace por tradición y por rentabilidad, indicando claramente la importancia para la población sucreña de la producción y comercialización de este producto, el cual contribuye sustancialmente al sostenimiento de los hogares, siendo más beneficioso para los sembradores el hecho de que el producto pueda ser comercializado en el exterior y en particular en los Estados Unidos, ya que sus ganancias se verían aumentadas.

Manifiestan que los tipos de ñame que mayormente se cultivan en promedio para las distintas subregiones estudiadas, son el tipo espino con

el 81.8%, mientras el criollo es cultivado en un 68.2% y el diamante en menor proporción promedio, con un 59.1%. Esta situación es importante resaltar en razón a que actualmente el ñame de mayor preferencia en el mercado de los Estados Unidos es el ñame espino, porque presenta condiciones favorables para el consumo.

También indican que el promedio de la producción por cosecha que comercializan es mayor de 20 toneladas para el 54,5% de los productores de ñame encuestados, mientras que para el 45,5% de estos productores, su volumen de comercialización de la producción se encuentra entre diez y veinte toneladas, generalmente estos productores se encuentran asociados en cooperativas o centros de acopio del producto, esto indicaría que el producto tiende a presentar cierto nivel de accesibilidad y poseer altas posibilidades de surtir el mercado, no sólo nacional sino internacional.

Gran parte de los productores manifiestan combinar sus ingresos de la producción del ñame con los obtenidos por la producción de otros cultivos y actividades, sin embargo todos están dispuestos a continuar con la producción de ñame, indican que es buena la rentabilidad y el acceso a las semillas, pero requieren de más apoyo gubernamental para superar dificultades de vías de acceso y contingencias por mal clima.

7.4.3. Participación de los productores y comercializadores de Sucre en el mercado de Miami, preferencias del mercado y canales de comercialización.

Por lo general, después de las labores de cosecha, el ñame pasa por una clasificación, en donde el de mayor calidad es seleccionado para enviar al mercado externo, otra parte para el mercado local y el resto para semilla. Los exportadores obtienen el ñame directamente del productor o del algún centro de acopio. Posteriormente hacen las labores de clasificación y limpieza como preparación para la exportación y se empacan en cajas de 20 kilos. Entre las condiciones que debe tener el tubérculo para ser comercializado en el mercado externo son: tener tamaño relativamente pequeño, entre una y cinco libras de peso, que no esté mal formado, ni maltratado y que tenga la respectiva certificación de estar libre de enfermedades como antracnosis.

Las exportaciones colombianas de ñame a Estados Unidos, fueron afectadas de manera desfavorable por la antracnosis, síntoma de enfermedad

causada por hongos en plantas de zonas calurosas y húmedas. Lo anterior disminuyó las exportaciones al mercado de Estados Unidos, a finales de la década de los noventa, reduciendo la participación de ñame colombiano en el mercado externo (Estados Unidos) de 14,2% (3.389 ton) en 1995 a 3,4% (881 ton) en 1998, (Reina, 2012).

De acuerdo con la Corporación Colombia Internacional, en el entorno mundial, los principales países demandantes de ñame son Estados Unidos, Puerto Rico, Venezuela y algunos países de la Unión Europea; mientras que los mayores exportadores son Costa Rica, Colombia, Brasil y Ghana, aún sin ser los países latinoamericanos los mayores productores mundiales.

La principal razón de la importación de ñame se encuentra en la existencia de poblaciones inmigrantes étnicas en los países importadores, que cada vez demandan más los productos de las naciones de donde son originarios.

Es importante destacar que de acuerdo con CORPOICA (2013), en el departamento de Sucre se concentra el 60% de las empresas que exportan ñame, entidad que tiene registrada alrededor de 180 fincas productivas cultivadoras de ñame de exportación. Esta exportación generalmente se efectúa a través de los puertos de Cartagena y Santa Marta, teniendo como el principal destino a los Estados Unidos de Norteamérica, con un tiempo estimado de travesía de ocho días.

El ñame es un producto que se exporta y comercializa hacia algunas de las naciones industrializadas y es consumido mayoritariamente por los grupos étnicos, en este caso la población proveniente de aquellas regiones donde se cultiva, tales como asiática, africana y latina principalmente; poblaciones éstas con importante presencia en los estados norteamericanos de California y Florida, en particular la ciudad de Miami.

Estados Unidos junto a la China son sin duda los grandes importadores de ñame, principalmente el primero, ya que consolida el 85% de las importaciones mundiales de este producto, según reporte de la FAO del año 2012, citados por la Corporación Colombiana Internacional. Indicando que se trata de una nación importante en el consumo de este producto; además del alto poder adquisitivo de sus habitantes, lo cual les permite adquirir y elegir nuevos alimentos con óptimas propiedades gastronómicas. China representaba el 11% y Malí un 4,6%.

Uno de los principales destinos del ñame sucreño es el mercado de la Florida, EU. La exportación de ñame a la ciudad de Miami, se ha fortalecido en la última década y debido a su gran potencial podría convertirse en una tendencia nacional, el Instituto Colombiano Agropecuario y el Ministerio de Comercio, promueven el cultivo de este tubérculo.

De acuerdo a datos recolectados por la Cámara de Comercio de Sincelejo, con base en URPA de Sucre, el 49% de la producción de ñame exportada desde el departamento entre 2005-2009, tuvo como destino el mercado de USA y el 40% fue a Puerto Rico y el resto a algunas islas del Caribe. (Figura 7. 1). .

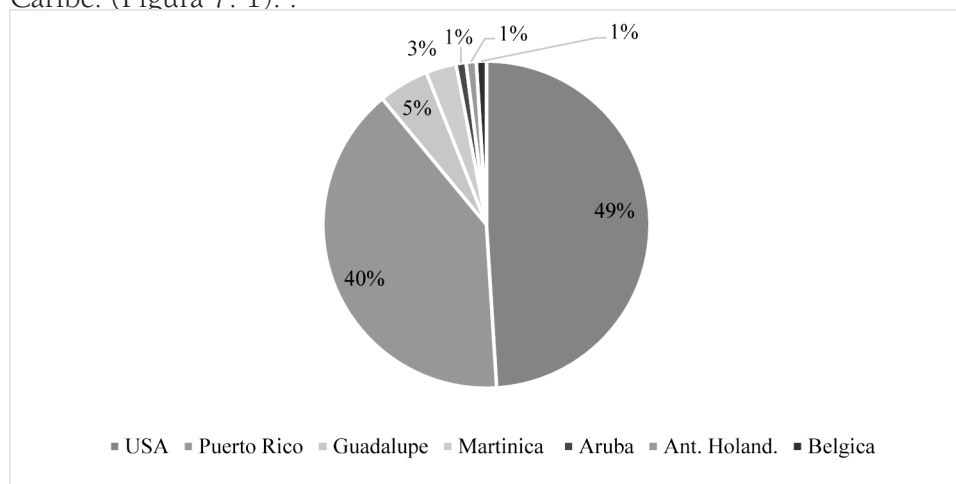


Figura 7. 1 Participación de las raíces/tubérculos de Sucre en el mercado Internacional 2.005-2009.

Fuente: Cámara de Comercio de Sincelejo – F. PROCARIBE a partir de informes URPA – Sucre años 2005 – 2009

Desde el año 2012, Estados Unidos se consolidó como el primer comprador de ñame procedente de Colombia, ya que para el período de 2012 al 2015, las exportaciones de ñame pasaron de alrededor de US\$23.000, hasta alcanzar los US\$2,7 millones en el 2015, según las cifras aportadas por el DANE a la revista (Dinero.5/12/2016) lo que indudablemente significa un aumento considerable en esos tres años. Dicho aumento parece estar influenciado por una alta concentración de población coreana en el estado de California y sus diferentes ciudades, así como de las colonias hispanas y africanas que son importantes consumidoras del ñame espino, con preferencia por el producto colombiano por su excelente

calidad, lo cual abre las posibilidades para ampliar la cantidad llevada de este producto a ese mercado.

Según cifras obtenidas por PROCOLOMBIA de USITIC, Estados Unidos importó ñame de varios países del mundo en el 2012, por unos 47,5 millones de dólares y las compras de ñame de este país en el 2013, ascendieron a cerca de 55,0 millones de dólares. Son vendedores destacados de ñame en este mercado, países tales como Costa Rica, Jamaica, Ghana, Colombia y Brasil, en orden de participación en el mercado.

La ciudad de Miami posee una alta población latina, pero también los hay de otras naciones que consumen el ñame en sus costumbres alimenticias, como es el caso de los asiáticos y africanos; lo que indudablemente se convierte en una ventaja para el proceso de exportación del producto que se pretende realizar hacia los Estados Unidos, pero de manera particular a la ciudad de Miami y el Estado de la Florida. Estos grupos poblacionales son indudablemente un potencial humano para la aceptación del producto.

Miami es una ciudad puerto localizada al sureste de la Florida, es la sede del condado Miami Dade, siendo esta la más poblada del área metropolitana, posee una posición estratégica y una infraestructura sumamente relevante para el mercado colombiano; se trata de la puerta de entrada a los Estados Unidos de un alto porcentaje de los productos importados por esta nación, tanto desde Colombia como de la mayor parte de los países latinoamericanos.

Colombia tiene una posición geográfica privilegiada para el acceso a Miami debido a la cercanía existente por vía marítima, porque para llegar desde los puertos colombianos, Santa Marta, Cartagena y Barranquilla hasta Miami, sólo se requieren de tres a cuatro días, con una gran participación de población procedente de latinos, del total de alrededor de 5 millones quinientos mil habitantes.

La mayor parte de las operaciones y posibilidades de comercio entre Colombia y Estados Unidos, se pueden regir por el acuerdo comercial que entró en vigencia el 15 de mayo de 2012 entre Colombia y Estados Unidos, el Tratado de Libre Comercio o Acuerdo de Promoción Comercial entre la Republica de Colombia y los Estados Unidos de América (MINCIT.TLC Colombia-USA, 2012), por el cual varios productos agrícolas están libres de arancel y con libre acceso, lo que indudablemente resulta una ventaja para

el país, en especial en lo referente al producto del ñame, que quedo exento de arancel. El mercado global de los Estados Unidos es el más importante y más grande, ya que es el principal importador de bienes a nivel mundial y el tercero en cuanto a exportaciones.

Para desarrollar la comercialización de productos alimenticios, en los Estados Unidos, tales como el ñame, se debe considerar la estructura del canal de distribución y comercialización, que tiene una relativa complejidad, se manifiesta abiertamente a través de dos categorías, puntos de ventas minoritarios y los intermediarios. El punto inicial es el exportador, sigue el bróker o intermediario mayorista que se caracteriza por ser un intermediario que vende a otros mayoristas, estos mayoristas les venden a detallistas de supermercados o fabricantes, los que son los que van a ofrecer el producto al usuario final o consumidor.

Los minoristas, también denominados detallistas, venden los productos al consumidor final, convirtiéndose en el último eslabón de los canales de distribución. Estos intermediarios juegan un papel importante en el proceso de mercadeo, ya que pueden alterar, potencializar las acciones del mismo e influir activamente en las ventas y el éxito de los productos comercializados.

Otro canal de comercialización utilizado con mucha frecuencia en los Estados Unidos y cada uno de sus Estados, es la Terminal del Mercado, más factible para los productores nacionales de dicho país, en el convergen pequeños, medianos y grandes distribuidores, incluyendo en ellos los denominados Jobbers, quienes adquieren los productos en distintos almacenes y los distribuyen en las miles de bodegas, supermercados, restaurantes y fruterías. Sus miembros son personas que conocen los clientes y el mercado étnico.

7.4.4. Requisitos para ingreso de ñame a Estados Unidos

Según las políticas de importación de alimentos, frutas y tubérculos, Estados Unidos pone de manifiesto una estandarización acorde con los siguientes conceptos relacionados con los productos Vegetales: Plantas vivas y partes de estas, que están comprendidas por; hortalizas, tubérculos, frutos, flores cortadas, árboles y ramas con follajes, rizomas, cultivos de tejidos vegetales y semillas para ser plantadas.

Las normas consideran productos vegetales, aquellos de origen vegetal que no han sido transformados o sometidos a una preparación simple, siendo considerado el ñame como un producto vegetal para efectos de importación a los Estados Unidos.

Las entidades que regulan el medio ambiente son: APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) Servicio de Inspección de Salud Animal y Sanidad Vegetal, entidad adscrita al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la cual es la encargada de la autorización de la importación de algunos vegetales y algunas frutas y de otorgar los permisos y licencias de importación. También está la Administración para la Protección Ambiental (EPA) y la Administración de Seguridad y Salud Ocupacional (OSHA).

El Departamento de Agricultura cuenta con un manual para reglamentar la importación de vegetales y frutas, allí se hace una descripción sobre los procedimientos y métodos que debe seguir las autoridades norteamericanas para autorizar el ingreso de estos productos al país. Pone de manifiesto una lista de frutas y hortalizas que han sido aprobadas para su ingreso y la lista de los productos por países, contenidas en un manual (web USDA).

Igualmente, para la importación de frutas o vegetales frescos se aplican las regulaciones fitosanitarias, es decir, que los productos deben estar debidamente certificados por el país de origen, presentando el documento respectivo que certifica que el producto importado salió del país en óptimas condiciones de salubridad, libre de cualquier enfermedad e insectos.

Para atender los anteriores requisitos y condiciones, PROCOLOMBIA (s.f.) recomienda a quienes exportan productos agrícolas frescos o vegetales tener en cuenta recomendaciones tales como: Garantizar que los productos sean inofensivos, conocer sistemas y procedimientos que permitan asegurar su rastreabilidad, asegurar que los productos estén libres de organismos nocivos para la salud vegetal, asegurar que los productos cumplan con los límites máximos de residuos químicos presentes en los alimentos; con respecto a lo anterior el ICA es un importante soporte para la verificación de tales aspectos, así mismo otros más.

Para efectos de importación de productos de origen vegetal, el importador debe comprometerse en el país destino a dar cumplimiento

de los requerimientos establecidos por la USDA, la cual se encuentra en concordancia con el codex alimentario a nivel internacional. Estos alimentos pueden ser sometidos además a controles de acuerdo con un plan que tiene en cuenta riesgos potenciales. Tales controles pueden tener lugar de acuerdo con las leyes nacionales de los diferentes Estados a nivel nacional en todo el territorio de Estados Unidos.

En todo el territorio de los Estados Unidos, incluyendo desde luego el Estado de la Florida y en éste a la ciudad de Miami, todos los productos que han sido etiquetados como productos orgánicos requieren obligatoriamente de una certificación de un organismo de certificación de dicha nación y teniendo en cuenta las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos. Además de estas normas orgánicas, cualquier producto fresco que sea exportado a Estados Unidos tiene que ajustarse a las reglamentaciones del USDA; sin embargo son requerimientos que continuamente van cambiando en razón a factores coyunturales que se pongan de manifiesto en dicha nación, por tal motivo es indispensable que al momento de realizar los trámites de exportación de productos a esta nación, se haga contacto con la oficina del USDA que existe en la embajada estadounidense del país exportador, para que reciba la información actualizada de los requerimientos existentes para los productos frescos.

7.4.5. Propuesta de estrategias de ampliación y posicionamiento del ñame de Sucre en el mercado de Miami, Florida.

Teniendo presente el importante crecimiento del comercio del ñame con los Estados Unidos, particularmente con Miami, es fundamental tener en cuenta la necesidad de posibilitar mejores condiciones en la estructura productora y comercializadora, es decir, la generación de estrategias que faciliten tanto la producción, como los mecanismos de mercadeo.

Por consiguiente, se hace indispensable el desarrollo de estrategias adecuadas que mejoren la situación actual y futura para el aprovechamiento y posicionamiento en este gran mercado, a continuación se proponen las más importantes:

Desarrollo de mecanismos tendientes a estimular la producción de ñame en los distintos municipios productores actuales y potenciales en el

departamento, a través de políticas municipales y de las entidades agrícolas del departamento, por medio de capacitaciones de carácter técnico en el manejo de la cosecha con fines de exportación y de acuerdo a los requerimientos estipulados para tal efecto, no sólo en los Estados Unidos, sino en cualquier nación donde se exporte el ñame.

Mejoramiento de las características técnicas de la variedad de ñame espino en las distintas zonas productoras en cuanto a tamaño, estado de presentación otros aspectos relacionados con la calidad de exportación.

Adecuación de las condiciones de producción para garantizar regularidad en el abastecimiento y volumen suficiente en la medida de la ampliación del mercado, tales como incentivos a los cultivadores para que aumenten su producción, así como otras en estos aspectos de producción y comercialización, de acuerdo a los parámetros establecidos tanto a nivel de nuestro país como exportador, como en el mercado importador.

Para llevar a cabo el mejoramiento y ampliación del posicionamiento de ñame en el mercado de Miami, se proponen las siguientes estrategias:

Estrategia de calidad, que permita la producción de un ñame de calidad excelsa que posibilite mejor distinción ante el ofrecido por la competencia que presentan otras naciones.

Promover nuevos usos para el producto, con el fin de posibilitar el uso del ñame bajo otras formas, tanto de comercialización como de elaboración de derivados del ñame.

Así mismo desarrollar una agresiva y efectiva promoción para posibilitar mejores precios sin que con ello se afecte el precio establecido internacionalmente para los productos agrícolas.

También generar estrategias en la diversificación de líneas de productos; con el fin de incentivar la entrada de otros productos derivados en el futuro inmediato, apoyándose en las distintas propiedades y posibilidades de utilización del ñame como producto base, para dichos derivados como materia prima o bienes finales.

7.5. Conclusiones

El departamento de Sucre es un gran productor de ñame espino de calidad de exportación, lo que indudablemente le otorga grandes posibilidades para abrirse en los mercados internacionales, específicamente en el Estado de la Florida, Estados Unidos de Norteamérica.

El estado de la Florida posee características poblacionales que posibilitan la entrada del ñame al territorio, especialmente por existir una fuerte colonia latina, asiática y africana, lugares donde el ñame forma parte de la alimentación diaria.

Es importante fortalecer el posicionamiento del ñame producido en el departamento de Sucre en el mercado de Miami, Florida, no solo por ser un lugar donde predomina la colonia latina, sino también porque es una ciudad que ofrece facilidades de exportación y otra serie de ventajas para los colombianos frente a los otros países competidores.

Los cultivadores de ñame buscan que la siembra del ñame espino sea altamente productivo y rentable económicamente, ya que les permitiría el mejoramiento de las condiciones de vida, y la exportación de este producto es una alternativa que les brinda esta oportunidad.

El desarrollo de este estudio investigativo aportó elementos descriptivos, conceptuales y técnicos relevantes, que sirven de apoyo en el proceso de asesoramiento a los productores de ñame para orientarse y aprovechar las posibilidades y oportunidad de exportar el producto a la Florida.

Es sumamente pertinente aprovechar las oportunidades y ventajas arancelarias que poseen los productos agrícolas después de la firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América, porque es una manera de lograr, que en este caso, el ñame sucreño sea apetecido no sólo en el estado de la Florida, sino en todo el territorio estadounidense.

7.6. Referencias

- AGRONET(2013). <http://www.agronet.gov.co/Documents/%C3%91A-ME2016.pdf>
- Cámara de Comercio de Sincelejo. (2014). F. PROCARIBE a partir de informes URPA –Sucre años 2005 – 2009
- Corpoica-Sena.(2013). Resultados de la investigación agrícola en la región Caribe.Montería.
- Departamento de agricultura de los Estados Unidos. (2016). https://www.usda.gov/codex_alimentarius.
- Fred, D. (2011). *Conceptos de Administración estratégica. 12 ediciones.* . México: Pearson education.
- Gobernación de Sucre. (2011). *Documentos de coyuntura de la Unidad Regional de Planeación Agropecuaria de la Secretaría de Desarrollo Económico de sucre, 2005-2010.* Sincelejo.
- Hatten ,K. (1987). Strategic Management. Analysis and Action.
- Kotler , P. (1996). *Dirección de mercadotecnia.* México: Prentice Hall.
- Kotler,P.&Armstrong,G.Traducción:Leticia Esther Pineda Ayala (2007). *Marketingarketing.Versión para Latinoamérica.* Decimoprimer edición.México.Pearson Educación.
- Mincomercio. (2010). *Estadísticas e informes Perfiles económicos y comerciales por países.* Obtenido de <http://www.mincomercio.gov.co>: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/EstudiosEconomicos/PerfilesPaises/EstadosUnidos.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MINCIT. (2012) Tratado libre comercio Colombia –USA http://www.tlc.gov.co/publicaciones/727/texto_final_del_acuerdo
- Mintzberg, H. et.al.(1.998) El Proceso Estratégico. Madrid.Prentice Hall.
- Procolombia. (s,f). *Prepárese para exportar.* Obtenido de [procolombia.co: http://www.procolombia.co/sites/default/files/preparesse_exportar_sep.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/preparesse_exportar_sep.pdf).
- Reina, Y. (2012). El cultivo de ñame en el Caribe Colombiano. Documentos de trabajo sobre economía regional, Nro 168.p 1-30.
- Revista Dinero. (5/12/2016). Emprendedores.El ñame conquista los mercados externos. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/>

negocios/articulo/la-demanda-del-name-ha-crecido-en-los-consumidores-de-estados-unidos/223537.

Rodriguez, D. (2005). Diagnóstico Organizacional. México: Alfaomega.

Sanchez , C., & Hernández , L. (s.f.). Descripción de aspectos productivos, de poscosecha y de comercialización del ñame en Córdoba, Sucre y Bolívar.

Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2000). Fundamentos de Marketing. 13 Edición. México. Editorial Mc Graw Hill.