

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
PROGRAMA DE MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CON ESPECIALIZACION EN COMERCIO INTERNACIONAL



**PIÑA, RUBRO NO TRADICIONAL CON MIRAS AL COMERCIO
INTERNACIONAL**

POR:

ALFREDO NOEL DE LEÓN A.

Tesis presentada en cumplimiento de los requisitos exigidos para optar por el Grado de Master en Administración de Empresas con Especialización en Comercio Internacional

APROBADO POR:

Director de Tesis Rodrigo de León

Miembro del Jurado Ignacio de la Cruz

Miembro del Jurado Emerson García

Representante de la Vicerrectoría de Investigación y

Postgrado Dr. Alfredo Figueroa Navarro

Fecha 28/VII/1999.

318294-

Ch. L. Castro

30 AGO 1999

FPG

DEDICATORIA

DEDICATORIA

A la memoria de mi querida madre **ELEONOR** que desde el lugar que ocupes en el Reino de los Cielos, te dedico con mucho amor y humildad este Trabajo de Grado.

A mi padre **ALBERTO NOEL** y a mi hermano **CARLOS NOEL**, quienes a través de su ejemplo, infundieron en mi el deseo de superación que me ha llevado al logro de esta meta.

A mi adorada esposa, **ANA CECILIA**, quien en todo momento me motivó en la realización y culminación de este Trabajo.

A mi hijos a quienes amo con todo mi corazón, **ALFREDO NOEL**, **CARLOS ALBERTO NOEL Y MARIO AUGUSTO NOEL**, les dedico este Trabajo de Grado, en la esperanza que les sirva de estímulo y ejemplo en la trayectoria de sus vidas.

ALFREDO NOEL

AGRADECIMIENTO

AGRADECIMIENTO

Al alcanzar la meta con la presentación de este Trabajo de grado, queremos dejar constancia de agradecimiento al Profesor RODRIGO DE LEÓN, bajo cuya dirección hemos logrado la culminación de esta investigación.

Queremos hacer un reconocimiento especial a todos los facilitadores que nos brindaron sus valiosos conocimientos y experiencias.

Finalmente, a los funcionarios públicos, hombres de negocios, y a todas las personas que de una u otra forma nos prestaron su ayuda desinteresada.

NUESTRO MAS PROFUNDO AGRADECIMIETO PARA TODOS.

ALFREDO NOEL

INDICE GENERAL

| | PAGINA |
|-------------------|---------------|
| Resumen - Español | 1 |
| Resumen - Ingles | 2 |

CAPITULO PRIMERO INTRODUCCION

INTRODUCCION

| | |
|--|----------|
| A. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN | 5 |
| B. JUSTIFICACION | 6 |
| 1.Ojetivos Generales | 7 |
| 2.Objetivos Especificos | |

CAPITULO SEGUNDO GENERALIDADES SOBRE LA PIÑA, PRODUCTO NO TRADICIONAL

| | |
|---|-----------|
| A. ANTECEDENTES HISTORICOS Y SU IMPORTANCIA | 10 |
| B. DESCRIPCION DEL PRODUCTO | 11 |
| 1. Variedades | 12 |
| C. CULTIVOS DE LA PIÑA | |
| 1. Preparación del Terreno | |
| 2. Época de siembra, selección y tratamiento de semilla | 13 |
| 2.1. Época de siembra | |
| a. Riego superficial o de gravedad | |
| b. Riego por Aspersión | |
| c. Riego por Goteo | |
| 2.2. Selección y Tratamiento de semilla | 15 |

| | |
|---|----|
| 3. Siembra | |
| 4. Fertilización | |
| 5. Control de malezas, plagas y Enfermedades | 17 |
| 5.1. Malezas | |
| 5.2. Plagas | |
| 5.3. Enfermedades | 18 |
| 6. Inducción a la Floración | |
| 7. Cosecha | 20 |
| 8. Normas de Calidad | |
| D. CONSERVACION DE LA PIÑA EN LA ETAPA POSTERIOR A LA COSECHA | 21 |
| E. ASISTENCIA TÉCNICA NACIONAL E INTERNACIONAL | 22 |
| 1. Asistencia Técnica Nacional | 23 |
| 1.a. Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP) | |
| 1.b. Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA) | |
| 1.c. Instituto Panameño de Comercio Exterior (IPCE) | |
| 1.d. Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA) | |
| 1.e. Banco Nacional de Panamá (BNP) | |
| 2. Asistencia Técnica Internacional | 24 |
| F. POLÍTICAS DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES | 25 |
| G. INCENTIVOS | 28 |

CAPITULO TERCERO
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE LA PIÑA EN LOS ESTADOS UNIDOS

| | |
|--|----|
| A. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO | 31 |
| B. DATOS GENERALES | 35 |
| 1. Población | |
| 2. Oferta del Producto | |
| 3. Demanda del Producto | |
| 4. Precios y Competencia en el Mercado | |

| | |
|---|-----------|
| C. EXIGENCIAS DEL MERCADO | 36 |
| 1. Normas y Manejo del producto | |
| a. Normas de Calidad | |
| b. Embarque | 37 |
| c. Transporte | 38 |
| c.1. El Contenedor Refrigerado | |
| c.2. Parámetros del Transporte Refrigerado de la Piña | |

CAPITULO CUARTO METODOLOGÍA

| | |
|--|-----------|
| A. DISEÑO DE LA ENCUESTA | 41 |
| 1. Objetivos de la Encuesta | |
| 2. Limitaciones | |
| 3. El Cuestionario | 43 |
| B. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS DATOS | |
| 1. Población | |
| 2. Proceso de Muestreo | |
| 3. Muestra | |
| 4. Resultados | 44 |
| 5. Análisis | 56 |
| a. Financiamiento | |
| b. Apoyo Técnico | 57 |

CAPITULO QUINTO PLAN PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA AL MERCADO DE AMÉRICA DEL NORTE

| | |
|---|-----------|
| A. MODALIDADES DEL COMERCIO INTERNACIONAL | 59 |
| Términos Comerciales mas Utilizados | |
| 1. F.O.B. (libre a bordo) Puerto de Despacho | |
| 2. C.I.F. (Costo, seguro y flete) Puerto de Destino | |
| 3. F.A.S. (libre a un costado del barco) | |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 4. | Ex Quay (sobre muelle) | |
| 4.a. | Duty Paid. | |
| 4.b. | Duties on Buyer's Account | |
| 5. | Ex Works (Puesto en fábrica en planta) | |
| B. | DOCUMENTACION REQUERIDA PARA EXPORTAR | 60 |
| 1. | Factura Comercial | |
| 2. | Declaración de Exportación | |
| 3. | Certificado de Origen | |
| 4. | Permisos de Exportación para Productos Vegetales y Derivados | |
| 5. | Certificado Fitosanitario | |
| 6. | Certificado de Embarque | |
| C. | PROCESOS REQUERIDOS PARA COLOCAR LA PIÑA EN EL MERCADO | 61 |
| 1. | Proceso para la exportación | |
| D. | MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL | 63 |
| E. | RENTABILIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PIÑA | |
| 1. | Costos Administrativos | |
| a. | Costos de Instalación | 64 |
| a.1. | Oficina Central | |
| a.2. | Centro de Acopio | |
| a.3. | Agua, Luz y Teléfonos | 65 |
| b. | Costos de Transporte | |
| 2. | Costos de Producción | |
| a. | Elementos para el análisis del Costo de Producción Promedio | |
| 3. | Costos Proyectados para la Exportación | 68 |
| a. | Valor del Producto | |
| b. | Manejo y Clasificación | |
| c. | Empaque | 69 |
| d. | Fletes y Transporte | |
| e. | Gastos de Exportación | |
| 5. | Determinación de Utilidades según Costos Proyectados de Exportación | 70 |

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

72

Recomendaciones

73

BIBLIOGRAFIA

76

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

| No. | | Pág. No. |
|------|---|----------|
| I. | DINAMICA DE CRECIMIENTO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS. | 32 |
| II. | PRECIOS PROMEDIOS C.I.F. EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS. | 33 |
| III. | PARTICIPACION RELATIVA PROMEDIO DE PANAMÁ Y COSTA RICA EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS. | 34 |
| IV. | ESTRUCTURA DE COSTO DE PRODUCCIÓN DE UNA HECTARIA DE PIÑA. | 66 |
| V. | ANÁLISIS ECONOMICO DE SEMBRAR UNA HECTÁREA DE PIÑA DE EXPORTACIÓN. | 67 |
| VI. | COSTO PROYECTATOS PARA LA EXPORTACIÓN. | 69 |
| VII. | UTILIDADES PROYECTADAS PARA LA EXPORTACIÓN. | 70 |

ÍNDICE DE GRAFICAS

| No. | Pág. No. |
|---|-----------------|
| 1. HECTÁREAS DE PIÑA SEMBRADAS | 46 |
| 2. MÉTODO UTILIZADO EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN. | 47 |
| 3. CANTIDAD DE PERSONAS QUE LABORAN EN FINCAS. | 48 |
| 4. CAPITAL UTILIZADO PARA LA PRODUCCIÓN. | 49 |
| 5. HACIA QUE MERCADO ESTA DIRIGIDO LA PRODUCCIÓN. | 50 |
| 6. TIPO DE ASISTENCIA TÉCNICA RECIBIDA. | 51 |
| 7. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO. | 52 |
| 8. CONSIDERACIONES SOBRE LOS CAMINOS DE PENETRACIÓN. | 53 |
| 9. DISPONIBILIDAD DE SISTEMAS DE RIEGO PARA EL CULTIVO. | 54 |
| 10. CONTACTOS CON INTERMEDIARIOS. | 55 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| No. | Pág. No. |
|---|----------|
| 1. DISTANCIAS ENTRE PLANTAS Y CALLES EN SIEMBRA DE PIÑA EN HILERAS DOBLES. | 14 |
| 2. DIFERENTES RETOÑOS UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN DE PIÑA. | 16 |
| 3. FASES REPRODUCTIVA Y VEGETATIVA DE LA PLANTA DE PIÑA. | 19 |

ÍNDICE DE ANEXOS

No.

1. INDICADORES ECONÓMICOS - AÑOS AGRÍCOLAS 1990/91 - 1997/98.
2. SUPERFICIE COSECHADA VERSUS RENDIMIENTOS - AÑOS AGRÍCOLAS 1990/91 - 1997/98.
3. SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DE PIÑA POR REGION - AÑOS AGRÍCOLAS 1990/91/1998.
4. PARTICIPACION POR PROVINCIA EN SUPERFICIE SEMBRADA Y PRODUCCIÓN DE PIÑA.
5. VALOR F.O.B. DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN PAÍS DE DESTINO AÑOS 1994 - 1998.
6. PROYECCION DE LA PRODUCCIÓN - AÑOS 1996 - 1999.
7. PROYECCION DE EXPORTACIONES HACIA LOS ESTADOS UNIDOS AÑOS 1996 - 1999.
8. EXPORTACIONES DE PIÑA DESDE LA CHORRERA HACIA MIAMI 1996 - 97.
9. EXPORTACIÓN DE PIÑA A LOS ESTADOS UNIDOS 1996 -1997.
10. EXPORTACIÓN DE PIÑA 1998.
11. PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIÑAS - PRODUCTORES DE LAS SANGUENGAS.

RESUMEN - ESPAÑOL

El propósito de este trabajo de investigación se define en el título **PIÑA, RUBRO NO TRADICIONAL CON MIRAS AL COMERCIO INTERNACIONAL** donde existen obstáculos que no han permitido que los productores logren beneficios significativos en las actividades de exportación.

El objetivo de este trabajo, además de proponer un plan de producción y comercialización para la exportación de piñas para los productores de Las Sanguengas, es demostrar que con programas de asistencia técnica y financiamiento oportuno se pueden lograr beneficios económicos significativos para el productor y el país.

La exportación de productos no tradicionales se convertirá en una de las principales fuentes de divisas para el próximo milenio.

La investigación realizada fue exploratoria, descriptiva y explicativa. Los resultados de la encuesta aplicada han permitido presentar gráficas con sus respectivos comentarios.

Al visitar las fincas se obtuvo informaciones valiosas, referentes a experiencias y vicisitudes de los productores, en las distintas etapas de proceso productivo.

Esta investigación nos ha permitido conocer todos los pasos a seguir para realizar exportaciones al mercado de los Estados Unidos.

La República de Panamá dispone de muchas tierras en condiciones óptimas para la producción de piña para la exportación. Existen excelentes condiciones que permiten incrementar anualmente nuestra participación en el mercado de los Estados Unidos.

El plan recomendado facilita una serie de pasos y procesos a considerar en cada una de las etapas, desde el inicio del proceso de producción en el campo, hasta la colocación de la piña en el puerto del país de destino. Será una herramienta de apoyo tanto para los productores de Las Sanguengas como a inversionistas que tengan interés en la comercialización del producto.

Finalmente se presentan conclusiones y recomendaciones que permiten resolver algunos problemas que presentan productores de Las Sanguengas.

RESUMEN - INGLES

The intention of this work of investigation is defined in the title **PINEAPPLE NONTRADITIONAL HEADING WITH SIGHTS TO THE INTERNATIONAL COMMERCE**, where obstacles exist that have not allowed the producers obtain significant benefits in the export activities.

The objective of this work, beside to propose a plan of production and commercialization for the export of pineapple for the producers of Las Sanguengas, is to demonstrate that with programs o technical attendance and oportune financing benefits for the producers and country can be obtained.

Exportation of nontraditional products will become one of the main currency sources for the next millenium.

The made investigation was exploratory, descriptive and explanatory. The results of the applied survey have allowed to present graphs with its respective commentaries.

When visiting the property obtained valuable information, referring experiences and vicissitudes of the producers, in the different stages from productive process.

This investigation has allowed us to know all the steps to follow to make exports to the market of the United States.

The Republic of Panama has many earth in optimal conditions to the pineapple production to the export. Excellent conditions exist that allow to annually increase our participation in the United States.

The recommended plan facilitates a series of steps and processes to consider in each one o the stages, from beginning the process of production in the field, to the positioning of the pineapple in the destiny country. It will be a tool of support as much for producing the producers of Las Sanguengas like an investors who have interest in the commercialization of the product.

Finally conclusion and recommendation appear that allow to solve some problems for producers of Las Sanguengas.

CAPITULO PRIMERO
INTRODUCCION

INTRODUCCION

En los últimos años la exportación de productos no tradicionales se ha convertido en una actividad competitiva debido a que representa una alternativa de desarrollo para las áreas de producción y un incremento del nivel de vida de los productores. No obstante, sin una adecuada administración, podría presentar pérdidas significativas para el productor y exportador, razón por la cual, se considera como una actividad de altos riesgos.

La conquista de mercados en muchas ocasiones se torna difícil; exige gran dedicación y esfuerzos para conservarlo.

Panamá, es un país con muchas ventajas comparativas, cuenta con los elementos necesarios para desarrollar la exportación de productos no tradicionales de gran aceptación en el comercio internacional. Como consecuencia de la apertura comercial y la proyectada globalización de los mercados. Nuestro país se ha visto en la necesidad de modificar y crear nuevas leyes para prepararse para enfrentar los retos de dicha apertura. Implica importaciones masivas que si no son controladas podrían deteriorar la capacidad competitiva de la producción nacional.

Al observar dichos movimientos comerciales, consideramos de fundamental importancia investigar la piña, rubro no tradicional, para la comercialización en los mercados de América del Norte, muy concretamente, el mercado de Miami.

ANTECEDENTES

En los últimos años la Piña se ha convertido en un producto de rápido crecimiento en sus niveles de exportación al mercado de la América del Norte, muy concretamente en las ciudades de Miami, Boston y Nueva York. *Ευρωπαϊκή*

En nuestro país cultivan diferentes variedades de piña, entre ellas, las más conocidas son la Piña de Agua, Española Rosa, Tabogana, Cayena, lisa – tipo Hawai, etc. Esta última variedad, por sus características propias, alta productividad y gran aceptación en los mercados internacionales, ocupa en la actualidad la mayor cantidad de hectáreas sembradas. Hoy día, a nivel nacional se cultivan más de 600 hectáreas, de las cuales la provincia de Panamá (Sector Oeste) cultiva más del 80%.

Los productores de Piña de la Comunidad de Las Sanguengas ubicada en el Corregimiento de Herrera del Distrito de La Chorrera ha estado exportando piñas y cuentan con una pequeña infraestructura de producción para la exportación.

JUSTIFICACION

Se ha seleccionado para este estudio a los Productores de Piña de la Comunidad de Las Sanguengas, por el interés que tienen sus miembros para mejorar su producción y sus niveles de participación en los mercados de América del Norte.

Las tierras reúnen condiciones adecuadas para la producción de Piñas y se dispone de buenas posibilidades de producción para la exportación.

La siembra y cosecha de Piña se puede mantener durante todo el año, con lo cual se puede lograr una mejor distribución y comercialización de la producción.

Este estudio adquiere valor para el desarrollo económico del país ya que representa una alternativa para incrementar las exportaciones de la piña en la provincia de Panamá con proyecciones de aplicación en otras provincias como Veraguas y Chiriquí, donde se esta incrementando la producción de este rubro.

Ante los hechos expuestos, este trabajo de investigación debe culminar con la presentación de un buen Plan de Producción y Comercialización para la exportación de piñas al mercado de América del Norte, para uso de los Productores de Piña de Las Sanguengas.

OBJETIVOS GENERALES

Conocer los aspectos que faciliten la Producción y Exportación de Piña al mercado de Miami.

- a. Determinar el estado actual de la producción de piñas de los productores de Las Sanguengas.
- b. Analizar y evaluar los tipos de piña que se producen para la exportación.
- c. Dedicar esfuerzos para que este proyecto resulte confiable a cada uno de los protagonistas, muy en especial a los pequeños productores e inversionistas.
- d. Generar divisas para la economía nacional

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Incrementar la producción de la Piña para la Exportación.
- b. Proponer un plan de producción y comercialización para la exportación de piñas para los productores de Las Sanguengas.
- c. Ofrecer una alternativa viable de comercialización externa al mercado de Miami, a través del desarrollo de un plan integrado y los procesos que se requieren para exportar.
- d. Analizar las oportunidades para la actividad agrícola, de manera que se aproveche la apertura del comercio y el reto de este sector, ante la Organización Mundial de Comercio.
- e. Detectar las oportunidades que tiene nuestro país con este producto de manera que la exportación se realice con ventajas comparativas para nuestro país.

ASPECTOS METODOLOGICOS

Durante el desarrollo de la investigación, la metodología a utilizar será explorativa, descriptiva y analítica. Con el uso de las mismas determinaremos con mucha objetividad el estado actual de los productores de Piña de Las Sanguengas de la Chorrera.

DELIMITACION DEL TEMA

El estudio se circunscribe a analizar la producción y comercialización para la exportación de la Piña, rubro no tradicional al mercado de América del Norte. El mercado señalado es Miami, por que contamos con información abundante y actualizada.

La ciudad de Miami forma parte del socio comercial con quien nuestro país tiene mas relación de intercambio y porque en el residen una gran cantidad de hispanos que son consumidores de Piña.

CAPITULO SEGUNDO
GENERALIDADES SOBRE LA PIÑA, PRODUCTO NO TRADICIONAL

GENERALIDADES SOBRE LA PIÑA, PRODUCTO NO TRADICIONAL

La producción agrícola, juega un papel fundamental en nuestro país, como consecuencia de la demanda existente en los mercados nacionales.

Un número considerable de productores se dedican a estas labores y cada día tratan de proyectar sus actividades hacia los mercados internacionales.

Un producto tradicional, es aquel que siempre se ha exportado a los mercados extranjeros y su participación en el mercado se fundamenta en acuerdos internacionales. Los productos no tradicionales son aquellos cultivos que se han exportado en pequeñas cantidades, a los cuales se les asigna un valor agregado.

La apertura comercial externa y los diferentes programas e incentivos han contribuido a aumentar el potencial exportable en productos agrícolas no tradicionales.

A. ANTECEDENTES HISTORICOS Y SU IMPORTANCIA.

En las selvas de América tropical, los conquistadores españoles encontraron una curiosa planta que llevaron a Europa. Su forma era extrañamente hermosa y su sabor exquisito: era el **ananás o piña**. Durante mucho tiempo, el ananás constituyó en Europa un deleite reservado solo a los reyes y los nobles. Nadie podía entonces imaginar que con el tiempo, el progreso de la industria llegaría a poner ese delicioso fruto al alcance de todos, en todos los países, y que la cosecha de los centros productores representaría muchos millones de dólares cada año.

La producción de piña en Panamá se practicaba asociada a otros cultivos y sin ninguna metodología lo que daba como resultado que no se obtuvieran buenos rendimientos. Toda la producción estaba encaminada a satisfacer la demanda nacional.

B. DESCRIPCION DEL PRODUCTO.

La Piña Ananás comusus (L). Pertenece a la familia de las bromeliáceas, sub – clase monocotiledóneas, genero ananás. Se diferencia de otras plantas de su familia, porque su fruto es un sincarpio (conjunto de frutos individuales que forman la denominada fruta de la piña) a diferencia de otros géneros que sus frutos quedan libres. La familia tiene 40 géneros y aproximadamente, 850 especies, la gran mayoría son epifitas (que viven en árboles o rocas). La especie se caracteriza por tener la capacidad de absorber humedad de la atmósfera, así como también una alta capacidad de retención de agua, razón por la cual se considera una planta resistente a los períodos largos de sequía.

Es una planta herbácea perenne, ya que sus yemas auxiliares, (entre las hojas) una vez la planta haya sido cosechada, éstas se desarrollan dando origen a una nueva planta, que producirá una nueva fruta; y es así sucesivamente.

El pedúnculo une a la fruta con el tallo de la planta. Tiene entrenudos relativamente largos y presenta algunas hojas cortas. Las yemas de éste pedúnculo producen los bulbillos, que son utilizados para la siembra de nuevas plantaciones y su número varía según la variedad.

La temperatura más apropiada para el cultivo de la piña oscila entre los 20 y 27 grados centígrados.

La altitud en que se desarrolla va desde los 100 metros hasta 800 metros sobre el nivel del mar.

El cultivo requiere unos 1,200 a 1,500 milímetros de precipitación (agua de lluvia) distribuidos en los 12 meses del año.

1. Variedades

En Panamá se ha sembrado diferentes variedades de piña entre ellas “**la Piña de Agua**”, caracterizada por su pulpa de color blanco, con gran contenido de agua y poca acidez. Entre otras variedades cultivadas se destacan **la Española Roja, Pan de Azúcar, Tabogana, etc.**

Al inicio de la década de 1970, se introduce la variedad **Cayena lisa, tipo Hawaii**, con propósitos de industrialización y exportación, ya que la misma reúne características ventajosas en cuanto a pulpa de color amarillo, buen grado de acidez, brix óptimo y alta productividad.

En nuestro país ésta variedad actualmente ocupa la mayor área sembrada. El ciclo de vida de la planta de piña consta de dos fases: Vegetativa y reproductiva. Durante la primera fase, todas las labores que se realizan van orientadas a evitar problemas fitosanitarios y a favorecer el desarrollo de las plantas. En la fase vegetativa se realizan las prácticas de manejo para plagas, enfermedades y fertilización.

C. CULTIVO DE LA PIÑA EN PANAMA

El cultivo de la piña (*Ananás comosus*) sé práctica en Panamá desde épocas pasadas. En los últimos años se ha ido incrementando significativamente en la Zanguenga de la Chorrera ubicado en el sector oeste de la Provincia de Panamá.

1. PREPARACIÓN DE TERRENO

Es recomendable sembrarla en suelos de textura liviana y bien drenados. El PH debe estar entre 5.0 y 6.5. La preparación del mismo se inicia con el desmonte, seguido de un pase de arado y dos pases de rastra. No obstante, deben tomarse medidas para la conservación del suelo.

2. EPOCA DE SIEMBRA, SELECCIÓN Y TRATAMIENTO DE SEMILLA

2.1. Época de siembra

La siembra se inicia con las primeras lluvias de la temporada, las cuales se presentan a fines de abril y principios de mayo.

Con el uso de riego la siembra puede mantenerse durante todo el año, trayendo como beneficio una mejor distribución y comercialización de la producción.

Los métodos de riego que más se utilizan son: el riego superficial o de gravedad, por aspersión y por goteo.

a. Riego superficial o de gravedad.

Es un método antiguo y se utiliza en muchas partes del mundo donde la cantidad de agua disponible y el relieve de terreno lo permiten; se utiliza una planta succionadora de agua que será colocada en un río o quebrada, el cual llevará en agua hacia un canal madre que se encargará de suministrar el líquido entre los surcos existentes en el cultivo. Para que sea efectivo, se recomienda el uso de terrenos planos para su mejor distribución.

b. Riego por aspersión:

Es un método de llovizna artificial y su práctica está establecida en varios países. Requiere de tubos livianos y acoples sencillos que permiten trasladar el agua rápida y cómodamente. Ofrece la ventaja de poder dosificar el agua, agregar nutrimentos y plaguicidas; permite siembras en densidades más altas y facilita la utilización de terrenos en declive.

c. Riego por goteo

Este sistema empezó a llamar la atención en América Latina a partir de los años 70. Originalmente, se investigó y se construyeron los modelos iniciales en los Estados Unidos, pero fue en Israel donde se aplicó extensivamente con éxito, y de esa experiencia se incrementó la popularidad en su uso.

Consiste en la aplicación de agua al suelo por medio de pequeños goteadores alimentados por tubos plásticos colocados sobre la tierra o enterrados. La tasa de riego o emisión de agua depende del tamaño del orificio y de la presión.

SIEMBRA DE PIÑA EN HILERAS DOBLES

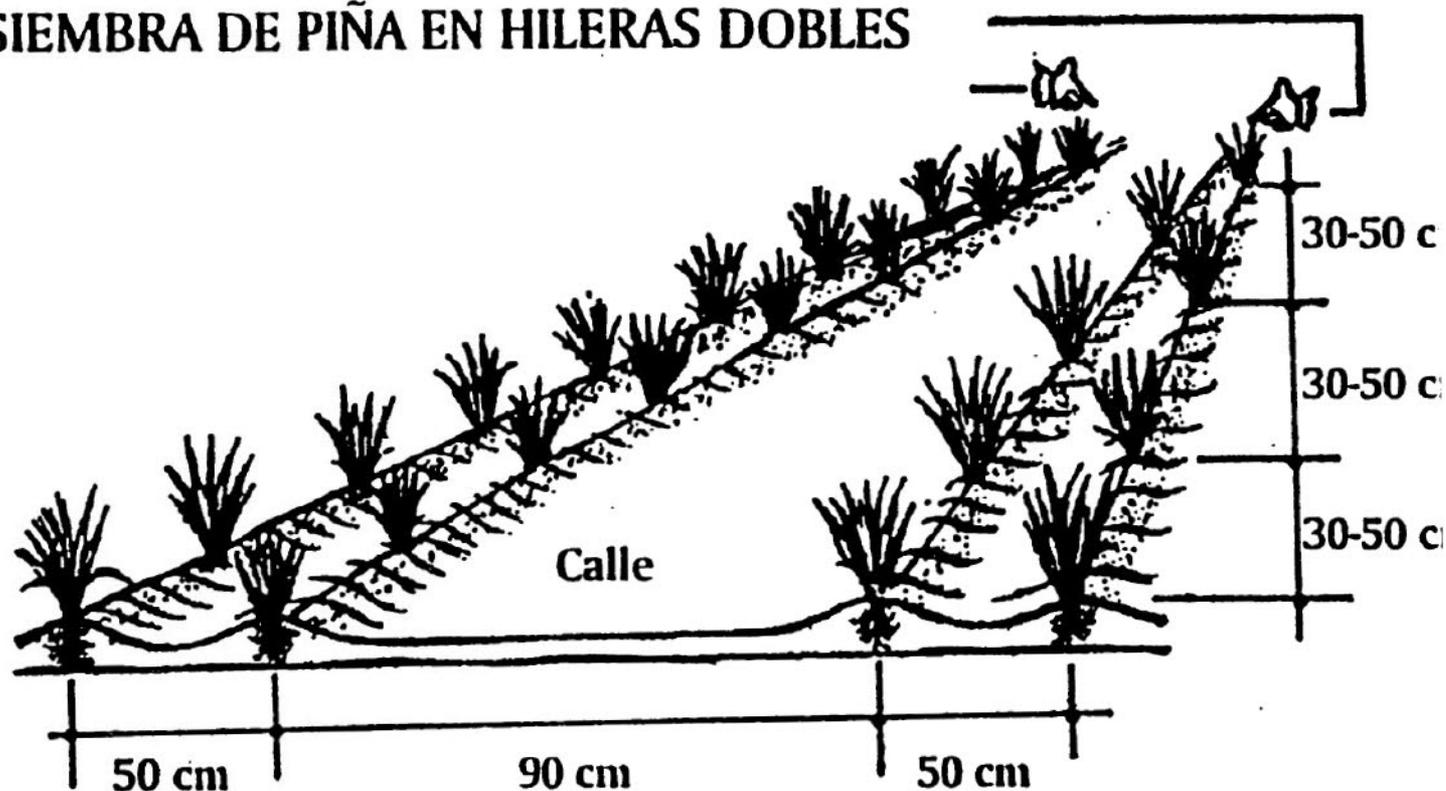


FIGURA 1

Distancias entre Plantas y calles en Siembra de Piña en Hileras Dobles

Se utiliza en zonas áridas y como suplemento de las lluvias durante la época de crecimiento de los cultivos. Para la utilización de cada uno de estos sistemas de riego se debe tomar en cuenta que el cultivo sea rentable, ya que son altamente costosos.

2.2. Selección y tratamiento de semilla

La propagación de la piña es asexual (sin semilla), la siembra se realiza con los diferentes retoños que producen las plantas viejas después de la cosecha. Los hijos nacen de la corona, los retoños o hijos basales y los chupones o hijos auxiliares. Estos últimos producen mejores plantas, y de más rápida producción.

Los retoños de mayor tamaño demoran menos tiempo para fructificar. Se hacen tres clasificaciones, grandes, medianos y pequeños, para que cada uno se siembre dentro de su propia parcela.

El tratamiento consiste en sumergir la semilla por tres minutos en una mezcla de un insecticida y fungicida, luego los retoños se dejan secar al aire y posteriormente se siembran.

Previo al tratamiento la semilla se debe deshojar y consiste en eliminar las hojas más próximas a la base del retoño, para dejar al descubierto la zona donde emergen las raíces.

3. SIEMBRA

La siembra se realiza en doble líneas, utilizando una distancia entre plantas, líneas y surcos, para facilitar las labores durante el desarrollo del cultivo. La distancia que más se recomienda es de 0.30m entre planta, 0.50m entre líneas y 0.90m entre surcos, obteniendo una densidad de 45,000 a 48,000 plantas por hectárea.

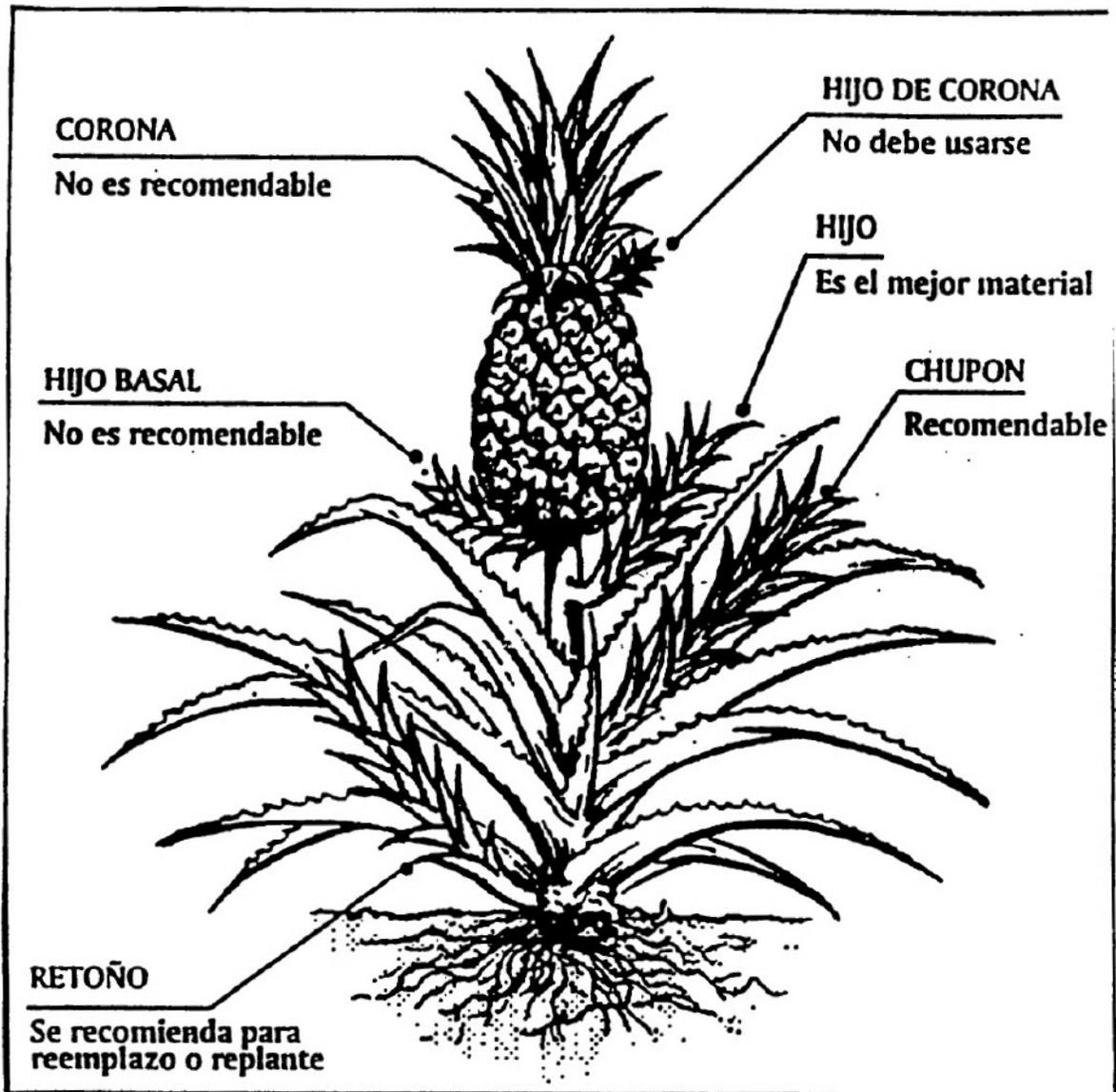
4. FERTILIZACION

Es necesario efectuar primero un análisis de suelo para determinar las cantidades adecuadas de abono aplicable a la parcela que se va a sembrar.

Las mejores dosis de nitrógeno están entre los 450 y 600 kg./ha y de potasio entre los 150 y 300 kg./ha distribuidos en cuatro aplicaciones.

FIGURA 2

Diferentes Retoños Utilizados en la Producción de la Piña



Un mes después de iniciada la siembra se debe realizar el primer abonamiento con la formulación 12-24-12 aplicado al suelo. Los abonamientos restantes se hacen cada dos meses con la formulación 18-5-15-6-2 aplicados a las axilas. Con esta última formulación se mejora el brix de la fruta.

5. CONTROL DE MALEZAS, PLAGAS Y ENFERMEDADES

5.1. Maleza:

Las malezas pueden disminuir los rendimientos de un 10 a 40%. En Panamá Oeste, la incidencia de **Digitaria** es alta, mientras que la de **Manisuri** es mediana. Esta última puede reducir los rendimientos en 15%. Para el manejo general de malezas se aplica **Diurón** (3 lb/50 gl de agua) en pre – emergencia de la maleza. Cuando las malezas se logran establecer se utiliza para su control los productos **Fusilade** o **Igran** (3 – 5 l/ha).

5.2. Plagas:

Hace más de 20 años, se informó en Panamá sobre la presencia generalizada en los piñales del insecto conocido como chinche harinoso o cochinilla, **Dysmicoccus sp.** (sin. **Pseudococcus brevipes**) y se reconocieron los daños que ocasionan en el cultivo. Actualmente, la incidencia del chinche harinoso es alta y puede disminuir rendimientos en 20 a 80%.

Para el manejo del chinche harinoso se aplican diferentes insecticidas entre los cuales se encuentra **Furadán**, **Sistemín** (300 a 400 ml/50 gl de agua), **Diazinón** o **Basudín** (250 a 320 ml/50 gl de agua), **Vydate L** y **Dimitrox** (320 ml/50 gl de agua).

La tecla (**Thecla sp.**) es un problema bastante serio y sus larvas pueden disminuir los rendimientos en 20%. Para su manejo se utiliza **Diazinón** o **Sistemín** (320 ml/50 gl de agua) a la novena y undécima semana después de la inducción.

La incidencia de **gallina ciega** es mediana y se controla con **Furadán** (una cucharadita/planta o 25 kg./ha al suelo) Los daños de rata, ratones y

zarigüellas (zorras) son medianos y su control se realiza con la colocación de cebos (**Klerat**) y comederos con veneno.

5.3. Enfermedades:

Varias enfermedades pueden afectar al cultivo de piña. La incidencia del hongo **Phytophthora** es mediana y puede disminuir los rendimientos hasta en 30%. El manejo de esta enfermedad es crítico durante los tres primeros meses de la planta.

Esta enfermedad afecta a las semillas mal almacenadas o sin tratamiento. Para manejar este hongo se Utiliza **Orthocide, Vitavax o Ridomil MZ** (1 lb/50 gl de agua)

6. INDUCCION A LA FLORACION

La piña es una planta que no tiene un periodo fijo para producir el fruto. Este puede demorar meses o años, dependiendo del tamaño de la semilla al momento de la siembra y a factores que influyen en el desarrollo de la misma.

Importancia de usar el inductor:

- ✓ Acorta el tiempo de cosecha.
- ✓ Reduce el costo de manejo
- ✓ Permite programar y cosechar en mejor época
- ✓ Mejora el control de las plagas del fruto
- ✓ Evita el desarrollo vegetativo exagerado.

Para la aplicación del inductor, la planta deberá tener 1m de alto o 40 hojas activas. No debe aplicarse el inductor antes de los dos meses de haber hecho la última fertilización con nitrógeno. La inflorescencia se presenta a los 45 días de la aplicación.

FIGURA 3

Fases Reproductiva y Vegetativa de la Planta de Piña

| | <u>Días</u> | <u>Actividad</u> |
|--------------------------|-------------|--|
| Fase Vegetativa | 0 | Siembra, manejo de plagas del suelo |
| | 30 | Fertilización (granulado, basal), manejo de malezas |
| | 60 | Fertilización foliar, manejo de plagas y enfermedades |
| | 90 | Fertilización (granulado, axilar) |
| | 120 | Fertilización foliar, manejo de malezas, plagas y enfermedades |
| | 150 | Fertilización (granulado, axilar) |
| | 180 | Fertilización foliar, manejo de plagas y enfermedades |
| | 210 | Fertilización (granulado, axilar), manejo de malezas |
| | 240 | Fertilización foliar, manejo de plagas y enfermedades |
| | 300 | Inducción a la floración |
| Fase Reproductiva | 315 | Fertilización foliar |
| | 345 | Aparición de la inflorescencia |
| | 363 | Manejo de Tecla |
| | 377 | Manejo de Tecla |
| | 398 | Reducción de corona |
| | 436 | Cosecha (exportación) |
| | 447 | Cosecha (mercado local) |

7. COSECHA

La piña empieza a madurar de la base hacia arriba y de adentro hacia fuera.

El momento oportuno para la cosecha deberá definirse según el destino de la fruta.

Si es destinada para el consumo local su maduración deberá estar en un 50%, desprendiéndola del pedúnculo y dejándole la corona. Si es para la exportación se cosechará con la debida anticipación. Deberá dejársele un pedazo del pedúnculo de aproximadamente 2 centímetros de la largo con la corona.

La cosecha se realizara a los 150-165 días después de la inducción. La fruta debe manejarse con cuidado, evitando que reciban golpes al momento de la cosecha.

El rendimiento de una parcela de piña, depende básicamente de la densidad de siembra, fertilización y manejo de la plantación. Los rendimientos para la variedad **Cayena Lisa Hawaii** se consideran buenos. Para una densidad de 45,000 – 48,000 plantas/ha se espera una producción de 70 a 80 toneladas por hectárea.

8. NORMAS DE CALIDAD.

La comercialización internacional de la piña ha crecido considerablemente, causando una fuerte competencia por los mercados de consumo.

Los estándares de calidad deben ser considerados de acuerdo a las exigencias de mercado y adaptarse a los criterios que se señalan a continuación:

- **Desarrollo:**

Las frutas destinadas a la exportación deben estar completamente desarrolladas con todas las cualidades internas y externas para el consumo.

- **Limpias:**

Deben estar limpias de tierra, polvo, residuos de abonos, plaguicidas y otros tratamientos.

- **Sanas:**

Libres de enfermedades que vayan en detrimento de su valorización en el mercado. En esta apreciación, se incluyen los daños por frío, sol, lluvia o causas fisiológicas.

- **Libres de sabor y olor extraño:**

Se refiere a las frutas que durante el transporte o el almacenamiento adquieren el sabor u olor de otros productos.

- **Libre de humedad exterior excesiva:**

Las frutas que hayan recibido lluvias, se consideran con humedad exterior excesiva. La humedad por el agua condensada, debido a cambios de temperatura, no se considera excesiva.

- **Madurez:**

- La corona no debe pasar del 50% del largo total del producto (fruta y corona)
- El pedúnculo debe tener un corte limpio con ángulo recto y una longitud máxima de 2 cm.
- El grado de maduración debe ser de $\frac{3}{4}$ a $\frac{1}{2}$ de estado pintón y textura firme.

D. CONSERVACION DE LA PIÑA EN LA ETAPA POSTERIOR A LA COSECHA

La piña en su etapa Post – cosecha obtiene una decoloración de la cáscara externa como consecuencia de la degradación de la clorofila y una reducción en su contenido de ácido. El grado de maduración de la piña se determina por los siguientes factores:

1. Brix %:

El mejor método para juzgar la calidad del sabor de la piña es por la medición del contenido de azúcar mediante la utilización de Brixómetro.

Al inicio de la cosecha se escogen algunas frutas, se determina el contenido de azúcares deseado y en base a estas características se determinan los índices externos de madurez. Para los efectos de exportación las piñas se deben cosechar con un mínimo de grado Brix del 10%.

2. Tratamiento del Pedúnculo:

El tratamiento del pedúnculo no debe demorar un tiempo superior a seis horas después de cosechado.

La desinfección del pedúnculo esta dirigida al control del hongo **Thielaviopsis paradoxa**, el cual penetra por las heridas de cosecha. El hongo puede atacar y estar en estado latente, causando infecciones en las etapas después de la cosecha.

El control de este hongo se realiza de acuerdo a las condiciones climáticas y de la disponibilidad del equipo, así:

- a. mediante aspersión a presión, cubriendo todas las frutas.
- b. Por inmersión total o parcial de la fruta.
- c.

E. ASISTENCIA TECNICA NACIONAL E INTERNACIONAL

Los productores agrícolas confrontan serios problemas para la producción y exportación de sus productos, entre los cuales podemos destacar la dificultad en obtener recursos financieros.

Las entidades financieras por lo general exigen respaldo superior a los montos solicitados en calidad de préstamos.

El objetivo de la asistencia técnica es lograr buen resultado en los rendimientos del cultivo.

El asesor técnico debe evaluar la información obtenida para determinar el monto adecuado de la inversión, el plazo, plan de pagos y las garantías para el crédito. Debe presentar periódicamente un informe resumiendo todos los aspectos observados en la finca.

La piña presenta grandes beneficios y facilidades a pequeños y grandes productores debido a que, una vez establecida la plantación, el tiempo que se le dedica es poco; además soporta prolongados períodos de sequías así como el ataque de plagas y enfermedades.

Todas estas características sirven de incentivo para promover la exportación de este rubro, con el fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.

El Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA) y otros conservan estudios que demuestran que la piña tiene mercados potenciales en el exterior.

1. Asistencia Técnica Nacional:

Es aquella que ofrecen los organismos gubernamentales, para incrementar la capacitación del productor en las distintas fases o etapas de la producción de los cultivos. También se ofrece en las actividades de comercialización del rubro.

El Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA) es la institución a nivel del gobierno central responsable de la formulación e implementación de las políticas a seguir en el sector agropecuario; además de hacer cumplir las leyes que afectan a este sector y proporcionar Asistencia Técnica para la producción. Cuenta con un plan orientador, en el que se señalan las políticas para coordinar al sector con el propósito de multiplicar las inversiones y un pleno desarrollo de la actividad agropecuaria.

El estado cuenta además con otras instituciones que se encargan de brindar servicios técnicos y de asesoría al productor agropecuario, entre los cuales se destacan las siguientes:

- a. **Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá (IDIAP):** tiene la responsabilidad de diseñar, promover, coordinar y ejecutar actividades de investigación para producir nuevos conocimientos y tecnologías para el desarrollo del sector agropecuario.
- b. **Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA):** Se hace cargo de la comercialización de los productos agropecuarios incluyendo el almacenaje, transporte, administración y fijación de precios.
- c. **Instituto Panameño de Comercio Exterior (IPCE):** Brinda asesoría y asistencia técnica a las personas naturales y a las empresas dedicadas a las actividades de exportación. Administra, supervisa y coordina toda la información comercial para canalizar la promoción de exportaciones. También ofrece cursos de capacitación sobre Comercio Internacional.
- d. **Banco de Desarrollo Agropecuario (BDA):** Ofrece asistencia en materia de Crédito Bancario para fomentar la producción y comercialización de las actividades agropecuarias. También ofrece Asistencia Técnica para capacitar a los productores

y usuarios de crédito que laboran a nivel de finca, con el propósito de incrementar los niveles de eficiencia en la ejecución de los proyectos financiados.

- e. **Banco Nacional de Panamá (BNP):** Otorga créditos y asesoría a los productores a través de la Banca Agropecuaria.

2. Asistencia Técnica Internacional.

Para fortalecer las actividades del Sector Agropecuario, el Gobierno Nacional solicita Asistencia Técnica de organismos internacionales, mediante los programas de cooperación internacional financiados por los organismos de las Naciones Unidas.

En el Ministerio de Economía y Finanzas existe, el Departamento de Coordinación y Promoción de Acciones en Areas Marginales (COPRAM), el cual tiene como función coordinar y enlazar a nivel nacional a las organizaciones no gubernamentales ONG'S, con las instituciones internacionales de Asistencia Técnica.

Las organizaciones no Gubernamentales (ONG'S) son instituciones sin fines de lucro. Abarcan una gran variedad de grupos e instituciones que son en su totalidad, independientes de los gobiernos y se caracterizan principalmente por tener objetivos humanitarios y de cooperación. Se dedican a actividades dirigidas a fomentar el desarrollo comunitario, proteger el medio ambiente, impartir capacitación, proveer servicios y aliviar sufrimientos de los grupos pobres.

Para obtener asistencia técnica, los productores deberán manifestar sus necesidades a las ONG'S. La organización seleccionada enviará un técnico o experto al campo, donde se ha detectado el problema. EL experto deberá confeccionar un proyecto que será presentado tanto al COPRAM como a las Organizaciones Internacionales para agilizar el apoyo requerido.

La Organización Internacional evaluará el proyecto y determinará si tiene méritos suficientes para apoyarlo. Si el proyecto es aprobado, toda la asistencia se canalizará

por intermedio de ONG'S, quienes mantienen un estricto control sobre la administración de los fondos.

F. POLITICAS DEL ESTADO EN RELACION CON LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES.

Las políticas del estado surgen de la necesidad de orientar a los productores del sector sobre las leyes que regulan la actividad agropecuaria, para que así puedan mostrar interés en exportar sus productos obteniendo beneficios, tanto para el productor como para el propio estado.

El sector agropecuario en nuestro país ha enfrentado situaciones críticas como resultado de las crisis económicas y políticas que se dieron en años recientes.

La actividad agrícola cuenta, con el apoyo de leyes que buscan incentivar su desarrollo, entre las cuales se destaca la **Ley No. 2 de 20 de marzo de 1986**, "Por cual se establecen medidas e incentivos a favor de la producción y exportaciones agropecuarias y se otorgan facultades especiales al Ministerio de Desarrollo Agropecuario".

Esta ley tiene como objetivos principales los siguientes:

- a. Incrementar el desarrollo del Sector Agropecuario como parte de la economía nacional**
- b. Incentivar la producción de aquellos productos que más contribuyan al aumento de la riqueza nacional.**
- c. Establecer mecanismos adecuados para que los productores tengan acceso al crédito agropecuario y a los canales de comercialización .**
- d. Satisfacer las necesidades nacionales de productos agropecuarios y promover la exportación, fomentando la investigación, el desarrollo y transferencia de tecnología.**
- e. Fomentar nuevas facilidades para la creación de mano de obra rural en el proceso productivo agropecuario.**
- f. Fomentar el desarrollo de las actividades agroforestales, que contribuyan al mejor uso de los recursos naturales renovables.**
- g. Establecer los incentivos y mecanismos que impulsen el desarrollo agroindustrial, que contribuya a generar un mayor valor agregado a la producción agropecuaria nacional.**

Mediante este Artículo, la legislación panameña procura establecer mecanismos que faciliten el desarrollo del sector agropecuario, permitiendo así un mejoramiento en el proceso productivo y un incremento en la economía nacional. El artículo 2 de la precitada Ley señala que el Ministerio de Desarrollo Agropecuario formulará, revisará y desarrollará la política agropecuaria y le dará la debida divulgación para orientar al sector privado y dirigir la actividad del sector público, poniendo especial énfasis en los aspectos siguientes:

- a. **En el establecimiento, a nivel nacional de los programas agropecuarios necesarios para obtener la disponibilidad de alimentos para el consumo interno y para la exportación, procurando la productividad y rentabilidad.**
- b. **En la promoción de la transferencia de tecnología y eficiencia de los sistemas de comercialización de productos agropecuarios, con el propósito de alcanzar los objetivos previstos en los planes de desarrollo agropecuario, con la participación de las instituciones del sector, los productores independientes, las asociaciones y otros sectores vinculados a la actividad agropecuaria.**
- c. **En la provisión de recursos necesarios para realizar los planes del sector agropecuario, de manera que respondan a los lineamientos de políticas agropecuarias previamente adoptados, y**
- d. **En la promoción de otras especies animales en las áreas del país, donde, por razones de sanidad animal, está vedada la cría de animales de pezuña hendida, para garantizar la utilización óptima de dichas áreas y el consumo adecuado de proteínas de origen animal en la alimentación humana.**

Con el fin de aclarar conceptos la Ley define la Actividad Agropecuaria así:

Es la producción de alimentos, madera, materia prima agrícola, pecuaria, acuícola, forestal y otros productos agrícolas. La actividad incluye ganadería, porcicultura, avicultura, apicultura y cría comercial.

Presenta otros artículos que son de enorme beneficio para el productor agrícola, tal es el caso del Artículo 5 que señala que el Ministerio de Desarrollo Agropecuario, establecerá un servicio de Asistencia Técnica con el propósito de coadyuvar conjuntamente con los productores agropecuarios en la preparación del Proyecto de Inversión a nivel de la unidad de explotación, y en la descripción y aplicación de la tecnología apropiada de tal manera que se logre incrementar significativamente la producción y la productividad. En el

Artículo 7 establece una tarifa preferencial para la instalación y consumo de energía eléctrica utilizada en actividades agropecuarias. En el Artículo 8 se les garantiza asistencia técnica en el uso adecuado de fertilizantes a fin de preservar la calidad de los productos y salvaguardar la salud de los consumidores.

Con el propósito de estimular e incentivar la participación del productor, varias instituciones públicas han realizado estudios técnicos para impulsar la modernización y reconseración del sector agropecuario dándole especial relevancia a los siguientes aspectos:

1. Fortalecimiento de los procesos de generación y transferencia de tecnología, en los servicios de apoyo para dar un mayor acceso al financiamiento y asegurar la sostenibilidad del sector.
2. Establecimiento y apoyo de un programa agresivo de capacitación y formación de recursos humanos.
3. Participación activa en la promoción de la reconversión agropecuaria.
4. Desarrollo de una infraestructura de riego mediante una estrecha coordinación con el sector privado.

Mantener permanentemente un programa de políticas tendientes a la modernización del sector agropecuario, es de fundamental importancia en el desarrollo nacional. Existe una comisión encargada de elaborar la estrategia nacional, y todos sus miembros concluyen que el proceso de Reconversión es la mejor propuesta para la modernización del sector. Pero es conveniente que las propuestas sean claras, explícitas y que puedan llegar al conocimiento de los productores, para ser puestas en marcha.

Sin embargo, es de fundamental importancia que los pequeños productores agropecuarios se agrupen en organizaciones que sean representativas para que puedan aprovechar los programas.

G. INCENTIVOS

Tomando en consideración las necesidades de la Balanza Comercial y mejorar las condiciones del comercio internacional, el gobierno nacional desarrolló leyes de incentivos a las exportaciones entre las cuales se destacan las siguientes:

1. **Ley No. 108 del 30 de diciembre de 1974**, mediante la cual se crean los Certificados de Abono Tributario (CAT), como instrumento para fomentar las exportaciones no tradicionales de bienes producidos o elaborados total o parcialmente en Panamá
2. **Decreto Ejecutivo No. 46 de 5 de mayo de 1975**, mediante la cual se adopta el Reglamento para la aplicación de la Ley No. 108, de 30 de diciembre de 1974.
3. **Decreto Ejecutivo No. 1 del 3 de febrero de 1976**, mediante el cual se reglamentan la emisión de los Certificados de Abono Tributario. Se entiende como certificado de Abono Tributario (CAT) lo siguiente:

Aquellos documentos nominativos, transferibles por endosos emitidos por el Ministerio de Hacienda y Tesoro, cuyo valor será en moneda nacional, los cuales serán utilizados como instrumento para fomentar las exportaciones no tradicionales de bienes producidos o elaborados total o parcialmente en Panamá.

Sólo podrán solicitar y acogerse a los beneficios de la Ley, las personas naturales o jurídicas que exporten, de acuerdo con las clasificaciones establecidas en el Artículo 3 que a la letra dice:

- a. **Empresas cuyos productos de exportación tengan un contenido nacional mínimo del 20% en el costo de manufactura o producción y contengan por lo menos un agregado nacional del 20%, y**
- b. **Empresas cuyos productos de exportación tengan un contenido nacional mínimo de 10% en el costo de manufactura o producción, siempre y cuando se encuentren ubicados fuera del área metropolitana, según se determine en el reglamento que dicte el Organo Ejecutivo.**

Estos documentos están exentos de toda clase de impuestos, no devengan interés, y sirven para el pago de todos los impuestos nacionales directos y de importación de la empresa. Podrán hacerse efectivos después de 9 meses de la fecha de su emisión. Además, serán equivalentes a un 20% del valor agregado nacional (VAN) de los bienes exportados.

Como consecuencia de los movimientos de apertura de mercados y globalización, el 20 de junio de 1995 se aprueba la **Ley No. 28** por la cual se establece la **Universalización de Incentivos Tributarios a la Producción**.

Todo este marco legal responde a las necesidades de formar una estructura, que le permite a la República de Panamá, participar en una economía globalizada, en donde el mercado determina la calidad de productos y los precios.

CAPITULO III
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE LA PIÑA EN LOS ESTADOS UNIDOS

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE LA PIÑA EN LOS ESTADOS UNIDOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO:

El Ministerio de Desarrollo Agropecuario conjuntamente con el Instituto de Mercadeo Agropecuario han coordinado esfuerzos para aumentar las exportaciones de la piña, hacia los mercados de los Estados Unidos de América.

Uno de los problemas básicos que han confrontado y actualmente confrontan los productores agrícolas de nuestro país en la promoción de sus exportaciones, ha sido la identificación y acceso a mercados para colocar su producción en forma sostenida.

La República de Panamá, tiene capacidad para desarrollar cultivos aptos a las condiciones del clima tropical, los cuales no se dan en otros países, con condiciones climáticas similares, pero que no poseen una oferta interna sostenida para satisfacer los diferentes tipos de consumidores.

Las exportaciones agrícolas han estado basado en cuatro productos de una cultura agrícola tradicional: banano, caña de azúcar, café y cacao.

La apertura a grandes mercados y el interés de estos países, con inmensa capacidad de compra, permiten acceder hoy día una diversa gama de productos frescos, dentro de los cuales se destaca la piña. En función de estas posibilidades, la República de Panamá, se ha abocado a un cambio en la Política Sectorial de Producción, dirigida hacia nuevos productos, ampliando la producción exportable en cantidad y calidad.

Para impulsar este nuevo cambio se identifico un listado de productos que pueden ser cultivados en las diversas zonas de producción del país, tomando en cuenta el componente tecnológico y de investigación agrícola. Entre los productos identificados se destacan los siguientes: ñame, otoo, melón, sandía, piña y otros productos de tierras altas.

Para la promoción de cultivos de exportación se tomaron en consideración los siguientes productos: Melón, zapallo, sandía, yuca, ñame, otoo, plátano y piña.

Se presenta el siguiente cuadro que muestra las tasas de crecimiento de las cantidades importadas en términos de toneladas métricas, así como el valor en miles de dólares de esas importaciones, durante el período comprendido entre los años 1992 a 1995.

CUADRO N° 1
DINAMICA DE CRECIMIENTO DE
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN EL MERCADO DE
LOS ESTADOS UNIDOS

1992-1995*

| PRODUCTO | IMPORTAC. DE E.U. (TONELADAS) (1) | TASA** | VALOR DE LAS IMPORTACIONES E.U.\$(1000) (1) | TASA** |
|-----------------|--|---------------|--|---------------|
| ZAPALLO | 220,029 | 8.75 | 164,376 | 16.60 |
| MELÓN | 357,984 | 10.30 | 158,935 | 9.80 |
| SANDIA | 120,649 | 20.60 | 38,961 | 35.50 |
| OTOE | 23,754 | 5.50 | 10,633 | 16.10 |
| YUCA | 22,227 | 1.70 | 12,761 | 11.40 |
| ÑAME | 21,674 | 5.00 | 17,518 | 12.90 |
| PIÑA | 132,067 | 0.60 | 57,017 | 0.80 |
| PLATANO | 162,179 | 2.00 | 64,084 | 4.70 |

FUENTE: Instituto de Mercadeo Agropecuario en base de cifras del Bureau of the Census.

* 1995 Es una estimación sobre la base de 9 meses de información disponible.

** Tasa de crecimiento promedio anual

(1) Promedio Anual

Otra relación importante del mercado son los precios C.I.F., relativos de estos productos en el mercado destino.

**CUADRO N° II
PRECIOS PROMEDIOS C.I.F. EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS**

1992-1995

| PRODUCTO | PRECIO S/LIBRA |
|------------------|-----------------------|
| ZAPALLO | 0.30 |
| MELÓN HONEYDEW | 0.23 |
| MELÓN CANTALOUPE | 0.19 |
| SANDIA | 0.15 |
| OTOE | 0.29 |
| YUCA | 0.26 |
| ÑAME | 0.37 |
| PIÑA | 0.20 |
| PLÁTANO | 0.18 |

FUENTE: Instituto de Mercadeo Agropecuario

La relación del precio C.I.F., permite apreciar la valoración de los productos en el país de destino, en el que se incluyen flete y seguro.

Los tubérculos presentan C.I.F., más representativos que van desde 0.26 a 0.37 \$/libra, luego el melón honeydew y la piña y finalmente, el plátano y sandía

CUADRO N° III
PARTICIPACION RELATIVA PROMEDIO DE PANAMÁ Y COSTA RICA
EN EL MERCADO DE
LOS ESTADOS UNIDOS

1992-1995
(TONELADAS)

| PRODUCTO | IMPORTAC. DE E.U. | IMPORTAC. DESDE PANAMÁ | PART. % | IMPORTAC. DESDE COSTA RICA | PART. % |
|-----------------|------------------------------|---------------------------------------|--------------------|---|--------------------|
| ZAPALLO | 220,029 | 1,608 | 0.73 | 2,830 | 1.29 |
| MELÓN H. | 116,385 | 10,759 | 9.24 | 35,332 | 30.36 |
| MELÓN C | 241,599 | 1,958 | 0.81 | 44,646 | 18.48 |
| SANDIA | 120,649 | 4,465 | 3.70 | 3,393 | 2.81 |
| OTOE | 23,754 | 203 | 0.85 | 9,748 | 41.04 |
| YUCA | 22,227 | 73 | 0.33 | 21,333 | 95.98 |
| ÑAME | 21,674 | 228 | 1.05 | 10,009 | 46.18 |
| PIÑA | 132,067 | 54 | 0.04 | 73,897 | 55.95 |
| PLATANO | 162,179 | 246 | 0.15 | 4,942 | 3.05 |

FUENTE: Instituto de Mercadeo Agropecuario, en base al Bureau of the Census

El cuadro presenta un comparativo de participación en el mercado de los Estados Unidos, en relación a Panamá y Costa Rica, país fronterizo que ha logrado, avances significativos en el mercado internacional de estos rubros tal como se ha apreciado anteriormente, dentro de los cuales se tienen las mismas oportunidades de penetrar mercados con demanda insatisfecha.

B. DATOS GENERALES

1. Población

Según el censo de 1990 y de acuerdo al Bureau of the Census del Departamento de Comercio de Estados Unidos, existe una población de 22 millones de hispanos, los cuales para 1996 ascendían a 29.8 millones, proyectándose el crecimiento de la población para siglo XXI en aproximadamente 30 millones de habitantes, lo que convertiría a este grupo de minorías, en uno de los más numerosos establecido en territorio norteamericano.

2. Oferta del Producto:

Costa Rica participa con dos terceras partes del total importado por los Estados Unidos, envía un flujo durante todos los meses del año a los puertos de New York, Chicago, Los Angeles, Boston, Filadelfia y Miami.

El mercado de Miami está dominado por Costa Rica, Honduras y Hawai, quienes exportan un flujo continuo durante todo el año. En 1996 la participación de Panamá en el mercado de Miami fue representativa solo en el mes de diciembre, donde el valor F.O.B. de la caja de 2 capas con 8,10 y 12 unidades fluctuó entre \$9.00 y \$10.00, el más bajo entre los exportadores.

Además de los países señalados, también participan en los mercados de Norteamérica, Ecuador, El Salvador, México, Puerto Rico, República Dominicana y Brasil.

3. Demanda del Producto.

De acuerdo a estadísticas del Instituto Panameño de Comercio Exterior, la demanda de los productos agropecuarios no tradicionales de exportación se han incrementado en los últimos años, alcanzando los principales lugares el melón, sandía, zapallo, ñame, yuca, plátano, piña, okra, ñampi y otoo, logrando doce millones en 1993 y quince millones cuatrocientos mil en 1994, diecisiete millones en 1995 y veintiún millones en 1996.

4. Precios y Competencia en el Mercado.

La piña se introdujo inicialmente al mercado norteamericano por los países originarios del Caribe, principalmente República Dominicana y Puerto Rico con el objetivo de suplir el consumo de los grupos étnicos de estos países.

Con el incremento de la Migración Hispana y Afroantillana al territorio norteamericano, crece la demanda de productos tropicales, entre los que ocupa gran relevancia la piña, constituyéndose así en producto de exportación, lo que motiva a los países latinoamericanos ubicados en la Cuenca del Caribe a desarrollar programas de producción y exportación, tendientes a atender la demanda.

De acuerdo a las Sección Económica de la Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica, el nivel de la población hispana, que constituye el mercado potencial par la piña fluctúa entre veinticinco a treinta millones aproximadamente.

C. EXIGENCIAS DEL MERCADO:

La piña para exportación debe ser enteramente cultivada y producida en el territorio de la República de Panamá.

Cada artículo de un componente de exportación debe satisfacer las normas de origen descritas por el país de destino, otorgante de las preferencias.

En el caso de la piña, el valor de los insumos importados es definido como su valor en la aduana en el momento de su importación en el país receptor de preferencias, o en el caso de insumos de origen indeterminado, el primer precio verificable pagado por ellos en ese país.

La piña es un producto admisible desde Panamá para ser vendido en el mercado norteamericano, tal como se observa en las disposiciones del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA).

1. Normas y manejo del Producto

a. Normas de Calidad

Las normas mínimas de calidad que debe reunir la piña para exportación hacia el mercado de Los Estados Unidos de América son:

- ❖ Enteras y en buen estado.

- ❖ La corona no debe pasar del 50% del largo total de la piña (fruta y corona) y debe ser una sola.
- ❖ El pedúnculo debe tener un corte limpio con ángulo recto y una longitud máxima de 2cm.
- ❖ El grado de maduración debe ser $\frac{3}{4}$ a $\frac{1}{2}$ de estado pintón y textura firme.
- ❖ Libres de tierras y materiales extraños.
- ❖ Libre de olores y sabores extraños.

b. Empaque

El empaque es esencial para mantener la calidad del producto durante el transporte y la comercialización, por lo que debe reunir características para soportar lo siguiente:

- El manipuleo duro al cargar y descargar el producto.
- La comprensión del peso de otros empaques.
- Las vibraciones durante el transporte.
- El almacenamiento.

Los materiales de empaque deben ser seleccionados en base a las necesidades del producto y las especificaciones del comprador.

En la práctica se ha generalizado el uso de las cajas de fibras de cartón, con resistencia a la explosión de 273-300 libras por pulgada cuadrada, de dos piezas totalmente telescópica y encerada. La resistencia es determinante para el manipuleo, condiciones de transporte y humedad.

El empaque debe tener las explicaciones que permitan identificar el contenido, las cuales, para el caso de la piña son las siguientes:

- 1. Identificación, Nombre y Dirección del empacador o despachador.**
- 2. Naturaleza del Producto.**
 - Nombre del Producto
 - Nombre de la variedad

3. Origen del Producto

- País de origen.
- Zona de producción o lugar de procedencia.

4. Peso neto y peso bruto**5. Temperatura del almacenamiento recomendada.****6. Nombre y dirección del exportador.****c. Transporte**

La selección del medio de transporte y el método de carga son puntos críticos para mantener la calidad del producto, se debe fundamentar en los siguientes aspectos:

- Valor del Producto.
- Cantidad de producto a transportarse
- Temperatura de almacenamiento y humedad requeridas para su conservación
- Condiciones de temperatura del medio ambiente en los puntos de origen y destino.
- Destino del Producto.

La calidad del servicio que prestan las empresas transportistas, deben ser consideradas cuidadosamente para cualquier programa de exportación de origen agropecuario, por el hecho de tratarse de productos perecederos.

c.1. Contenedor Refrigerado:

El contenedor es uno de los medios de conservación de la carga que se traslada de un sitio a otro.

Un contenedor refrigerado, está constituido por un equipo de refrigeración impulsado por generadores. Además de componerse de un sistema de circulación de aire, sistema de control de temperatura, área aislada de almacenamiento de productos, sistema de intercambio de aire, etc.

c.2. Parámetros del transporte refrigerado de la piña.

- ◆ Temperatura: 7° a 13° C (45° a 55° F)
- ◆ Humedad Relativa: 85 a 90%

Para contenedores con atmósfera controlada:

- ◆ Temperatura 8-10° C (Frutas Maduras)
- ◆ Temperatura 10-12° C (Frutas Inmaduras)
- ◆ Humedad relativa 90%
- ◆ Contenido de CO₂ 5%
- ◆ Contenido de O₂ 3%

El empleo de la tecnología de atmósferas modificadas, ha permitido el aumento de la vida de las frutas, al permitir reducir la rapidez con que se desarrollan algunos de los procesos fisiológicos. También se reduce la acción de microorganismos que están en el medio ambiente.

El nombre del puerto de destino es de suma importancia ya que el comprador se compromete a recibir el producto en el lugar acordado.

**CAPITULO IV
METODOLOGÍA**

METODOLOGÍA

A. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Esta investigación se apoyará en el método de encuestas, aplicado a los productores de piña de la comunidad de Las Sanguengas, ubicada en el Corregimiento de Herrera del Distrito de La Chorrera, por ser la región de mayor producción de piñas en la República de Panamá.

Las parcelas de tierra del área de Las Sanguengas presentan cualidades deseables para el cultivo de piñas de buena calidad exportable.

Se entiende por encuesta la recolección de información mediante la cual se puede investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y otros sistemas de conocimiento. Permite detectar motivaciones, opiniones y actitudes de los individuos con relación a los objetivos de la investigación.

1. Objetivos de la encuesta:

Como se señala en los objetivos generales, esta investigación tiene como finalidad la determinación de una posible fuente de divisas, para la economía nacional dimanante de un producto no tradicional.

a. General

Determinar la calidad y cantidad de piñas exportables en Panamá.

b. Particular:

Analizar la distribución de las parcelas sembradas y su período de producción.

2. Limitaciones

Al realizar todo tipo de encuestas se presentan algunas dificultades, como la de obtener información exacta referente a la reacción de los encuestados, por el hecho de que algunos no suministran toda la información solicitada. Se puede presentar desconfianza además, por que se les cuestiona sobre sus propios bienes y condiciones de trabajo.

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
VICE-RECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST-GRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OBJETIVO: Esta encuesta consta de diez preguntas. Se desea conocer las necesidades de financiamiento y apoyo técnico que requieren los productores de piña de la Zanguenga – Chorrera.

INSTRUCCIONES: El material que se le presente es de tipo confidencial no es necesario que aparezca su nombre. Sírvase marcar la respuesta de su elección con una X.

1. Cuántas hectáreas sembradas de piña tiene actualmente:

½ a 1 hectárea 3 a 5 hectáreas
 1 a 3 hectárea 5 o más

2. El método que utiliza para el proceso de siembra y cosecha es:

Tradicional
 Mínima labranza
 Mecanizado

3. Cantidad de personas que labora en su finca:

2 a 3 hombres
 3 a 5 hombres
 Más de 5 hombres

4. El capital que utiliza para la producción es:

Propio
 Estatal
 Bancos Privados
 ONG's u otros

Sin el financiamiento es obtenido por el estado o la empresa privada, especifique que institución _____

5. Hacia que mercado esta dirigido su producción:

Mercado de Abastos Ferias Libres
 Tiendas y Supermercados

6. Recibe usted asistencia técnica para:

Preparación y abonamiento del terreno Manejo Post - Cosecha
 Control de Enfermedades y Plagas

7. El medio de transporte que utiliza es:

Camiones "Pick - Up" Otros.

8. Considera Ud. que los caminos de penetración en su región son:

Buenos
 Regulares
 Malos

9. Dispone de Sistemas de Riego para el cultivo de piña:

Sí No

10. Ha tenido usted contacto con algún intermediario:

Sí No

3. El Cuestionario:

El cuestionario consta de diez preguntas, con las cuales se desea conocer las necesidades de financiamiento y apoyo técnico. Obtener información valiosa referente a la cantidad de hectáreas sembradas de piña; métodos utilizados para el proceso de siembra y cosecha; cantidad de personas que laboran en finca; medio de transporte que utilizan para la venta de sus productos; y otros aspectos relevantes.

B. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS DATOS

(Araúz Rovira, 1981) define población (N) como el conjunto de unidades o elementos muestrales que componen el universo, y por muestra un sub-grupo de la población.

1. Población:

El corregimiento de Herrera, del Distrito de la Chorrera, cuenta con 29 pequeños productores de piña que reúnen las mismas características. Sin embargo, nos limitaremos a los 21 productores de la comunidad de Las Sanguengas, por el hecho de que desean desarrollar proyectos para la exportación. La población esta compuesta por diecisiete (17) productores y cuatro (4) ingenieros agrónomos.

2. Proceso de Muestreo:

Para analizar la Población se definió en primer lugar la "unidad de análisis", la cual se refiere a los productores e ingenieros agrónomos, los cuales serán medidos en base a los objetivos de nuestra investigación. Posteriormente, se procedió a delimitar la población que sería objeto de estudio, es decir la que comprende a los pequeños productores de Las Sanguengas.

3. Muestra:

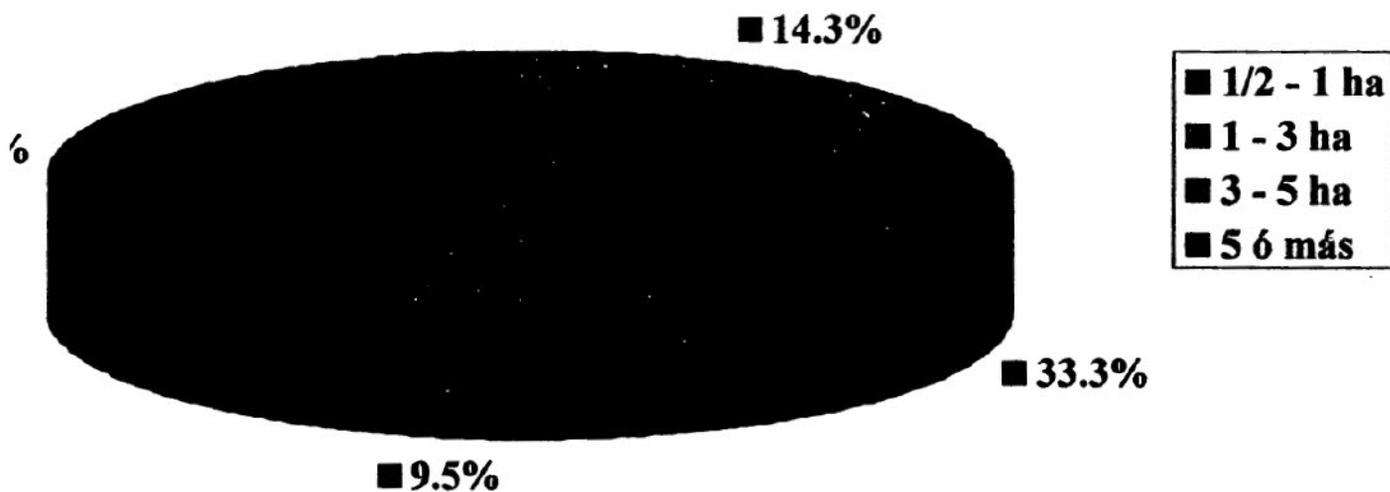
Se utilizo la población total de veintiún productores por el hecho de que resultaría muy pequeña determinar una muestra de la misma. Muchos investigadores recomiendan la utilización de una muestra grande, con lo cual se reduce el error de muestreo.

4. Resultados:

| | <u>TOTAL</u> | <u>PORCENTAJE</u> |
|--|---------------------|--------------------------|
| 1. Cuántas hectáreas sembradas de piña tiene actualmente: | | |
| ½ a 1 hectárea | 2 | 9.5 |
| 1 a 3 hectáreas | 9 | 42.9 |
| 3 a 5 hectáreas | 3 | 14.3 |
| 5 o más | <u>7</u> | <u>33.3</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 2. El método que utiliza para el proceso de siembra y cosecha: | | |
| Tradicional | 2 | 9.5 |
| Mínima Labranza | 19 | 90.5 |
| Mecanizado | <u>0</u> | <u>0.0</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 3. Cantidad de personas que labora en su finca: | | |
| 2 a 3 hombres | 3 | 14.3 |
| 3 a 5 hombres | 7 | 33.3 |
| Más de 5 | <u>11</u> | <u>52.4</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 4. El capital que utiliza para la producción es: | | |
| Propio | 16 | 76.2 |
| Estatad | 5 | 23.8 |
| Bancos Privados | 0 | 0.0 |
| ONG's u otros | <u>0</u> | <u>0.0</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 5. Hacia que mercado esta dirigido su producción: | | |

| | | |
|---|------------------|---------------------|
| Mercados de Abastos | 12 | 57.1 |
| Ferias Libres | 6 | 28.6 |
| Tiendas y Supermercados | <u>3</u> | <u>14.3</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 6. Recibe usted asistencia técnica para: | | |
| Preparación y abonamiento del terreno | 6 | 28.6 |
| Control de Enfermedades y Plagas | 12 | 57.1 |
| Manejo Post – Cosecha. | <u>3</u> | <u>14.3</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 7. El medio de transporte que utiliza es: | | |
| Camiones | 12 | 57.1 |
| “Pick – Up” | 6 | 28.6 |
| Otros. | <u>3</u> | <u>14.3</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 8. Considera Ud. Que los caminos de penetración en su región son: | | |
| Buenos | 0 | 0.0 |
| Regulares | 4 | 19.1 |
| Malos | <u>17</u> | <u>80.9</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 9 Dispone de Sistemas de Riego para el cultivo de Piña: | | |
| Sí | 5 | 23.8 |
| No | <u>16</u> | <u>76.2</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |
| 10. Ha tenido usted contacto con algún intermediario: | | |
| Sí | 18 | 85.7 |
| No | <u>3</u> | <u>14.3</u> |
| | <u>21</u> | <u>100.0</u> |

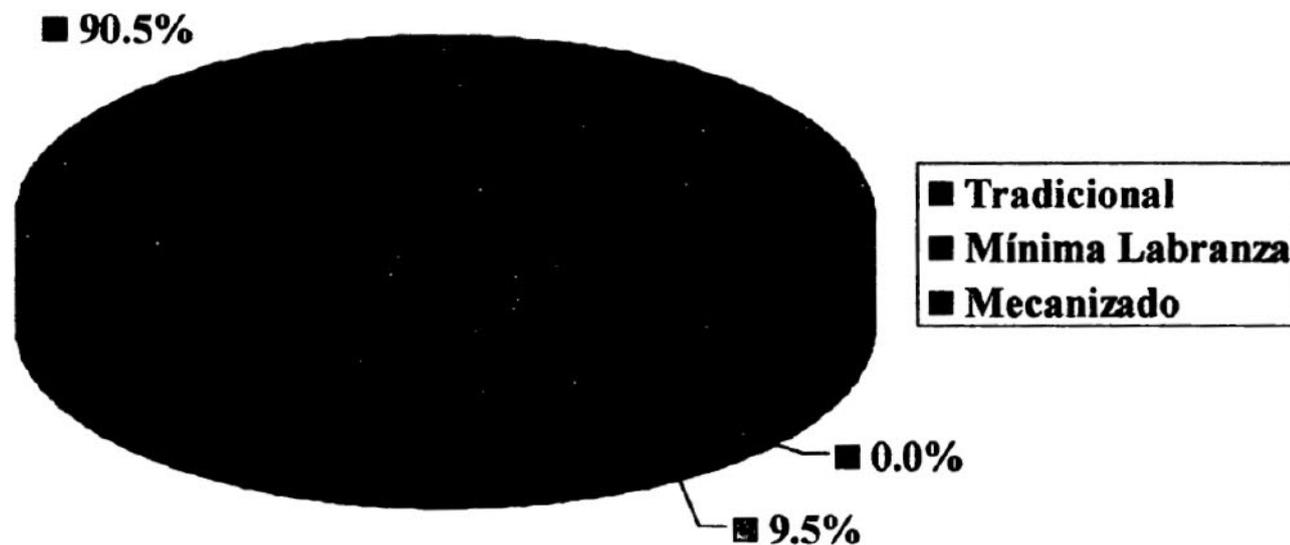
GRÁFICA N° 1 HECTÁREAS DE PIÑA SEMBRADAS



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRÁFICA N° 2

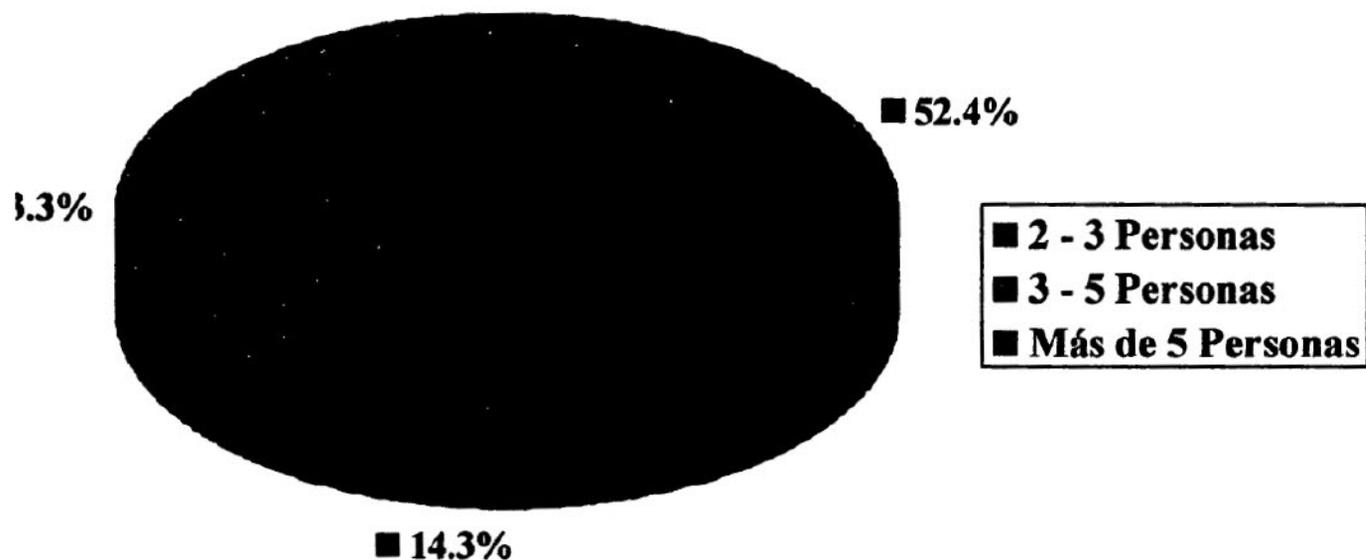
MÉTODO UTILIZADO EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRAFICA N° 3

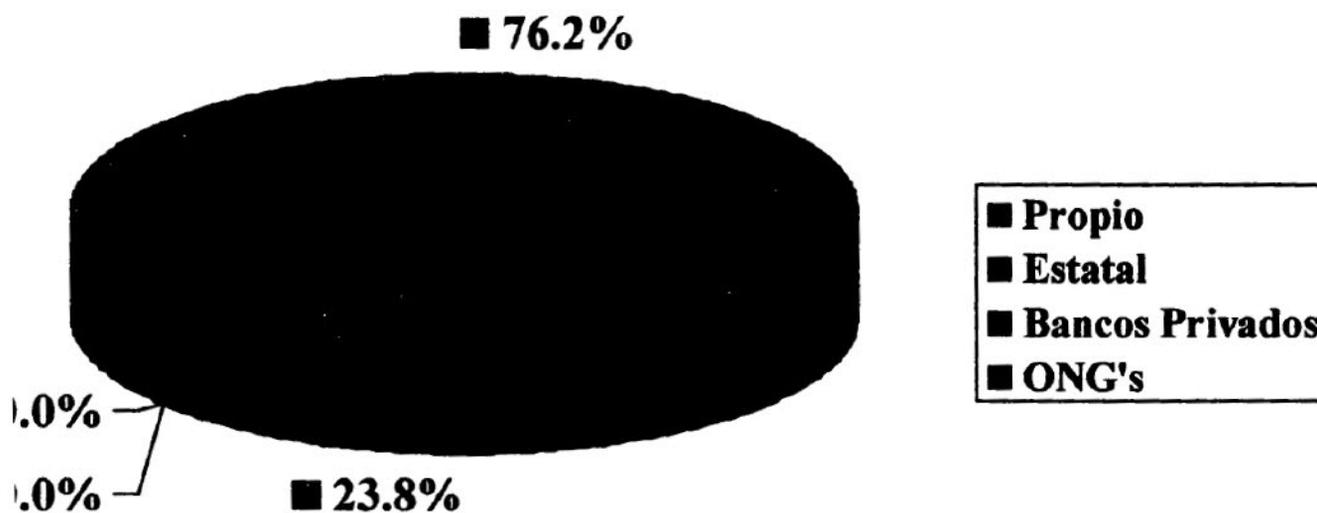
ANTIDAD DE PERSONAS QUE LABORAN EN FINCAS



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRÁFICA N ° 4

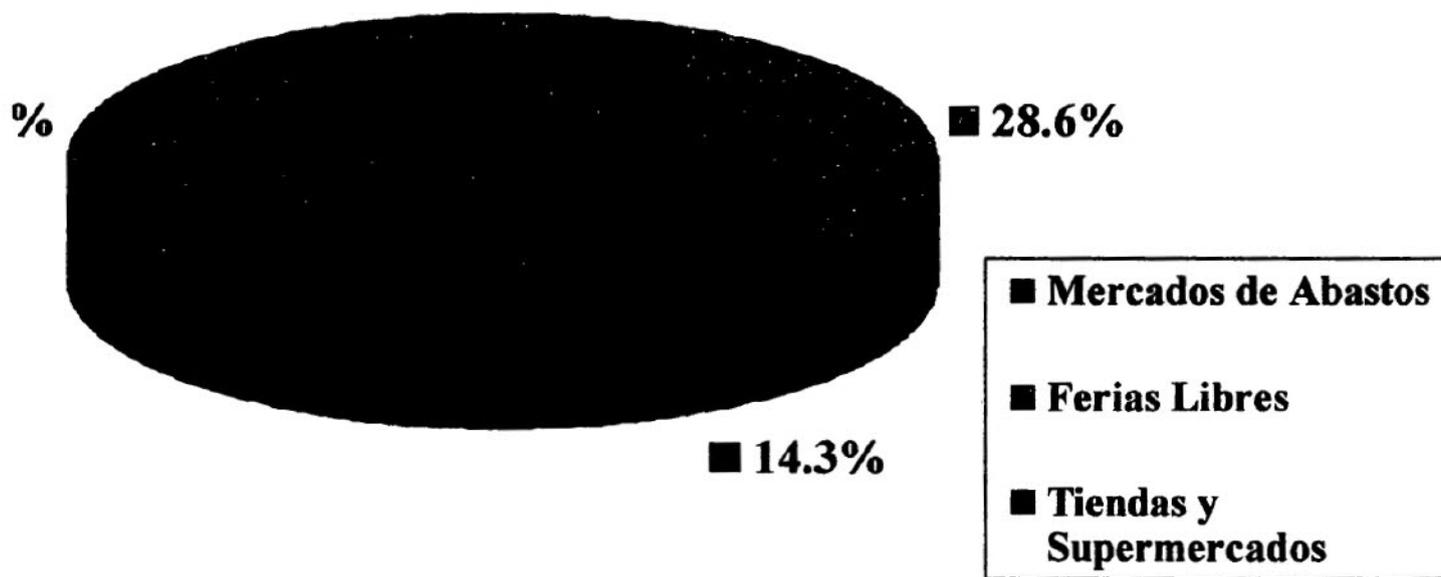
ITAL UTILIZADO PARA LA PRODUCCION BNP Y BDA



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

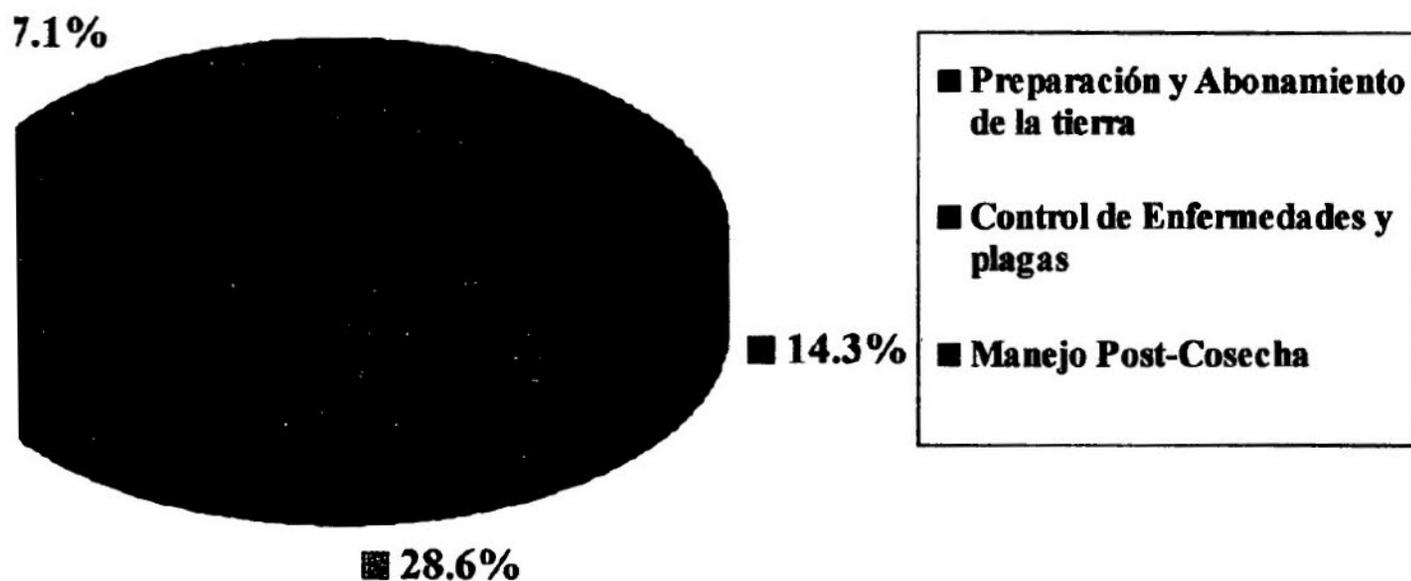
GRÁFICA N° 5

¿A QUE MERCADO ESTÁ DIRIGIDA LA PRODUCCIÓN



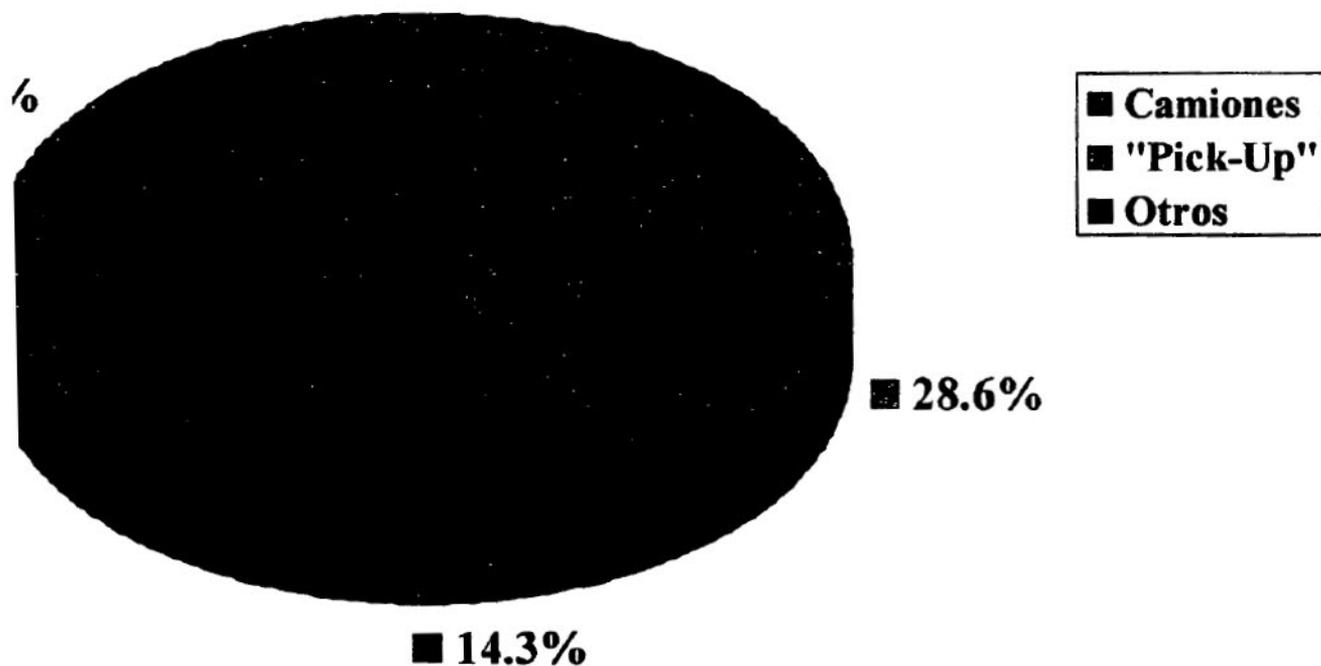
FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRÁFICA N° 6 TIPO DE ASISTENCIA TÉCNICA RECIBIDA



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

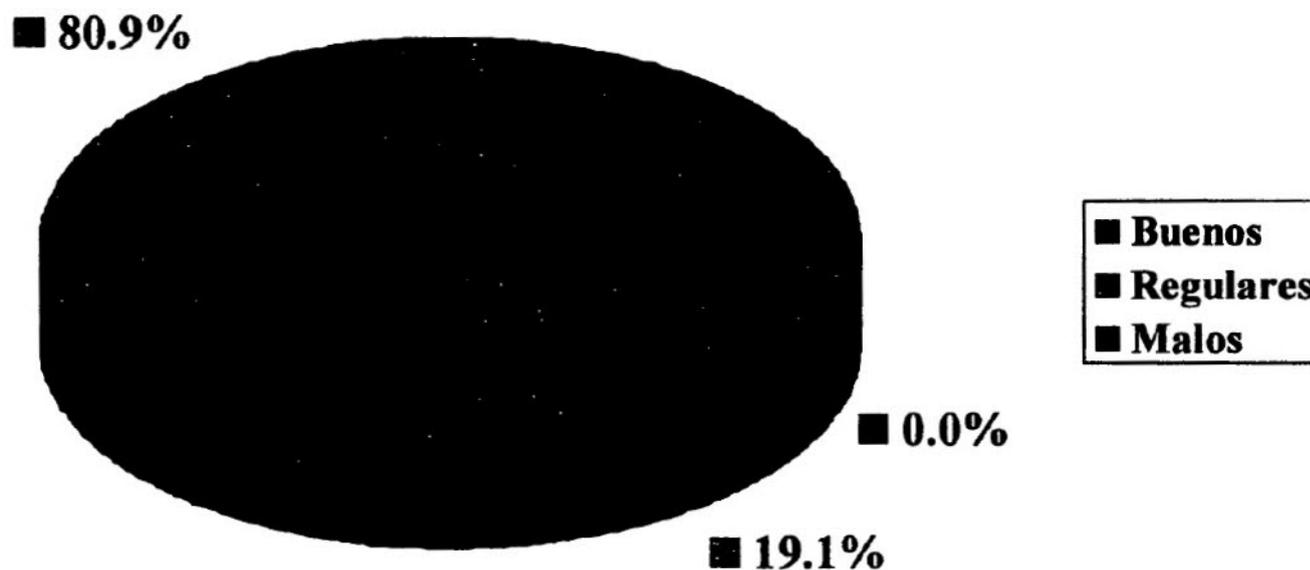
GRÁFICA N° 7 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRÁFICA N° 8

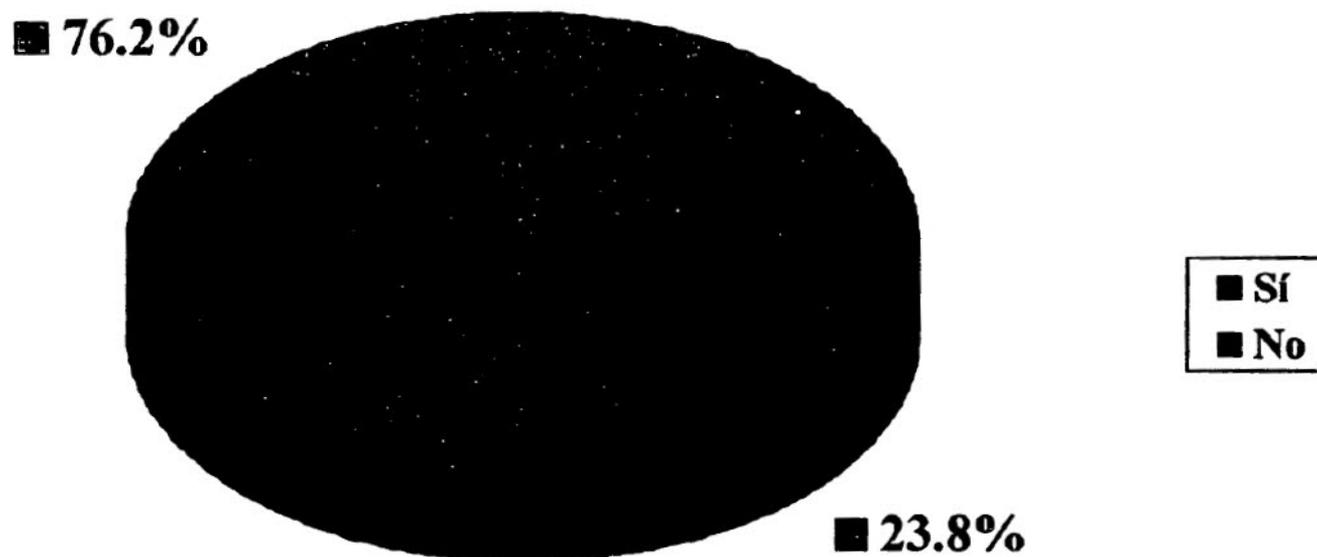
DERACIONES SOBRE LOS CAMINOS DE PENETRACIÓN



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

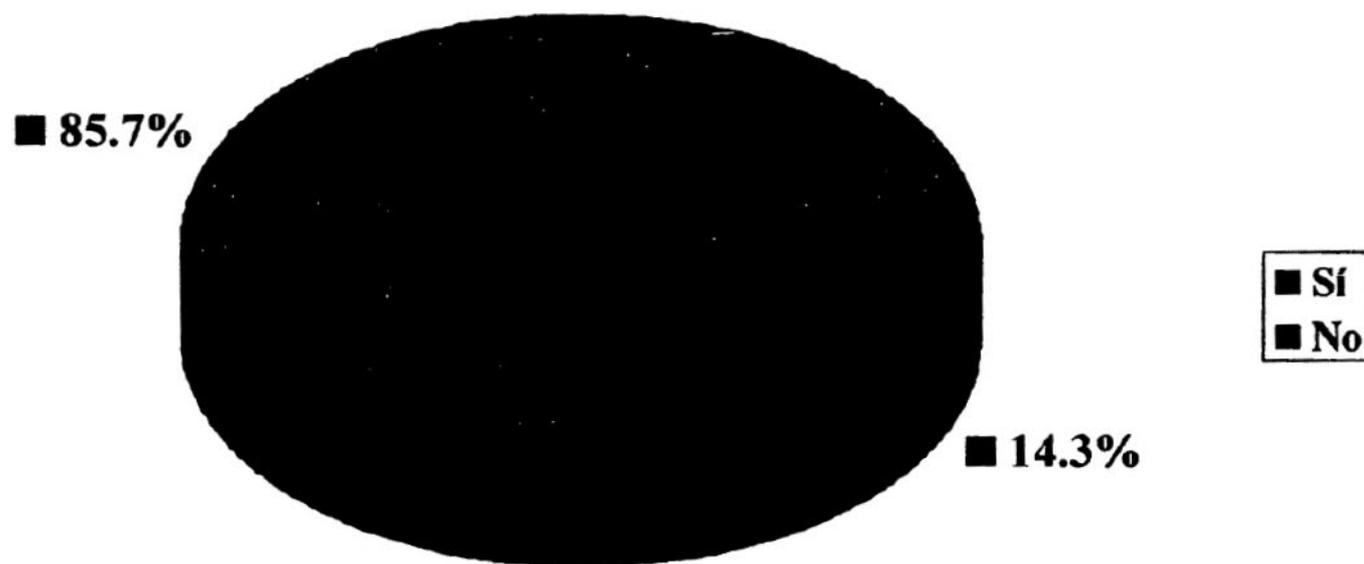
GRÁFICA N° 9

OPINABILIDAD DE SISTEMAS DE RIEGO PARA EL CULTIVO



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

GRÁFICA N° 10 CONTACTOS CON INTERMEDIARIOS



FUENTE: ELABORADO POR EL AUTOR DE ESTA INVESTIGACIÓN

5. Análisis:

Analizaremos los resultados de la encuesta, enfocando los aspectos relevantes en cuanto a las necesidades de financiamiento y Apoyo Técnico.

a. Financiamiento:

En cuanto al tipo de financiamiento, la encuesta determinó que el 76.2% dispone de recursos propios. El 23.8% utiliza fondos del Estado. El 14.3% obtiene financiamiento del Banco Nacional de Panamá y el 9.5% del Banco de Desarrollo Agropecuario. (Gráfica No. 4)

En lo que respecta a hectáreas sembradas, el 42.9% se concentra en el rango de 1 a 3 hectáreas. El 33.3% tiene 5 o mas hectáreas sembradas lo cual es favorable para las actividades de exportación. (Gráfica No. 1)

El 57.1% de la producción se transporta por medio de camiones. La mayoría pertenecen a los compradores que comercializan el producto en la capital y otras provincias del interior. El 28.6% transportan sus productos por medio de "Pick - Up" y el 14.3 utilizan caballos y carretas como otros medios para transportar productos. (Gráfica No. 7)

Conforme se realizaba la encuesta se pudo observar que la mayoría de los productores consideran que el gobierno no les brinda el apoyo necesario en las actividades de exportación. El 57.1% dirige su producción a los Mercados de Abastos y el 28.6% a Ferias Libres. Un grupo considerable envía sus productos a Cítricos, S.A. de Chiriquí en los momentos en que el mercado se satura y para aquella fruta que no reúne los requisitos de calidad para el mercado local. (Gráfica No. 5)

El 85.7% de los productores ha tenido contactos con intermediarios, los cuales se concentran en productores de 1 a 3 hectáreas. El 14.3% comercializa directamente su producción. (Gráfica No. 10)

b. Apoyo Técnico:

La mayoría de los productores manifestaron que tenían problemas con la virosis transmitida por el chinche harinoso. El 57.1% manifestó que había recibido Asistencia Técnica en el Control de Enfermedades y Plagas; el 28.6% en la preparación y abonamiento del terreno y 14.3% en el Manejo Post - Cosecha. (Gráfica no. 6)

Existe un elevado interés en obtener asistencia y apoyo para la construcción de represas para almacenar agua para el Riego. El 23.8 de los productores dispone de Sistema de Riego para el cultivo de piña. (Gráfica No. 9)

El 52.4% de los productores cuentan con mas de 5 hombres laborando en sus fincas. El 90.5% utiliza el método de mínima labranza para el proceso de siembra y cosecha. Ninguno utiliza sistemas mecanizados. El 80.9% considera que los caminos de penetración son malos. (Gráficas No. 3, 2 y 8)

CAPITULO V
PLAN PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA AL MERCADO DE AMÉRICA DEL
NORTE

A. MODALIDADES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Los productores agrícolas por lo general no cuentan con conocimientos, ni con una estructura organizativa para las distintas actividades productivas que desarrollan. Consideremos de fundamental importancia la implementación de una estructura administrativa que les permita colocar sus productos directamente en el mercado internacional.

Las modalidades de comercio internacionalmente, determinan que el comprador y el vendedor se comprometen a entregar y recibir la mercancía pactada, dentro de un plazo determinado y en un lugar específico. La aplicación de estos términos facilita la relación comercial entre las partes.

Términos comerciales más utilizados:

1. FOB (libre a bordo) Puerto de despacho:

De acuerdo con esta modalidad el vendedor se compromete a entregar la mercancía objeto de negociación a bordo del medio de transporte convenido, en el puerto de despacho acordado, en la fecha y al precio acordado. Dicho precio incluye todo tipo de gastos inherentes a la colocación de la mercancía en cuestión dentro del medio de transporte, lista para despachar al exterior. Es indispensable indicar específicamente el nombre del puerto acordado. El comprador se compromete a recibir la mercancía bajo las condiciones y en lugar convenido con el vendedor.

2. CIF (Costo, Seguro y Flete) Puerto de Destino:

Este término además de contemplar las condiciones del costo y flete, el vendedor se compromete a contratar y pagar el seguro de transporte correspondiente al tramo internacional. Bajo este término el “punto de entrega” es también el puerto de despacho y uno de los destinos. El descargue en el puerto de destino, contrariamente a lo que sucede para el Costo y Flete, corren por cuenta del comprador.

3. Fas (Libre a un costado del barco):

El vendedor se compromete a entregar la mercancía objeto de negociación por un valor determinado, en una fecha convenida libre de todo gasto, a un costado del

barco. El comprador, por su parte, se compromete a recibir la mercancía en el lugar y bajo las condiciones indicadas para el caso, con el vendedor.

4. **Ex Quay (Sobre Muelle):**

Existen dos tipos de Ex Quay los cuales son los siguientes:

4a. Duty Paid, mediante el cual es el vendedor quien asume el pago de los derechos de importación.

4b. Duties on Buyer's Account los derechos de importación corren por cuenta del comprador.

5. **Ex Works (Puesto en Fábrica, Puesto en Planta):**

El vendedor se compromete a poner a disposición del comprador la mercancía objeto de negociación, lista para despachar al exterior, debidamente empacada, etiquetada y rotulada por un valor y en una fecha determinada, convenida previamente con el comprador. Por su parte el comprador se compromete a recibir la mercancía bajo las condiciones descritas.

B. DOCUMENTACION REQUERIDA PARA EXPORTAR:

1. **Factura Comercial:**

Papel membretado de la empresa con su dirección, teléfono y fax. Debe estar juramentada y firmada por el exportador, además, debe contener clase, cantidad, descripción de la mercancía clasificada, peso, valor unitario y total. Nombre y dirección del destinatario y del exportador, Fecha en que se verifica la venta. Se confecciona en original y tres (3) copias.

2. **Declaración de Exportación:**

El exportador deberá presentar la factura comercial a un corredor de aduana (persona autorizada para indicar el régimen aduanero que debe darse a las mercancías y proporcionar las informaciones necesarias para su aplicación). Deberá tener timbre por valor de B/.0.70 (sesenta centésimos), incluyendo un timbre de Paz y Seguridad, la firma del corredor y su número de licencia.

3. **Certificado de Origen:**

Documento oficialmente válido para acreditar en el extranjero el origen, la procedencia y calidad de la mercancía. Deberá presentarse debidamente llenado y

con las firmas del exportador y del IPCE que es la institución que la emite, además de un sello correspondiente. Se confecciona en original y tres (3) copias.

4. Permiso de Exportación para Productos Vegetales y Derivados:

Este permiso es emitido a solicitud del exportador por la Dirección Nacional de Sanidad Agropecuaria, Cuarentena Agropecuaria del Ministerio de Desarrollo Agropecuario, en la Dirección de Trámites de Exportación del IPCE.

5. Certificado Fitosanitario:

Es el documento por medio del cual un funcionario de Cuarentena da fe del estado de salud y procedencia de las plantas o productos vegetales a fin de garantizar el buen estado de los productos que se van exportar. Se solicita en el lugar donde se origina el producto o empaque, lo emite la Dirección de Sanidad Vegetal del MIDA, a través de las Direcciones Regionales y en casos especiales en la Dirección de Trámites de Exportación del IPCE.

6. Certificado de Embarque:

Documento de carácter comercial por medio del cual el capitán del barco reconoce el embarque de mercancías bajo ciertas condiciones de transportación.

C. PROCESOS REQUERIDOS PARA COLOCAR LA PIÑA EN EL MERCADO

1. Proceso para la exportación:

Hasta el 31 de diciembre del año 2,000, las personas naturales o jurídicas que se dedican a la exportación de piñas podrán solicitar Certificados de Abonos Tributarios (CAT), equivalentes a un veinte por ciento (20%) del valor agregado nacional de los bienes exportados.

A partir del 1 de enero del año 2,001 y hasta el 31 de diciembre del año 2,002, solo tendrán derecho a solicitar Certificados de Abono tributario, las exportaciones que califiquen como no tradicionales, limitando el valor del CAT al equivalente del quince por ciento (15%) del valor agregado nacional de los bienes exportados.

Hasta el 2001, la República de Panamá apoyara las exportaciones mediante la emisión de Certificados de Abono tributario (CAT), los cuales serán evaluados por la Comisión Técnica de Incentivos a las Exportaciones.

Al presentar la solicitud al Instituto Panameño de Comercio Exterior se deberá adjuntar la siguiente información:

- ◆ Detalle del proceso de producción del producto exportado.
- ◆ Explicación de la metodología de Costo, empleada para determinar el Valor Agregado Nacional.
- ◆ Descripción de las cuentas que se consideran en el Valor Agregado Nacional.
- ◆ Anexos que sustenten la información financiera y de costos.
- ◆ Presentación de los Estados Financieros Auditados.
- ◆ Copia de la Declaración de Renta del período fiscal en el cual se efectúa la exportación.
- ◆ Copia de la planilla del Seguro Social.

Después de la evaluación de la Comisión Técnica de Incentivos a las Exportaciones, el exportador deberá presentar a la Secretaria Ejecutiva de la Comisión de Incentivos la siguiente documentación:

- Paz y Salvo Nacional.
- Liquidación de exportación.
- Factura de venta.
- Conocimiento de embarque.
- Certificado de Origen.

Ventajas de los Certificados de Abonos Tributarios (CAT)

- ✓ Son nominativas y transferibles.
- ✓ Su valor es en moneda nacional.
- ✓ Se hacen efectivos a los nueve meses de emisión.
- ✓ Están exentos de impuestos
- ✓ Son negociables en el mercado de valores.
- ✓ Son aceptados para el pago de impuestos directos.

D. MEDIOS DE PAGO ADMITIDOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Los principales medios de pagos empleados en el mercado internacional son:

- Cheque bancario
- Orden de pago simple
- Remesa simple (letra sin documento)
- Remesa documentaria (orden de entrega de documentos contra pago).
- Orden de pago documentaria (orden de pago contra entrega de documentos)
- Carta de crédito.

E. RENTABILIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PIÑA

Todo proyecto de exportación requiere de un estudio, el cual nos indicará si será rentable. Se deben analizar minuciosamente todos los aspectos que incidirán en sus costos.

Los costos que inciden en el proceso de exportación son diversos y tiene que ser considerados por el productor y el comercializador para lograr los beneficios esperados para ambos.

Si se va iniciar un proyecto de exportación es necesario que se determinen los objetivos y se establezca una estructura organizativa en base a los acuerdos establecidos. Habrá que contratar personal idóneo para garantizar la eficiencia en la ejecución de tareas y actividades.

Una vez definida la estructura administrativa para la actividad agropecuaria, se clasifican los costos de acuerdo a la misma. En nuestro modelo los costos que examinaremos van a estar relacionados con **los costos administrativos y de exportación**, fundamentados en el hecho de que el comercializador adquiere y compra el producto al agricultor.

1. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Para efectuar un análisis objetivo de la rentabilidad de un proyecto, se toman en cuenta los costos que están relacionados directamente al proceso de comercialización y

manejo gerencial. Es en esta área donde se elabora la línea de acción a seguir, se realizan los diversos contactos con los mercados existentes para que el producto sea cotizado y trasladado a su destino, en las condiciones que el comprador requiere.

El análisis de los costos administrativos no solo incluyen el proceso de compra y venta del producto, sino también los costos de la infraestructura que se utilizaran y la contratación del personal que se requiere para garantizar la eficiencia y alcanzar las metas fijadas. Los costos administrativos representan en términos generales todas las erogaciones en que se incurra en relación con las actividades operativas del proceso de exportación.

a. Costo de Instalación:

Existen una serie de factores que hay que tomar en consideración para que todos los pasos que hay que dar en las distintas fases del proceso de comercialización sean exitosas.

a.1. Oficina Central:

Hay que mantener contacto permanente con nuestros productores locales y los compradores en el exterior.

El comercializador debe tener acceso a los lugares donde se cultiva el producto. Se ubicará en un lugar adecuado de acuerdo con sus necesidades de comunicación y movilización. Así mismo, ese lugar deberá contar con servicios de apoyo logístico indispensables en el manejo del producto y su colocación en el mercado nacional e internacional.

a.2. Centro de Acopio:

El iniciar la actividad de exportación hay que establecer un lugar para recolectar toda la producción proveniente de los productores agropecuarios.

Es necesario que el comercializador instale un centro de acopio que cuente con las especificaciones requeridas para realizar los procesos de recolección, selección clasificación, lavado y empaquetado del producto. El Centro de Acopio debe estar ubicado cerca de las áreas de producción, ya que de esta

manera se logra reducir costos de traslado y pérdidas en la manipulación del producto.

a.3. Agua, Luz y Teléfono:

Estos tres servicios básicos son de fundamental importancia para el desarrollo de las diferentes actividades que se realizan tanto en las oficinas centrales, como en los centros de acopio. En la oficina central permiten que el comercializador pueda hacer uso de los medios de comunicación existentes para establecer contactos, para introducir el producto en los mercados internacionales.

b. Costos de Transporte:

El costo de transporte para movilizar personas, materiales, insumos, productos, etc.

El Costo incluye además los gastos para enviar técnicos para realizar inspecciones y dar asistencia en las distintas fases de la producción y comercialización.

2. COSTOS DE PRODUCCIÓN:

El costo de producción de una hectárea de piña para exportación es de B/. 9,801.70 incluyendo el riego como inversión importante en la actividad, a fin de garantizar un flujo de producción durante todo el año.

Con este costo se logran rendimientos promedios de 1,200 quintales por hectárea, cantidad superada por muchos productores hasta niveles de 1,500 a 1,600 quintales por hectárea. El costo es un instrumento que apoya el precio final del producto y dependerá de la combinación y cantidad de factores utilizados en la producción.

1. Elementos para el análisis del Costo de Producción Promedio:

| | |
|----------------------------------|--------------|
| Costo de producción (hectárea) | B/. 9,801.70 |
| Rendimiento (quintales/hectárea) | 1,500.00 |
| Costo (quintales) | B/. 6.53 |

Costo (caja de 40 libras)

B/. 2.612

El costo para un productor promedio que obtenga un rendimiento de 1,500 quintales por hectárea, para cada caja de 40 libras es de B/. 2.612.

Como referencia se presentan las siguientes estructuras de costos:

**CUADRO N° IV
ESTRUCTURA DEL COSTO DE PRODUCCIÓN
DE UNA HECTÁREA DE PIÑA**

| DETALLE | UNIDAD | UNIDADES REQUERIDAS | PRECIO UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------------|----------|------------------------|--------------------|-----------------|
| MAQUINARIA | | | | 100.00 |
| 1. Arado | Horas | 2 | 20.00 | 40.00 |
| 2. Rastra | Horas | 3 | 20.00 | 60.00 |
| INSUMOS | | | | 5,461.95 |
| 1. Semilla | Unidad | 60,000 | 0.06 | 3,600.00 |
| 2. Nematicida (Furadán) | Kilos | 60 | 4.05 | 243.00 |
| 3. Abono Completo | Quintal | 36 | 13.00 | 468.00 |
| 4. Urea | Quintal | 4 | 17.00 | 68.00 |
| 5. Insecticida (diazinón) | Litros | 5 | 15.30 | 76.50 |
| 6. Herbicida (Kamex) | Kilos | 9 | 9.90 | 89.10 |
| 7. Insecticida (Sistemín) | Litros | 5 | 9.90 | 49.50 |
| 8. Herbicida (Gesapax) | Kilos | 9 | 9.50 | 85.50 |
| 9. Fungicida (Ridomil) | Kilos | 12 | 18.50 | 222.00 |
| 10. Fungicida (Vitavax) | Kilos | 12 | 18.50 | 222.00 |
| 11. Adherente (Agrotin) | Litros | 5 | 2.85 | 14.25 |
| 12. Fertilizante (Folia) | Litros | 20 | 4.50 | 90.00 |
| 13. Regulador (Ethrel) | Galones | 1 | 234.10 | 234.10 |
| MANO DE OBRA | | | | 1,080.00 |
| 1. Selección de Semilla | Jornales | 40 | 5.00 | 200.00 |
| 2. Siembra | Jornales | 40 | 5.00 | 200.00 |
| 3. Aplicación de Fertilizante | Jornales | 18 | 5.00 | 90.00 |
| 4. Aplicación de Pesticidas | Jornales | 30 | 5.00 | 150.00 |
| 5. Limpieza Manual | Jornales | 12 | 5.00 | 60.00 |
| 6. Aplicación de Regulador | Jornales | 4 | 5.00 | 20.00 |
| 7. Riego por Aspersión | Jornales | 32 | 5.00 | 160.00 |
| 8. Cosecha | Jornales | 40 | 5.00 | 200.00 |
| OTROS GASTOS | | | | 3,159.75 |
| 1. Bomba de Fumigar | Unidad | 1 | 150.00 | 150.00 |
| 2. Transporte de Insumos | Hectárea | 1 | 100.00 | 100.00 |
| 3. Transporte de Cosecha | Quintal | 1,344 | 1.00 | 1,344.00 |
| 4. Equipo de Riego | Unidad | 1 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| 5. Lubricantes | Cuarto | 12 | 2.00 | 24.00 |
| 6. Combustible | Galones | 60 | 1.25 | 75.00 |
| 7. Imprevisto 5% | B/. | 9,334.95 | 0.05 | 466.75 |
| COSTO TOTAL | | | | 9,801.70 |

FUENTE: Dirección de Desarrollo Agrícola del MIDA.

CUADRO N° V
ANÁLISIS ECONOMICO DE SEMBRAR UNA
HECTÁREA DE PIÑA
DE EXPORTACIÓN

| INDICADORES | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD |
|---|-------------------------|------------------|
| 1. Rendimiento Exportable Esperado | qq | 1,500.00 |
| 2. Precio Estimado | B/. | 10.00 |
| 3. Valor de la Producción | B/. | 15,000.00 |
| 4. Costos Totales | B/. | 9,801.70 |
| 5. Ingresos Neto por Hectárea | B/. | 5,198.30 |
| 6. Costo/quintal | B/. | 6.53 |
| 7. Ganancia/quintal | B/. | 3.47 |
| 8. Relación Beneficio/costo | B/. | 1.53 |
| 9. Rentabilidad | % | 53.00 |

FUENTE: Confeccionado por el Autor de la Investigación

3. COSTOS PROYECTADOS PARA LA EXPORTACIÓN

La exportación de piña implica costos que el comercializador deberá estimar para establecer, de acuerdo con los precios en el mercado las utilidades o beneficios que se pueden obtener en dicha actividad.

En relación con nuestra investigación, estableceremos factores de conversión para la determinación de los costos. Dichos factores serán determinados sobre la base de 400 quintales de piñas, equivalentes a 1,000 cajas de 40 libras cada una, que serán exportados en un contenedor refrigerado de 40 pies. El costo de exportación de la piña puesto en Miami incluye seguro y flete (C.I.F.), es decir que cubrirá el seguro de transporte del producto hasta el puerto de destino, sin costo para el comprador.

a. Valor del Producto

Este valor lo establece el comercializador basándose en el precio en que compra el quintal de piñas al productor. De acuerdo con el factor de conversión observamos que un quintal contiene 100 libras, y las cajas que serán exportadas tendrán un peso de 40 libras.

En base al perfil de la piña de la Dirección de Promoción de Exportaciones del I.P.C.E. se ha fijado un precio para la exportación por todo el año de B/.0.075 (siete centavos y medio) la libra, lo que representa un costo de B/ 3.00 por caja de 40 libras. Establecido el valor del producto, multiplicado por la cantidad de cajas que serán exportadas (1,000 cajas x B/.3.00) se determino el valor del producto por contenedor de B/3,000.00.

b. Manejo y Clasificación

Dentro de este costo se incluye la mano de obra que realiza la operación de clasificación, lavado, secado y empaquetado del producto, proceso que reviste gran importancia para el comercializador, ya que debe asegurarse que el producto cumpla con todas las especificaciones que requiere el comprador. Se calcula el pago de la

mano de obra por caja de B/.0.02, determinándose un costo por contenedor (1,000 cajas x B/.0.02) de B/.20.00.

c. Empaque

Todas las cajas e implementos que se utilizan para empacar el producto forman parte de este costo. Se ha estimado un costo de B/.0.85 por caja, resultando un total de (1,000 cajas x B/.0.85) B/.850.00 por contenedor.

d. Flete

El transporte del producto, incluyendo todo el servicio hasta su destino final asciende a B/.2,500.00. Este costo incluye el seguro que cubrirá el transporte del producto. El costo del flete por caja de piña es de B/.2.50.

e. Gastos de Exportación

Incluye lo que se debe pagar al Corredor de Aduanas por la tramitación de los documentos requeridos para exportar. La tarifa es de B/.54.00 por contenedor de 40 pies. Cubre los desembolsos por la confección de la liquidación de aduanas, el Certificado de Origen, timbres y los servicios profesionales. Los gastos de exportación por caja ascienden a B/.0.054.

CUADRO N° VI
COSTOS PROYECTADOS PARA LA EXPORTACIÓN

| COSTOS | POR CAJA DE 40 LBS | POR CONTENEDOR |
|----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| VALOR DEL PRODUCTO | B/. 3.00 | B/. 3,000.00 |
| MANEJO Y CLASIFICACION | 0.02 | 20.00 |
| EMPAQUE | 0.85 | 850.00 |
| TRANSPORTE Y FLETE | 2.50 | 2,500.00 |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | 0.054 | 54.00 |
| TOTAL DE LOS COSTOS | B/. <u>6.424</u> | B/. <u>6,424.00</u> |

FUENTE: Confeccionado por el autor de esta investigación

De acuerdo con el cuadro descrito podemos observar que el costo total por caja de 40 libras de piña para la exportación es de B/.6.424 y por contenedor de 1,000 cajas asciende a B/.6,424.00.

4. DETERMINACION DE UTILIDADES SEGÚN COSTOS PROYECTADOS DE EXPORTACIÓN

Una vez determinados los costos para la exportación, presentamos un cuadro resumido para proyectar las utilidades que se podrán obtener sobre la base de exportar 1,000 cajas de piña de 40 libras cada una.

**CUADRO N° VII
UTILIDADES PROYECTADAS PARA LA EXPÓRTACION DE PIÑA**

| PRECIO EN MIAMI (B/.) | COSTO POR CONTENEDOR | COSTO DE EXPORTACIÓN | MARGEN |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------|
| 7.00 | 7,000.00 | 6,424.00 | 676.00 |
| 8.00 | 8,000.00 | 6,424.00 | 1,576.00 |
| 9.00 | 9,000.00 | 6,424.00 | 2,576.00 |
| 10.00 | 10,000.00 | 6,424.00 | 3,576.00 |
| 11.00 | 11,000.00 | 6,424.00 | 4,576.00 |
| 12.00 | 12,000.00 | 6,424.00 | 5,576.00 |
| 13.00 | 13,000.00 | 6,424.00 | 6,576.00 |
| 14.00 | 14,000.00 | 6,424.00 | 7,576.00 |
| 15.00 | 15,000.00 | 6,424.00 | 8,576.00 |

FUENTE: Confeccionado por el Autor de esta Investigación.

Analizando las utilidades que se podrían obtener en base a las fluctuaciones de los precios en el mercado internacional se puede determinar que la piña es uno de los mejores productos no tradicionales para la exportación, por que refleja beneficios económicos significativos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ En los últimos años la piña ha cobrado importancia para el desarrollo del sector agropecuario, fundamentado en sus grandes perspectivas de exportación dentro de los rubros no tradicionales.
- ✓ La República de Panamá dispone de muchas tierras en condiciones optimas para la producción de piña para la exportación.
- ✓ Para penetrar en mercados competitivos mejor organizados se requiere un cambio de actitud empresarial en la actividad de agroexportación.
- ✓ Hoy día la investigación de mercados es de fundamental importancia tanto para el productor como el comercializador que desarrolla actividades de exportación.
- ✓ El país tiene excelentes posibilidades para incrementar anualmente su participación en el mercado de consumo de los Estados Unidos.
- ✓ La piña a diferencia de otros rubros agrícolas no tradicionales permite como consecuencia de los programas de riego, organizar una oferta exportable a los mercados de Miami en forma sostenida y constante.
- ✓ El cumplimiento de regulaciones fitosanitarias internacionales, por parte de los productores y comercializadores contribuye significativamente en el éxito de las exportaciones agrícolas.
- ✓ La calidad de piña que se exporta en nuestro país tiene una gran aceptación en Miami. Sin embargo, los productores de Las Sanguengas no disponen de instalaciones adecuadas para el manejo de la exportación.
- ✓ Dentro del Programa de Reconversión que tiene el M.I.D.A. en azuero, se promueve a la piña como una alternativa para la sustitución de otros rubros tradicionales en esas áreas, como lo es el maíz, tomate y sorgo.
- ✓ La insuficiencia de capital para la producción y ineficiencia en el financiamiento bancario, no permiten que los productores puedan mejorar la calidad de su producto.
- ✓ El productor no tiene confianza en los apoyos financieros ni técnicos para la explotación de la actividad en gran escala.

RECOMENDACIONES

- ❖ Los productores y exportadores deben estar compenetrados en todo el proceso de exportación desde las etapas iniciales de producción, hasta la colocación del producto en el mercado del consumidor destinatario.
- ❖ El gobierno nacional debería dinamizar la economía productiva generando divisas para el país, a través de la diversificación de la producción agrícola de la piña y otros productos elaborados con la calidad exigida en mercados internacionales.
- ❖ Es conveniente que el exportador conozca las ventajas que ofrecen las leyes, convenios y acuerdos internacionales que nuestro país ha suscrito, que facilitan su nivel de participación en el comercio internacional.
- ❖ Se debe concentrar toda la actividad piñera en zonas aptas para su mejor desarrollo e incrementar la producción con aquellas variedades que tengan mayor demanda en el comercio internacional.
- ❖ Nuestro gobierno debe instalar oficinas de mercadeo en Miami como actualmente tienen los gobiernos de Chile y Costa Rica para la comercialización de la piña y otros productos no tradicionales.
- ❖ Se recomienda la instalación de un centro de acopio que les permita realizar todo el proceso de exportación.
- ❖ Se debe incrementar el establecimiento de sistemas de riego, con lo cual se logra planificar la producción de piñas para la exportación en los periodos en que los precios permiten mayores beneficios para el productor nacional
- ❖ Se deben establecer con carácter de urgencia mecanismos en el Banco de Desarrollo Agropecuario tendientes a agilizar y flexibilizar los prestamos para que se obtengan en el momento preciso en que se necesitan.
- ❖ Se deben construir y mejorar los caminos de penetración.
- ❖ En lo respecta a los Programas de Reforestación de las provincias centrales, seria recomendable abastecer dichas provincias con semillas de piña de calidad "made in Zanguengas".
- ❖ Como consecuencia del incremento de la apertura comercial prevista para el próximo milenio, los pequeños productores deben agruparse mediante la organización de

asociaciones o cooperativas para fortalecer su participación en el comercio internacional.

ANEXO 1

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

1. LIBROS

FÁBREGA R., Ramón E. CÓDIGO FISCAL DE PANAMÁ. 1991. Págs. 1313

BANCO NACIONAL DE PANAMÁ, JORNADAS AGROPECUARIAS. 1992-1993. Volúmen 3. . 363 Págs.

WELLER, Jurgen. LOS CULTIVOS NO TRADICIONALES DE EXPORTACIÓN EN PANAMÁ. Oficina Internacional del Trabajo/Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe. OIT/PREALC. 1981. 34 Págs.

IPCE/APEX. MANUAL Y DIRECTORIO DE EXPORTADORES. Editado por Ediciones y Servicios Publicitarios, S.A. EDISERVIS. Panamá, 1994. 235 Págs.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACION. CONVENCION INTERNACIONAL DE PROTECCION FITOSANITARIA. Roma, 1992. Págs. 19.

MEIGS, Robert y MEIGS, Walter, 1992. LA BASE PARA DECISIONES GERENCIALES. McGraw Hill, México, 670 Págs.

MENDEZ, Carlos. 1989, METODOLOGÍA. McGraw Hill, Colombia 129 Págs.

POLIMERI, Ralphs, et al, 1993, CONTABILIDAD DE COSTOS, McGraw Hill. México, 870 Págs.

2. MANUALES Y FOLLETOS

ARMUELLES, R. 1984 UNA ESTRATEGIA AGROINDUSTRIAL PARA EL DESARROLLO DE PANAMÁ, Panamá, 15 Págs.

Ministerio de Desarrollo Agropecuario - Dirección Nacional de Agroindustrias. MANUAL PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGROPECUARIOS, 1992, Panamá, 12 Págs.

Instituto Panameño de Comercio Exterior - MANUAL Y DIRECTORIO DE EXPORTADORES, Servipren, S.A. Panamá, 156 Págs.

Instituto Interamericano Cooperación para la Agricultura (IICA). GUIA PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO TRADICIONALES, Septiembre 1995. 120 págs.

Instituto Panameño de Exportaciones. PUBLICACIONES VARIAS.**3. ENTREVISTAS**

Lic. Carlos Cabrera. Instituto Panameño de Comercio Exterior. Departamento de Promociones de Exportaciones

Lic. Nelson Sandoval. Contraloría General de la República. Departamento de Comercio Exterior.

Lic. Efraín Osorio. Ejecutivo de Ventas, Naviera Sea Land

Entrevista a personal relacionado con el tema del **IMA, MIDA, IPCE e IDIAP.**

4. PUBLICACIONES OFICIALES

MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO. EL MARCO ORIENTADOR DE LA POLITICA AGROPECUARIA: AREAS Y PROYECTOS PARA LA MODERNIZACION Y RECONVERSION DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FORESTAL 1994-1999. Septiembre, 1994.

MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO. PROPUESTA PARA DESARROLLAR EL PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES AGROPECUARIAS DE PANAMÁ. Panamá, Julio de 1992. 32 Págs.

BANCO NACIONAL DE PANAMÁ. Jornadas Agropecuarias. Vol. 1,2,3. 1990-1995.

**INDICADORES ECONÓMICOS DE RUBROS AGRÍCOLAS:
AÑOS 1990/91 - 1997/98**

| RUBROS / INDICADORES | UNIDAD | 1990 - 1991 | 1991 - 1992 | 1992 - 1993 | 1993 - 1994 | 1994 - 1995 | 1995 - 1996 | 1996 - 1997 | 1997 - 1998 |
|--|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PLÁTANO | | | | | | | | | |
| Superficie Sembrada | ha. | 6,825 | 8,297 | 9,258 | 9,434 | 9,651 | 9,572 | 9,823 | 9,182 |
| Superficie Cosechada | ha. | 6,825 | 8,261 | 9,078 | 9,316 | 9,651 | 9,291 | 9,767 | 7,870 |
| Producción | ciento | 1,674,250 | 1,222,050 | 1,698,027 | 1,474,604 | 2,689,815 | 2,516,933 | 1,941,435 | 1,344,333 |
| Rendimiento | ciento/ha. | 245.31 | 147.93 | 187.05 | 158.28 | 278.72 | 270.91 | 198.77 | 175.28 |
| Productores | número | 2,200 | 3,290 | 3,871 | 3,322 | 3,487 | 3,847 | 4,056 | 3,588 |
| Peso Neto Exportación | kilos | 521,684 | 754,548 | 782,318 | 796,720 | 7,324,534 | 10,199 | 310,907 | 286,558 |
| Valor FOB | B/. | 237,174 | 234,690 | 239,614 | 300,610 | 2,120,033 | 1,837 | 131,880 | 106,447 |
| Precio al Productor en Plaza | ciento | 5.97 | 5.75 | 5.45 | 4.83 | 4.78 | 6.21 | 4.61 | 5.40 |
| Precio al Productor en Finca | ciento | 3.13 | 3.36 | 3.25 | 3.33 | 3.29 | 4.42 | 3.24 | 4.28 |
| Precio al Por Mayor(1)(5) | ciento | n/d | 6.70 | 6.62 | 5.83 | 7.19 | 7.39 | 7.00 | 7.00 |
| Precio al Por Menor (2) | unidad | n/d | n/d | n/d | n/d | n/d | 0.12 | 0.12 | 0.28 |
| Precio Internacional | c/ 50 lbs. | n/d | n/d | n/d | n/d | n/d | 30.42 | 15.58 | 12.25 |
| PIÑA | | | | | | | | | |
| Superficie Sembrada | ha. | 392 | 401 | 445 | 481 | 456 | 459 | 558 | 738 |
| Superficie Cosechada | ha. | 240 | 215 | 337 | 353 | 273 | 276 | 286 | 193 |
| Producción | qq. | 278,300 | 208,730 | 341,200 | 395,887 | 348,348 | 351,615 | 323,060 | 1,547,374 |
| Rendimiento | qq/ha. | 1,159.58 | 970.84 | 1,012.46 | 1,121.49 | 1,278.00 | 1,278.28 | 1,128.59 | 8,012.50 |
| Productores | número | 257 | 314 | 326 | 285 | 283 | 294 | 202 | 190 |
| Peso Neto Exportación | kilos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 181,439 | 1,194,000 | 493,731 |
| Valor FOB | B/. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 70,000 | 421,028 | 185,950 |
| Peso Neto Importación | kilos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,495,128 | 987,928 | 253,061 |
| Valor CIF | B/. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 74,335 | 31,744 | 25,855 |
| Precio al Productor en Plaza | unidad | 0.58 | 0.62 | 0.59 | 0.68 | 0.73 | 0.78 | 0.60 | 0.63 |
| Precio al Productor en Finca | unidad | 0.30 | 0.40 | 0.44 | 0.44 | 0.43 | 0.44 | 0.43 | 0.49 |
| Precio al Por Mayor de Píña Grande (1) | docena | n/d | 11.03 | 12.34 | 12.75 | 12.05 | 10.71 | 11.64 | 10.43 |
| Precio al Por Menor de píña grande.(2) | unidad | n/d | n/d | n/d | n/d | n/d | 0.96 | 0.91 | 1.03 |
| Precio Internacional | c/10 unid. | n/d | n/d | n/d | n/d | n/d | 17.00 | 12.50 | 13.10 |

Nota: El Ciclo Agrícola comienza el 1 de abril y termina el 31 de marzo del siguiente año.

n/d Cifras no disponibles

(P) Cifras Preliminares

(1) El Precio Al Por Mayor es el Precio del Mercado Agrícola Central.

(2) Al por menor es precio del Mercado de San Felipe.

(3) Para el periodo 1990/91 al 1994/95, se refiere a frijoles pintos y rosados donde se incluía poroto.

(4) La papa en los años 1990 y 1991 solo se importó para siembra y a partir del año 1994 se incluye además papa para consumo fresca e refrigeradas.

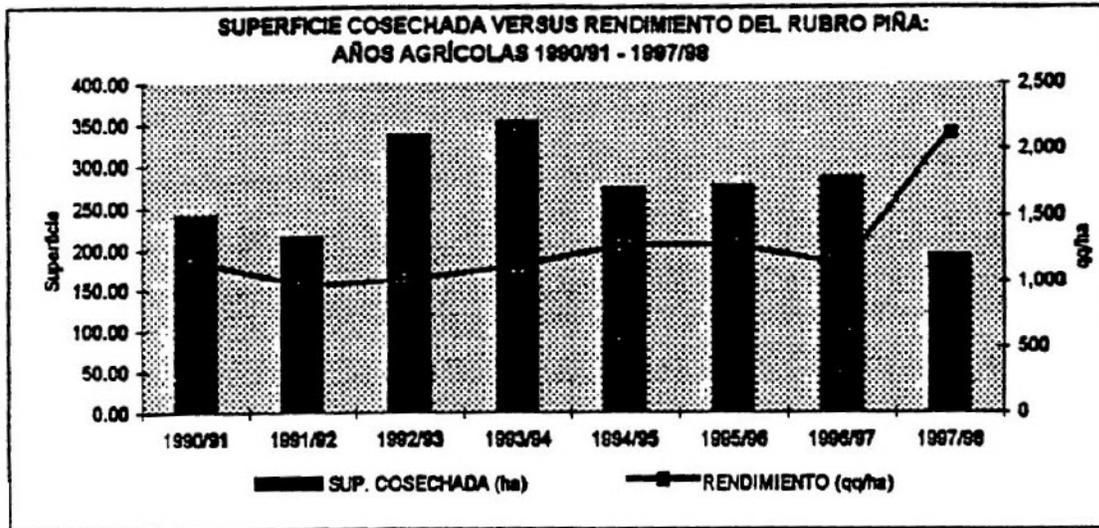
(5) Para el precio al por mayor del plátano se tomó el de Chiriquí.

FUENTE: Elaborado en base a datos de la Dirección Nacional de Desarrollo Agrícola y la Contraloría General de la República.

Los datos del año agrícola 1997/98 se elaboraron con información suministrada por la Dirección Ejecutiva Regional.

ANEXO 2

**SUPERFICIE COSECHADA VERSUS RENDIMIENTO DEL RUBRO PIÑA:
AÑOS AGRÍCOLAS 1990/91 - 1997/98**



ANEXO 3

INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
INVESTIGACION DE LOS RUBROS NO TRADICIONALES. CASO LA PIÑA,
SUPERFICIE PRODUCCION Y RENDIMIENTO DE PIÑA POR REGION
AÑOS AGRICOLAS 1990/91- 1997/98

| REGION | INDICADOR | AÑOS | | | | | | | |
|------------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | 1990/91 | 1991/92 | 1992/93 | 1993/94 | 1994/95 | 1995/96 | 1996/97 | 1997/98 |
| TOTAL | SUP. SEMBRADA (ha) | 392.00 | 401.00 | 445.00 | 481.00 | 458.00 | 459.00 | 558.25 | 738.4 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 240.00 | 215.00 | 337.00 | 353.00 | 273.00 | 275.50 | 288.25 | 193.1 |
| | PRODUCCION (quintales) | 278,300.00 | 208,730.00 | 341,200.00 | 365,887.00 | 348,348.00 | 351,615.00 | 323,060.00 | 409,842.54 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 1,159.58 | 970.84 | 1,012.48 | 1,121.49 | 1,278.00 | 1,278.28 | 1,128.59 | 2,122.2 |
| | No. DE PRODUCTORES | 257 | 314 | 328 | 285 | 283 | 294 | 202 | 191 |
| 1 IRIQUI | SUP. SEMBRADA (ha) | 30.00 | 40.00 | 50.00 | 32.00 | 47.00 | 47.00 | 33.00 | 78.0 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 20.00 | 16.00 | 30.00 | 30.00 | 28.00 | 28.00 | 33.00 | 78.0 |
| | PRODUCCION (quintales) | 20,000.00 | 16,000.00 | 39,000.00 | 34,500.00 | 39,200.00 | 36,860.00 | 32,240.00 | 26,000.0 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,300.00 | 1,150.00 | 1,400.00 | 1,309.29 | 985.93 | 333.3 |
| | No. DE PRODUCTORES | 120 | 120 | 120 | 49 | 47 | 47 | 9 | 12 |
| 2 RAGUAS | SUP. SEMBRADA (ha) | 10.00 | 6.00 | 8.00 | 14.00 | 6.00 | 7.00 | 8.00 | 0.0 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 5.00 | 2.00 | 5.00 | 3.00 | 4.00 | 4.00 | 5.00 | 0.0 |
| | PRODUCCION (quintales) | 3,750.00 | 1,600.00 | 3,840.00 | 2,400.00 | 3,600.00 | 3,360.00 | 4,320.00 | 0.0 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 750.00 | 800.00 | 768.00 | 800.00 | 900.00 | 840.00 | 900 | 0.0 |
| | No. DE PRODUCTORES | 25 | 31 | 42 | 24 | 4 | 7 | 15 | 1 |
| 3 RRERA | SUP. SEMBRADA (ha) | 12.00 | 20.00 | 20.00 | 28.00 | 25.00 | 28.00 | 21.00 | 12.90 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 12.00 | 11.00 | 12.00 | 20.00 | 15.00 | 16.00 | 20.00 | 4.85 |
| | PRODUCCION (quintales) | 9,600.00 | 6,330.00 | 8,400.00 | 10,000.00 | 12,000.00 | 17,391.00 | 14,167.00 | 72,950.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 800.00 | 575.45 | 700.00 | 500.00 | 800.00 | 1,086.94 | 718.04 | 15,041.24 |
| | No. DE PRODUCTORES | 20 | 31 | 32 | 38 | 33 | 37 | 25 | 15 |
| 4 CLE | SUP. SEMBRADA (ha) | 0.00 | 5.00 | 12.00 | 23.00 | 10.00 | 10.00 | 2.00 | 0.00 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 0.00 | 3.00 | 7.00 | 0.00 | 6.00 | 6.00 | 1.00 | 0.00 |
| | PRODUCCION (quintales) | 0.00 | 2,400.00 | 5,760.00 | 0.00 | 4,672.00 | 4,664.00 | 750.00 | 0.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 0.00 | 800.00 | 822.86 | 0.00 | 778.67 | 777.33 | 750.00 | 0.00 |
| | No. DE PRODUCTORES | 0 | 30 | 30 | 3 | 32 | 32 | 2 | 0 |
| 5 HIRA | SUP. SEMBRADA (ha) | 335.00 | 325.00 | 350.00 | 377.00 | 350.00 | 350.00 | 463.00 | 628 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 200.00 | 180.00 | 280.00 | 298.00 | 210.00 | 210.00 | 210.00 | 98.25 |
| | PRODUCCION (quintales) | 240,000.00 | 180,000.00 | 280,000.00 | 348,574.00 | 273,000.00 | 273,000.00 | 252,850.00 | 103,412.50 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 1,200.00 | 1,000.00 | 1,000.00 | 1,163.00 | 1,300.00 | 1,300.00 | 1,204.05 | 1,052.54 |
| | No. DE PRODUCTORES | 90 | 90 | 90 | 124 | 123 | 123 | 92 | 109 |
| 6 NA VISTA | SUP. SEMBRADA (ha) | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 6.00 | 6.00 | 8.00 | 6.92 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 3.00 | 3.00 | 3.00 | 1.00 | 4.00 | 4.00 | 8.00 | 6.02 |
| | PRODUCCION (quintales) | 2,550.00 | 2,400.00 | 2,400.00 | 350.00 | 3,870.00 | 3,870.00 | 8,933.00 | 7,480.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 850.00 | 800.00 | 800.00 | 350.00 | 967.50 | 967.50 | 1,108.31 | 1,242.52 |
| | No. DE PRODUCTORES | 10 | 10 | 10 | 10 | 21 | 21 | 30 | 49 |
| 7 PO | SUP. SEMBRADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.00 | 11.00 | 11.00 | 19.00 | 9.70 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.00 | 6.00 | 7.00 | 8.00 | 4.00 |
| | PRODUCCION (quintales) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2,063.00 | 7,656.00 | 7,920.00 | 7,200.00 | 160,000.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,031.50 | 1,276.00 | 1,131.43 | 1,200.00 | 40,000.00 |
| | No. DE PRODUCTORES | 0 | 0 | 0 | 7 | 8 | 8 | 2 | 4 |
| 8 SANTOS | SUP. SEMBRADA (ha) | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 5.00 | 7.00 | 7.00 | 0.25 | 2 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 3.00 | 3.00 | 3.00 | 0.00 | 4.00 | 4.00 | 0.25 | 2 |
| | PRODUCCION (quintales) | 2,400.00 | 2,400.00 | 1,800.00 | 0.00 | 4,350.00 | 4,350.00 | 200.00 | 40,000.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 800.00 | 800.00 | 600.00 | 0.00 | 1,087.50 | 1,087.50 | 800.00 | 20,000.00 |
| | No. DE PRODUCTORES | 2 | 2 | 2 | 3 | 15 | 15 | 1 | 1 |
| 9 AS DEL O | SUP. SEMBRADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 3.00 | 0.00 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.00 | 0.00 |
| | PRODUCCION (quintales) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1,600.00 | 0.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 800.00 | 0.00 |
| | No. DE PRODUCTORES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20.00 | 0 |
| 10 EN | SUP. SEMBRADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.00 | 1.00 | 0.00 |
| | SUP. COSECHADA (ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.50 | 1.00 | 0.00 |
| | PRODUCCION (quintales) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 400.00 | 800.00 | 0.00 |
| | RENDIMIENTO (qq/ha) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 800.00 | 800.00 | 0.00 |
| | No. DE PRODUCTORES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 4 | 0 |

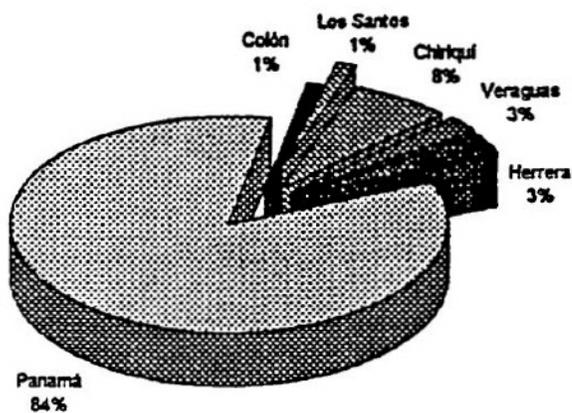
ro de Productores se refiere a la Superficie Cosechada.

El año agrícola se inicia el 1 de abril y finaliza el 31 de marzo del siguiente año.

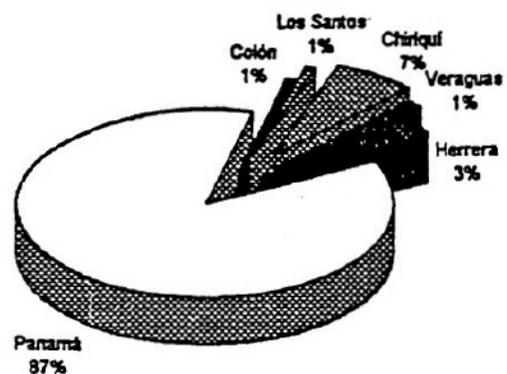
ITE: Direcciones Ejecutivas Regionales y la Dirección Nacional de Desarrollo Agrícola.

ANEXO 4

PARTICIPACIÓN (%) POR PROVINCIA EN SUPERFICIE SEMBRADA Y PRODUCCIÓN DE PIÑA



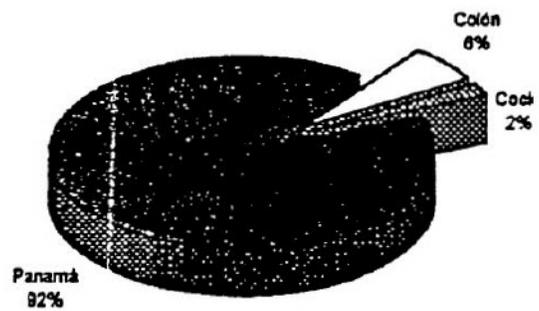
Superficie 1990/91



Producción 1990/91



Superficie 1997/98



Producción 1997/98

ANEXO 5

VALOR FOB Y KILOS NETOS DE LAS EXPORTACIONES SEGUN PAIS DE DESTINO:
AÑOS 1994-98 (EN BALBOAS)

| 5 | PAIS DE DESTINO | 1994 | | 1995 | | 1996 | | 1997 | | 1998 | |
|-----|-----------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|---------------------|
| | | PESO NETO KILOS | VALOR FOB EN BALBOAS | PESO NETO KILOS | VALOR F EN BALBO |
| | TOTAL..... | 1,479,016 | 686,180 | 183,704 | 52,200 | 36,085 | 35,348 | 128,315 | 106,825 | 10,389 | 15 |
| | COLOMBIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | ESTADOS UNIDOS | 1,479,016 | 686,180 | 163,293 | 41,400 | 21,545 | 14,869 | 65,814 | 38,600 | 96 | |
| | SAN ANDRÉS - COLOMBIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3,809 | 484 | 0 | |
| | PUERTO RICO | 0 | 0 | 20,411 | 10,800 | 14,540 | 20,479 | 58,692 | 67,741 | 10,291 | 15 |
| | REINO UNIDO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | TOTAL..... | 0 | 0 | 109,008 | 14,300 | 440 | 132,657 | 150,574 | 71,050 | 500,305 | 186 |
| | ESTADOS UNIDOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 440 | 977 | 150,574 | 71,050 | 500,305 | 186 |
| | SAN ANDRÉS - COLOMBIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | CANADÁ | 0 | 0 | 109,008 | 14,300 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | TOTAL..... | 7,324,534 | 2,120,033 | 10,199 | 1,837 | 310,907 | 131,680 | 286,556 | 106,447 | 1,022,198 | 379 |
| | COLOMBIA | 0 | 0 | 9,975 | 1,500 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | ESTADOS UNIDOS | 116,695 | 51,356 | 224 | 337 | 310,907 | 131,680 | 253,451 | 99,288 | 1,020,021 | 377 |
| | SAN ANDRÉS - COLOMBIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 31,110 | 5,220 | 0 | |
| | SUECIA | 7,207,839 | 2,068,677 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | PUERTO RICO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,995 | 1,935 | 2,177 | 2 |
| | TOTAL..... | 0 | 0 | 181,439 | 70,000 | 1,194,000 | 421,026 | 493,731 | 185,950 | 124,470 | 52 |
| | ESTADOS UNIDOS | 0 | 0 | 181,439 | 70,000 | 1,194,000 | 421,026 | 457,143 | 172,056 | 124,470 | 52 |
| | SAN ANDRÉS - COLOMBIA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 300 | 600 | 0 | |
| | REINO UNIDO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 36,288 | 13,300 | 0 | |
| DIA | TOTAL..... | 0 | 0 | 27,979,623 | 13,326,105 | 17,250,821 | 5,225,266 | 49,665,077 | 20,638,044 | 54,594,022 | 25,196 |
| | COLOMBIA | 0 | 0 | 3,800 | 500 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | ESTADOS UNIDOS | 0 | 0 | 27,975,823 | 13,325,605 | 17,250,821 | 5,225,266 | 49,621,949 | 20,619,730 | 54,391,943 | 25,066 |
| | PUERTO RICO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 43,128 | 18,314 | 0 | |
| | PAISES BAJOS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 202,079 | 130 |
| | TOTAL..... | 0 | 0 | 0 | 0 | 651,332 | 297,218 | 2,168,739 | 1,262,694 | 776,710 | 850 |
| | NICARAGUA | 0 | 0 | 0 | 0 | 651,332 | 297,218 | 1,340,739 | 719,019 | 0 | |
| | EL SALVADOR | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | HONDURAS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | COSTA RICA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,000 | 25,947 | 776,710 | 850 |
| | ZONA LIBRE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | CUBA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | ZONA LIBRE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | PERU | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 810,000 | 517,728 | 0 | |

ANEXO 6

**INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
PROYECCION INDICATIVA DE LA PRODUCCION
Y SUPERFICIE EN LOS AÑOS 1996 A 1999**

| RUBRO | AÑOS | | | | | | | |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----|
| | 1996 | | 1997 | | 1998 | | 1999 | |
| | PRODUCCION | SUPERFICIE | PRODUCCION | SUPERFICIE | PRODUCCION | SUPERFICIE | PRODUCCION | SUP |
| ZAPALLO (1) | 623.600 | 1.754 | 713.437 | 2.007 | 757.148 | 2.130 | 800.892 | |
| NAME (1) | 231.891 | .858 | 247.272 | 916 | 262.822 | 973 | 278.373 | |
| OTOE (1) | 150.416 | .83 | 162.928 | 899 | 170.949 | 943 | 178.968 | |
| PLATANO (1) | 1.046.500 | 5.232 | 1.066.645 | 5.333 | 1.086.808 | 5.433 | 1.106.970 | |
| MELON (3) | 2.205.850 | 1.021 | 2.067.056 | 1.026 | 2.076.079 | 1.030 | 2.085.103 | |
| SANDIA (2) | 2.014.400 | 1.273 | 2.199.848 | 1.390 | 2.384.820 | 1.507 | 2.569.795 | |
| PINA (1) | .484.000 | .370 | 492.638 | 377 | 505.780 | 367 | 518.904 | |

(1) EN QUINTALES
(2) EN CIENTOS

(3) EN UNIDADES
(4) EN CAJAS DE 26 LIBRAS

ANEXO 7

INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
 PROYECCIONES INDICADAS DE VOLUMEN DE EXPORTACIONES DE
 RUBROS AGRICOLA NO TRADICIONALES HACIA EL MERCADO
 DE LOS ESTADOS UNIDOS

| RUBRO | AÑOS | | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 |
| SANDIA (3) | 1.611.520 | 1.759.878 | 1.907.856 | 2.055.836 |
| NAME (1) | 75.153 | 80.207 | 85.251 | 90.295 |
| PIÑA (1) | 26.000 | 26.464 | 27.170 | 27.875 |
| PLATANO (2) | 60.000 | 61.155 | 62.311 | 63.467 |
| MELON (4) | 1.528.480 | 1.535.318 | 1.542.020 | 1.548.722 |
| ZAPALLO (1) | 436.493 | 499.375 | 529.971 | 560.590 |
| OTOE (1) | 46.729 | 50.616 | 53.108 | 55.599 |

(1) EN QUINTALES

(2) EN CIENTOS

(3) EN UNIDADES

(4) EN CAJAS DE 26 LIBRAS

ANEXO 3

INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
DIRECCIÓN DE DESARROLLO Y EXTENSIÓN EN COMERCIALIZACIÓN

EXPORTACIONES DE PINA DESDE CHORRERA HACIA MIAMI

| FECHA | CANTIDAD | FURGONES | DETALLE |
|--------------|---------------|-----------|------------------------------|
| 14/03/96 | 954 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 19/03/96 | 900 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 29/03/96 | 966 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 04/04/96 | 1,017 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 13/04/96 | 985 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 20/04/96 | 945 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 26/04/96 | 951 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 05/01/96 | 1,101 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 05/09/96 | 919 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 17/05/96 | 946 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 18/05/96 | 1,820 | 2 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 23/05/96 | 931 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 06/08/96 | 1,009 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 06/11/96 | 1,063 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 17/06/96 | 879 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 20/06/96 | 1,098 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 28-6-96 | 983 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 07/05/96 | 983 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 13/07/96 | 888 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 19/07/96 | 840 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 26/07/96 | 972 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 02/08/96 | 968 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 07/08/96 | 1,061 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 15/08/96 | 840 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 03/09/96 | 974 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 12/09/96 | 1,140 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 18/09/96 | 973 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 27/09/96 | 914 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 04/10/96 | 882 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 11/10/96 | 1,126 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 18/10/96 | 1,030 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 25/10/96 | 1,039 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 01/11/96 | 906 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 08/11/96 | 991 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 15/11/96 | 849 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 21/11/96 | 888 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 27/11/96 | 868 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 06/12/96 | 935 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 13/12/96 | 926 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 20/12/96 | 962 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 27/12/96 | 970 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 03/01/97 | 883 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 09/01/97 | 884 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 16/01/97 | 954 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 24/01/97 | 942 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 15/02/97 | 1,461 | 2 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 21/02/97 | 952 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| 28/02/97 | 1,000 | 1 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |
| TOTAL | 47,448 | 50 | EN CAJAS DE 40 LIBRAS |

ANEXO 9

INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
DIRECCIÓN DE DESARROLLO Y EXTENSIÓN EN COMERCIALIZACIÓN

EXPORTACIÓN DE PIÑA REALIZADA A LOS MERCADOS DE LOS E.U.

A.. 1996 AGROFRUT, S.A.

| ANO | Nº CONTENEDORES | Nº CAJAS | BI. INGRESOS |
|------|-----------------|----------------|--------------|
| 1996 | 42 | 40.372 | 129.190.00 |
| | | de 40 lbs. C/u | |

(B1)

| 1997 | | EXPORTACION A E.E.U.U. | |
|-----------------|---------------------------|------------------------|------------------|
| AGROFRUIT, S.A. | VIA MARITIMA | | |
| 1. 03/01/97 | 883 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 2.825.60 |
| 2. 09/01/97 | 984 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 3.148.80 |
| 3. 16/01/97 | 954 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 3.052.80 |
| 4. 24/01/97 | 942 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 3.014.40 |
| 5. 31/01/97 | 927 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 2.966.40 |
| 6. 21/02/97 | 952 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 3.046.40 |
| 7. 15/02/97 | 1481 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 4.875.20 |
| 8. 28/02/97 | 1000 CAJAS DE 40 LBS. C/U | | 3.200.00 |
| TOTAL | 8183 CAJAS | | 25.929.60 |

(B2)

| 1997 | | | |
|-------------------|-------------------|--|------------------|
| SUPLICE, S.A. | | | |
| AGROAMERICA, S.A. | VIA AEREA | | |
| 9. 04/05/97 | 900 CAJAS | | 2.880.00 |
| 10. 08/05/97 | 200 CAJAS | | 640.00 |
| 11. 12/06/97 | 100 CAJAS | | 320.00 |
| 12. 19/06/97 | 250 CAJAS | | 800.00 |
| 13. 23/06/97 | 900 CAJAS | | 2.880.00 |
| 14. 25/08/97 | 600 CAJAS | | 1.920.00 |
| 15. 27/08/97 | 600 CAJAS | | 1.920.00 |
| TOTAL | 3550 CAJAS | | 11.360.00 |

Fuente: MIDA Región 5, Panamá Oeste- Agencia Nº 1-La Chorrera

ANEXO 10

**INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO
DIRECCIÓN DE DESARROLLO Y EXTENSIÓN EN COMERCIALIZACIÓN**

EXPORTACIÓN DE PINA 1998

3

Exportador: Agro Exportadores del Oeste (ACANA)

Consignatario: Raven Fruits and Vegetables.

| FECHA | CAJAS DE 40 LIBRAS C/U | INGRESO |
|--------------|------------------------|------------------|
| 9-Ene-98 | 1,000.00 | 4,000.00 |
| 23-Ene-98 | 1,000.00 | 4,000.00 |
| 30-Ene-98 | 1,000.00 | 4,000.00 |
| TOTAL | 3,000.00 | 12,000.00 |
| | | |
| | | |
| | | |

4

Exportador: Panamá Fruit corporation

Consignatario: Bounty Fresh

| FECHA | CAJAS DE 40 LIBRAS C/U | INGRESO |
|--------------|-------------------------------|------------------|
| 12/10/98 | 2,000 | 6,400.00 |
| 17/10/98 | 1,783 | 5,705.00 |
| 06/11/98 | 2,000 | 6,400.00 |
| 12/11/98 | 2,000 | 6,400.00 |
| 17/11/98 | 2,000 | 6,400.00 |
| 18/11/98 | 5 cajas de nuestra(sin valor) | |
| TOTAL | 9,783 | 31,305.00 |

5

Exportador: José Jiménez

Consignatario: Panamá West Fruit Co.

| FECHA | CAJAS DE 40 LIBRAS C/U | INGRESO |
|--------------|------------------------|-----------------|
| 5. 15-01-98 | 1,000 | 3,200.00 |
| 23/01/98 | 1,000 | 3,200.00 |
| TOTAL | 2,000 | 6,400.00 |

Fuente: MIDA, Panamá Oeste, Región 5

ANEXO 11

PLAN

- ✓ ORGANIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN.
- ✓ REQUISITOS - U.S.A.
- ✓ EMBALAJE - EXPORTACIÓN.
- ✓ FACTURA COMERCIAL.
- ✓ PERMISO DE EXPORTACIÓN.
- ✓ CERTIFICADO DE ORIGEN.
- ✓ DECLARACION DE EXPORTACIÓN.

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIÑA - PRODUCTORES LAS SANGUENGAS

- ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

- INICIO DE LA EXPORTACIÓN

- MÉTODO DE VENDER EN EL MERCADO DE MIAMI

- PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- MERCADOTECNIA DE EXPORTACIÓN

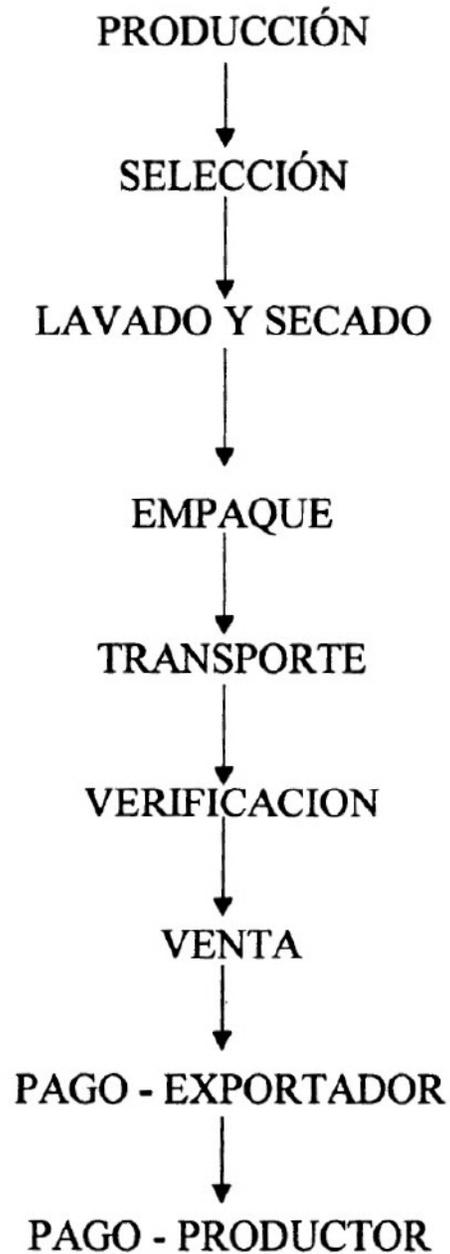
- EMBALAJE PARA EXPORTACIÓN

- DOCUMENTACION

- SEGUROS

- FINANCIAMIENTO

ORGANIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN



REQUISITOS - U.S.A.

- ✓ - FACTURA COMERCIAL**
- ✓ - DECLARACION DE EXPORTACIÓN**
- ✓ - CERTIFICADO DE ORIGEN**
- ✓ - PERMISO DE EXPORTACIÓN PARA PRODUCTOS VEGETALES**
- ✓ - CERTIFICADO FITO-SANITARIO**
- ✓ - LICENCIA DE IMPORTACION**
- ✓ - ASIGNACION ARANCELARIA**
- ✓ - MEDIDAS DE CUARENTENA AGROPECUARIAS**
- ✓ - NORMAS DE CALIDAD**

EMBALAJE - EXPORTACIÓN

1. IDENTIFICACION DEL EMPACADOR

- **NOMBRE**
- **DIRECCION**

2. NATURALEZA DEL PRODUCTO

- **NOMBRE DEL PRODUCTO**
- **NOMBRE DE LA VARIEDAD**

3. ORIGEN DEL PAÍS

- **PAÍS DE ORIGEN**
- **LUGAR DE PROCEDENCIA**

4. PESO BRUTO

5. PESO NETO

6. TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO RECOMENDADO

7. NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL EXPORTADOR

FACTURA COMERCIAL

INDUSTRIAS DORIAN, S.A.
R.U.C.: 4703-911-192-375
Allos de Bethania, Calle 75E
Ciudad de Panamá
Tel.: 61-9284

Consignatario:
ABC Produce Corporation
P.O. Box 25
1500 Brooklyn
N.Y. 23125

Puerto de Destino: New York
Puerto de Salida: Balifa Las Minas
Medio de Transporte: Marítimo
Compañía Naviera: CCT

| <u>PRODUCTO</u> | <u>CANTIDAD</u> | <u>UNIDAD</u> | <u>VALOR F.O.B.</u> |
|-----------------|-----------------|---------------|---------------------|
| Otoc | 900 | Caja 50 lbs. | 17.10,000 |

Firma: _____ Fecha: _____

Conste bajo la gravedad del juramento, y con la firma puesta al pie de esta declaración, que todos y cada uno de los datos expresados en esta factura son exactos y verdaderos.

PERMISO DE EXPORTACION PARA PRODUCTOS VEGETALES Y DERIVADOS

| | | | | | |
|--|---|--|--------------------------|------------------|--|
|  República de Panamá MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO DIRECCION NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA CUARENTENA AGROPECUARIA PERMISO DE EXPORTACION PARA PRODUCTOS VEGETALES Y DERIVADOS | EXPORTADOR _____ _____ DIRECCION _____ CONSIGNATARIO _____ _____ DIRECCION _____ | | | | |
| Fecha Expedición _____ Valido por 30 días | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"> Via de Transporte Aérea <input type="checkbox"/> Marítima <input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> </td> <td style="width: 50%;"> ORIGEN _____ _____ </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> DESTINO _____ </td> </tr> </table> | Via de Transporte Aérea <input type="checkbox"/> Marítima <input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> | ORIGEN _____ _____ | DESTINO _____ | |
| Via de Transporte Aérea <input type="checkbox"/> Marítima <input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> | ORIGEN _____ _____ | | | | |
| DESTINO _____ | | | | | |
| DESCRIPCION | CANTIDAD Unidad, Peso, etc. | OBSERVACION | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| _____ NOMBRE DEL ING. AGRONOMO Idoneidad No. _____ | _____ FIRMA | | | | |
| Los vegetales (o derivados) arriba mencionados provienen de áreas libres de plagas y enfermedades | | | | | |

CERTIFICADO DE ORIGEN DEL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIA (SGP)

| | | | | | |
|--|----------------------------------|--|--|-----------------------------------|---------------------------------|
| 1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country) | | Reference N ^o . <div style="text-align: center; font-size: 1.2em; font-weight: bold;">10991</div> GENERALISED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A | | | |
| 2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country) | | Issued in _____ <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">(country)</div> <div style="text-align: right; font-size: 0.8em;">See Notes overleaf</div> | | | |
| 3. Means of transport and route (as far as known) | | 4. For official use | | | |
| 5. Item number | 6. Marks and numbers of packages | 7. Number and kind of packages; description of goods | 8. Origin criterion (see Notes overleaf) | 9. Gross weight or other quantity | 10. Number and date of invoices |
| 11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. | | 12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct that all the goods were produced in _____ <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">(country)</div> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalised System of Preferences for goods exported to _____ <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">(importing country) </div> | | | |
| Place and date, signature and stamp of certifying authority | | Place and date, signature of authorised signatory | | | |

| REPUBLICA DE PANAMA MINISTERIO DE HACIENDA Y TESORO DIRECCION GENERAL DE ADUANAS DECLARACION LIQUIDACION UNIFICADA DE ADUANAS | | | | DECLARACION JURADA | | | | 12. Import./Export. 13. R.U.C. 14. Lic. Comercial 15. Corredor de Aduanas 16. No. LIC | | | | | | | |
|--|---------------------------------|-------------------------|---------|---|---------------|----------------|--------------------|---|-------------------|--------------|--|-------|--|--|--|
| FECHA Y HORA DE PRESENTACION | | | | 07. Régimen Aduanero Clave: 08. Cancela Decl. Temp. de fecha 09. Modific. Decl. No. de fecha 10. Depósito de Garantía 11. Convenio Internacional | | | | FIRMA | | | | FECHA | | | |
| 01. OCL transitadora | | | | 17. Transporte | | | | 18. Tipo | | | | | | | |
| 02. Embarcador / Comor. | | | | 19. Manifiesto | | | | 20. Fecha | | | | | | | |
| 03. País de Origen o Destino | | | | 21. Conocimiento | | | | 22. Fecha | | | | | | | |
| 04. Puerto de Embarque | | | | 23. F. consel./com. | | | | 24. Fecha | | | | | | | |
| 05. Puerto de Desembarque | | | | 25. Moneda | | | | 27. Cl. Aduanadora | | | | | | | |
| 06. Recinto de Salida | | | | 26. Cambio Bf. | | | | 28. No. de Poliza | | | | | | | |
| 29. CLASE Y CANTIDAD DE BIENES | 30. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA | 31. PARTIDA ARANCELARIA | 32. UN. | 33. CANTIDAD | 34. PESO NETO | 35. PESO BRUTO | 36. VALOR GRAVABLE | 37. TARIFA ARANCELARIA | 38. MONTO DEL IMP | 39. I.T.B.M. | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| OBSERVACIONES DEL AGENTE CORREDOR DE ADUANAS | | | | INTEGRACION DEL VALOR CIF | | | | 41. 3% CIF/Derechos | | | | | | | |
| 37 | | | | 58. OTROS GASTOS | | | | 42. Bf. 0.02 art. bomo (Ley 48 - 1948) | | | | | | | |
| | | | | 59. VALOR FOB | | | | 43. Yantros Frecios | | | | | | | |
| | | | | 60. FLETE | | | | 44. Paz y Seguridad | | | | | | | |
| | | | | 61. SEGURO | | | | 45. Timbres de Consumo interno | | | | | | | |
| | | | | 62. VALOR CIF | | | | 46. Refinado Consumo | | | | | | | |
| | | | | 63. Firma Aduanador | | | | 47. T.C.A.C. (Ley 56 de oct. de 1979) | | | | | | | |
| | | | | | | | | 48. Rec. por flete de Dec. (Ley 44) C.F. | | | | | | | |
| | | | | | | | | 49. Luzes Anticubrecion | | | | | | | |
| | | | | | | | | 50. Otros | | | | | | | |
| | | | | | | | | 51. Sub total 42. al 50. | | | | | | | |
| | | | | 52. Total Imp. de Aduana | | | | | | | | | | | |
| | | | | 53. Total I.T.B.M. | | | | | | | | | | | |
| | | | | 54. GRAN TOTAL 52 + 53 | | | | | | | | | | | |
| OBSERVACIONES BANCO NACIONAL | | | | OBSERVACIONES BANCO NACIONAL | | | | 55. Recargo Tardío Ley 107 de 1974 | | | | | | | |
| 65. FIRMA CAJA BCO. NAL. | | | | DIA MES AÑO | | | | 56. TOTAL CON RECARGO | | | | | | | |
| FIRMA CAJA DEPOSITO | | | | DIA MES AÑO | | | | 57. TOTAL A PAGAR (EN LETRAS) | | | | | | | |