



ESTADO ACTUAL DEL CONSUMO EUROPEO Y EL
COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN COLOMBIANA
DE PRODUCTOS ORGÁNICOS.

Negocios Internacionales

Elaborado por:

Kevin David Cañizares
Iván Camilo Díaz García
Edgar David Gámez Sabogal
Oscar Andrés Páez Villamil

ASESORA: MONICA ALEJANDRA PACHON RODRIGUEZ

TEMA

- Respecto a la agricultura orgánica consiste en producir sosteniblemente, respetando los ciclos ambientales y no provocar daño al entorno, del mismo se derivan los productos orgánicos estas como características principales se encuentra el no uso de químicos, plaguicidas, transgénicos y todas aquellas mezclas con sustancias no orgánicas, en el ámbito global tenemos un aproximado de 70 millones de hectáreas dedicadas a esta agricultura, siendo el continente de Oceanía líder con casi 35 millones.
- Colombia produce el 0.08% de la producción global, teniendo una baja participación en el mercado esto debido a la falta de apoyo gubernamental y económico por sus costos y procesos.
- Una ventaja importante es la diferenciación de precios entre productos ecológicos y convencionales.

(MINIAGRICULTURA, 2008) (FIBL,IFOAM, 2019) (AGRONEGOCIOS, 2018) (FAO, 2001)

ANTECEDENTES

- El interés es cada vez mayor por los productos orgánicos por el aumento del inconformismo de los productos modificados que causan perjuicios a la salud y al ambiente.
- Los mercados están exigiendo productos orgánicos por cultivarse con métodos que favorecen el comercio justo.
- “Los consumidores están dispuestos a pagar más del 30% por productos con certificaciones orgánicas”

(FAO (Agricultura orgánica, 2003)

(ProColombia, 2018)

(AGRONEGOCIOS, 2018)

PROBLEMÁTICA

¿Cuál es el estado actual del consumo europeo y el comportamiento de la producción colombiana de productos orgánicos?

JUSTIFICACIÓN

- “Cuando se trata de lo que comemos, los consumidores vuelven a lo básico”.
- Colombia puede llegar a ser uno de los territorios llamados “Despensa de alimentos para el mundo”.
- Según el Censo agropecuario realizado en los años 2014 y 2016 identifico el 38.6% dedicado al uso agropecuario (43.1 millones de hectáreas) pero, solo se cultiva 7.1 millones de hectáreas (equivale solo al 6.3% del área nacional).
- La inversión para impulsar el agro colombiano y el emprendimiento del sector rural en los próximos años será de \$ 227.4 billones de pesos.

(NIELSEN, 2015)

(FAO,2017)

(Mejía, 2018)

(PND 2018-2022)

OBJETIVO

- Evaluar estado actual del consumo europeo y el comportamiento de la producción colombiana para productos orgánicos.

Objetivos específicos

- -Analizar el consumo mundial de los productos orgánicos especialmente del continente europeo.
- -Describir el panorama de la producción orgánica en el mundo, y el papel de Colombia en la producción ecológica.

A vibrant collage of various organic products. The top section features a bowl of sliced lemons, a bowl of almonds, a bowl of mango slices, and several whole oranges and carrots. The bottom section shows a bowl of blueberries, a bowl of kiwi slices, a bowl of quinoa, a bowl of red grapes, and various other fruits and vegetables like celery, tomatoes, and avocados. The entire image is overlaid with a semi-transparent orange banner in the center containing the text "V. PRODUCTOS ORGÁNICOS." in white serif font.

V. PRODUCTOS ORGÁNICOS.

PRODUCTOS ORGANICOS



AGRICULTURA ORGANICA

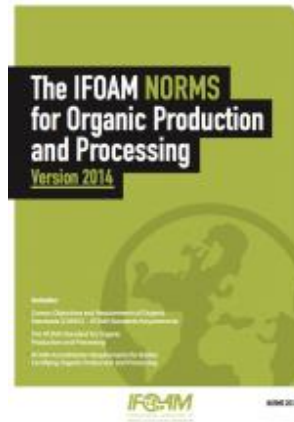


ORGÁNICOS

CLASIFICACION



PROCESOS ORGANICOS



FAO, IFOAM Y centro comercio
int.(2001)(2007)(2014)

PROCESOS ORGÁNICOS

MANIPULACIÓN 7

7.1.1 Los manipuladores y procesadores no deben mezclar productos orgánicos con productos no orgánicos.

7.1.2 Los manipuladores y procesadores deben garantizar la trazabilidad en la cadena de procesamiento y manejo orgánico.

7.1.3 Todos los productos orgánicos deben estar claramente identificados como tales y procesados, almacenados y transportados de manera que se evite su sustitución o contacto con Productos convencionales a través de todo el proceso.

PREPARACIÓN 6

7.2.1 Todos los ingredientes utilizados en un producto procesado orgánico deberán ser orgánicos.

7.2.2 Usando formas orgánicas y no orgánicas del mismo ingrediente en una sola.

7.2.3 El agua y la sal pueden usarse como ingredientes en la producción de orgánicos. Productos y no están incluidos en los cálculos porcentuales de orgánicos los ingredientes.

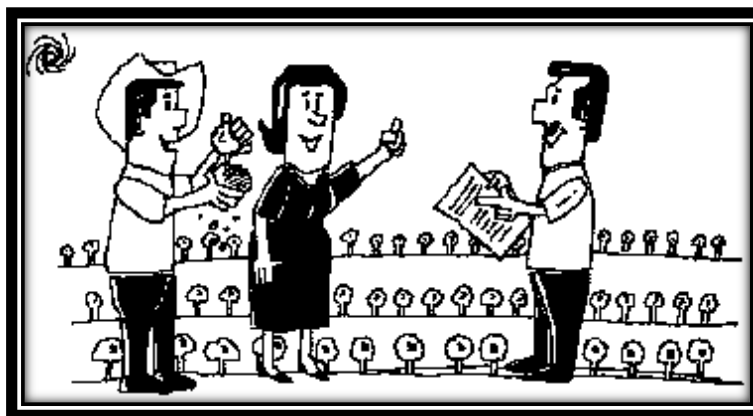
MÉTODOS 8

7.3.1 Las técnicas utilizadas para procesar productos orgánicos deben ser biológicas, físicas y De naturaleza mecánica. Cualquier aditivo, auxiliar de procesamiento u otro material que reacciona químicamente con productos orgánicos o lo modifica, debe producirse orgánicamente.

7.3.2 No se utilizarán sustancias y técnicas que: a. Propiedades reconstituidas perdidas por el procesamiento y almacenamiento de orgánicos



REQUISITOS GLOBALES



La conservación
del agua y
control de plagas

Materiales
vegetales

El método de
labranza

Selección
de semillas

El método de
mejoramiento
de las plantas

El reciclaje de
materiales
orgánicos

El mantenimiento
de la fertilidad del
suelo

FAO (2018)

A person wearing a green apron is holding a large wicker basket filled with fresh organic vegetables. The basket contains a variety of produce, including purple eggplants, red bell peppers, green leafy vegetables, a head of cauliflower, and several potatoes. The person is standing in a lush green field, likely a vegetable garden or farm. The background is a dense field of green plants, possibly lettuce or similar leafy greens.

VI. PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.

MUNDO

OCEANÍA :el 97% pastizales / áreas de pastoreo

Europa: cereales, semillas y legumbres secas. el aumento de los cultivos de pastizales 5.9 millones de hectáreas en Europa y 5 millones en la unión europea

ASIA: Productos como cereales como arroz y trigo son claves ya que representan 1.1 millones de hectáreas en Asia.

AMÉRICA DEL NORTE: un producto clave respecto a cultivables fue el cultivo de cereales igualmente encabezando la lista de producción estados unidos con 281000 y Canadá con 264500

ÁFRICA: 1,3 millones de hectáreas en África son permanentes. Por otro lado 599000 para cultivos herbáceos. Más de 82'700 hectáreas era pastizal / área de pastoreo.

MUNDO	HECTARIAS
OCEANÍA	35,894.365
EUROPA	14,558.245
LATINOAMÉRICA	8,000.887
ASIA	6,116.833
AMÉRICA DEL NORTE	3,223.056
ÁFRICA	2,056.570

LATINOAMÉRICA



Dentro de los cultivos permanentes se encuentra encabezando la lista:

- Argentina (3 millones de hectáreas)
- Uruguay (1.9 millones de hectáreas)
- Malvinas (32000 estas hectáreas) fueron ocupadas mayormente por pastizales y pastos.

PRODUCTOS	HECTÁREAS
PASTIZALES Y PASTOREO	4.9 MILL.
CUL. HERBACEOS	446.000
CAFÉ	422.000
CACAO	230.000
FRUTAS TROPICALES	187.000

(LERNOUD, 2019)

COLOMBIA

PRODUCTOS	HECTARIAS
CAFÉ	19.735
AÇAÍ	9.800
PALMITOS SILVESTRES	4.869
CAÑA DE AZUCAR	4.300
PALMA ACEITERA	3.800
CAÑA PANELERA	1.780



CUNDINAMARCA

**CAFÉ:
(19.735
HECTÁRE
AS)**

- Antioquia.
- Magdalena.
- Quindío.
- Risaralda.
- Huila.
- Santander.
- Cundinamarca.
- cauca.
- caldas.

**CAÑA
PANELERA(1
.780
HECTARIAS)**

- Santa marta.
- Cundinamarca.
- Antioquia.
- Huila.
- Tolima.
- Valle.

(FEDEORGANICOS 2018)

EXPORTACIONES ORGÁNICOS

AÑO	CIUDAD	Cantida d(es)	Peso en kilos netos	Peso en kilos brutos	Valor FOB (USD)	Valor FOB (COP)
2018	BOGOTÁ	8273,46	8273,46	9554,84	38859,44	114617178, 8
2017	BOGOTÁ	8390,25	8390,25	9824,35	35039,44	104116276, 9
2016	BOGOTÁ	6086,56	6086,56	6957,96	29936,05	91024527,9 6

Legiscomex (2019)

PROCESOS COLOMBIA

MANTENIMIENTO DEL SUELO



SEMILLAS.



MANEJO DEL AGUA



COSECHA



MANEJO POST COSECHA



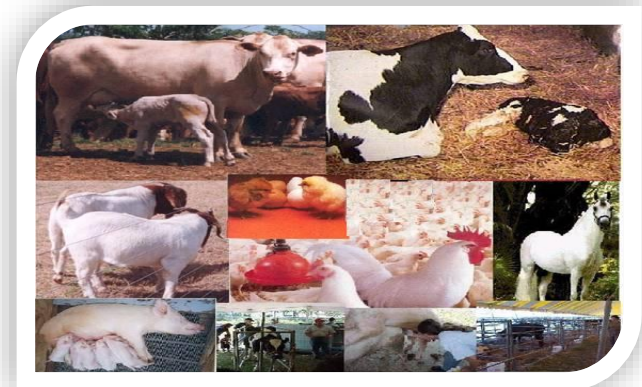
REQUISITOS MÍNIMOS DE CONTROL

(MINIAGRICULTURA, 2008)

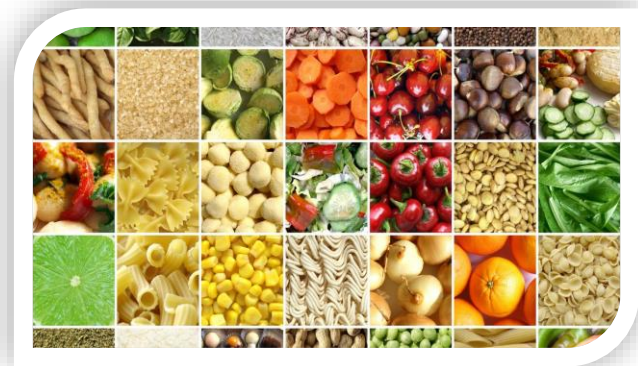
COMPONENTE AGRICOLA



COMPONENTE PECUARIO



COMPONENTE APICOLA



COMPONENTE ALIMENTOS

(MINIAGRICULTURA, 2008)

A photograph of a market stall displaying various fresh vegetables. The top row features several wooden crates filled with produce: a crate of bright red cherry tomatoes, a crate with green beans and other vegetables, a crate of green bell peppers, a crate of carrots and leafy greens, and a crate of green leafy vegetables. The bottom row shows more produce in different containers: a woven basket of green leafy vegetables, another woven basket of green beans, a blue plastic bowl filled with green leafy vegetables, a wooden crate containing purple onions and other vegetables, and another wooden crate filled with orange carrots. The background is a dark, textured wall.

VII. CONSUMO MUNDIAL

ALIMENTACIÓN SALUDABLE EN EL MUNDO.

- ✓ De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) prevén que la población mundial aumentara y alcanzara los 9.700 millones de habitantes.
- ✓ El crecimiento económico ha sido significativo en las últimas décadas. El PIB mundial creció en un 2,6% anual entre 1990 y 2014, impulsado sobre todo por los países de ingresos medianos y bajos, donde el PIB creció en torno a un 5,1% anual.
- ✓ De acuerdo a Nielsen, “Cuando se trata de los alimentos que comemos, los consumidores vuelven a lo básico”
- ✓ Según la comisión EAT-Lancet, los cambios esenciales en las dietas saludables, consideran la duplicación del consumo de frutas y vegetales. Simultáneamente la reducción de más del 50% del consumo de productos de azúcar y carne roja.

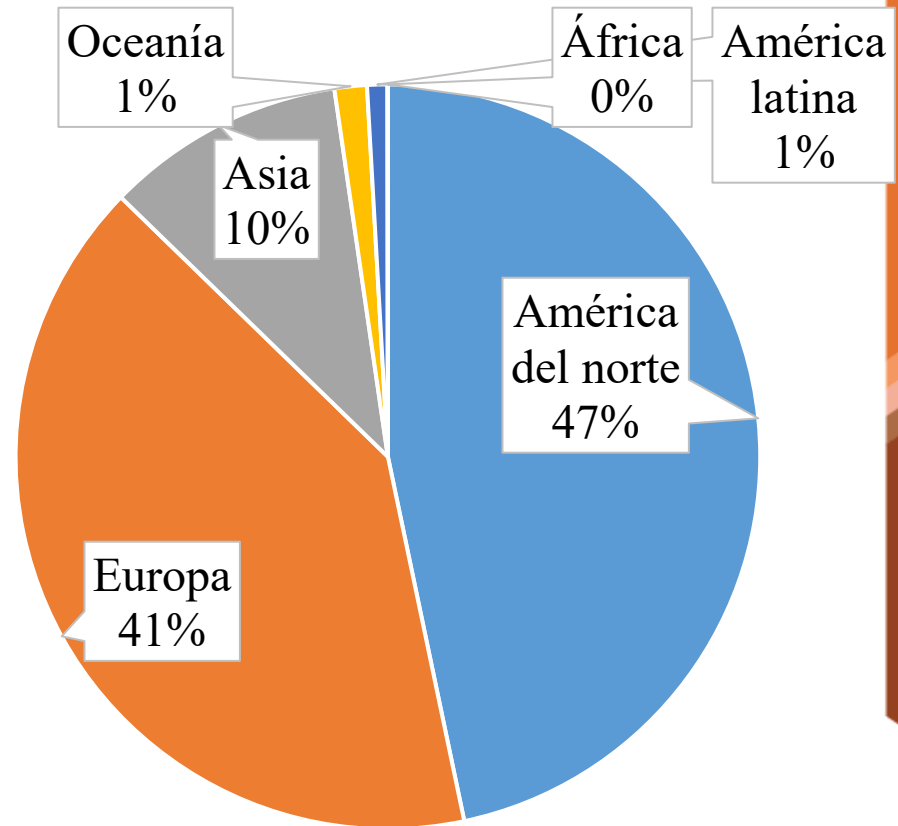
CONSUMO GLOBAL DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.

Tabla: Mercado global de productos orgánicos, ventas y consumo per cápita por región 2017

Región	Ventas (Millones de Euros)	Consumo per cápita (Euros)
América del norte	43,012	119,1
Europa	37,341	50,3
Asia	9,601	2,1
Oceanía	1,293	31,8
América latina	810	1,3
África	16	-
Mundo	92,074	12,2

Elaborado a partir de IFOAM & FIBL pagina 70
FIBL encuesta 2019

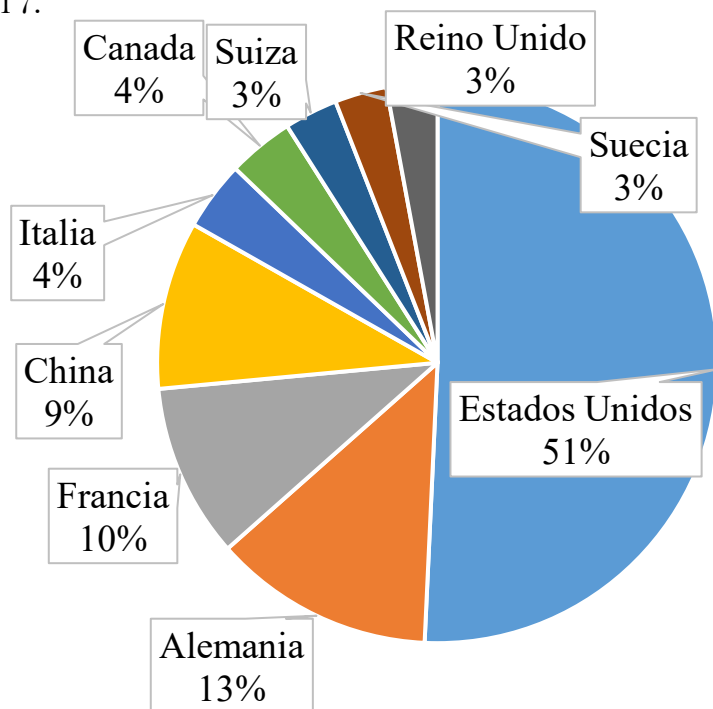
Gráfico: Participación de ventas por región. 2017



Elaborado a partir de IFOAM & FIBL pagina 70
FIBL encuesta 2019

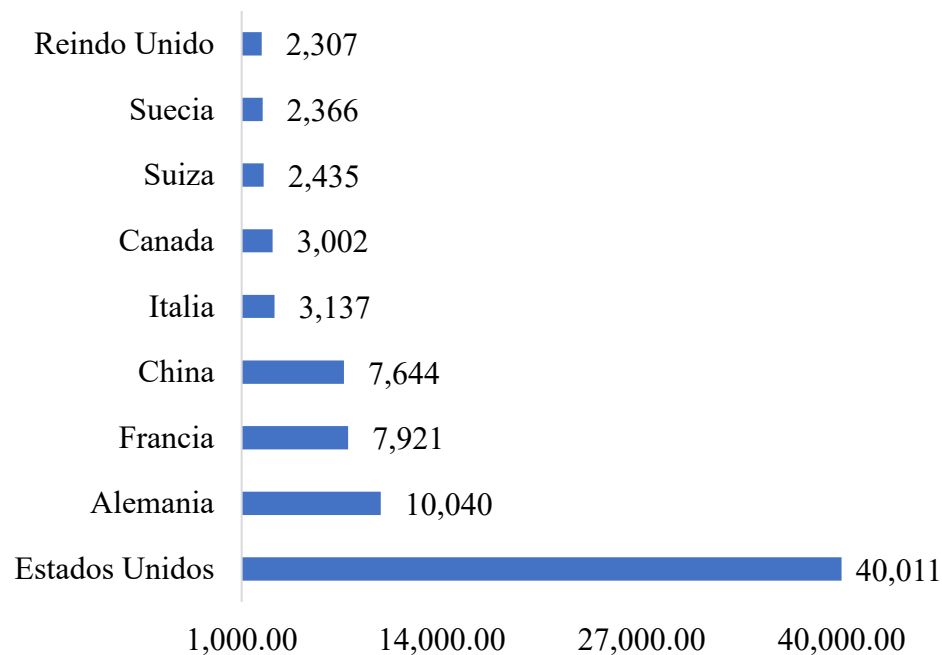
CONSUMO GLOBAL DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.

Gráfico: Mercado Global de productos orgánicos, participación de ventas, principales mercados 2017.



Elaborado a partir de FiBL (Willer, 2019)

Gráfico: Mercado Global, ventas de productos orgánicos, principales mercados 2017. (millones de euros)

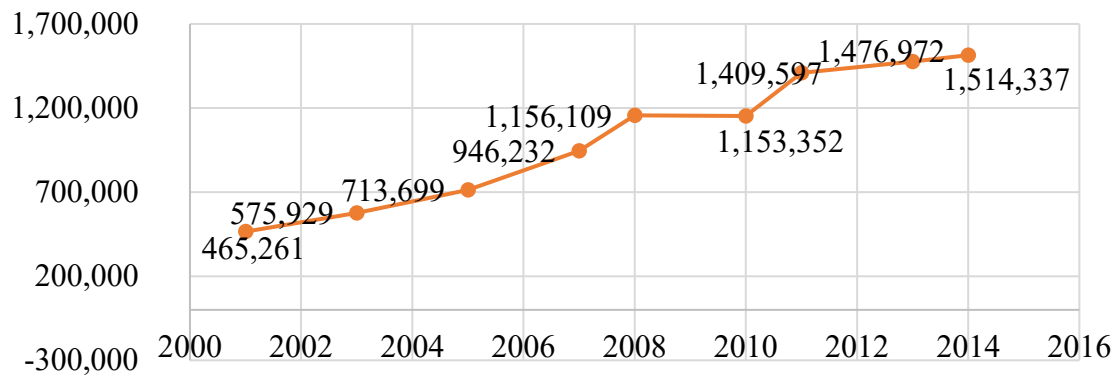


Elaborado a partir de FiBL (Willer, 2019)

- ✓ De acuerdo a ProColombia los consumidores están dispuestos a pagar más del 30%.

IMPORTACIONES DE ALIMENTOS ORGÁNICOS.

Gráfico: Importaciones mundiales de alimentos, (cifras en millones de dólares)



Elaborado a partir Oportunidades de exportación para productos orgánicos PROCOLOMBIA 2015 (Arbelaez, 2015)

Tabla: Importaciones de productos orgánicos por países en millones de euros. (2015-2016-2017)



País	Importaciones orgánicas en millones euros		
	2015	2016	2017
Estados Unidos	1424.29	1493.73	1493.73
Francia	720	720	720
España	431	596	596
Canadá	456.68	455.95	455.95
Dinamarca	321.68	431.84	431.84

Tabla: Elaborado a partir de los datos de FiBL Statistics (FiBL, s.f.)

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EUROPA

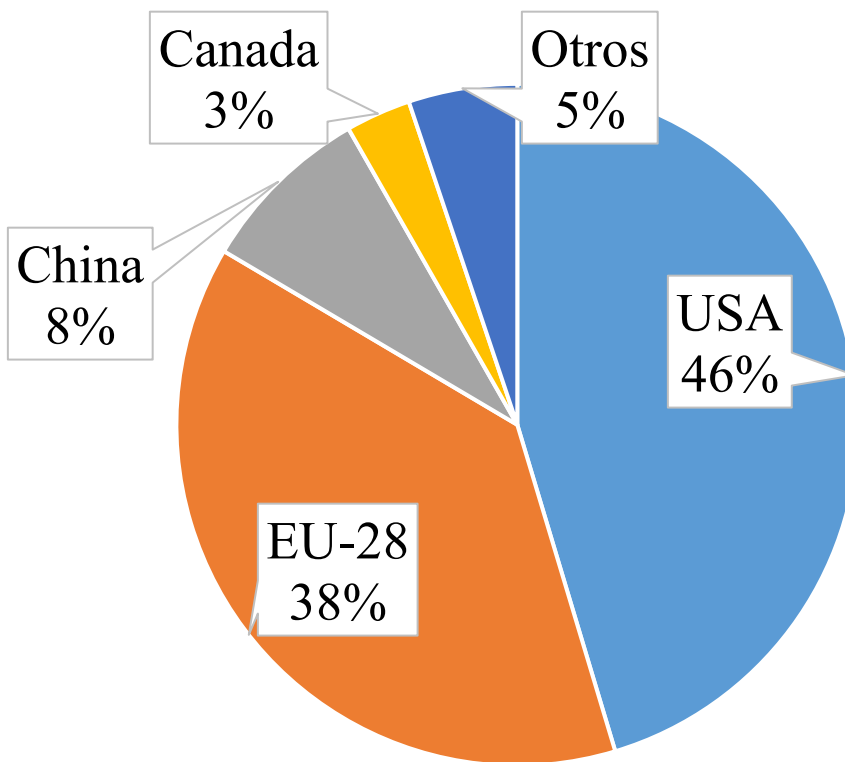
Tabla: Europa y La Unión Europea, Ventas de productos orgánicos (2017)

Región	Ventas (millones de euros)	Consumo Per cápita (euros)
Unión Europea	34,285	67,2
Europa	37,341	47,0

Elaborada a partir de IFOAM & FIBL página 237
FIBL encuesta 2019

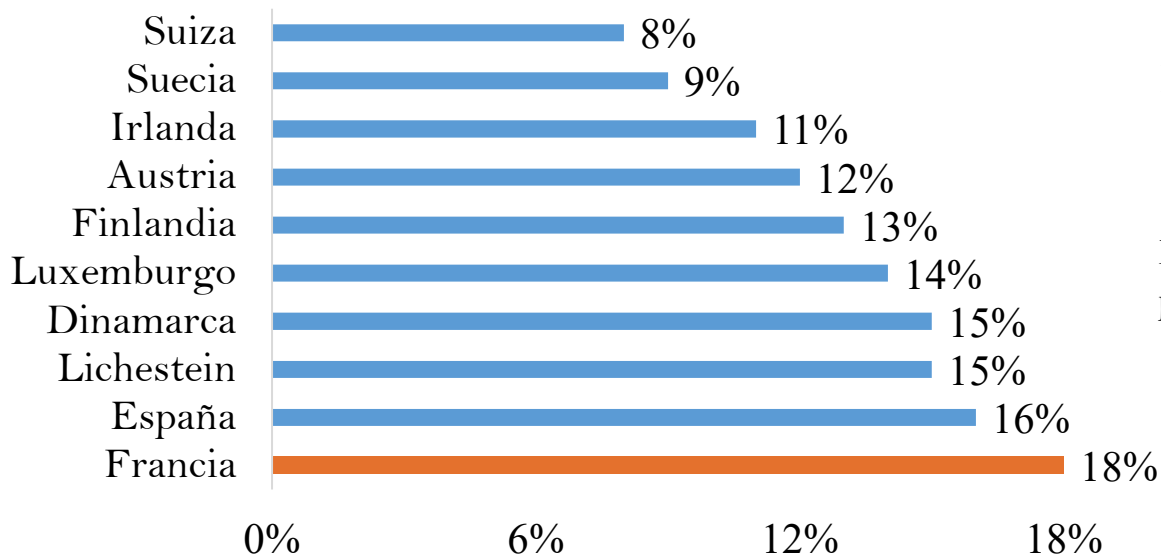
- En el 2017 de acuerdo con IFOAM & FiBL Alemania, Francia, Italia Suiza, Suecia y Reino Unido obtuvieron el 75% del mercado orgánico europeo.

Gráfico: Distribución de ventas por países. (2017)



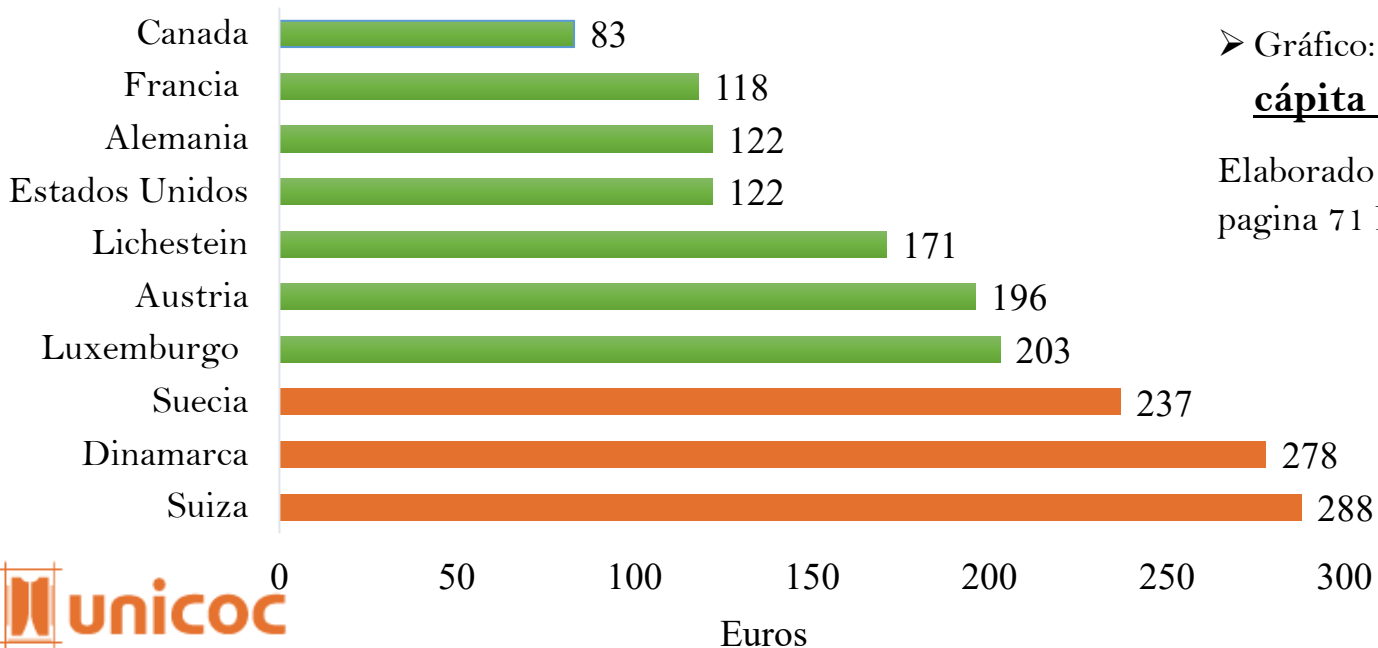
Elaborada a partir de IFOAM & FIBL página 237
FIBL encuesta 2019

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EUROPA



➤ Gráfico: Europa, países con alto **crecimiento** de mercado 2016-2017.

Elaborado a partir de IFOAM & FIBL pagina 240 FIBL encuesta 2019

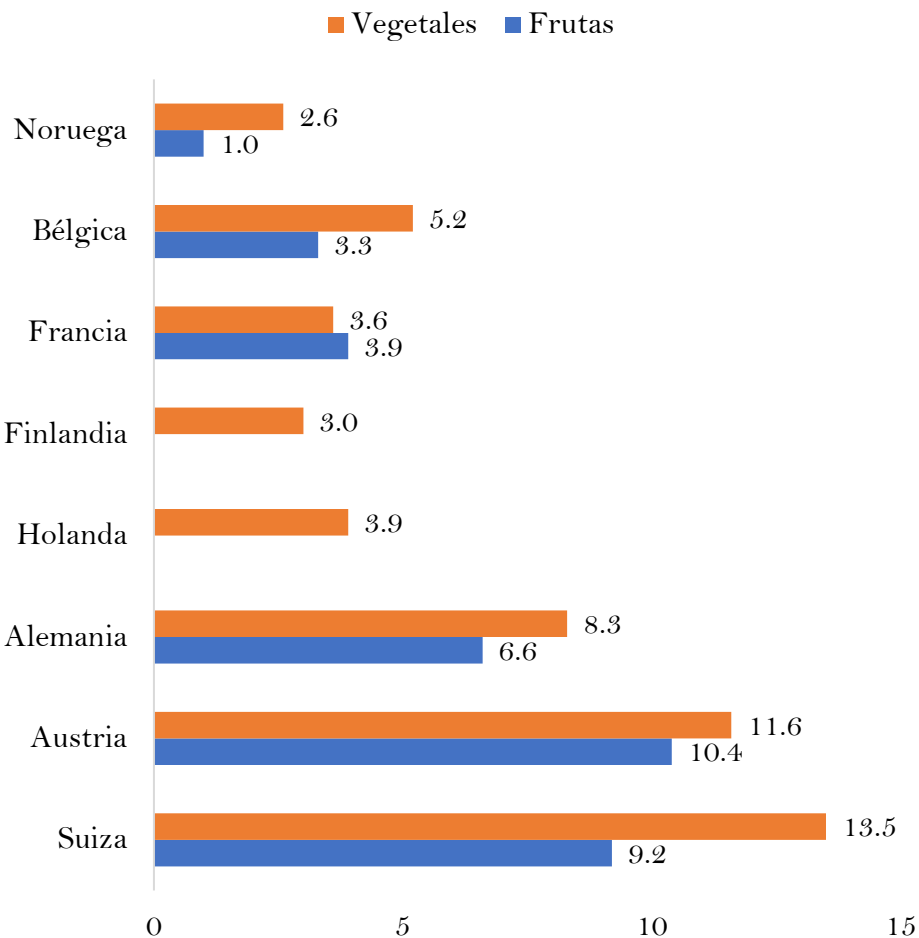


➤ Gráfico: Top ten **consumo per cápita** 2017.

Elaborado a partir de IFOAM & FIBL pagina 71 FIBL encuesta 2019

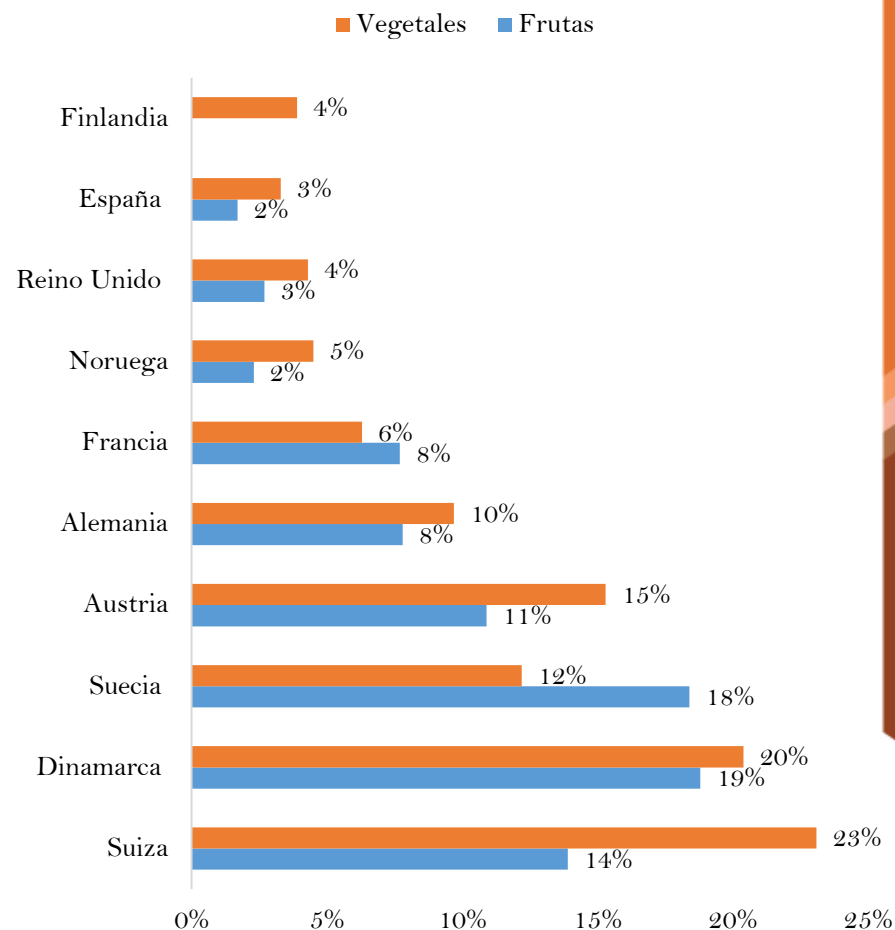
CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EUROPA

Gráfico: Europa, participación porcentual de las ventas al por menor de vegetales y frutas orgánicas 2013



Elaborado a partir de Organic food market in Finland (TRADE F. I., 2015)

Gráfico: Europa, participación porcentual de las ventas al por menor de vegetales y frutas orgánicas 2017



Elaborado a partir de los datos de IFOAM & FiBL (IFOAM & FiBL, THE WORLD OF ORGANIC AGRICULTURE STATISTICS AND EMERGING TRENDS, 2019)

TENDENCIAS DEL MERCADO EUROPEO (CONSUMO)

Productos Naturales y funcionales



15%, 65 Años, Enfermedades

Empaques innovadores y Funcionales



Plus, Empaques innovadores, Funcionales



Snacks saludables

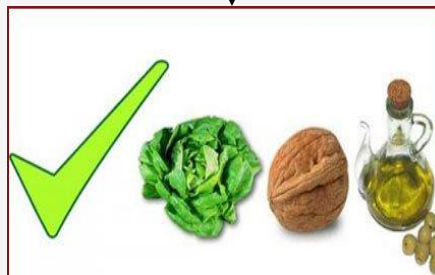


17 a 27 Años, 35%

Menor consumo de carne



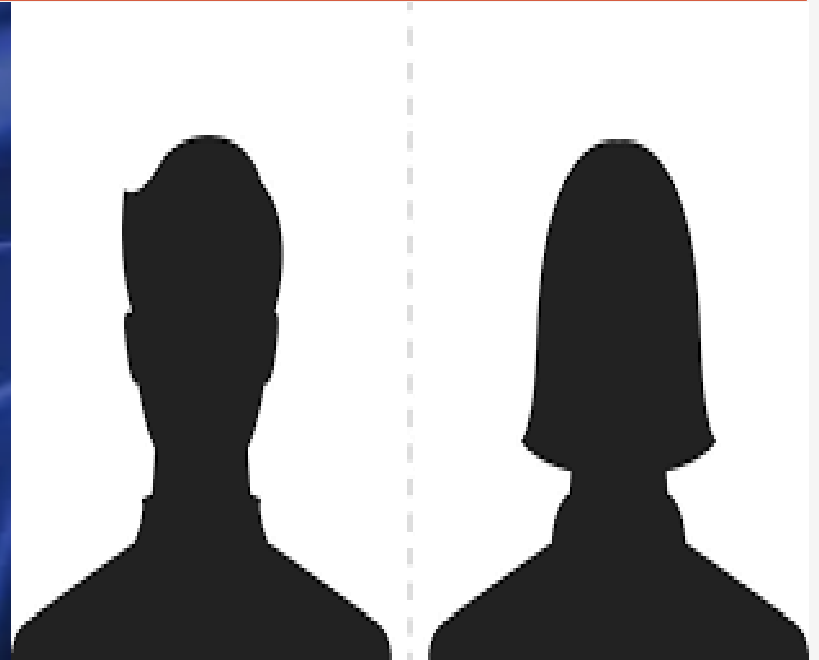
Enfermedades



Libres de grasa, azúcar y gluten

(PROCOLOMBIA, 2018)

PERFIL DEL MERCADO EUROPEO



- PIB mas grande del mundo (20%)
- 7.3% de la población mundial
- Líder de inversión extranjera directa en el mundo
- Baja tasa de natalidad
- 24 idiomas
- Diversidad cultural y étnica
- Mejor distribución de los ingresos
- Buen estilo de vida

(EUROSTAT, 2017)

PERFIL DEL CONSUMIDOR EUROPEO



- Alto poder adquisitivo
- Interés por las certificaciones
- Preocupación por el medio ambiente



- Incremento en consumo
- Preocupación por la salud
- Bienestar animal

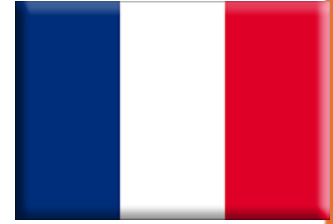
(EUROSTAT, 2017)

A magnifying glass with a wooden handle and a silver-colored metal frame is positioned over a globe. The globe shows a map of Europe, with the continent highlighted in various shades of blue and purple. The magnifying glass's lens is centered over the European continent, making it appear larger and more detailed. The background is a plain, light-colored surface.

VIII. MERCADO EUROPEO



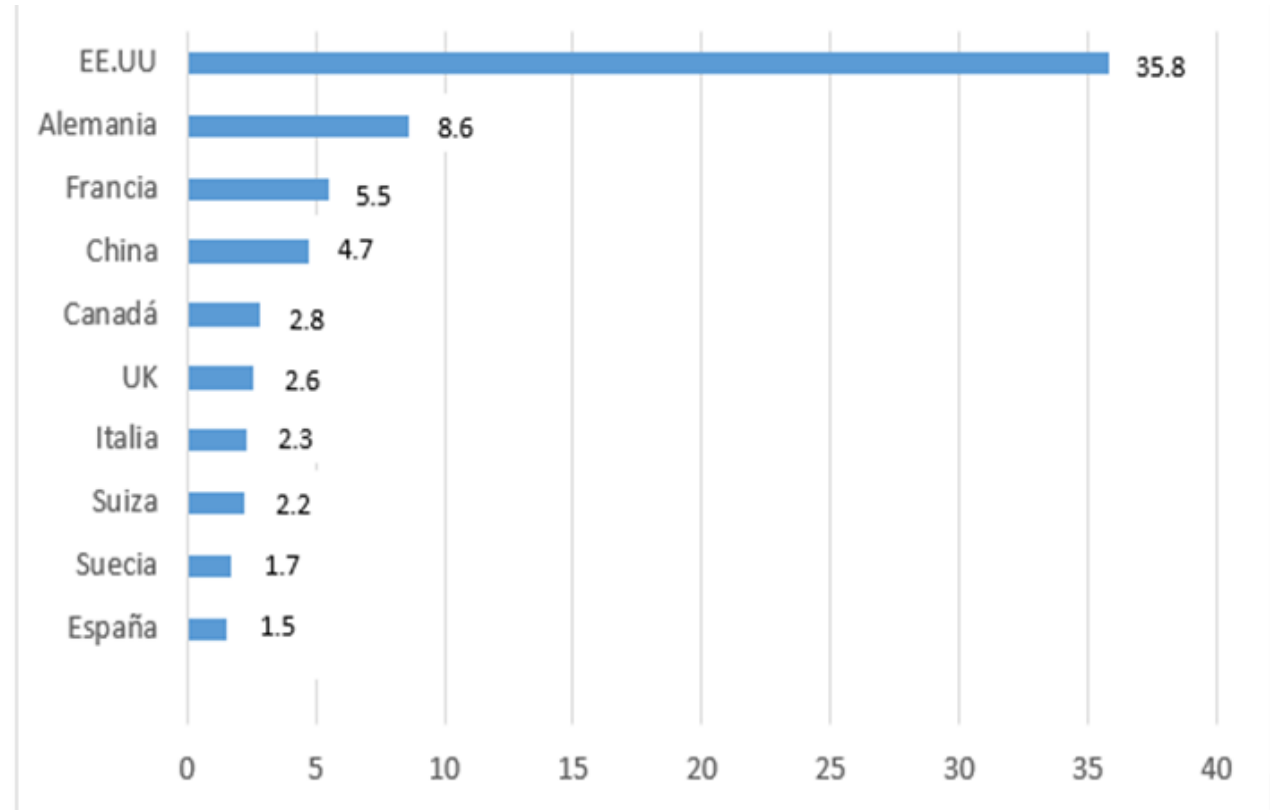
MERCADOS ORGANICOS MAS GRANDES DEL MUNDO Y EUROPA



- Alemania esta ubicado en los primeros países con mayor consumo de productos Orgánicos.

Mayores importadores:

- Alemania: 8.6 Millones de Euros
- Francia: 5.5 Millones de Euros



(The World Organic Agriculture, 2017)

A photograph of a German flag (black, red, and gold horizontal stripes) flying on a tall black pole. The flag is positioned in front of a large, classical-style building with a stone facade. Below the flag, a stone inscription is visible, which reads "DEM DEUTSCHEN VOLKE". The scene is set against a clear blue sky.

VIII. MERCADO ALEMAN

DEM DEUTSCHEN VOLKE



INFORMACIÓN GENERAL ALEMANIA

- Extensión de tierra:
357.021 km²
- Población: 82.900.000
(2019)
- Idioma predominante:
Alemán
- Tipo de gobierno:
Republica Federal
Parlamentaria
- Divisa: Euro
- PIB: 3.677 Millones USD
- PIB per cápita: 22.667 USD
- Gasto de consumo “Bebidas y
alimentos” per cápita: 2.421
Millones USD



INFORMACIÓN GENERAL



Alemania es el país que cuenta con la tradición más antigua de agricultura orgánica.



Alemania es uno de los mayores importadores de productos orgánicos.



Alrededor de 25 a 30 años se fundaron los primeros almacenes de alimentos naturales.



En 2017 fue de US\$ 4,210.8 USD, convirtiéndolo en el segundo mercado más grande del mundo en productos orgánicos.



Interés por el sector orgánico



Prioridad a las certificaciones desde la enfermedad del EEB desde 1986



PERFIL DEL CONSUMIDOR ALEMAN

- **Relación calidad-precio:** Productos de buena calidad a precios razonables.
- **Consumidor** de alto poder adquisitivo y sofisticado.
- **Dos tercios** de los consumidores alemanes ven una relación directa entre la nutrición y la salud (German Trade and Investment (GTAI)).
- **El grupo de** edad de 50 años a más es el más prominente, representando más del 40% de la población total de Alemania.

GRUPO DE EDAD	% DE LA POBLACION
Menores de 14 años	13%
15 a 24 años	11%
25 a 49 años	34%
50 a 64 años	21%
Mayores de 65 años	21%

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

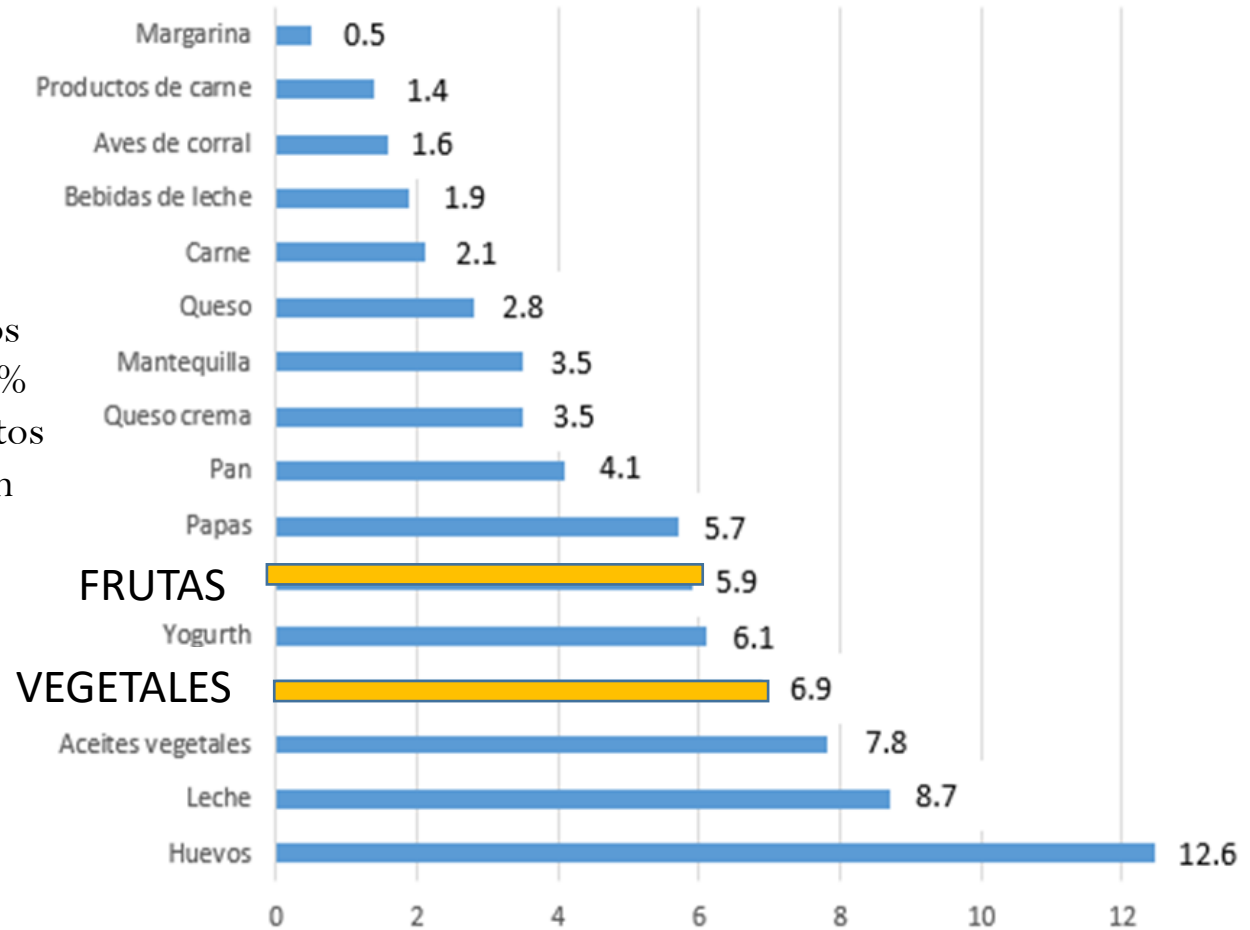
TIPO DE DATOS	Utilidad	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa crecimiento anual compuesta 2017-2020
Consumo orgánico de alimentos envasados	Millones de dólares	3,234	3,326	3,431	3,533	3,604	3,668	3,726	1.8%
Consumo de bebidas orgánicas	Millones de dólares	573	591.5	637.5	677.2	701.7	728.2	754.1	3.7%

- Alta competencia
- Se estima que el consumo orgánico tenga un crecimiento del 9.2% para el año 2020.
- Precios estables



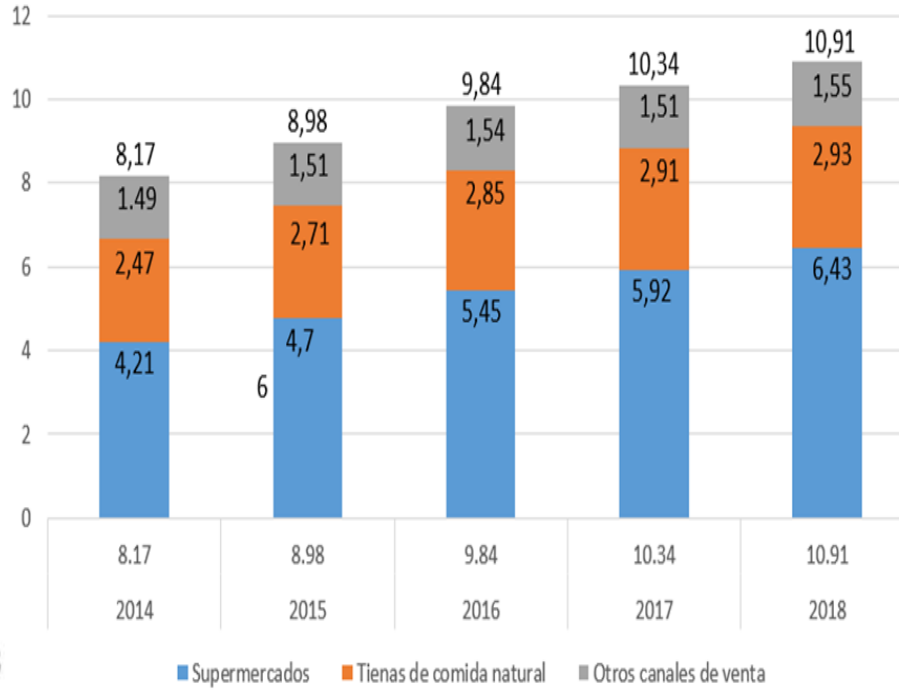
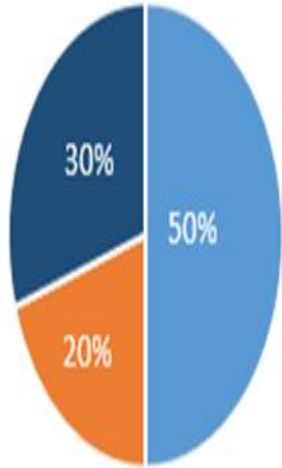
CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

- Alemania ha tenido un crecimiento esperado en el consumo de productos orgánicos en el 2017.
- La participación de productos orgánicos representa el 5.28% del consumo total de alimentos en Alemania y se proyecta un porcentaje mas alto para los próximos años
- Además se espera un alto crecimimineto por el aumento económico y la confianza del consumidor





CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS



- Alemania cuenta con alrededor de 2.400 establecimientos
- Ferias de alimentos orgánicos (9 de octubre)

- Supermercados: Crece un 0.51%
- Tiendas de comida natural: Crece un 0.02%
- Otros canales de venta: Crece un 0.04%
- Aumenta en total un 0.57%

The image is a composite of two nighttime photographs. The top half shows a building with the French flag (blue, white, and red) illuminated against a dark blue sky. Several street lamps are visible, casting a warm glow. The bottom half shows a stone bridge with arches over a canal. The water in the canal reflects the lights from the bridge and the sky. The overall scene is a classic Parisian night view.

VIII. MERCADO FRANCÉS

INFORMACIÓN GENERAL DE FRANCIA



- Extensión de tierra: 549.1 km²
- Población: 67.118.648 (2019)
- Idioma predominante: Francés
- Tipo de gobierno: Republica semi presidencialista
- Divisa: Euro
- PIB: 2.582 Millones USD
- PIB per cápita: 39.933 USD
- Gasto per cápita en consumo Bebidas y alimentos: 2.862 USD

INFORMACIÓN GENERAL DE FRANCIA



La interactividad y el uso de la información.



La influencia de las políticas en entornos educativos desde los ochenta en la adopción de alimentos orgánicos ha generado una cultura orgánica.



El 57% de los franceses indican que han cambiado su comportamiento a la hora comprar y cocinar.



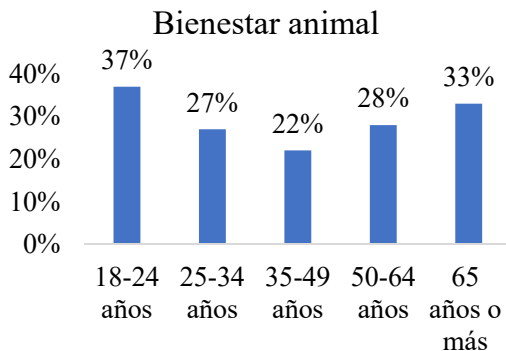
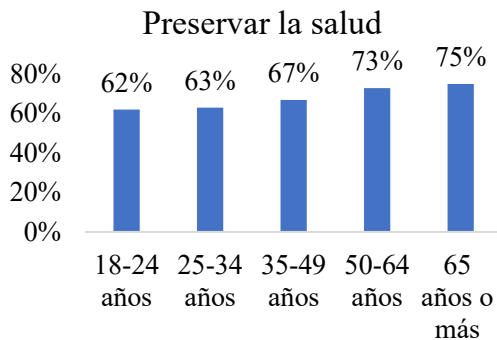
El objetivo de introducir alimentos orgánicos para el 79% de los comedores escolares en 2017.



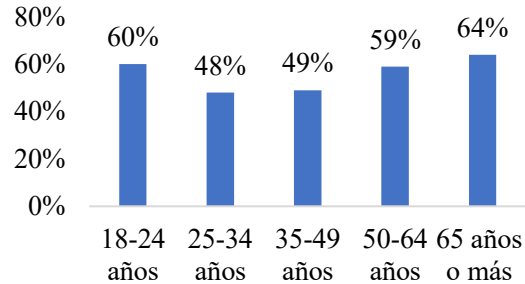
Importancia a preservar la salud y el medio ambiente

PERFIL DEL CONSUMIDOR FRANCÉS

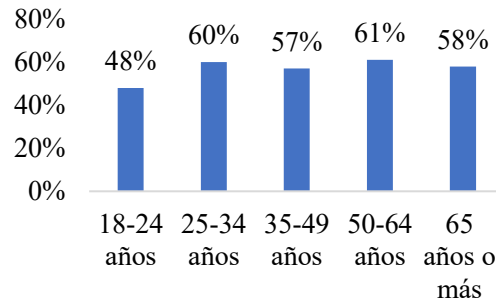
Gráfico: Francia, porcentaje de factores de preferencia de los productos orgánicos, nivel de importancia por rango de edades (2018)



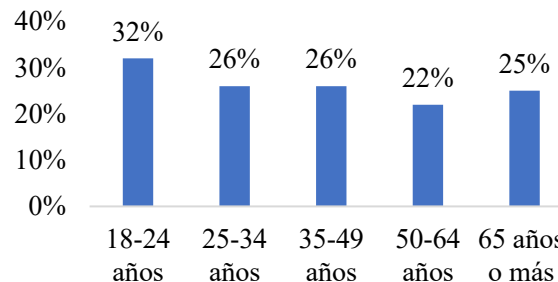
Preservar el medio ambiente



Calidad y sabor de productos



Por razones éticas y sociales



- ✓ Según AgenceBIO 9 de cada 10 consumidores franceses han consumido alimentos orgánicos durante los últimos 12 meses.
- ✓ El 70% de los consumidores consumen productos orgánicos al menos una vez al mes.
- ✓ El 16% de los consumidores están consumiendo todos los días productos orgánicos.

(Agence Bio, 2018)

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

Criterio	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	(CAGR) 2017- 2020*
Consumo orgánico de alimentos y bebidas envasados.	2.287	2.482	2.793	3.093	3.370	3.631	3.883	7.9%
Consumo orgánico de alimentos envasados.	1.914	2.075	2.347	2.602	2.843	3.074	3.299	8.2%
Consumo de bebidas orgánicas.	373.2	407	446	491	526	556	583	5,90%

➤ En el año 2018 las ventas fueron de 7.9 mil millones de euros.

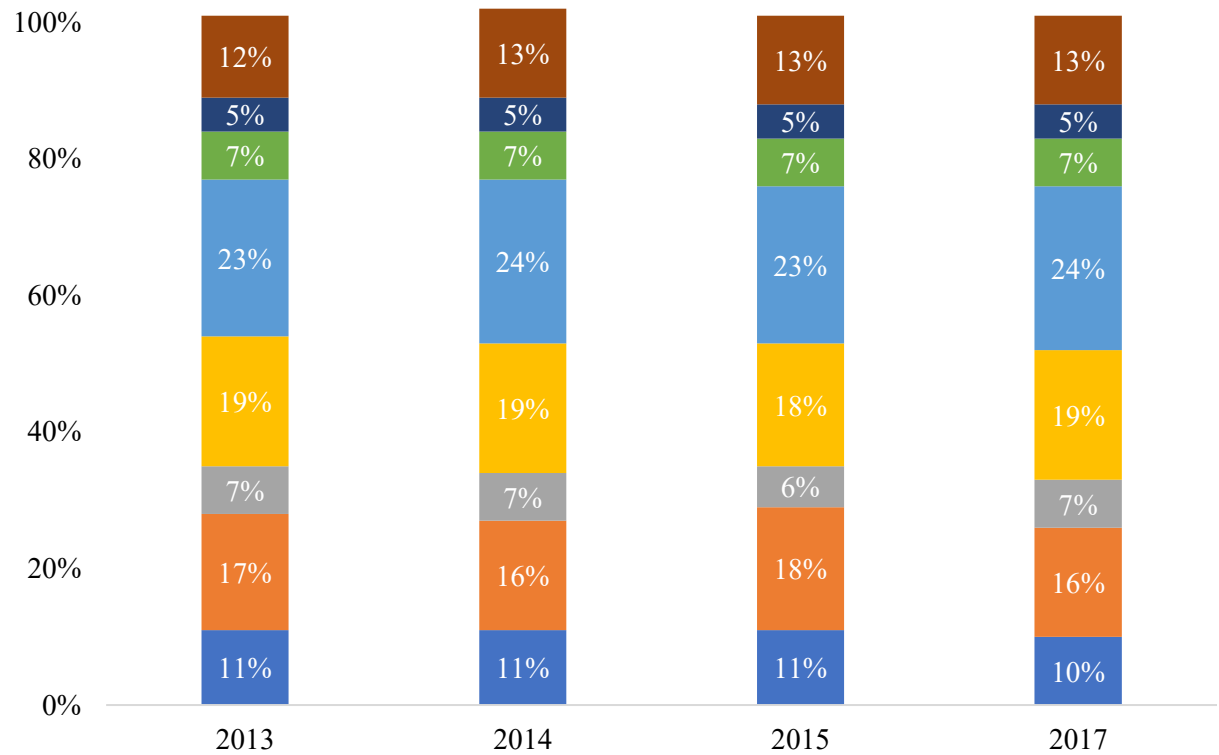
➤ Francia obtendrá un crecimiento de productos orgánicos de un 8,0% de 2017 al año 2022.

(Global Organic Trade, 2018)

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

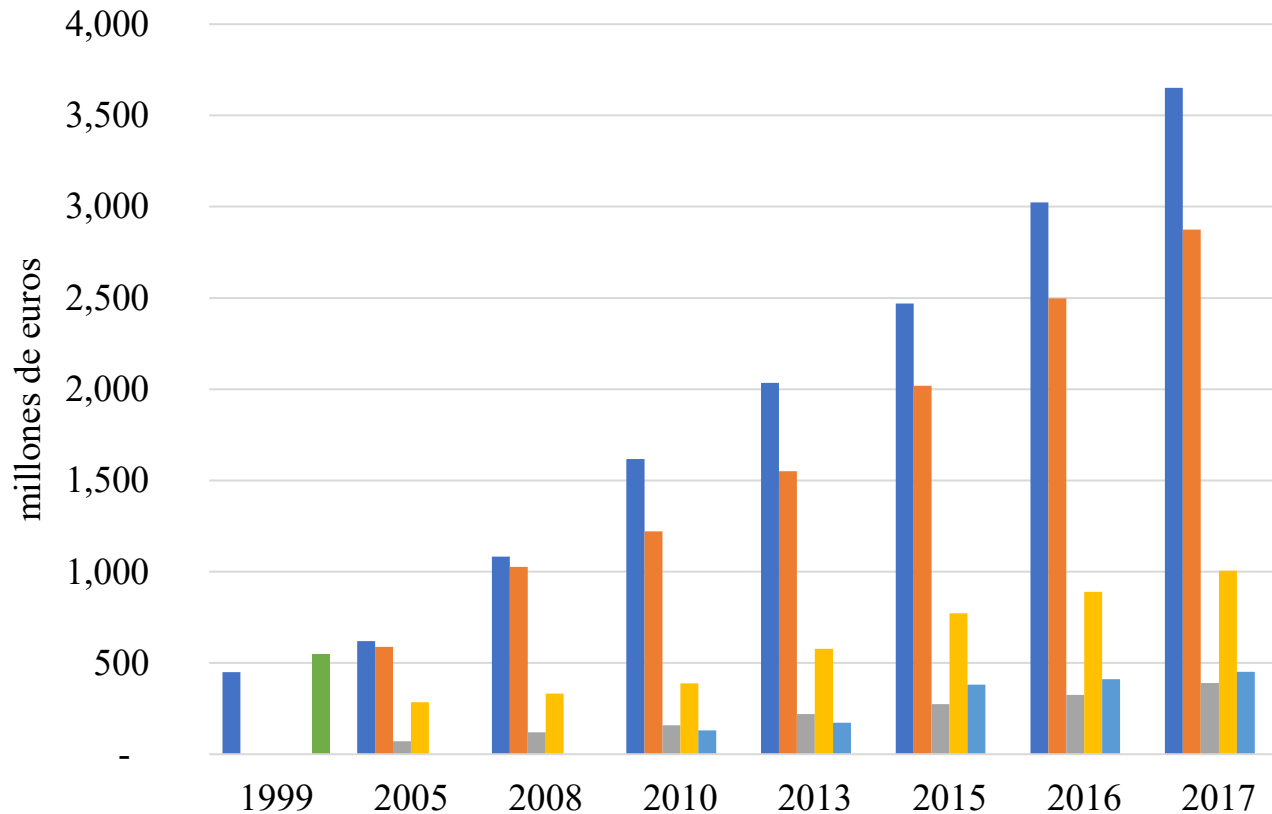


96%
de confianza.
AgenceBio



- Carne
- Productos de diario
- Comida de mar, comida congelada
- Frutas y vegetales
- viveres, abarrotes
- Productos de panaderia
- Bebidas no alcoholicas
- Bebidas alcholicas

CONSUMO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

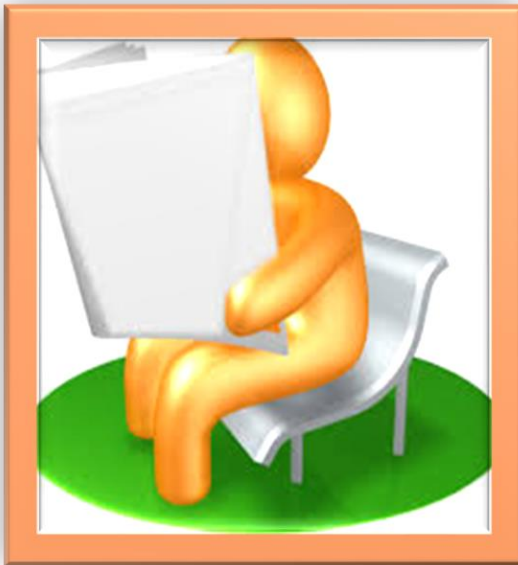


- Supermercados (Grandes superficies)
- Tiendas especializadas
- Artesanos y tenderos
- Venta directa
- Venta comercial e institucional
- Otros canales



IX. LOGISTICA

DEFINICIÓN E HISTORIA



Definición

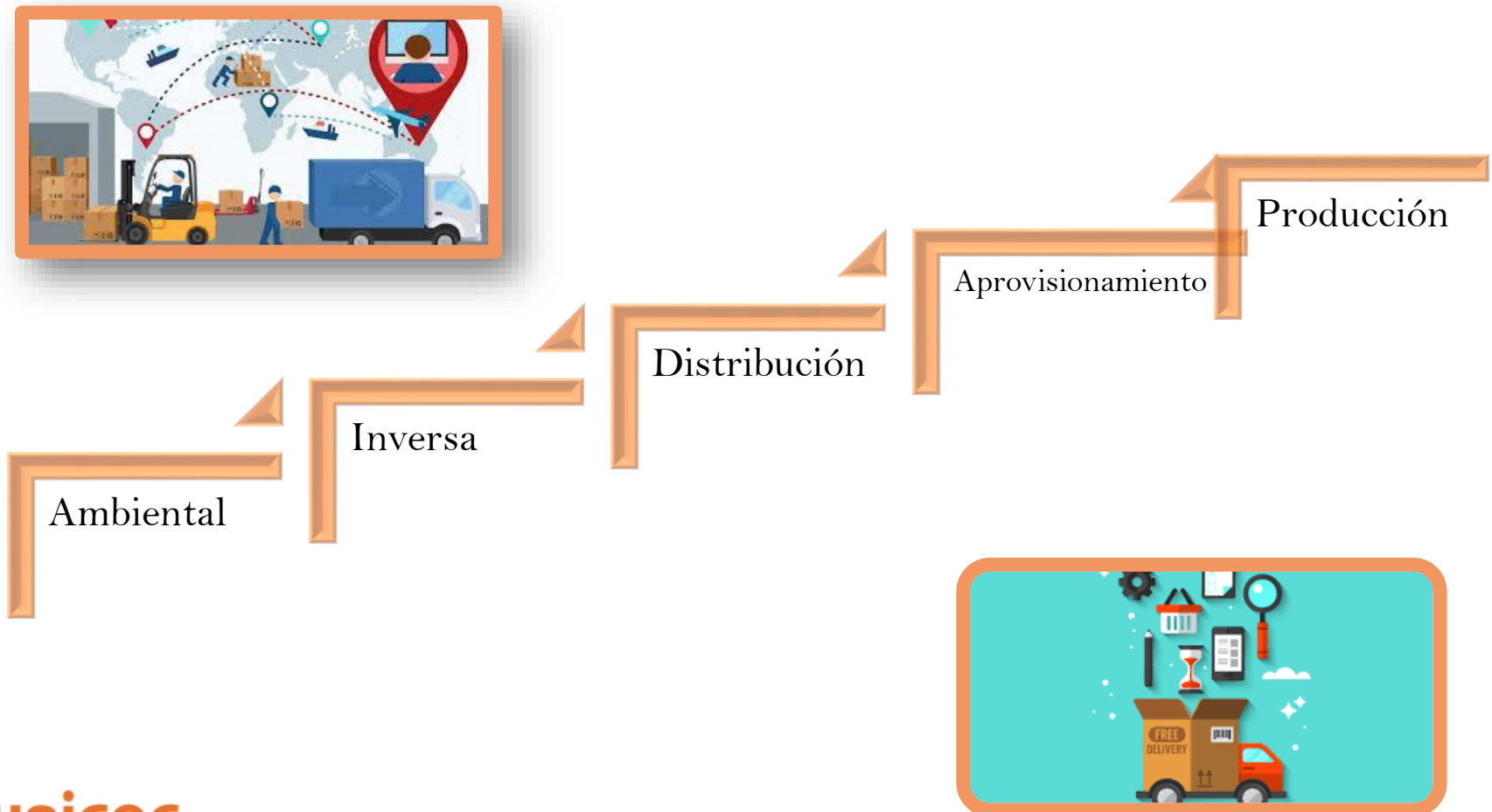
(El Consejo de Gerencia Logística (Council of Logistic Management – CLM),



Historia

(El consejo Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP)

TIPOS DE LOGISTICA



GEOGRAFÍA DE COLOMBIA



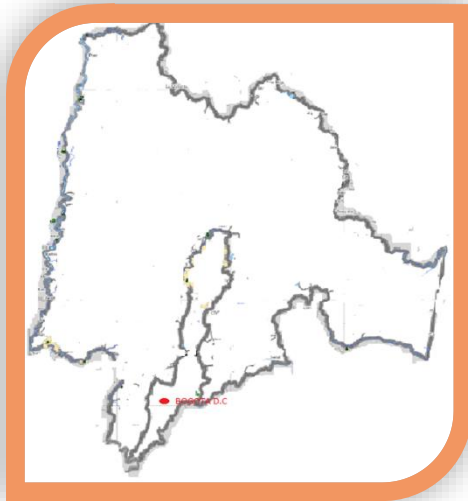
Cuenta con 32 departamentos.

Limita con países: Panamá, Venezuela, Ecuador, Brasil y Perú.

Sus regiones son: Andina, Caribe, Pacifico, Orinoquia y Amazonia.

Habitantes: 45,5 Millones de personas.(DANE, 2018).

GEOGRAFÍA DE CUNDINAMARCA



Cundinamarca es uno de los 32 departamentos de Colombia

Limita con los departamentos: Boyacá, Meta, Huila y Tolima.

Habitantes: 2,280.037 Millones(DANE, 2018).

PUERTOS MARITIMOS

BUENAVENTURA



SANTA MARTA



BARRANQUILLA



CARTAGENA



AEROPUERTOS

Aeropuerto internacional Ernesto Cortisoz



Aeropuerto internacional Alfonso Bonilla Aragón



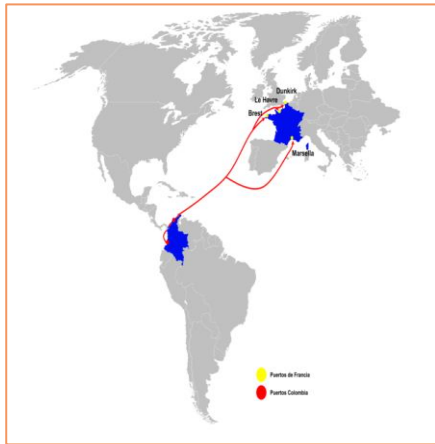
Aeropuerto internacional el dorado



Aeropuerto internacional José María Córdova



FRANCIA PUERTOS MARÍTIMOS



Principales puertos Marítimos :

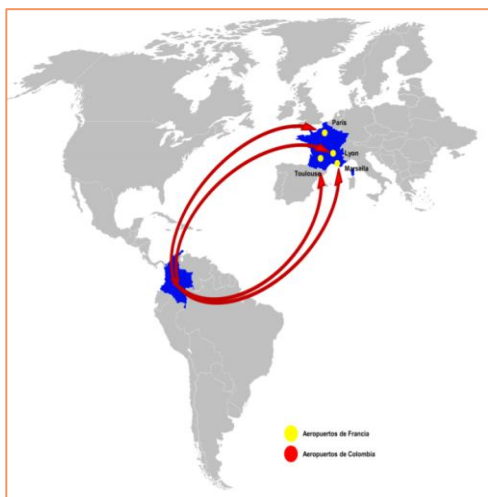
- Le Havre.
- Dunkirk
- Fos
- Marsella

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO EN DIAS DIRECTO	TIEMPO EN DIAS CON CONEXIÓN	FRECUENCIA DE SALIDA
Le Havre	Santa marta		22-26	Semanal
	Barranquilla	22	29-37	Semanal
	Cartagena	16-18	24-30	Semanal
Dunkirk	Buenaventura		25-32	Semanal
	Cartagena	17	22-24	Semanal
Marsella	Cartagena	23	30-35	Semanal
	Barranquilla		31-35	Semanal
	Buenaventura		33	Semanal
	Santa marta		27	Semanal
Fos	Cartagena	18-23	29-30	Semanal
	Barranquilla		30	Semanal
	Buenaventura		32	Semanal
	Santa marta		26-30	Semanal

Elaborado en base a Procolombia

(PROCOLOMBIA, 2016)

FRANCIA AEROPUERTOS



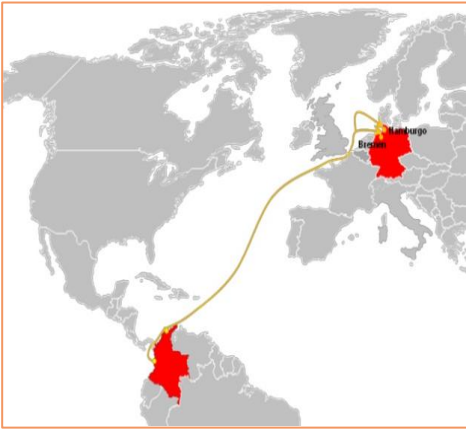
Puertos Aéreos:

- Charles de Gaulle Airport
- Marsella
- Lyon
- Toulouse

AEROLINEA	CONEXIONES	FRECUENCIA	CLASE
America Airlines	Estados Unidos- Miami	Todos los días	Carga
AIRFRANCE	Directo	Todos los días	Carga
Cargolux	Luxemburgo- LUXEMBURGO	Martes , viernes y domingos	Carga
IBERIA	España- Madrid	Todos los días	Carga
Aeromexpress Cargo	Mexico-mexico city	Todos los días	Carga
Continental Airlines	Estados Unidos- New York	Todos los días	Carga
ALITALIA	Estados Unidos- Miami, Italia - Milán	Todos los días	Carga
LTU	Alemania- Frankfurt	Miércoles y jueves	Carga
KLM	Amsterdam - Países Bajos	Todos los días	Carga

Elaborado en base a Procolombia

PRINCIPALES PUERTOS MARÍTIMOS ALEMANIA



Principales Puertos Con facilidad desde Colombia:

- Bremen
- Bremerhaven
- Hamburgo

Destino	Origen	Tiempo de transito en dias directo	Tiempo de transito dias con conexiones	Frecuencia
Bremen	Buenaventura		27	Semanal
	Barranquilla		32	Semanal
	Santa Marta		21	Semanal
	Cartagena		31	Semanal
Bremerhaven	Buenaventura		21-26	Semanal
	Barranquilla		23-26	Semanal
	Santa Marta		15	Semanal
	Cartagena		21-25	Semanal
Hamburgo	Buenaventura	19	19-28	Semanal
	Barranquilla	16	16-26	Semanal
	Santa Marta	13		Semanal
	Cartagena	dic-14	14-26	Semanal

Elaborado en base a Procolombia

PRINCIPALES AEROPUERTOS DE ALEMANIA



Principales puertos Aéreos de Carga Hacia Alemania:

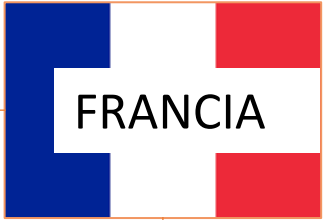
- Berlín,
- Bremen
- CologneBonn
- Dusseldorf
- Frankfurt
- Hamburgo
- Múnich

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	Clase
AIRFRANCE	Francia-Paris-Paises Bajos	Todos los Dias	Carga
Aereolog	Estados Unidos-Miami	Todos los Dias	Carga
AIR CANADA	Canada -Toronto	Todos los Dias	Carga
FEDEX	Estados Unidos-Memphis	Todos los Dias	Carga
American Airlines	Estados Unidos-Miami-Reino Unido-Londres	Todos los Dias	Carga
BRITISH AIRWAYS	Reino Unido-Londres-España-Madrid	Todos los Dias	Carga
Martinair	Paises Bajos-Amsterdam	Todos los Dias	Carga
Cargolux	Luxemburgo	Martes, Viernes y domingo	Carga
ALITALIA	Estados Unidos-Miami-Italia	Todos los Dias	Carga

Elaborado en base a Procolombia

LOGÍSTICA

PRODUCTOS ORGANÍCOS



FRANCIA

- Aeropuertos :
- ❖ Marsella
 - ❖ Lyon
 - ❖ Toulouse
 - ❖ Charles de Gaulle Airport.

- Puertos:
- ❖ Marsella.
 - ❖ Fos.
 - ❖ Dunkerke.
 - ❖ Brest.



CUNDINAMARCA



COLOMBIA

- Aeropuerto:
- ❖ Aeropuerto internacional el dorado Bogota, Tiempo(2 hrs 40 min.)

- Aeropuertos :
- ❖ Aeropuerto Internacional el Dorado.

- Puertos Tiempo de Transito:
- ❖ Santa Marta 17 hrs.
 - ❖ Barranquilla 18 hrs
 - ❖ Cartagena 18 hrs
 - ❖ Buenaventura 14 hrs.

- Puertos:
- ❖ Barranquilla
 - ❖ Santa Marta
 - ❖ Cartagena
 - ❖ Buenaventura



- Aeropuertos :
- ❖ Bremen
 - ❖ Frankfurt
 - ❖ Hamburgo
 - ❖ Múnich



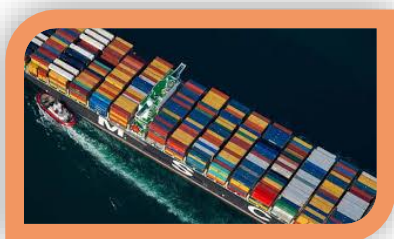
ALEMANIA

- Puertos:
- ❖ Bremen.
 - ❖ Bremerhaven.
 - ❖ Hamburgo.

LOGÍSTICA



NAVIERAS	LINEAS AEREAS
Alianca.	Air Canada Cargo.
Cosco container lines.	Avianca Cargo.
Evergreen marine corp.	Cargolux.
Hamburg-sud.	FedEx.
Intermarine.	LATAM Cargo.
Maersk.	MasAir.
Marfret.	Ups Colombia.
Yang ming.	Qatar Airways
Mediterranean shipping.	Cargolux
King ocean services .	Singapore Airlines
Mitsui-osk lines (mol).	Polar Air Cargo
Sea land.	United Airlines
Hapag lloyd.	Air France
K line.	Asiana Airlines





X. CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

- El consumidor orgánico es el eje principal del cambio del sistema de alimentos y la conexión con el ecosistema.
- Los mayores factores que intervienen a la hora de elegir productos orgánicos, son la razones sociales, especialmente la preservación de la salud.
- El cambio trascendental en el consumo evidencia la construcción de un sistema sostenible con las condiciones necesarias para las siguientes generaciones.