



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

CESAR

Oportunidades y retos
para el aprovechamiento de los
acuerdos comerciales

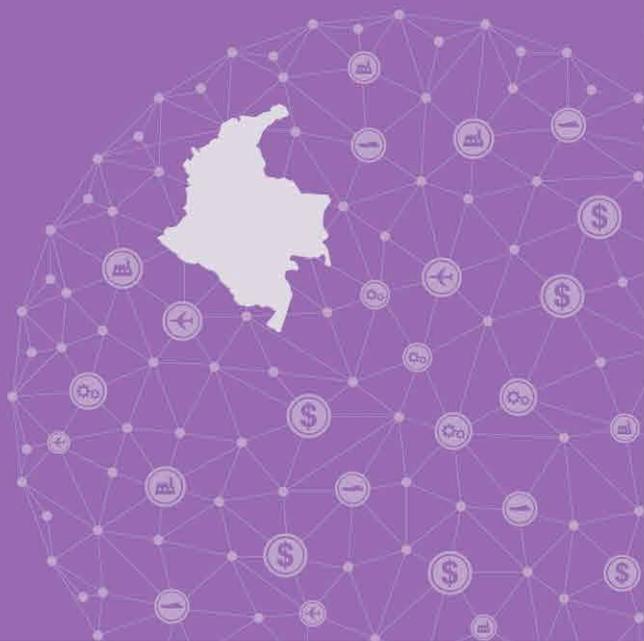


MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

ENLACES



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

Director Comité Editorial:

Eduardo Muñoz

Coordinadora Comité Editorial:

Nadía Rocha

Editores Comité Editorial

Edith Aristide

Juliana Cabrera

Alvaro Espitia

Doris Jurado

Elvin Rincón

Nadía Rocha

Rafael Suarez

Diseño y diagramación:

SCRAV Estudio Creativo Audiovisual Ltda.

PRÓLOGO

En el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, promovemos el desarrollo del aparato productivo colombiano. Para lograrlo tenemos tres metas. 1. Fortalecer el aparato productivo del país. 2. Promover la internacionalización de los sectores de la economía. Y 3. Potenciar el desarrollo regional productivo sostenible.

Esta última meta requiere que nuestras regiones saquen el mejor provecho a los acuerdos comerciales suscritos por el país con distintas economías del mundo.

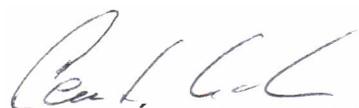
Para motivarlas, por medio del Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales – CAAC-, llevamos a cabo 11 jornadas regionales, que tuvieron lugar en Neiva, Pereira, Valledupar, Pasto, Yopal, Barranquilla, Cali, Medellín, Bucaramanga, Santa Marta y Bogotá.

Este documento reúne tanto los trabajos preparatorios, como los elaborados durante la jornada de interacción con los empresarios en Cesar, y el análisis posterior del CAAC. Incluye además recomendaciones con acciones concretas que permitan a la región superar las limitaciones que impiden exportar sus productos. El ejercicio cubre los tres macrosectores de la actividad productiva: Servicios, Agricultura y Agroindustria, y Manufactura.

La situación de Cesar, vistas sus características de productividad, competitividad, actividad exportadora e interés frente a los acuerdos comerciales, es objeto de este documento, que hace particular énfasis en las limitaciones y dificultades para la actividad comercial y los objetivos exportadores regionales, y las posibles maneras de superarlos.

Insto a las autoridades, organismos regionales, así como al pujante empresario regional, a que se apropien del proceso y lo pongan en marcha. Cuentan para ello con el apoyo de este Ministerio y de sus entidades: Procolombia, Bancoldex, el Programa de Transformación Productiva y el Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales.

Con ustedes construiremos un país con paz, con educación, con equidad.



CECILIA ÁLVAREZ-CORREA GLEN
MINISTRA DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO



CONTENIDO

PRÓLOGO	3
I. LA POLITICA COMERCIAL COLOMBIANA: DEL ACUERDO AL APROVECHAMIENTO	6
A. Antecedentes y Contexto	7
B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)	8
II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO	9
A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta	10
B. Jornadas Regionales	12
III. DESEMPEÑO ACTUAL DE CESAR	14
A. ¿Qué Produce?	15
B. ¿Qué tan Competitivo es?	15
C. ¿Qué Exporta?	17
D. ¿A Qué le Apuesta?	18
IV. CESAR Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL	19
A. Sector Servicios	20
B. Sector Agropecuario y Agroindustrial.....	22
C. Sector Manufactura-Industria	35
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40

LA POLÍTICA COMERCIAL COLOMBIANA: PROYECCIÓN HACIA LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La liberalización, la interdependencia y la globalización progresivas de las economías y los mercados evidenciaron la necesidad de modificar el enfoque de las políticas productivas y comerciales vigentes durante los años setentas y ochentas. Ese enfoque, centrado en visiones proteccionistas y en una integración regional basada en la sustitución de las importaciones dio paso al regionalismo abierto.

A partir de 1991, Colombia inició un proceso de liberalización de la economía y el mercado, a través de, entre otros, la suscripción e implementación de **acuerdos comerciales** con sus principales socios, a fin de brindar certidumbre y seguridad jurídica a los actores y agentes económicos.

En este contexto, los acuerdos comerciales negociados por el país deben ser vistos como autopistas sobre las que fluyen los intercambios comerciales. Por tanto, lo esencial no es su construcción, sino su **aprovechamiento**. Reconociendo la necesidad de contribuir a dinamizar aún más los flujos de exportaciones como fuente de crecimiento económico y bienestar social, surge el **Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)** por decisión del gobierno nacional.



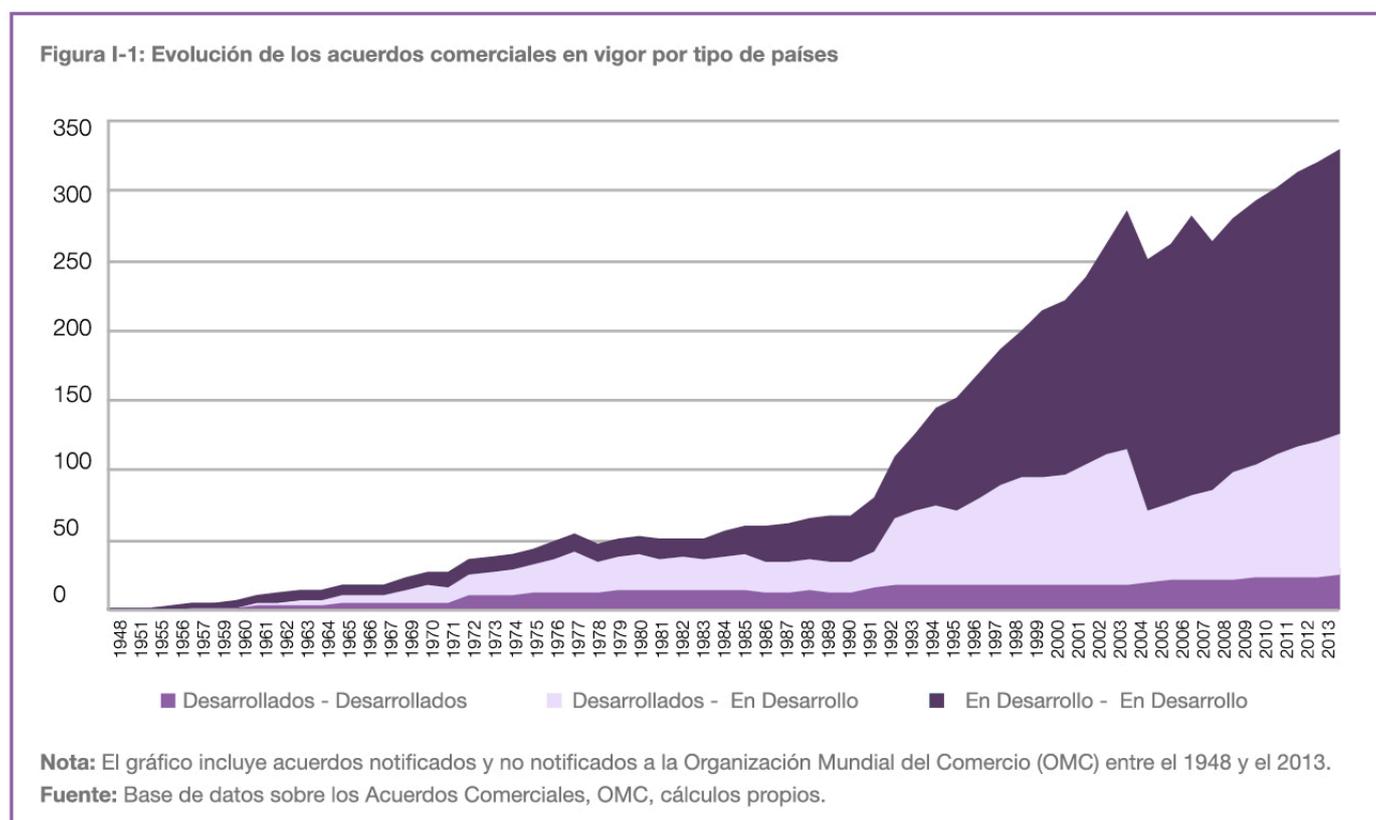
A. Antecedentes y Contexto

La concertación de acuerdos comerciales en el mundo se ha incrementado notablemente. En 1990 el número de acuerdos comerciales era de casi 70; para 1995, la negociación de este tipo de acuerdos se había duplicado y en el 2013 casi se había quintuplicado, llegando a un total de 330 acuerdos. La negociación de acuerdos comerciales es un fenómeno global. De los 330 existentes en el 2013¹, sólo 25 fueron negociados entre países desarrollados, 101 entre países desarrollados y en desarrollo, mientras que la gran mayoría (204) fue negociada entre países en desarrollo.

La Figura I-1, muestra como la negociación de acuerdos entre países en desarrollo ha tenido un crecimiento continuo: en 1970, el 33% del total de ellos se consolidaba entre países en desarrollo, mientras que actualmente esta cifra alcanza el 60%. Lo anterior demuestra que la dinamización de los flujos comerciales por la vía de los acuerdos comerciales, además de ser un fenómeno global, dista de ser exclusiva de países desarrollados.

En desarrollo de la política comercial mencionada, Colombia ha conformado una red de 14 acuerdos comerciales con 48 países del mundo², que le brindan acceso potencial a más de 1.400 millones de consumidores. El análisis de dicha red (ver Figura I-2) evidencia un acceso consolidado al continente americano³, y a Europa Occidental que comprende el mercado de la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio. En el medio Oriente, se ha suscrito el acuerdo con Israel y se adelanta negociaciones con Turquía. En Asia, a su turno, Colombia tiene un acuerdo suscrito con la República de Corea y desarrolla negociaciones con Japón. La mayoría de los 13 acuerdos vigentes brinda acceso preferencial en bienes y servicios, salvo los suscritos con Mercosur, Venezuela, Cuba y Nicaragua, que sólo incluyen bienes.

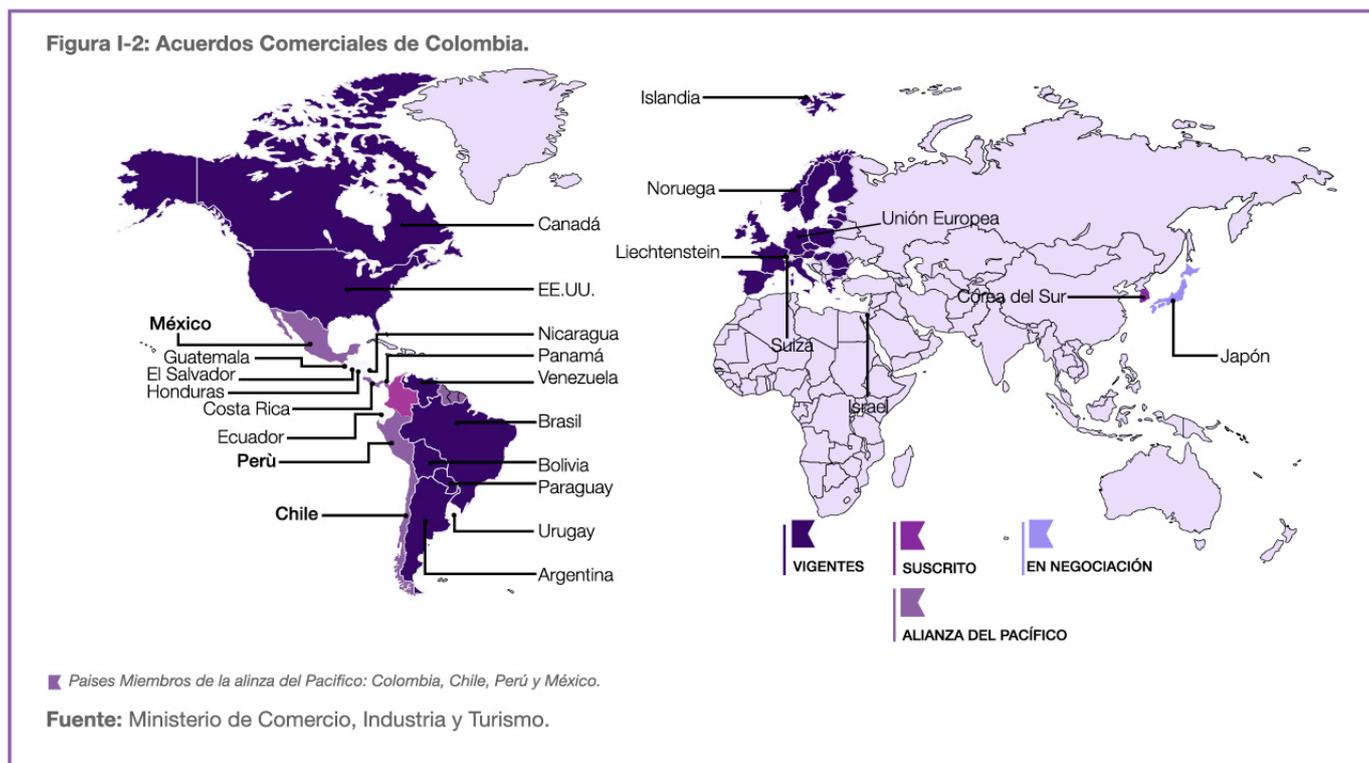
El proceso de internacionalización busca no solamente un acceso preferencial y estable en el largo plazo para los productos y servicios colombianos, sino también una mayor inserción y posicionamiento



1. Incluye acuerdos notificados y no notificados a la OMC durante este periodo.

2. Cifra ajustada por el MinCIT que no incluye acuerdos de alcance parcial, únicamente negociados y en vigor o en proceso de ratificación ante el Congreso.

3. Acuerdo comercial con México, Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), CAN (Bolivia, Ecuador y Perú), Canadá, Estados Unidos, CARICOM (Comunidad del Caribe), MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), Venezuela, Cuba y Nicaragua.



to en las cadenas globales de valor. Actualmente la producción en el mundo es mucho más especializada y para producir un bien final, se utiliza bienes intermedios y servicios de distintos orígenes. Esta característica muestra una interesante oportunidad para el desarrollo económico de sectores de Colombia en la integración a cadenas productivas, mediante la producción de bienes intermedios o la prestación de servicios conexos a distintas industrias que ofrecen productos finales.

B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)

Creado en Agosto de 2013 en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el CAAC constituye un mecanismo de apoyo al sector empresarial para ayudarlo a construir la capacidad necesaria para aprovechar eficientemente los acuerdos comerciales que el país tiene en vigor.

Con este objetivo, el CAAC ha diseñado dos procesos de acercamiento a la realidad del empresariado a nivel regional; un primer proceso tiene por objeto identificar y comunicar los bienes y servicios con mayor potencialidad en los mercados internacionales con acuerdos. El otro proceso busca descubrir

las dificultades que impiden a los empresarios participar en el proceso de exportación y definir mecanismos que conduzcan a su solución.

Esta labor requiere la participación de varios actores: en la primera etapa se ha contado con aliados estratégicos en el sector privado y público, tales como las Cámaras de Comercio, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bancoldex, Procolombia y el Programa de Transformación Productiva. La etapa de ejecución e implementación de medidas requerirá la participación no solamente del sector público a nivel nacional, regional y local sino también del propio sector empresarial y de la academia.

En la primera etapa de labores del CAAC, se trabaja en dos frentes: primero, por oferta, dando continuidad a las acciones emprendidas previamente para el aprovechamiento del acuerdo con Estados Unidos, y en la atención de cuatro mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y la República de Corea;⁴ segundo, por demanda, cuando los sectores acuden al Centro para buscar conjuntamente el aprovechamiento de acuerdos comerciales diferentes a los priorizados.

4. Los mercados priorizados han sido seleccionados según: la importancia del mercado en términos de demanda (importaciones de dichos mercados representan más del 50% de las importaciones mundiales), y por el alto poder adquisitivo de dichos mercados.

II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO

Es relevante identificar las oportunidades y desafíos del país en términos de lo que cada región puede potenciar y exportar de acuerdo con su estructura productiva, competitividad y vocación. Para lograr este objetivo, el CAAC diseñó y llevó a cabo un programa de **jornadas regionales**, con la participación de los empresarios y fuerzas vivas de cada región, mediante **diálogos constructivos**.

Antes de entrar en los detalles específicos de las regiones, resulta esencial considerar la situación de Colombia en términos de comercio exterior. A continuación, en la primera sección, se describirá las exportaciones del país, la **concentración exportadora** por regiones y la **producción de servicios**. En la segunda sección se expondrá el enfoque del ejercicio de las jornadas regionales.

A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta

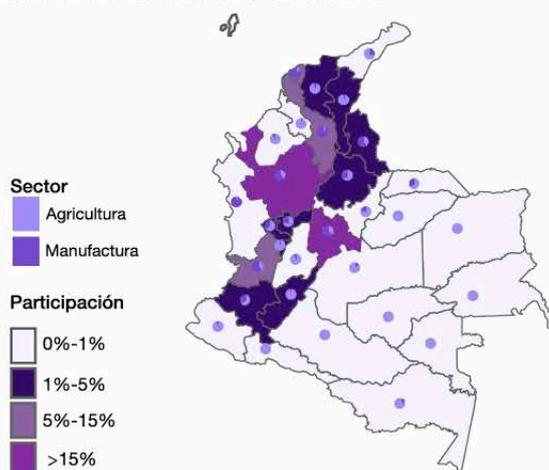
Colombia se caracteriza por la diversidad de sus regiones, las cuales presentan innumerables ventajas para la producción de bienes y servicios. Sin embargo, en términos de comercio exterior, dicha diversidad resulta más bien limitada, pues existe una alta concentración no sólo en el tipo de bienes que se exporta, sino también en el número de regiones que efectivamente están aprovechando sus condiciones para ofrecer productos a los mercados internacionales.

En el 2013, aproximadamente el 50% de las exportaciones totales de Colombia, (\$58,8 mil millones de dólares), provenían de Arauca, Casanare y

Meta, principales regiones productoras de petróleo. Las exportaciones no-minero energéticas sumaron \$16,3 mil millones de dólares, representando menos de un tercio (28%) de las exportaciones totales.

Aproximadamente el 79% de las exportaciones nacionales no minero-energéticas está concentrado en 5 departamentos (ver Figura II-1). Cundinamarca y Cesar representan alrededor del 50% de las exportaciones nacionales, con una participación del 27,22% y 21,39%, respectivamente, seguidos por Valle del Cauca (12%), Bolívar (9,7%) y Atlántico (8,3%).

Figura II-1: Concentración exportaciones no minero-energéticas, 2013



Agricultura/Agroindustria				Manufacturas			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 28)*		Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición** (sobre 31)
Cundinamarca	1.558.595	23,69%	1	Cundinamarca	2.883.651	29,61%	1
Antioquia	1.283.750	19,51%	2	Antioquia	2.206.158	22,65%	2
Valle del Cauca	692.522	10,53%	3	Bolívar	1.454.676	14,94%	3
Caldas	468.495	7,12%	4	Valle del Cauca	1.259.759	12,93%	4
Magdalena	442.077	6,72%	5	Atlántico	1.206.212	12,38%	5
Huila	358.825	5,45%	6	Caldas	204.595	2,10%	6
Risaralda	323.335	4,91%	7	Risaralda	149.281	1,53%	7
Cauca	222.951	3,39%	8	Norte de Santander	123.607	1,27%	8
Santander	211.944	3,22%	9	Cauca	103.644	1,06%	9
Quindío	203.359	3,09%	10	Santander	80.306	0,82%	10
Subtotal	5.765.853	87,63%		Subtotal	9.671.889	99,30%	
Resto de Departamentos	813.558	12,37%		Resto de Departamentos	67.965	0,70%	
Nacional	6.579.410			Nacional	9.739.855		

Nota: *Caquetá, Putumayo, Guaviare y Guainía no reportaron exportaciones de bienes agropecuarios en 2013. ** Vichada no reporta exportaciones de bienes manufacturados durante 2013.

Cundinamarca incluye Bogotá DC.

Fuente: DANE, Exportaciones departamentales. Cálculos propios.

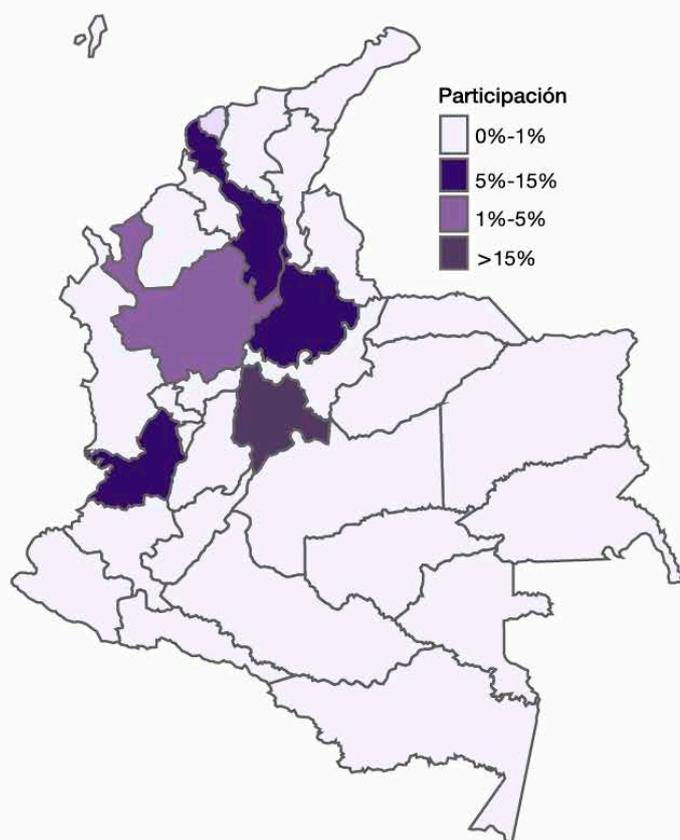
En contraste, 18 de las 32 regiones del país muestran participaciones menores al 1% de las exportaciones nacionales en 2013, siendo los niveles más bajos los de Caquetá, Guainía, Putumayo, Vichada y Guaviare.

En la Figura II-1, se observa las exportaciones diferenciadas por sector (agrícola-agroindustrial y manufacturero) y se nota una especialización de las regiones en determinado tipo de bienes: Caldas, Magdalena, Huila, Risaralda y Cauca tienen una vocación principalmente agrícola, exportando en manufacturas la mitad o menos de lo que exportan en bienes agropecuarios y agroindustriales. En contraste, Norte de Santander y Atlántico exportan principalmente bienes manufacturados. Por último, Cundinamarca, Valle del Cauca y Cesar, aunque están posicionados entre los primeros cuatro exportadores de bienes agropecuarios o manufacturados a nivel nacional, tienen una vocación principalmente manufacturera, con exportaciones en este último sector de casi el doble respecto al agrícola y agroindustrial.

Con respecto a servicios, dada la falta de datos de exportaciones a nivel departamental, se utilizó la participación de los servicios transables producidos por cada región sobre el Producto Interno Bruto nacional como proxy para la potencialidad exportadora de servicios a nivel regional. La Figura II-2 muestra cómo, al igual que para agricultura y agroindustria, y manufacturas, la producción de servicios con potencial exportador está concentrada en pocas regiones. En particular, el 28 % de la producción de servicios transables en el 2012 se encuentra en los departamentos de Cundinamarca (15%), Cesar (5,3%), Valle del Cauca (4,4%), Santander (1,7%) y Atlántico (1,6%).

La diversidad y disparidad regional y sectorial en términos de participación en el comercio internacional, hace indispensable que cualquier ejercicio de internacionalización, tome en consideración esas características. Dicha necesidad es más acentuada en el sector de servicios. En particular, la única medición sistemática que se está adelantando es la muestra trimestral de expor-

Figura II-2: Producción de servicios transables por departamento, 2012



Producción de Servicios Transables			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 32)
Cundinamarca	49.441	15,05%	1
Antioquia	17.464	14,18%	2
Valle del Cauca	14.392	11,69%	3
Santander	5.455	4,43%	4
Atlántico	5.400	4,39%	5
Bolívar	3.733	3,03%	6
Tolima	2.417	1,96%	7
Boyacá	2.361	1,92%	8
Norte de Santander	2.242	1,82%	9
Córdoba	2.031	1,65%	10
Subtotal	102.905	31,32%	
Resto de Departamentos	20.217	6,15%	
Producción Nacional	123.122	37,48%	
PIB Nacional*	328.533		

Notas: *PIB sin minero-energéticos. Cundinamarca incluye Bogotá DC.
Fuente: DANE, Cuentas Departamentales. Cálculos propios.

tación de servicios, realizada por el DANE, que está agregada a nivel nacional. Por otra parte, las cifras expresadas en la balanza de pagos del Banco de la República no han sido aún ajustadas de acuerdo con las indicaciones de las Naciones Unidas para la generación de estadísticas de comercio internacional de servicios, por lo cual, las cifras que reporta Colombia son muy agregadas para permitir adelantar un análisis a nivel sectorial y departamental.

Ahora bien, el aprovechamiento de los acuerdos comerciales es un proceso que se construye a partir de empresarios, sectores y regiones y para su efectividad se requiere promover transformaciones en cada uno de ellos. Con ese objetivo en mente, las jornadas regionales surgen como una oportunidad para interactuar con los empresarios de cada región, en la búsqueda conjunta de optimizar su participación en los mercados internacionales, en esta ocasión en los mercados priorizados con acuerdo comercial.

B. Jornadas Regionales

Su finalidad es promover en las regiones el aprovechamiento de los acuerdos comerciales. Se trata en primer lugar de compartir con productores y empresarios las oportunidades identificadas por el CAAC en cada región, hacia los mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y República de Corea, y de establecer las barreras y sus soluciones.

La metodología utilizada para la identificación de las oportunidades⁵ en términos de productos y sectores tomó en consideración no sólo la estructura de la demanda de los mercados priorizados, sino también variables relacionadas con la oferta exportable de la región, tales como producción, inventarios y exportaciones. Por el lado de la oferta, se tuvo en cuenta los productos y cadenas incluidos en las apuestas productivas

de la región por los Planes Regionales de Competitividad y en los sectores identificados por el Programa de Transformación Productiva (PTP) a nivel regional. Para el sector de servicios, los resultados encontrados a partir de información de demanda y de oferta, fueron contrastados con otros estudios e informes cuantitativos y cualitativos sobre los principales mercados con acceso preferencial.⁶

Las oportunidades identificadas en el ejercicio fueron caracterizadas en oportunidades de corto (1-3 años), mediano (3-5 años) y largo plazo (más de 5 años). Las de corto plazo se refieren a los productos que ya se exportan a los mercados priorizados y que, con ajustes de la oferta, tienen posibilidad de crecer y potenciar su participación en esos mercados. Las oportunidades de mediano plazo incluyen los productos que se exportan a algún mercado internacional pero no a los mercados priorizados⁷, y a los cuales podría exportarse a partir de incrementos de producción o ajustes productivos. Las oportunidades de largo plazo⁸ abarcan los productos demandados por los países a que se refiere este estudio, que la región no exporta a ningún mercado pero que cuentan con producción y requieren generar oferta exportable o transformar su producción.

El ejercicio de las jornadas regionales se realiza con la participación de empresarios en sesiones de trabajo, en las cuales, con un método de taller y a través de un diálogo constructivo, los empresarios comparten sus inquietudes y expectativas sobre los acuerdos comerciales, así como las limitaciones y obstáculos que impiden o dificultan la exportación. En este marco, la participación de empresarios, académicos, funcionarios públicos y representantes de entidades regionales y nacionales, contribuye a la construcción de un plan de gestión y acción para el aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales por parte de cada región.

5. El ejercicio de identificación de oportunidades llevado a cabo por el Centro excluye a los productos minero-energéticos.

6. Para una descripción más detallada y puntual de la metodología ver Anexo A.

7. Oportunidades de mediano plazo también incluyen aquellos productos que no cumplen con todos los criterios de corto plazo de exportación a los mercados priorizados.

8. Para el sector de servicios no existe el largo plazo, ya que a diferencia de los bienes, los servicios no necesitan más de cinco años para empezar a tener resultados.

Las jornadas regionales permiten, además, articular la visión de la política comercial del país a través de los acuerdos comerciales, con las posibilidades de exportación de las regiones de acuerdo con su capacidad productiva, experiencia exportadora y apuestas regionales. Adicionalmente, ayudan a sentar las bases para desarrollar un ejercicio conjunto y dinámico a partir de un compromiso del sector empresarial, las cadenas productivas y demás fuerzas vivas del territorio.

La tercera Jornada se realizó en Cesar, en la ciudad de Valledupar (ver Cuadro II-1), espacio en el cual los productores y exportadores se agruparon en las siguientes cadenas productivas:

- Sector agrícola / agroindustrial: tubérculos, plantas aromáticas, carne bovina y fertilizantes orgánicos.
- Sector manufacturero: madera y sus manufacturas, metalmecánico y artesanías.
- Sector de servicios: turismo.

Ahora bien, resulta esencial conocer el estado actual de Cesar en términos de comercio, antes de examinar las oportunidades y desafíos que fueron identificados para los sectores productivos. Por esto, en las siguientes secciones se expondrá aspectos económicos propios de la región y luego se identificará los datos económicos pertinentes por sector y el resultado de la información construida en las jornadas regionales.

Cuadro II-1: Jornada regional de Cesar: aspectos claves

- Se desarrolló a través de una sesión plenaria, y la organización de grupos sectoriales (agrícola/agroindustrial, manufacturas y servicios) y sub-sectoriales conforme a las cadenas productivas.
- Las mesas sub-sectoriales abordaron las inquietudes y expectativas sobre el aprovechamiento de los acuerdos, experiencias exportadoras, productos con potencial exportador, limitaciones y redes productivas.
- La participación de empresarios en la jornada no puede considerarse como plenamente representativa de los múltiples subsectores que conforman la estructura productiva del departamento; sin embargo, las contribuciones y sugerencias de los participantes fueron tenidas en cuenta para sustentar las aspiraciones del departamento.
- Si bien, el ejercicio originalmente buscaba un diálogo entre exportadores, el resultado fue el encontrar productores con la voluntad de aprender más sobre los acuerdos comerciales, y comenzar a prepararse para el proceso de internacionalización.
- Actualmente, ninguna de las empresas participantes exporta.
- Los empresarios mostraron compromiso con la internacionalización de la región a través de la intención de obtener mayor información sobre los acuerdos comerciales y su aprovechamiento.
- Algunas de las inquietudes de los empresarios se relacionaron con obtener información sobre: Certificaciones, demanda de productos específicos, rol y apoyo de las entidades de comercio e instituciones en el proceso exportador, requisitos para exportar, cadena de frío, recursos financieros, trazabilidad, y formas de asociatividad.
- Los participantes conocieron a sus pares en cada sector, compartieron experiencias y discutieron las oportunidades de corto, mediano y largo plazo identificadas por el CAAC.
- Con el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, los empresarios esperan: mejorar el apoyo que reciben del gobierno y los gremios, acceder a información sobre logística y transporte, convertirse en un destino turístico de talla mundial, aumentar el compromiso regional con la internacionalización, formación y capacitación para los sectores, y aprovechamiento de convocatorias.

III. DESEMPEÑO ACTUAL DE CESAR

Esta sección presenta las características productivas y de exportación del **Cesar**. En particular se ilustra sobre lo que **produce** la región, cuán competitiva es respecto a otras regiones del país, cuánto **exporta** y cuáles son sus **apuestas productivas**.

A. ¿Qué Produce?

Según cifras del DANE, durante el año 2012 el Producto Interno Bruto (PIB) de la región creció un 6,55% con respecto a 2011, alcanzando un valor de \$7,51 mil millones de dólares. El país tuvo un crecimiento de 4,05% obteniendo un PIB de \$370 mil millones de dólares; de ese total, Cesar representó el 2,03% ubicándolo en la doceava posición.

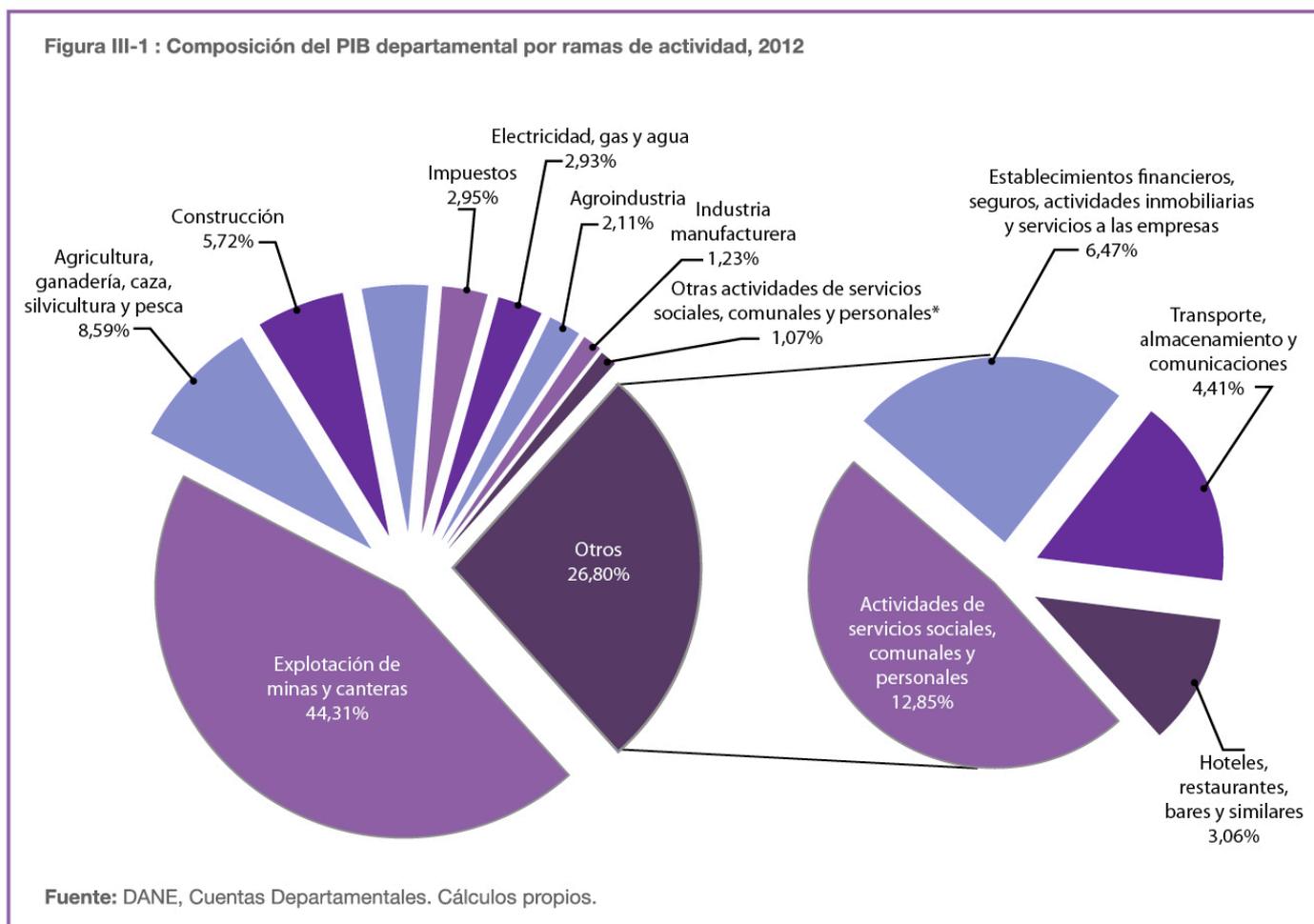
La Figura III-1, muestra cómo el 44,31% del PIB departamental está representado por el sector minero (explotación de minas y canteras). El sector de servicios (transables y no transables) representa el 26,80%: Actividades de servicios sociales, comunales y personales (12,85%); Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios prestados a las empresas (6,47%); Transporte, almacenamiento y comunicaciones (4,41%). Seguidamente están las actividades de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca,

y agroindustria (10,70%), mientras que la industria manufacturera representa sólo el 1,23% del PIB.

Por otro lado, frente a la producción industrial de la región (\$467,3 millones de dólares), la Encuesta Anual Manufacturera (EAM), muestra que ésta se encuentra concentrada principalmente en bienes agroindustriales (70,62%) en particular elaboración de frutas y hortalizas, aceites y grasas (aceite de palma); los bienes manufacturados representan el 29,14% (ver Figura III-2).

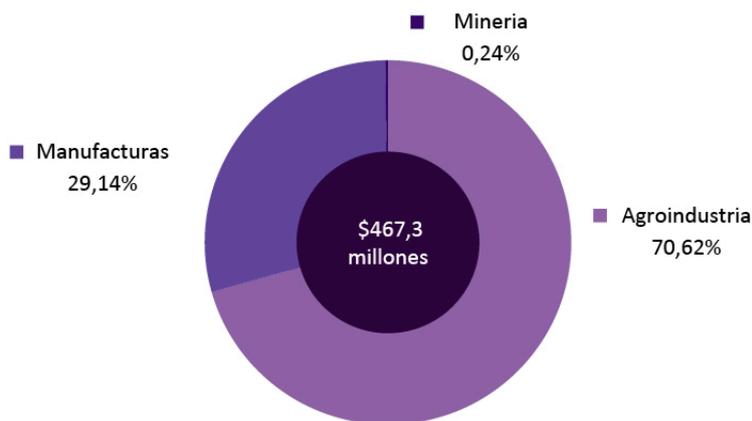
B. ¿Qué tan Competitivo es?

El Índice Departamental de Competitividad (IDC) muestra que, en términos generales el Cesar se encuentra en una etapa inicial de desarrollo, debido a la alta dependencia con respecto al sector minero energético (44,31% del PIB). El IDC



10. El 50,02% de la producción de agroindustria y la totalidad de las actividades de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca es proveniente de Cundinamarca

Figura III-2. Estructura productiva de Cesar, 2012



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), 2012. Cálculos propios.

compara tres factores clave en la competitividad de una región: condiciones básicas, relativas a 6 pilares -Instituciones, infraestructura, tamaño del mercado, educación básica y media, salud, y medio ambiente-; eficiencia, que incluye educación superior y capacitación, y eficiencia de los mercados; y por último, el grado de sofisticación e innovación de los bienes y servicios producidos, que considera la sofisticación y diversificación del aparato productivo y de las exportaciones departamentales, y la innovación y dinámica empresarial.

Al estar en una etapa inicial de desarrollo, el factor de condiciones básicas es ponderado con una mayor importancia (50%), mientras que el de sofisticación e innovación cuenta con una ponderación menor (10%). En 2014, Cesar logró un incremento en su posición con respecto a 2013, al pasar de la posición 19 a la 18 entre 22 departamentos⁹, obteniendo una calificación de 3,52 sobre 10 (ver Tabla III-1).

Este aumento en la posición y calificación, se debe a progresos en el factor sofisticación e innovación, factor clave para impulsar el crecimiento económico en el largo plazo (ver Tabla III -2). Al comparar con los demás departamentos en el mismo nivel de desarrollo (La Guajira y Meta), el departamento obtuvo la mejor calificación en los pilares infraestructura y salud.

El pilar infraestructura refleja la calidad de la misma evaluada en su conectividad (infraestructura de transporte y logística), infraestructura de tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y los servicios públicos; aquí el Cesar se ha venido esforzando por mejorar y presenta un avance de 6 posiciones con respecto a 2013.

En el subpilar conectividad, la región ocupa la cuarta posición (el 87,92% de sus vías primarias se encuentran en muy buen y buen estado en relación con el total de vías pavimentadas¹⁰). Sin embargo su poca infraestructura de TIC (po-

Tabla III-1. Clasificación Índice Departamental de Competitividad (IDC), Cesar

Cesar	IDC		Factores					
	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Condiciones básicas		Eficiencia		Sofisticación e innovación	
			Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)
2013	19	3,51	15	4,58	20	2,62	20	1,7
2014	18	3,52	16	4,77	21	2,45	17	1,58

Fuente: IDC 2014 – CPC y CEPEC

Nota: El IDC 2013, está ajustado a la metodología del 2014 para poder ser comparables.

9. El Índice Departamental de Competitividad está calculado únicamente para 21 departamentos más Bogotá, por disponibilidad de información.
10. Cifras a 2013.

Tabla III-2. Índice Departamental de Competitividad, Cesar 2014

IDC 2014	Puntaje (0-10) 3,52	Posición (entre 22) 18
Condiciones Básicas	4,77	16
Instituciones	5,62	16
Infraestructura	3,62	14
Tamaño del Mercado	4,84	10
Educación básica y media	4,89	17
Salud	5,18	8
Medio Ambiente	4,19	18
Eficiencia	2,45	21
Educación Superior y Capacitación	1,35	20
Eficiencia de los Mercados	3,54	16
Sofisticación e Innovación	1,58	17
Sofisticación y Diversificación	2,47	17
Innovación y Dinámica Empresarial	0,68	20

Fuente: IDC 2014 – CPC y CEPEC

sición 17), explica su calificación relativamente baja en el pilar infraestructura.

Por otro lado, el pilar salud, el cual mide el desempeño en términos de cobertura, atención a la primera infancia y calidad, destaca la voluntad del gobierno regional por garantizar la cobertura en salud (segunda posición). Dentro de este subpilar, sobresale la cobertura de aseguramiento en salud (el 100% de la población está afiliada a los regímenes del sistema de seguridad social en salud) y la cobertura de vacunación triple viral (el total de vacunas de triple viral suministradas en relación con la población objetivo (menores de 1 año) para el 2013 fue del 109,5%).

C. ¿Qué Exporta?

Tal como se puede observar en la Tabla III-3, las exportaciones del Cesar coinciden con su estructura productiva, al encontrarse aquellas principalmente concentradas en productos agrícolas, pecuarios y agroindustriales, en particular bovinos vivos y sus carnes (97,11%).

De acuerdo con las cifras del DANE, durante 2013 el Cesar exportó un total de \$166 millones de dólares¹¹, equivalente al 1,02% de las exportaciones nacionales; esta cifra ubica a la región como el catorceavo proveedor de las exportaciones nacionales. En comparación con 2012 las exportaciones

Tabla III - 3. Exportaciones Cesar

Productos	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Agrícolas, Pecuarias y Agroindustriales	173.325	161.369	-6,90%	98,13%	97,11%
Los demás Bovinos domésticos vivos	169.345	137.128	-19,02%	95,88%	82,52%
Carne de bovinos en canales o medios canales, fresca o refrigerada	208	10.630	5007,74%	0,12%	6,40%
Carne de bovinos deshuesada, congelada	3.265	4.247	30,06%	1,85%	2,56%
Manufacturas	3.302	4.796	45,27%	1,87%	2,89%
Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	366	4.149	1033,80%	0,21%	2,50%
Los demás ácidos grasos monocarboxílicos industriales	-	426	100,00%	0,00%	0,26%
Los demás papeles y cartones de los tipos utilizados para escribir, imprimir u otros fines gráficos, con un contenido total de estas fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico-mecánico superior al 10% en peso del contenido total de fibra	-	81	100,00%	0,00%	0,05%
Total	176.627	166.165	-5,92%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

11. Excluyendo las exportaciones minero energéticas.

Tabla III - 4. Exportaciones no minero-energéticas: principales destinos de Cesar

País	FOB (miles de dólares)		Variación	Participación %	
	2012	2013	%	2012	2013
Venezuela	172.904	152.148	-12,00%	97,89%	91,56%
Los demás Bovinos domésticos vivos	169.345	137.128	-19,02%	95,88%	82,52%
Chile	-	4.341	100,00%	0,00%	2,61%
Los demás aceites de palma y sus fracciones	-	2.792	100,00%	0,00%	1,68%
China	-	2.928	100,00%	0,00%	1,76%
Glicerol en bruto; aguas y lejías glicéricas	-	1.733	100,00%	0,00%	1,04%
Brasil	-	2.181	100,00%	0,00%	1,31%
Los demás aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	-	1.090	100,00%	0,00%	0,66%
India	231	2.134	823,34%	0,13%	1,28%
Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	231	2.107	811,72%	0,13%	1,27%
Unión Europea	726	1.275	75,69%	0,41%	0,77%
Bananos frescos o secos (plátanos excl.)	-	712	100,00%	0,00%	0,43%
Subtotal	173.861	165.009	-5,09%	98,43%	99,30%
Resto del mundo	2.765	1.156	-58,19%	1,57%	0,70%
Total	176.627	166.165	-5,92%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

regionales descendieron un 5,92% (\$10,4 millones de dólares).

Respecto a los principales destinos de las exportaciones, se observa una alta concentración en el vecino mercado de Venezuela, al cual se dirige el 91,56% de las exportaciones del Cesar. Le siguen únicamente cuatro mercados a los cuales se exporta más de un millón de dólares: Chile (2,61%), China (1,76%), Brasil (1,31%), India (1,28%) y la Unión Europea (0,77%); juntos representan el 99,30% de las exportaciones regionales (ver Tabla III-4).

Es relevante hacer énfasis en que entre los mercados de destino no hay participación de los priorizados en este estudio, diferentes a la Unión Europea.

D. ¿A Que le Apuesta?

La Comisión Regional de Competitividad (CRC), el Programa de Transformación Productiva (PTP) y los gestores del Plan de Desarrollo Departamental, han identificado subsectores que podrían fortalecer la internacionalización regional. Algunos de esos subsectores pertenecen al sector agropecuario y

agroindustrial, como los frutales, la carne bovina, los lácteos, la palma de aceite, el café y el arroz; en el sector de las manufacturas aparecen rubros como derivados de la petroquímica y plásticos, cadena forestal y madera; y en el sector de servicios, el turismo.

Además, con el apoyo de varias instituciones, se vienen ejecutando proyectos interesantes, como las iniciativas de desarrollo de clústeres. El clúster “Lácteos Competitivos” busca reforzar la competitividad de las empresas del sector, reforzar la innovación y mejorar de forma continua la labor de cada actor en un entorno que favorezca y estimule las estrategias competitivas empresariales. Por su parte, el clúster “Folclor” pretende reforzar la competitividad y cooperación de las empresas de turismo potenciando en su conjunto el segmento regional con la cultura Vallenata e Indígena de la Sierra Nevada.¹²

El CAAC ha tomado esta información como insumo para construir las oportunidades de la región, reconociendo la necesidad de articularse con los resultados de las investigaciones ya adelantadas sobre subsectores potenciales.

12. Red Clúster Colombia.

IV. CESAR Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL

En esta sección se presenta a nivel sectorial, los resultados de la jornada regional de Cesar.

Para los sectores de servicios, manufactura, y agricultura y agroindustria,¹³ se ilustra la oferta actual-en términos de producción y de exportaciones - y potencial -en términos de oportunidades- de la región. En la segunda parte se presenta los resultados obtenidos en el taller. En particular se identifica la **experiencia** en exportaciones, las dificultades identificadas por los asistentes y la percepción sobre las **redes de productividad y competitividad** que ameritan ser fortalecidas.

Las **dificultades** pueden verse desde dos ángulos: i) Las de orden interno, relacionadas con la actividad de la empresa y/o con la situación que enfrenta en el contexto regional o nacional, las cuales hemos denominado “Limitantes” y ii) las de orden externo, que se refieren al cumplimiento de procesos o requerimientos para el ingreso de los productos a los mercados de destino; a éstas las llamamos “Obstáculos”. Por último, se propone una serie de **recomendaciones** para que el empresariado de Cesar pueda aprovechar de manera más eficiente los acuerdos comerciales.

13. El orden de presentación de los sectores refleja la importancia de éstos en el PIB de la región.

A. Sector Servicios

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con las Cuentas Departamentales, la prestación de servicios durante 2012 en el Cesar, representó \$2.013 millones de dólares, equivalente al 26,8% del producto interno bruto de la región.¹⁴ Los subsectores con mayor nivel de producción fueron los servicios públicos de salud (18,54%) y educación pública (14,06%), seguidos por la prestación de servicios a las empresas (11,88%). En cuarto lugar se encuentran los hoteles, restaurantes y bares (11,44%) y en quinto lugar los servicios privados de salud (9,12%). La composición del PIB de servicios, permite ver que el sector privado de prestación de servicios es aún incipiente en la región, destacándose el subsector servicios prestados a las empresas, jalonado principalmente por la industria del carbón. El sector turismo, ha generado un importante crecimiento en la oferta regional de servicios, gracias a la mejor oferta creada alrededor del producto Festival Vallenato.

(b) Oportunidades

Dentro del sector de servicios se identificaron oportunidades para el Cesar en el subsector de turismo, con dos diferentes productos: turismo

cultural y folclor, y turismo de naturaleza y aventura, orientados hacia los mercados priorizados de Canadá y Unión Europea, y con horizontes de tiempo diferenciados, tal como se puede observar en la Tabla IV-2

El producto estrella del departamento en turismo cultural y folclor es el Festival de la Leyenda Vallenata, que se celebra en su capital, Valledupar. Este cuenta con amplia trayectoria y reconocimiento nacional e internacional, y ha recibido fuertes impulsos desde la administración municipal, con la construcción y operación de escenarios adecuados; por ello debe constituirse en la punta de lanza para la promoción de los demás productos turísticos del Cesar. Aunque el festival recibe miles de visitantes internacionales cada año, para poder atender la demanda de turistas provenientes de países como Corea o los miembros de la AELC, hace falta una mayor infraestructura hotelera, transporte aéreo con mayores frecuencias y mayor difusión en estos mercados. Se debería seguir las estrategias de difusión y posicionamiento que ya se han adelantado para Canadá y algunos países de la Unión Europea.

En segundo lugar, las posibilidades que ofrece la región en cuanto a turismo de naturaleza y aventura, se enmarcan en su ubicación estratégica, bordeando la Sierra Nevada de Santa Marta. Los

Tabla IV-1. Producción Departamental de Servicios Cesar, 2012

 Sub sector de Servicios 	PIB (Miles de Dólares)	Participación %
Agencias de viajes	30.033	1,49%
Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas	55.061	2,73%
Educación privada	70.634	3,51%
Servicios privados de salud	183.537	9,12%
Hoteles, restaurantes y bares	230.256	11,44%
Servicios prestados a las empresas	239.155	11,88%
Educación pública	283.092	14,06%
Servicios públicos de salud	373.192	18,54%
Otros servicios*	548.387	27,24%
SUB TOTAL SERVICIOS	2.013.348	26,80%

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.
*Nota: Otros servicios incluye: transporte, correo y telecomunicaciones, intermediación financiera y actividades inmobiliarias.

14. Ver Figura III-1.

Tabla IV-2 Oportunidades de Servicios, Cesar

Producto / Mercado	Canadá	Unión Europea
Turismo Cultural y folclor	✓	✓
Turismo de Naturaleza y aventura	▶	▶

Nota: ✓ oportunidades de corto plazo: servicios actualmente exportados o listos para ser exportados. ▶ oportunidades de mediano plazo: servicios con potencial exportador para los cuales existe demanda y la oferta está todavía en proceso de ajuste para la prestación del servicio.

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Banco de la República, Balanza de Pagos. TradeMap. Balanzas de pagos de los mercados. Revisión y análisis de información cualitativa por parte del autor.

numerosos ríos, particularmente el Guatapurí y el Badillo, son base para conformar una red de municipios que están desarrollando la opción de este género de turismo.

2. Información construida en la Jornada

(a) Experiencia

En la mesa de servicios se destacó el subsector de turismo como exportador a través de Modo 2 con el producto de Festival Vallenato, con turistas provenientes de España, Suiza, Corea y Estados Unidos. Adicionalmente, en los productos relacionados con naturaleza como turismo étnico, avistamiento de aves y senderismo, también hay visitantes internacionales provenientes de los mismos destinos. Esto demuestra el avance del proceso de empaquetamiento del Festival con actividades secundarias, que generan mayor número de días de permanencia del turista en la región. A ello se suma el trabajo de construcción de producto que ha venido realizando la cámara de Comercio y que busca potenciar la presencia de estos visitantes con mejores rutas, senderos y recorridos turísticos al interior de la ciudad y en sus alrededores.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

En la mesa de servicios, a partir de la revisión de las oportunidades detectadas por el Centro, los participantes aportaron iniciativas en los mismos subsectores, con productos específicos que, en su criterio, podrían ser exitosos a nivel internacional. Se mencionaron como oportunidades adicionales, los segmentos de turismo étnico,

gastronómico y musical. Estos necesitan diseño, infraestructura, desarrollo comercial y certificaciones para adaptarse a la demanda de los mercados priorizados.

(b) Obstáculos y limitantes

En el Cesar se identificaron como obstáculos al aprovechamiento de los acuerdos comerciales en servicios: la falta de oferta en capacitación especializada para el turismo; carencia de personal capacitado y certificado para hoteles y restaurantes; y falta de capacitaciones en servicio al cliente. Además, los empresarios comprenden la importancia de las certificaciones pero la región no cuenta con capacitaciones para preparar ni a las empresas ni al personal para las certificaciones. En lo que respecta a elementos de promoción y financiación, hace falta mayor difusión de los productos turísticos regionales, guías para preparar y presentar proyectos al Fondo de Promoción Turística y apoyo para lograr mejor representatividad y asistencia a la feria de ANATO.

En cuanto a las limitantes, los empresarios destacaron la falta de: capacitación en segundo idioma, guías en historia natural e interpretación de la naturaleza, avistamiento de aves y turismo de bienestar. También señalan la falta de transporte adecuado para grupos grandes.

(c) Redes

En relación con las redes en la región, los participantes consideran fundamental la construcción de un clúster de turismo que sea incluyente, abarque todos los posibles atractivos turísticos, y agrupe hoteles, transportes, agencias, gastro-

nomía y publicidad, para generar una estrategia regional fuerte.

También creen que se necesita mayor interacción entre el gobierno local, las empresas y la universidad, para generar dinámicas productivas más sólidas y mejorar la calidad de los servicios.

3. Recomendaciones

El potencial intrínseco que tiene el Cesar para el turismo, si bien ha venido consolidándose en ciertos segmentos, tiene mucho más que ofrecer y desarrollar. En este sentido y teniendo en cuenta las limitantes y obstáculos detectados, el CAAC sugiere:

- Seminarios para dar a conocer el contenido de los acuerdos comerciales, con énfasis en los capítulos de servicios y las ventajas que éstos ofrecen para la exportación. Esto a través de la Cámara de Comercio y ProColombia.
- Generación de alianzas internacionales para establecer rutas de aprendizaje internacionales, en las cuales los empresarios del sector turismo puedan aprender, en otros países de la región, de las experiencias de sus pares, para aplicarlas a su oferta de servicios turísticos en el Cesar. Estos ejercicios pueden ser apoyados por la Cámara de Comercio, ProColombia y ONGs internacionales, tales como PROCASUR, pero no exclusivamente.

También se recomienda presentar proyectos de cooperación a los países con los que se tiene acuerdos, para fortalecer las capacidades para la prestación de servicios turísticos y profesionales.

- Información acerca de posibilidades de atracción de inversión para la consolidación del producto Festival de la Leyenda Vallenata.
- Búsqueda de alianzas con empresas aéreas nacionales, para ofrecer servicios de charter en temporadas del Festival, por ejemplo con empresas de Antioquia, dado que Medellín cuenta con aeropuerto internacional.
- Capacitación estructurada a través del SENA para mejorar la oferta de personal y la calidad de servicio al cliente.

B. Sector Agrícola, Pecuario y Agroindustrial

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De conformidad con el PIB preliminar de Cesar para 2012, elaborado por el DANE¹⁵, la producción primaria de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca alcanzó los \$645,7 millones de dólares, equivalente al 8,59% del PIB total. Cabe señalar que esta cifra comprende, en algunos casos, los servicios y actividades conexas neces-

Tabla IV-3. PIB Agrícola, Pecuario y Agroindustrial Cesar, 2012

Subsector Agro	Producción (miles de dólares)	Participación %
Cultivo de otros productos agrícolas	328.142	50,82%
Producción pecuaria y caza incluyendo las actividades veterinarias	280.312	43,41%
Cultivo de café	28.921	4,48%
Silvicultura, extracción de madera y actividades conexas	7.230	1,12%
Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas con la pesca	1.112	0,17%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	645.718	8,59%
Alimentos, bebidas y tabaco	158.510	2,11%
Sector Agropecuario Agroindustrial	804.227	10,70%

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.

Nota: Otros productos agrícolas incluye: Cereales; Legumbres, raíces y tubérculos comestibles, frescas o secas; Frutas y nueces (frescas); Semillas y frutos oleaginosos; Plantas vivas: flores y capullos cortados, semillas de flores y frutos, semillas de vegetales; Otras plantas bebestibles y especias; Productos de tabaco sin elaborar; Caña de azúcar; Materiales vegetales en bruto (n.c.p); Plantas utilizadas en perfumería, farmacia o químicos; Áreas en desarrollo y otros servicios relacionado con la producción agrícola.

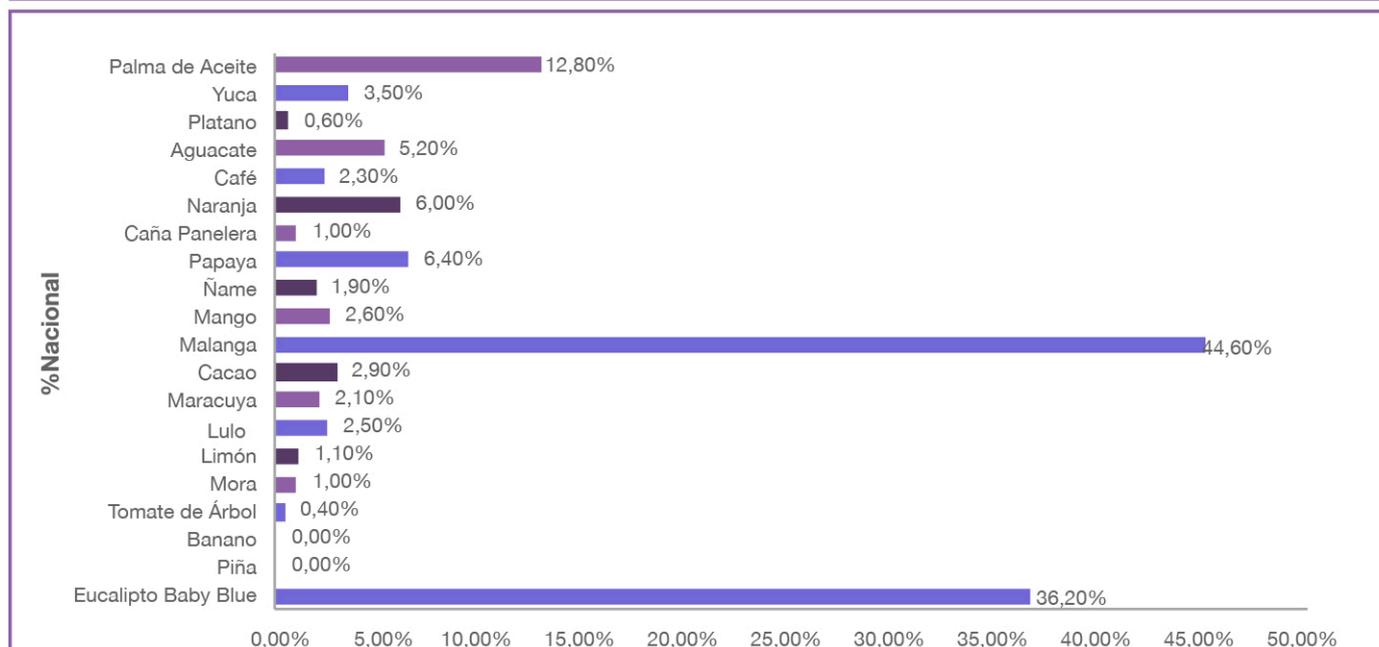
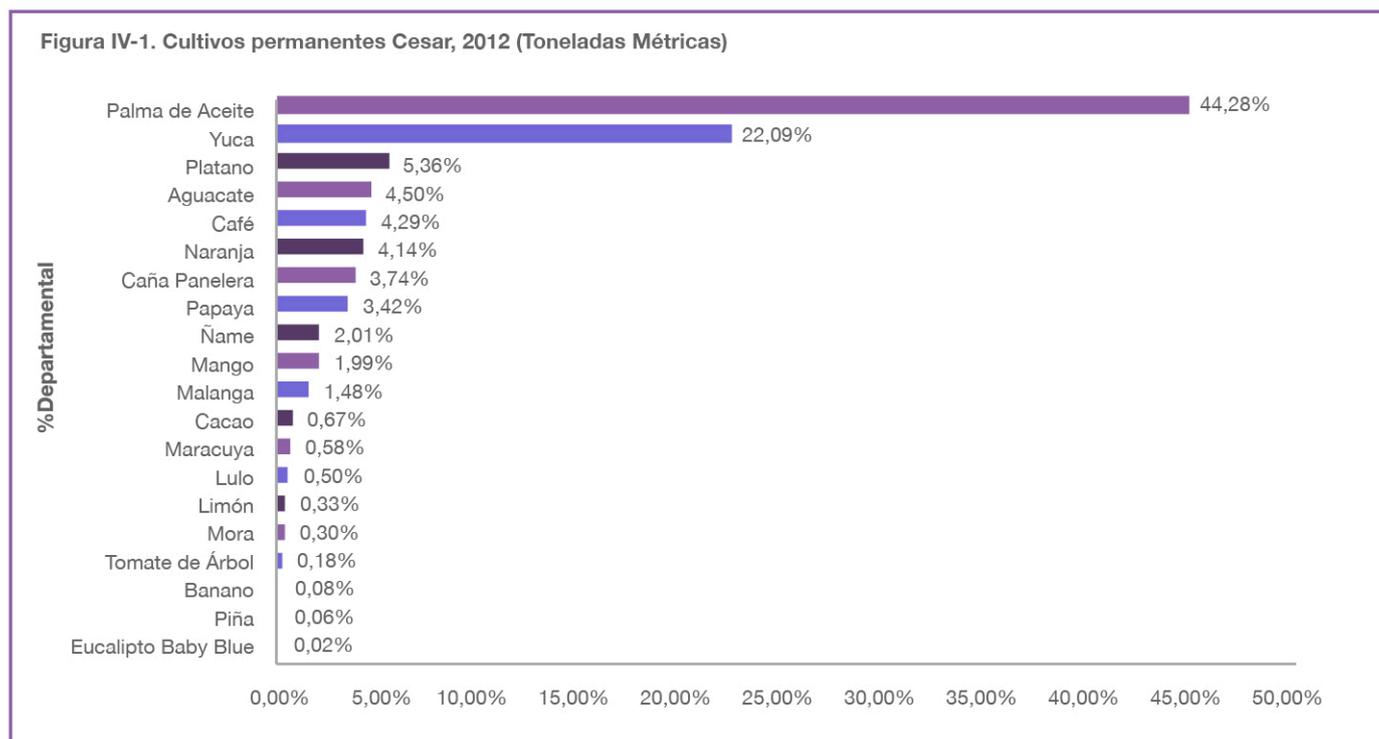
15. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE-, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, Cuentas Nacionales Departamentales, Resultados PIB departamental 2012 provisional (Base 2005), PIB por ramas de actividad / 2000-2012 provisional. 2 de mayo de 2014.

rios para su producción, por ejemplo, las actividades de servicios relacionadas con las labores veterinarias, de silvicultura y de pesca.

Además, para efectos de capturar el alcance y significado real del sector, corresponde agregar la cifra que refleja la transformación de los productos primarios, es decir, el subsector de alimentos, bebidas y tabaco, el cual alcanzó los \$158,5 millones de dólares, equivalente al 2,11% del PIB total.

En consecuencia, el sector agro representó el 10,70% de la producción interna bruta total del Cesar, correspondiente a \$804,2 millones de dólares (ver Tabla IV-3).

Al desglosar esta información con base en las cifras contenidas en el anuario agropecuario 2012¹⁶, constatamos que el volumen total de la producción agrícola alcanzó 579,809 toneladas métricas, distribuidas de la siguiente ma-



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos propios

16. Anuario Agropecuario 2012. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Grupo de Sistemas de Información.

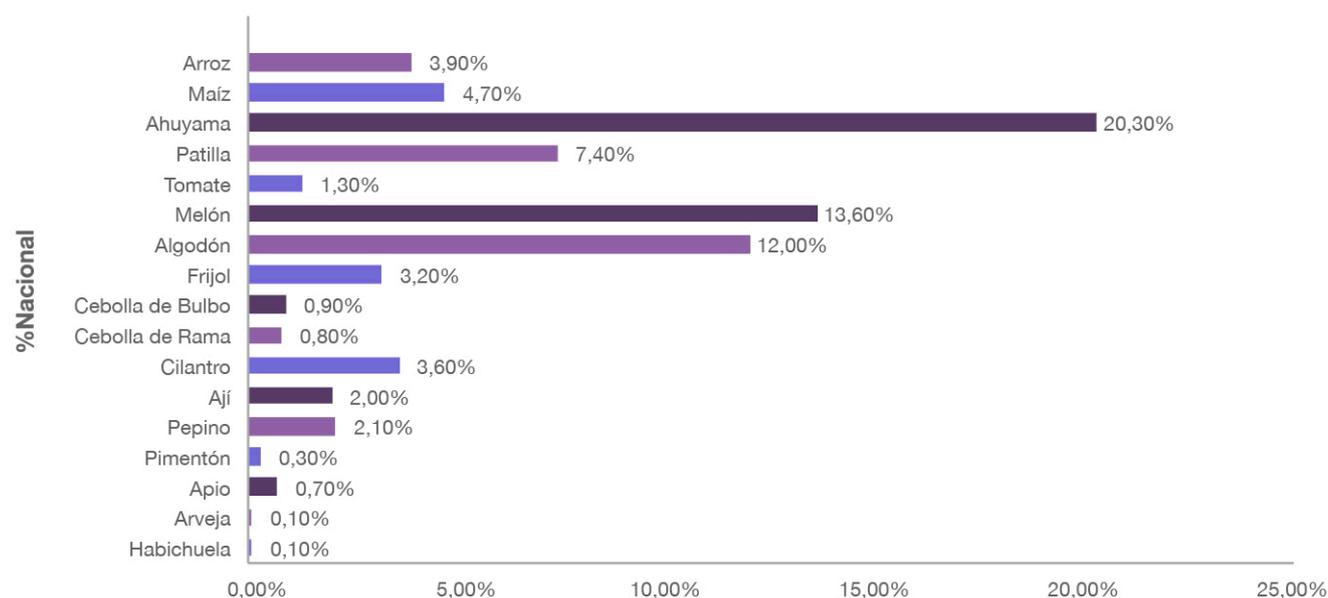
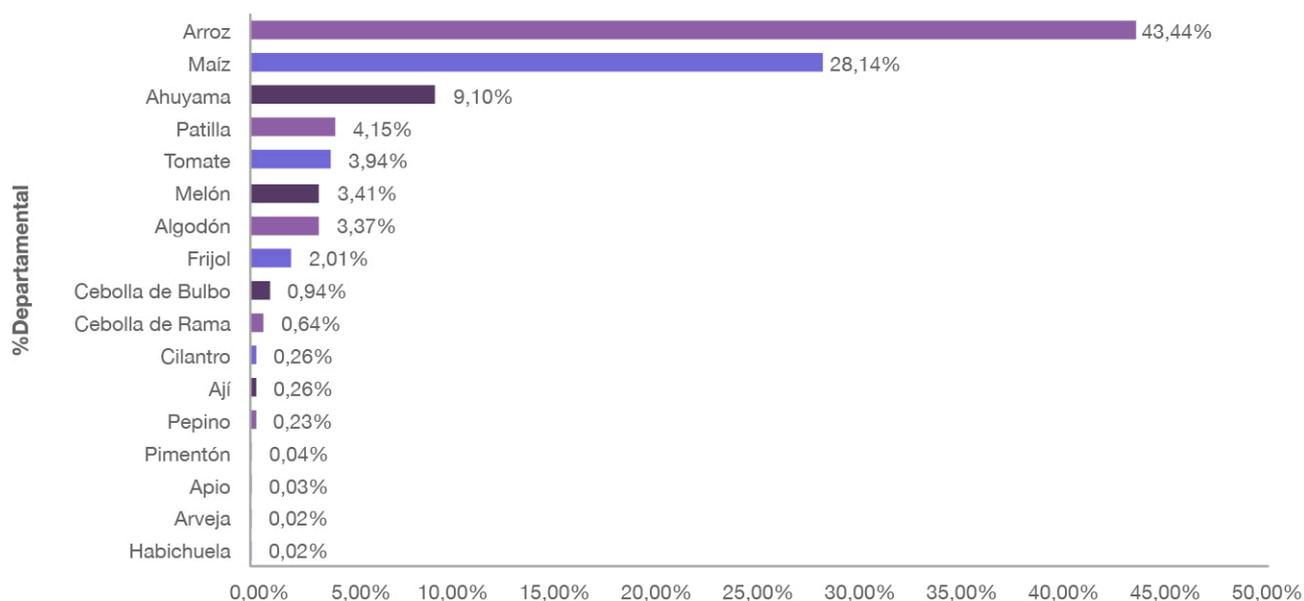
nera: 351,095 TM en cultivos permanentes y 228,714 TM en transitorios, con participaciones equivalentes al 60.55% y al 39.45%, respectivamente.

La producción de cultivos permanentes está relativamente concentrada. Los seis principales cultivos (ver Figura IV-1), de un total de 20 cultivos para los cuales existen datos, representan el 84,65% de la producción total. La palma de aceite es el principal cultivo y participa con el 44,28% de la producción, seguida por la yuca

con el 22,09%, el plátano con el 5,36%, el aguacate con el 4,50%, el café con el 4,29% y la naranja con el 4,14%.

A nivel nacional, Cesar ocupó la cuarta posición en la producción de palma de aceite y naranja, con participaciones del 12,80% y el 6,00%, respectivamente. El aguacate, cuarto cultivo permanente, tuvo la séptima posición del escalafón nacional, con una participación del 5,20% de la producción total. Por su parte, el plátano y el café, tercer y quinto cultivos permanentes del

Figura IV-2. Cultivos transitorios Cesar, 2012 (Toneladas Métricas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos propios

departamento, representaron apenas el 0,60% y el 2,30% de la producción nacional.

Cabe señalar, de otro lado, que Cesar ocupó el segundo lugar en la producción de malanga y de eucalipto “baby blue” a nivel nacional, con participaciones del 44,60% y el 36,20%, respectivamente, aunque su participación agregada a nivel departamental representó sólo el 1,50%.

Los cultivos transitorios mostraron un comportamiento similar al de los permanentes, aunque más concentrados en cuatro productos, de los diecisiete para los que se tiene datos. Éstos representaron el 84,83% de la producción regional (ver Figura IV-2): arroz, maíz, ahuyama y patilla.

El arroz, principal cultivo, representa el 43,44% de la producción total, seguido por el maíz con el 28,14%, la ahuyama con el 9,10% y la patilla con el 4,15%. La representatividad de éstos a nivel nacional difiere relativamente de la observada en los permanentes, pues Cesar ocupa el primer lugar en la producción total de ahuyama, con una participación del 20,30%, y la cuarta, séptima y octava posiciones del escalafón en la producción de patilla, maíz y arroz, respectivamente.

Conviene observar que el Cesar es el tercer productor tanto de melón como de algodón, con participaciones del 13,60% y el 12,00%, respectivamente, de la producción nacional, pese a que su participación a nivel departamental es del 3,41% y del 3,37%, correspondientemente.

En este contexto, resulta imprescindible señalar que, según la información contenida en el sitio web de la Federación Colombiana de Ganaderos -FEDEGAN-¹⁷ en relación con el inventario bovino nacional, Cesar aparece como el 5 productor de ganado bovino, con 1.425.238 de cabezas y una participación del 6,36% del total nacional. El comportamiento de la producción observó un decrecimiento del 2,27% en 2013 frente a 2012.

De otro lado, de acuerdo con la EAM, la producción agroindustrial del Cesar alcanzó los \$330 millones de dólares en 2012, equivalente al 70,62% de la producción manufacturera, incluida la minera, y está concentrada alrededor de 30 productos agrupados en 8 cadenas productivas. Las dos principales cadenas representan el 93,11% de la producción agroindustrial (Tabla IV-4).

La primera de ellas, la cadena de elaboración de frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas re-

Tabla IV-4. Producción Agroindustrial Cesar, 2012

Descripción	Producción (miles de dólares)	Participación %
Elaboración de frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas	237.053	71,84%
Aceite de palma, de coco, de almendra de palma, de babasú y de linaza en bruto	198.493	60,15%
Margarina, grasas compuestas para cocinar y aceites mezclados comestibles	23.743	7,19%
Aceite de palma, de coco, de almendra de palma, de babasú y de linaza y sus fracciones, refinados, pero sin modificar químicamente	11.022	3,34%
Elaboración de productos lácteos	70.192	21,27%
Leche líquida procesada (pasteurizada, esterilizada, homogeneizada o peptonizada), sin concentrar, azucarar, ni edulcorar	37.194	11,27%
Queso y cuajada	20.993	6,36%
Leche, en estado sólido (polvo, gránulos u otras formas)	6.985	2,12%
Elaboración de productos de panadería, macarrones, fideos, alucuzcuz y productos farináceos similares	10.361	3,14%
Productos de panadería	8.805	2,67%
Elaboración de bebidas	7.724	2,34%
Otras bebidas no alcohólicas	5.628	1,71%
Subtotal	325.330	98,59%
Productos con una producción inferior a \$5 millones de dólares	4.662	1,41%
Total	329.993	

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

17. www.fedegan.org.co - Estadísticas, Inventario Bovino Nacional.

presenta el 71.84% de la producción agroindustrial regional y comprende la producción de palma de aceite y productos derivados, que equivale al 99,65% de ésta, y de jugos de frutas, legumbres y hortalizas con una participación de apenas un 0,35%. El aceite de palma, de coco, de almendra de palma, de babasú y de linaza en bruto concentra el 83,73% de la producción en la cadena, seguido por la margarina, grasas compuestas para cocinar y aceites mezclados comestibles con el 10.02% y el aceite y sus fracciones, refinados, pero sin modificar químicamente, con el 4,65%.

La elaboración de productos lácteos, segundo renglón de la producción agroindustrial, cuenta con una participación del 21.27%. Este renglón está relativamente concentrado alrededor de la producción de leche líquida procesada (pasteurizada, esterilizada, homogeneizada o peptonizada) sin concentrar, azucarar, ni edulcorar, con una participación del 52.99% de la cadena; queso y cuajada, con el 29,91% y la leche, en estado sólido (polvo, gránulos u otras formas), con el 9,95%.

El tercer renglón, que comprende la elaboración de productos de panadería, macarrones, fideos y productos farináceos similares, representa el 3,14% de la producción, concentrado alrededor de los productos de panadería con una participación del 84,94%, seguido por los productos de galletería y panadería fina con el 14.74%, los cuales representan conjuntamente el 99,72% de la cadena.

Como se puede constatar en la Tabla IV-5, las exportaciones del sector agro reflejan la estructura

productiva del Cesar, donde la producción pecuaria lidera ampliamente las exportaciones, seguida por los productos de la palma, primer renglón del PIB agrícola, pecuario y agroindustrial. Éstas representaron el 97,11% de las exportaciones totales del departamento, excluidas las mineras, y experimentaron una tasa negativa de crecimiento del 6,90% en 2013 con relación a 2012, pasando de \$173,3 millones en 2012 a \$161,4 millones en 2013.

Las exportaciones pecuarias y agroindustriales se concentraron ostensiblemente en 1 de los 19 productos que registraron flujos comerciales superiores a \$1.000 dólares en 2013: los demás bovinos domésticos vivos. El valor acumulado de los flujos de este producto alcanzó los \$137,1 millones de dólares, equivalentes al 84,98% del total de las exportaciones del sector. Más aún, al considerar las exportaciones agregadas de la cadena cárnica bovina, observamos que éstas representaron el 94,20% del total exportado.

El citado decrecimiento en las exportaciones del Cesar en este sector se explica prácticamente en su totalidad por la disminución del 19,02% en las ventas externas del principal producto de exportación -bovinos vivos-, equivalente a \$32,2 millones de dólares; ésta fue parcialmente contrarrestada por el significativo aumento en las exportaciones de carne de bovinos en canales o medias canales, fresca o refrigerada, por valor de USD \$10,4 millones de dólares, y de carne de bovinos deshuesada congelada, por cerca de \$1 millón, más las de los demás aceites de palma y/o de palmiste o babasú y sus fracciones por valor de \$6,3 millones, y de glicerol en bruto por valor de \$1,7 millo-

Tabla IV-5. Exportaciones principales productos agrícolas, pecuarios y agroindustriales, Cesar

Descripción	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Los demás Bovinos domésticos vivos	169.345	137.128	-19,02%	97,70%	84,98%
Carne de bovinos en canales o medios canales, fresca o refrigerada	208	10.630	5007,74%	0,12%	6,59%
Carne de bovinos deshuesada, congelada	3.265	4.247	30,06%	1,88%	2,63%
Los demás aceites de palma y sus fracciones	-	3.422	100,00%	0,00%	2,12%
Los demás aceites de palmiste o de babasú, y sus fracciones	-	2.857	100,00%	0,00%	1,77%
Glicerol en bruto; aguas y lejías glicéricas	-	1.733	100,00%	0,00%	1,07%
Subtotal	172.818	160.015	-7,41%	99,71%	99,16%
Productos con exportaciones inferiores a un millón de dólares	507	1.353	167,00%	0,29%	0,84%
Total	173.325	161.369	-6,90%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

Tabla IV-6. Principales destinos de las exportaciones agrícolas, pecuarias y agroindustriales, Cesar

País	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Venezuela	172.904	152.004	-12,09%	99,76%	94,20%
Chile	-	4.341	100,00%	0,00%	2,69%
Brasil	-	2.181	100,00%	0,00%	1,35%
China	-	1.733	100,00%	0,00%	1,07%
Subtotal	172.904	160.260	-7,31%	99,76%	99,31%
Países con exportaciones inferiores a un millón de dólares	421	1.109	163,53%	0,24%	0,69%
Total	173.325	161.369	-6,90%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

nes. Los tres últimos impulsaron, junto con otros 12 nuevos productos, cierta diversificación de las exportaciones.

En relación con el destino de las exportaciones mayores a \$1.000 dólares, incluidas las zonas francas, mientras que Cesar exportó a 2 destinos en 2012, República Bolivariana de Venezuela y la Unión Europea, lo hizo a 10 en 2013. Esta relación puede interpretarse linealmente ya que en 2013 se siguió exportando a los 2 destinos registrados en 2012, pero se incorporaron 8 nuevos destinos.

La Tabla IV-6 presenta el valor de las exportaciones hacia los cuatro principales mercados de destino con exportaciones mayores a \$1 millón de dólares, los cuales representaron el 99,31% de éstas en 2013. La República Bolivariana de Venezuela se mantuvo como el principal destino de las exportaciones de Cesar en 2013 frente a 2012, con una participación del 94,20% de éstas aunque los flujos destinados a dicho mercado observaron un decrecimiento del 12,09% en este período.

Por otra parte, los flujos hacia Chile, Brasil y China, segundo, tercer y cuarto mercados de destino, respectivamente, experimentaron un crecimiento del 100% cada uno, habida cuenta que se trata de nuevos destinos para las exportaciones del Cesar. La participación acumulada de las exportaciones hacia estos mercados fue del 5,12%, equivalente a aproximadamente \$8,3 millones de dólares, correspondientes en su totalidad a los demás aceites de palma, palmiste o babasú y sus fracciones y, el glicerol en bruto, es decir, a la cadena del aceite de palma y sus derivados.

Debemos señalar, por último, que Cesar cuenta con presencia en uno de los cuatro mercados de

destino priorizados en el marco de la jornadas regionales de consulta, la Unión Europea. Las exportaciones hacia dicho mercado crecieron un 78,40%, pasando de \$421 mil dólares en 2012 a \$751 mil dólares en 2013, y representaron apenas el 0,47% de los flujos totales. Las exportaciones de bananos frescos o secos (excluidos los plátanos) por valor de \$712 mil dólares representaron el 99,22% de las exportaciones a este mercado de destino.

(b) Oportunidades identificadas por el Centro

El CAAC identificó un total de 114 productos susceptibles de promover un mayor aprovechamiento de las preferencias comerciales, distribuidas de la siguiente manera: 84 para la Unión Europea; 83 para Canadá; 75 para AELC; y 84 para la República de Corea (ver Tabla IV-7). De particular relevancia en este contexto resultan, entre otros, la carne de bovinos deshuesada fresca, refrigerada o congelada; los melones, sandías y papayas, frescos; el café sin tostar o tostado sin descafeinar y sus extractos; el aceite de palma en bruto; las tripas, vejigas y estómagos de animales, excepto los de pescado; otras frutas preparadas o en conserva, o congeladas; y el aguacate. Es posible que alguno de los productos identificados como de corto plazo también pueda caracterizarse como de mediano o largo plazo, dependiendo del mercado de destino que se esté evaluando.

El Centro no identificó oportunidades de corto plazo para el Cesar con base en su estructura productiva, las cifras de comercio reportadas en 2012 y los criterios metodológicos establecidos (ver Tabla Anexa B-1).

Sin embargo, identificó 2 productos susceptibles de promover un mayor aprovechamiento en el me-

Tabla IV-7. Resumen oportunidades sector Agrícola, Pecuario y Agroindustrial, Cesar

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	0	0	0	0
Mediano	0	2	1	2
Largo	84	81	74	82
TOTAL	84	83	75	84

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

diano plazo para los mercados de Canadá y República de Corea: la carne de bovinos deshuesada congelada y los melones -demás melones, sandías y papayas, frescos- (Tabla IV-8).

Las exportaciones totales de carne de bovinos deshuesada congelada, principal oportunidad de mediano plazo, alcanzaron los \$4,2 millones de dólares en 2013 y experimentaron un crecimiento del 30,06% frente al valor exportado en 2012. El 100% de las exportaciones de dicho producto se destinó al mercado de la República Bolivariana de Venezuela.

De otro lado, las importaciones agregadas de este producto por parte de los citados mercados priorizados alcanzaron los \$870,4 millones de dólares. El 76,16% de esta cifra -aproximadamente \$663 millones- corresponde a las importaciones de la República de Corea, mercado en el que dichos flujos mostraron una alta concentración, toda

vez que sus tres principales proveedores -Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda- explican el 99,31% de éstos. El 23,84% restante -equivalente a \$207,5 millones- corresponde a Canadá, mercado que también reflejó, aunque en menor grado, la concentración en su proveeduría: Australia, Nueva Zelanda y Uruguay explicaron el 82,68% de sus importaciones de este producto.

Las exportaciones totales de melones -demás melones, sandías y papayas, frescos-, segunda oportunidad de mediano plazo, en 2013 alcanzaron apenas los \$15.000 dólares y experimentaron un decrecimiento del 96,53% frente a 2012. El 100% de las exportaciones de dicho producto se destinó al mercado de la Unión Europea.

Por su parte, las importaciones acumuladas de melones en los otros tres mercados priorizados fueron de \$173,7 millones de dólares, distribuidos de la siguiente manera: Canadá con \$106,3 millo-

Tabla IV-8. Oportunidades mediano plazo agropecuario y agroindustria, Cesar

 Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	Exportaciones Cesar al mundo					
				(Miles de dólares)**		Variación %	Principales Mercados a los que Exporta Cesar 2013		
				2012	2013		Participación (%)		
Carne de bovinos deshuesada, congelada	Corea, Rep.	662.965	Australia Estados Unidos Nueva Zelanda	62,20% 30,40% 6,71%	3.265	4.247	30,06%	Venezuela	100,00%
	Canadá	207.491	Australia Nueva Zelanda Uruguay	30,92% 28,15% 23,61%					
Melones: Los demás melones, sandías, papayas, frescos	Canadá	106.260	Estados Unidos Guatemala Honduras	42,60% 25,85% 12,68%	421	15	-96,53%	Unión Europea	100,00%
	AELC	66.243	España Francia Brasil	41,31% 18,71% 12,92%					
	Corea, Rep.	1.231	Estados Unidos Uzbekistán Japón	96,30% 3,67% 0,03%					

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete) ** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

nes y una participación del 61,16% de estos flujos; AELC con \$66,2 millones, equivalente al 38,13% de éstos; y, República de Corea con \$1,2 millones, correspondiente al 0,71% restante.

Cabe anotar que los tres principales proveedores del mercado de la República de Corea -Estados Unidos, Uzbekistán y Japón-, de menor valor relativo, explicaron el 100% de los flujos importados. Canadá, el más atractivo de los tres mercados en valor, se caracterizó por la relativa concentración agregada de sus tres principales proveedores -Estados Unidos, Guatemala y Honduras-, equivalente al 81,13% de las importaciones. AELC, segundo mercado en valor, mostró un menor grado de concentración. Sus principales proveedores, España, Francia y Brasil, acumularon el 72,94% de los flujos importados.

En congruencia con lo anterior, AELC y Canadá podrían constituir mercados objetivos para las exportaciones de melones originarias del Cesar, siem-

pre y cuando cumplan cabalmente los estándares y requisitos sanitarios y/o fitosanitarios de acceso -admisibilidad- exigida por éstos.

Por último, el CAAC identificó un total de 112 productos susceptibles de contribuir a un mayor aprovechamiento en el largo plazo (ver Tabla Anexa B-2). La Tabla IV-9 presenta las tres principales oportunidades de largo plazo: café sin tostar ni descafeinar; aceite de palma en bruto; y café tostado sin descafeinar.

Las importaciones acumuladas de la principal oportunidad, café sin tostar ni descafeinar, a los cuatro mercados priorizados, alcanzaron los \$9.058,6 millones de dólares, distribuidos de la siguiente manera: Unión Europea con \$7.574,4 millones y una participación del 83,62%; AELC con \$657,4 millones, equivalentes al 7,26%; Canadá con \$512,7 millones, correspondientes al 5,66%; y, República de Corea con \$314 millones, equivalentes al 3,47%. Conviene señalar que la provee-

Tabla IV-9. Oportunidades largo plazo agropecuario y agroindustria, Cesar

Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado	
			(Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	
Café sin tostar, sin descafeinar	Unión Europea	7.574.376	Brasil Vietnam Honduras	30,73% 18,64% 7,37%
	AELC	657.443	Brasil Colombia Guatemala	33,03% 19,49% 7,26%
	Canada	512.691	Colombia Brasil Guatemala	26,17% 19,90% 15,91%
	Corea, Rep.	314.051	Vietnam Brasil Colombia	22,45% 20,02% 15,28%
Aceite de palma, en bruto	Unión Europea	4.562.053	Indonesia Malasia Papua Nueva Guinea	51,97% 30,46% 6,40%
	AELC	18.729	Cambodia Malasia Costa de Marfil	49,19% 26,51% 12,39%
	Corea, Rep.	906	Estados Unidos Japón Malasia	98,96% 1,03% 0,00%
Café tostado sin descafeinar	Unión Europea	1.672.874	Suiza Brasil China	95,12% 1,56% 0,62%
	Canada	616.203	Estados Unidos Italia Suiza	85,23% 4,45% 3,58%
	AELC	165.459	Italia Alemania Suecia	37,01% 17,04% 11,28%
	Corea, Rep.	94.313	Estados Unidos Suiza Italia	42,15% 19,73% 17,03%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios. Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

duría a estos cuatro mercados está relativamente desconcentrada con participaciones acumuladas de los principales proveedores que oscilan entre el 56,75% para la UE y el 61,99% en el caso de Canadá. Debemos anotar, asimismo, que Colombia se encuentra entre los tres principales proveedores a los mercados de AELC, Canadá y República de Corea, con participaciones del 19,49%, 26,17% y 15,28%, respectivamente.

Por otra parte, las importaciones agregadas de café tostado sin descafeinar, tercera oportunidad de largo plazo, en los cuatro mercados priorizados, alcanzaron los \$2.548,8 millones de dólares. El 65,63% de estos flujos correspondió a la UE, mercado en el cual sus tres principales proveedores -Suiza, Malasia y Papúa Nueva Guinea- explicaron el 97,31%. Canadá atrajo el 24,18% de dichas importaciones y sus principales proveedores -Estados Unidos, Italia y Suiza- representaron el 93,26% de tales flujos. La AELC participó con el 6,49% de las importaciones acumuladas, pero se caracterizó por la relativa desconcentración de dichos flujos: sus tres principales proveedores -Italia, Alemania y Suecia- explicaron el 65,33%. Finalmente, República de Corea absorbió el 3,70% de las importaciones agregadas y se caracterizó por la relativa concentración de éstas: sus tres principales proveedores -Estados Unidos, Suiza e Italia- representaron el 78,91% de tales flujos.

El aceite de palma en bruto, segunda oportunidad de largo plazo para tres de los cuatro mercados priorizados, registró importaciones acumuladas de \$4.581,7 millones de dólares en éstos, distribuidas de la siguiente manera: Unión Europea con \$4.526 millones y una participación del 99,57%; AELC con \$616,2 millones y el 0,41%; y República de Corea con \$906 mil dólares y el 0,02% restante. Los dos primeros mercados se caracterizaron por la alta concentración de los flujos originarios de sus tres principales proveedores, los cuales representaron el 88% de las importaciones en ambos casos; a la vez, el último de estos mercados -Corea- mostró una concentración absoluta pues el 100% de sus importaciones provino de Estados Unidos, Japón y Malasia.

El aprovechamiento de cualquiera de las oportunidades de mediano o largo plazo implicaría ne-

cesariamente desarrollar y/o reorientar las capacidades productivas en el Cesar, a fin de contar con una oferta exportable con mayor valor agregado, competitiva, confiable y sostenible.

2. Información construida en la Jornada

En congruencia con el perfil productivo y las oportunidades identificadas por el CAAC, la Comisión Regional de Competitividad -CRC- y el Plan Departamental de Desarrollo, la jornada regional contó con la participación de empresarios agroindustriales, y/o productores agropecuarios pertenecientes a los siguientes subsectores o cadenas productivas: frutas frescas y procesadas, agroindustria - subsector de productos de confitería y panadería.

Presentamos a continuación el resultado de los intercambios de conocimiento y experiencias en las mesas subsectoriales:

(a) Experiencia

El intercambio sostenido en las mesas subsectoriales respecto de la vocación y experiencia exportadora regional evidenció un muy bajo conocimiento de los acuerdos comerciales suscritos, los beneficios reales y potenciales de su aprovechamiento, incluidas las preferencias y las condiciones específicas de acceso a los mercados, así como de los procesos y procedimientos internos y/o externos que deben realizarse para adelantar exitosamente el proceso exportador. Además, los participantes manifestaron no contar con experiencia exportadora.

Señalaron asimismo que, aunque no se ha logrado concretar potenciales negocios de exportación, han remitido oportunamente información o cotizaciones solicitadas para productos como la estevia.

Los potenciales negocios no se han concretado, entre otras razones, por el desconocimiento y/o el no cumplimiento de requisitos y protocolos sanitarios o fitosanitarios del país de destino, la falta de información acerca de trámites y documentos, especificaciones de productos y precios, o debilidades en la logística requerida para exportar.

Igualmente relevantes en este contexto resultan los significativos costos relacionados con el envío de muestras comerciales, el nivel de innovación o desarrollo mismo del producto, la capacidad productiva y la generación de oferta exportable.

En tal sentido señalaron que es necesario promover y facilitar el aprovechamiento de los acuerdos comerciales desde una perspectiva más integral y amigable. Es decir, se debe brindar a los actores económicos del departamento, de manera didáctica, práctica y sencilla, la información necesaria sobre todos los pasos y requisitos involucrados en el proceso exportador y las autoridades locales, regionales o nacionales competentes ante las que se deben gestionar.

A su juicio, ello permitirá que los interesados puedan tomar decisiones y emprender iniciativas exportadoras con mayores niveles de análisis y rigor técnico y económico. En breve, deben contar con las herramientas para evaluar de antemano, con algún grado de certeza, la viabilidad, los costos y los beneficios de la internacionalización de un producto, una cadena o un subsector productivo.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

Además de las oportunidades identificadas por el CAAC, los participantes señalaron otros productos que, a partir de la oferta productiva regional o de alguna de sus áreas, podrían ser exitosos en los mercados internacionales. Algunos de éstos suponen la adecuación del proceso productivo o la obtención de una certificación de proceso, ambiental o de calidad, hasta cambios en el paquete tecnológico y las prácticas culturales, o incluso el desarrollo del producto y el mercado.

La mayoría de estos productos están dirigidos a satisfacer la demanda en el segmento de productos naturales, que es creciente, y con posibilidades de mayor rentabilidad a los productores. Su realización se podría dar en el corto a mediano plazo:

- Estevia.
- Humus-Fertilizante Orgánico.
- Ñame y Malanga.

- Procesados Cárnicos.
- Suero Costeño.
- Yogurt.
- Queso Costeño.
- Helados.

(b) Obstáculos y limitantes

En términos generales, las limitantes identificadas por los participantes en las mesas subsectoriales se vinculan con factores de naturaleza interna: capital humano; procesos, costos y capacidades productivas -oferta exportable-, especialmente el conocimiento y acceso a tecnologías apropiadas y a infraestructura productiva -maquinaria y equipos, centros de acopio, transporte, etc.-; calidad de los productos; marco regulatorio; y, la oferta institucional. Lo anterior evidenció además un bajo conocimiento y experiencia en la actividad exportadora.

A continuación, reseñamos algunas de las contribuciones realizadas en las mesas subsectoriales:

A. Capital humano

- Formación y/o capacitación técnica, profesional o especializada
 - Falta de capacitación del personal operario y administrativo de las empresas en temáticas relacionadas con exportaciones y acceso a mercados.
 - Insuficiente formación técnica, profesional y especializada en temas agrícolas (buenas prácticas agrícolas) y agroindustriales (procesamiento) y de inocuidad (buenas prácticas de manufactura).
- Mano de obra calificada
 - Insuficiente mano de obra calificada en temas relacionados con sistemas de producción agrícola y pecuaria, tecnología de alimentos (procesamiento de carne, leche y frutas), buenas prácticas de producción y de proceso (BPA y BPM), logística y comercio exterior.
 - Escasa articulación de la oferta universitaria (ingenieros de alimentos, agrónomos, microbiólogos, entre otros) con las necesidades del sector productivo.

- Generación y/o transferencia de conocimiento y tecnología.

- Falta de difusión de las investigaciones realizadas por el ICA y su aplicación en el sector productivo.
- Escasa investigación aplicada al sector agropecuario por parte de universidades y centros de investigación.
- Ausencia de asistencia técnica y programas de extensión.
- Insuficiente transferencia de conocimiento y tecnología en los subsectores agropecuarios.

B. Marco regulatorio

- Expedición de leyes/ decretos/ reglamentos.

- Falta de información y conocimiento sobre los trámites y requisitos técnicos (sanitarios, fitosanitarios y de inocuidad) de cumplimiento voluntario (normas técnicas) y obligatorio (reglamentos técnicos) requeridos para la exportación de productos.
- Falta de reglamentación sobre trazabilidad y escasos mecanismos para su implementación en las cadenas productivas y empresas.
- Diferencias en los criterios de los funcionarios del INVIMA en las auditorias de inspección a las empresas para el otorgamiento del permiso sanitario o la certificación de buenas prácticas de manufactura.

- Certificaciones de producción, desarrollo, calidad o ambientales.

- Altos costos en la implementación de certificaciones.
- Bajo nivel de asistencia técnica y demoras en los procesos de certificación por parte de las entidades que ofrecen el servicio en la región.
- Insuficiente implementación y certificación de buenas prácticas agrícolas o de manufactura, HACCP, sellos verdes, comercio justo, etc.
- Desconocimiento de la normatividad para implementar los sellos verdes.

- Infraestructura productiva específicamente vinculada con el subsector o producto.

- Insuficiente capacidad de la planta o predio productivo (altos costos de producción).
- Falta de infraestructura y debilidad en manejo poscosecha y/o tratamientos cuarentenarios.
- Escasas plantas de acopio -consolidación-
- Bajo nivel de conocimiento y mejora de los procesos de selección, empaque y embalaje del producto para su transporte y comercialización.
- Falta de especialización logística y aseguramiento de la cadena de frío en los procesos y diferentes eslabones de la producción, distribución y comercialización.

C. Calidad e inocuidad

- Desconocimiento de las normas técnicas y estándares de calidad aplicables a los subsectores agrícolas y pecuarios, así como de los organismos de certificación de la región.
- Desconocimiento y baja aplicación de la normatividad nacional en materia de inocuidad.
- Laboratorios insuficientes para certificar análisis bromatológicos (composición físico-química y nutricional), contenido de metales pesados (plomo, cadmio, mercurio, etc), y residuos químicos (plaguicidas, medicamentos veterinarios, entre otros).
- Poca agregación de valor a los productos (procesamiento, envase, empaque).
- Escaso acompañamiento y asesoría técnica a las empresas para garantizar la calidad, estabilidad y vida útil del producto.
- Insuficiente cumplimiento del etiquetado general y nutricional en los productos.

D. Instrumentos o mecanismos de promoción – financiación

- Dificultad de acceso a créditos
- Insuficiente desarrollo de programas o proyectos de inversión en el sector agropecuario.
- Escaso diseño y establecimiento de líneas de crédito blando para productores y exportadores.
- Bajo nivel de asesoría y acompañamiento en el proceso de solicitud del crédito.
- Falta de instrumentos e incentivos que promuevan las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas.
- Falta de recursos para apoyar procesos de emprendimiento.

- Escasa divulgación de información respecto de las convocatorias para proyectos productivos y financiación

Los intercambios sostenidos sobre las acciones que podrían conducir a la progresiva superación de estas limitantes, suscitaban interrogantes respecto de las posibilidades reales para, entre otros, fortalecer las capacidades productivas de los participantes, incluidos aspectos organizacionales; mejoramiento de estándares y procesos productivos, y la incorporación de tecnologías apropiadas; desarrollo o consolidación de la infraestructura productiva; disposición de información sobre requisitos sanitarios y fitosanitarios de acceso a los países de destino; desarrollo de nuevos instrumentos de promoción y financiación dirigidos al exportador; mayor apoyo a las micro y pequeñas empresas en los procesos de internacionalización; homologación de estándares nacionales con requisitos de acceso; y reducción de trámites aduaneros en puertos y aeropuertos.

(c) Redes

Encadenamientos Productivos: Se debe trabajar de forma mancomunada entre la Alcaldía de Valledupar, la Gobernación del Cesar y organizaciones de productores, en la identificación y articulación a nivel regional de los diferentes eslabones de las cadenas productivas (producción, transformación, transporte, almacenamiento y comercialización) y caracterizar los procesos dentro de cada eslabón para asegurar la inocuidad, trazabilidad y calidad de los productos, como también trabajar en el fortalecimiento de las cadenas a través de la asistencia técnica.

Resulta relevante promover el desarrollo de los servicios externos de apoyo empresarial en los encadenamientos productivos (transporte, insumos, asistencia técnica, créditos, educación, transferencia de tecnología), como también, la focalización y utilización de instrumentos de desarrollo empresarial que incrementen las capacidades productivas, logrando una mayor inserción en las cadenas de abastecimiento y distribución. A partir de la identificación y caracterización de los eslabones de la cadena, se podrá desarrollar

esquemas asociativos por eslabón con enfoque de cadena, con el fin de reducir los intermediarios y generar mayores beneficios para los productores en los procesos de exportación.

Esquemas Asociativos: Existe la necesidad de fortalecer los esquemas asociativos como instrumentos de articulación y desarrollo territorial, a partir de las entidades del orden municipal y departamental, de manera coordinada con las cadenas productivas para abordar problemas que, por su naturaleza, no pueden ser atendidas de manera individual, en ámbitos como: el desarrollo de clústeres agrícolas; la organización de productores/exportadores para incrementar la oferta exportable; el aseguramiento de la cadena de frío; el fortalecimiento de la asistencia técnica directa rural; la adquisición de insumos; la tecnificación de la producción; el desarrollo de marcas colectivas; la implementación de certificaciones; el desarrollo de canales de comercialización y logística de distribución; el impulso a proyectos productivos; y la implementación de nuevas tecnologías para mejorar la producción y comercialización de los productos.

Alianzas Público-Privadas: promover alianzas público-privadas, mecanismo para fomentar la innovación y el desarrollo del sector agrícola/agroindustrial, como una forma de colaboración entre entidades públicas y organizaciones privadas, para compartir recursos, conocimientos, experiencias y riesgos, y lograr mayor eficacia en la producción y el suministro de productos y servicios.

En este sentido, se requiere generar alianzas entre entidades nacionales (MADR, ICA, INVIMA, MinCIT, PTP), departamentales (Gobernación del Cesar) y locales (Alcaldía de Valledupar, Comités departamentales y municipales, Cámara de Comercio, academia,) para impulsar proyectos sobre desarrollo de infraestructura productiva (construcción de distritos de riego, desarrollo de clústeres y parques tecnológicos), promoción de nuevos productos/servicios, entre otros.

Adicionalmente, y con el propósito de preparar a las empresas para el acceso a mercados, se debe desarrollar alianzas entre los gremios de la

producción y las instituciones vinculadas con el comercio exterior como el MCIT, PROCOLOMBIA y BANCOLDEX. Así mismo, es importante desarrollar alianzas entre grupos de productores con instituciones y centros de investigación como: Colciencias, CORPOICA, ICA, SENA, Universidades, Colegios/media técnica, para mejorar los procesos productivos y la inocuidad y calidad de los productos.

3. Recomendaciones

Un primer paso para concretar un plan de acción regional para el sector agropecuario y agroindustrial es la generación de un consenso y un compromiso regional en torno a los productos que, desde una perspectiva de cadenas productivas, serían susceptibles de beneficiarse en mayor medida de las acciones propuestas. En ese sentido, se recomienda revisar la priorización de la apuesta productiva del departamento para focalizar los limitados recursos en unos productos muy bien definidos y lograr los mayores beneficios posibles.

Al respecto, y reconociendo que las acciones deben desarrollarse con enfoque sistémico, tal ejercicio debería iniciar con la evaluación del conocimiento disponible sobre las necesidades y preferencias en los mercados de destino. A partir de ésta se evaluaría, tanto la vocación y la oferta productiva como la destinación y uso de los suelos, y la disponibilidad de tierras para ampliar la frontera agrícola. Sería también necesario revisar, posteriormente, la adecuación de los procesos y prácticas productivas. Ello, con el fin de lograr mayores niveles de productividad, de rentabilidad para los productores y de ajuste de la oferta exportable frente a la demanda.

A partir de la priorización arriba señalada, se procedería a identificar los recursos humanos, institucionales, técnicos y financieros necesarios, a nivel nacional y regional, y las posibles fuentes y mecanismos de promoción o financiación, para garantizar su satisfacción.

Ante las dificultades planteadas por el empresariado del Cesar, el CAAC presenta las siguientes recomendaciones, con el ánimo de contribuir

a su solución y en la expectativa de mejorar la capacidad productiva regional y el consiguiente aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

1. Capital Humano. La propuesta para solucionar las deficiencias existentes en el campo de la formación de capital humano, es la misma que el Centro ha propuesto para otras regiones: una estrategia de apoyo con programas de capacitación integral en fases, de manera que se cubra las solicitudes de los empresarios, arriba enunciadas.

La estrategia de formación integral debe ser desarrollada mediante la articulación de esfuerzos de los diferentes entes gubernamentales involucrados, tales como el Ministerio de Agricultura, el de Educación y el Sena, en asocio con organismos públicos y privados interesados en cubrir las deficiencias en formación de mano de obra calificada y de profesionales expertos en los temas mencionados. Es relevante señalar que actualmente existen facilidades para masificar el conocimiento, con programas virtuales de formación como los del Sena y las Cámaras de Comercio, los cuales en ocasiones no son aprovechados por desconocimiento.

No obstante, es preciso pensar en acciones para que los empresarios aprovechen eficientemente el conocimiento derivado de esta clase de instrumentos. Por ejemplo, como complemento de la formación virtual, la Cámara de Comercio podría organizar talleres presenciales, buscando que los empresarios se apropien del conocimiento y lo apliquen a sus negocios agrícolas.

2. En los temas de calidad, referidos a Laboratorios. El CAAC viene haciendo esfuerzos para que la información sobre laboratorios privados y públicos esté a disposición del empresariado.

3. Asuntos financieros. Para atender las solicitudes de orden financiero, los productores del Cesar deben acercarse más a Bancoldex, entidad que ha puesto en marcha la “Caja de Herramientas” que incluye tanto líneas de crédito en condiciones favorables, como apoyos de orden no financiero. A la vez, BANCOLDEX podría ampliar la información relevante a los empresarios en las cadenas productivas que sean priorizadas por la región.

4. En lo relativo a las cadenas de valor. Es aconsejable identificar y caracterizar aquellas que pueden desarrollarse en el Cesar. A este respecto nos parece importante organizar un trabajo conjunto público-privado, con miras a identificar las propuestas con mayor potencialidad para su desarrollo y tomar las medidas conducentes a llevarlas a la realidad. Esta tarea podría ser liderada por la Comisión Regional de Competitividad con el apoyo de la Cámara de Comercio.

Finalmente, el plan de acción para el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, en el sector agropecuario, debe surgir de la determinación regional de avanzar hacia una meta determinada pero es imperativo que cuente con el decidido apoyo de las autoridades nacionales competentes, incluidas, entre otras, los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, Comercio, Industria y Turismo, Salud y Protección Social, así como sus respectivas entidades adscritas y vinculadas -ICA, INVIMA, CAAC, BANCOLDEX, PROCOLOMBIA y el SENA, por citar algunas.

C. Sector Manufacturas

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con la EAM, la producción de manufacturas en 2012 representó aproximadamente \$136 millones de dólares, equivalente al 29,14% de la producción total de la región. Tal como se observa en la Tabla IV-10, aproximadamente el

90% de la producción manufacturera se encuentra concentrado en el sector químico: fabricación de sustancias químicas básicas como alcoholes grasos industriales (43,01%), ácidos grasos monocarboxílicos (4%) y fabricación de otros productos químicos como explosivos y pólvora (42,25%).

Otras ramas de la producción incluyen la fabricación de otros productos minerales no metálicos como argamasas y hormigón no refractario y tubos de cemento, con una participación del 4,42%, la preparación e hilatura de prendas textiles, con una participación del 4,41% y la fabricación de muebles, con una participación del 1,09%.

En bienes manufacturados, la región exportó \$4,79 millones de dólares en el 2013, 45,27% más que en el año anterior. Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente son el principal producto exportado y representaron en el 2013 el 86,51% de las exportaciones manufactureras del Cesar. Presentaron además un incremento muy significativo entre el 2012 y el 2013, pasando de \$366 mil dólares a \$4,14 millones de dólares. Sin embargo, es importante notar que según la EAM, dicho producto no es producido en la región. Una posibilidad es que la empresa que produce maderas aserradas o desbastadas, aunque provenientes del Cesar, tenga domicilio en otra región.

Los demás productos manufacturados exportados por la región incluyen: ácidos grasos monocarboxílicos industriales, por un total de 426 mil dólares; papeles y cartones del tipo para escribir o imprimir, por un total de \$81 mil dólares; postes y

Descripción	Producción (Miles de Dólares)	Participación %
Fabricación de sustancias químicas básicas	63.999	47,00%
Alcoholes grasos industriales	58.558	43,01%
Ácidos grasos monocarboxílicos industriales; aceites ácidos procedentes de la refinación	5.441	4,00%
Fabricación de otros productos químicos	57.934	42,55%
Explosivos preparados y pólvoras	57.523	42,25%
Fabricación de productos minerales no metálicos ncp	6.013	4,42%
Argamasas y hormigón no refractarios.	4.775	3,51%
Tubos y demás artículos y manufacturas de cemento, hormigón (concreto) o piedra artificial	1.006	0,74%
Preparación e hilatura de fibras textiles	6.008	4,41%
Algodón cardado o peinado, blanqueado o teñido; incluidas las hilachas y desperdicios de algodón excepto la guata de algodón que se incluye en la subclase 27991	6.008	4,41%
Fabricación de muebles	1.478	1,09%
Asientos principalmente, con armazón metálica para comercio y servicios	1.478	1,09%
Subtotal	135.431	99,47%
Productos con una producción inferior a un millón de dólares	728	0,53%
Total	136.159	

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM). Cálculos propios.

Tabla IV-11. Exportaciones principales bienes manufacturados, Cesar

Descripción	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Las demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	366	4.149	1033,80%	11,08%	86,51%
Los demás ácidos grasos monocarboxílicos industriales	-	426	100,00%	0,00%	8,89%
Los demás papeles y cartones de los tipos utilizados para escribir, imprimir u otros fines gráficos, con un contenido total de estas fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico-mecánico superior al 10% en peso del contenido total de fibra	-	81	100,00%	0,00%	1,70%
Postes y vigas de madera	31	43	38,81%	0,95%	0,90%
Cuadernos	-	33	100,00%	0,00%	0,68%
Subtotal	397	4.733	1091,59%	12,03%	98,68%
Productos con exportaciones inferiores a \$30 mil dólares durante 2013	2.904	64	-97,81%	87,97%	1,32%
Total	3.302	4.796	45,27%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

vigas de madera, por un total de \$43 mil dólares; y cuadernos, por un total de \$33 mil dólares. Dichos productos, con excepción de los postes y vigas de madera, no fueron exportados en el 2012.

Respecto a los productos con exportaciones inferiores a \$30 mil dólares, las exportaciones de la región decrecieron casi un 98% entre 2012 y 2013, pasando de \$2,90 millones a 64 mil dólares. Dicha disminución es atribuible, casi en su totalidad, a exportaciones de maquinaria y repuestos para maquinaria de extracción, como topadoras incluso angulares, de orugas, que muy posiblemente en el 2012 fueron re-exportadas a los Estados Unidos y a la Unión Europea (ver Tabla IV-11).

La Tabla IV-12 presenta los principales destinos de las exportaciones del Cesar. Aproximadamente el 89% de las exportaciones –principalmente maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente– están destinadas a países como India (44,50%), China (24,93%), la Unión Europea (10,94%) y

Vietnam (8,79%). Otros destinos incluyen Estados Unidos, con una participación del 4,22% y países vecinos como Venezuela y México, con participaciones de 2,58% y 0,96% respectivamente.

(b) Oportunidades

Según los resultados obtenidos por el CAAC, en el largo plazo, la región podría exportar a los mercados priorizados 5 productos en el sector manufacturero: 5 para la Unión Europea, 3 para República de Corea, y 2 para AELC y Canadá (ver Tabla IV-13).¹⁸

Entre las principales oportunidades de largo plazo se encuentran productos de la industria química como los demás ácidos monocarboxílicos o los alcoholes grasos industriales. Cabe resaltar que dicho sector tiene niveles de producción significativos en la región y potencialmente podría ser priorizado en términos de apuestas productivas. Otros productos con oportunidades incluyen los

Tabla IV-12. Principales destinos de las exportaciones manufacturadas, Cesar

País	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
India	231	2.134	823,34%	7,00%	44,50%
China	-	1.196	100,00%	0,00%	24,93%
Unión Europea	305	524	71,96%	9,24%	10,94%
Viet Nam	-	422	100,00%	0,00%	8,79%
Estados Unidos	2.650	202	-92,36%	80,27%	4,22%
Venezuela	-	144	100,00%	0,00%	3,00%
México	-	124	100,00%	0,00%	2,58%
Aruba	3	46	1357,63%	0,10%	0,96%
Subtotal	3.189	4.792	50,25%	96,60%	99,91%
Países con exportaciones inferiores a \$30 mil dólares durante 2013	112	4	-96,26%	3,40%	0,09%
Total	3.302	4.796	45,27%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

18. Este valor es el número neto de productos. En la Tabla IV-13 dichos productos pueden repetirse en más de un mercado.

Tabla IV-13. Resumen oportunidades sector manufacturas, Cesar

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	0	0	0	0
Mediano	0	0	0	0
Largo	5	2	2	3
Total	5	2	2	3

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade, Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

productos no metálicos como las manufacturas de cemento, de hormigón o de piedra artificial.

Los ácidos grasos monocarboxílicos son una oportunidad para los mercados de la Unión Europea y la República de Corea, que en el 2013 demandaron un total de \$709,11 millones de dólares y \$146,78 millones de dólares respectivamente. Los principales proveedores de dichos productos son países asiáticos como Indonesia, Malasia y Tailandia y en América del Sur, Argentina.

Los alcoholes grasos industriales son una oportunidad para los cuatro mercados priorizados, cuya demanda agregada en el 2013 sumó \$531,39 millones de dólares, de los cuales la Unión Europea representó casi el 69%. Entre los principales proveedores de dicho producto se encuentran países como Malasia, Indonesia, Estados Unidos y Alemania, entre otros.

Por último, las demás manufacturas de cemento, hormigón o piedra artificial, son una oportunidad para la Unión Europea, Canadá y AELC que en el 2013 presentaron niveles de demanda entre \$100 millones y \$130 millones de dólares. Los principales proveedores de dicho mercados fueron países como China, Estados Unidos y Alemania, entre otros (ver Tabla IV-14).

2. Información construida en la Jornada

Los empresarios que participaron en las mesas de manufactura pertenecen a los subsectores de madera y sus manufacturas, metalmecánico y artesanías.

(a) Experiencia

En cuanto a experiencia exportadora, los empresarios asistentes manifestaron haber realizado

envíos exitosos al exterior, de los siguientes productos:

- Tabaco a EEUU y Venezuela;
- Artesanías a EEUU y
- Subproductos derivados del ganado a Japón y Corea.
- También manifestaron haber realizado intentos de exportación no exitosos, como el envío de una cotización de Artesanías a Miami, sin haber obtenido respuesta.

Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas.

Los participantes en el ejercicio identificaron dos líneas de productos con posibilidades de exportación en el corto plazo, dos en el mediano plazo y una en el largo plazo.

Exportables a corto plazo

- Bolsos y Mochilas con montaje en cuero, línea muy apetecida por los turistas.
- Mochilas arahuaco y wayuu, cuya connotación ancestral permite ubicarlas como oportunidad de corto plazo.

Exportables en el mediano plazo

- Materia prima derivada de la sábila. Hay terrenos apropiados para el cultivo de la planta, que se puede aprovechar en el mediano plazo.
- Plantas aromáticas, de producción silvestre en la región.

Exportables en el largo plazo

- Productos de la metalurgia como estantería metálica, considerando que son produc-

Tabla IV-14. Oportunidades largo plazo manufacturas, Cesar

Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	
Los demás ácidos grasos monocarboxílicos industriales	Unión Europea	709.117	Indonesia Malasia Argentina	41,70% 35,56% 6,67%
	Corea, Rep.	146.783	Malasia Tailandia Indonesia	45,10% 25,52% 15,78%
Alcoholes grasos industriales	Unión Europea	365.201	Malasia Estados Unidos Indonesia	23,32% 20,24% 19,33%
	Corea, Rep.	73.701	Malasia Indonesia Filipinas	26,34% 16,84% 15,70%
	Canada	60.846	Estados Unidos Alemania Malasia	82,13% 4,65% 4,56%
	AELC	31.645	Alemania Países Bajos Reino Unido	61,02% 11,69% 11,41%
Las demás manufacturas de cemento, de hormigón o de piedra artificial	Unión Europea	129.742	China Vietnam Estados Unidos	57,18% 18,71% 3,26%
	Canada	119.502	Estados Unidos Israel China	28,43% 20,32% 20,04%
	AELC	102.550	Alemania Austria Suecia	29,70% 16,08% 9,11%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Gomtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios. **Nota:** *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

tos que se pueden producir con calidad y se cuenta con experiencia.

Si bien la experiencia en materia de exportaciones no es amplia, ya se han realizado algunas acciones que vale la pena destacar. Así mismo, es del caso considerar las propuestas de mediano y largo plazo, para definir cómo impulsar los procesos respectivos.

(b) Obstáculos y limitantes

Las limitantes identificadas por los participantes en el ejercicio se agrupan en los siguientes subtemas:

Capital Humano

En el área profesional, los participantes en el ejercicio destacaron que la región requiere la formación de:

- Ingenieros civiles,
- tecnólogos químicos, (los ubican en la categoría profesional).
- formación gerencial de empresarios.

En el área técnica se denotó la falta de:

- Mecánicos industriales,
- Mecánicos diésel.
- Expertos en soldadura.

Por otra parte, los empresarios destacaron la importancia de promover la vinculación entre universidades y empresas para conjugar la teoría con la experiencia.

Los empresarios no presentaron preocupaciones relacionadas con la calidad de los productos ni con asuntos de promoción o financieros.

(c) Redes

En este punto, se consideró conveniente impulsar las siguientes actividades:

- Crear un clúster en el campo artesanal.
- Clúster Metal mecánico.
- Creación de un centro de tecnología en metal-mecánica.
- Fortalecer un clúster en el sector de maderas.
- Clúster de confecciones.

3. Recomendaciones

Analizadas las inquietudes presentadas por los empresarios de Valledupar, encontramos pertinente plantear algunas recomendaciones, con el ánimo de contribuir a la solución de las dificultades que enfrentan para desarrollar adecuadamente la gestión exportadora.

Las falencias relacionadas con la formación de capital humano, deberían incluirse en un abanico general de necesidades de capacitación existentes en varias zonas del país y ser atendidas mediante una estrategia de apoyo con programas de capacitación integral en fases, para cubrir las diferentes solicitudes empresariales. Dicha es-

trategia deberá desarrollarse con el concurso de los diferentes entes gubernamentales involucrados en la materia, tales como los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y Educación con el Sena en asocio de organismos públicos y privados interesados en cubrir las deficiencias en formación de mano de obra calificada y de profesionales expertos en los temas mencionados.

Es importante examinar las propuestas de creación de redes productivas y competitividad; este interés debe concretarse y desarrollarse en un esfuerzo que podría ser liderado por la Comisión Regional de Competitividad, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Valledupar y el Viceministerio de Desarrollo Empresarial.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La región hoy y hacia el futuro en producción, exportaciones y apuestas productivas

Una revisión de la composición del PIB de Cesar, muestra la muy alta participación del sector minero (44,31% del total); esto, a su vez, se ve reflejado, de manera abrumadora, en las exportaciones de la región pues, de un total de US3.688 millones exportados en el 2.013, el 95,5% corresponde a productos mineros, básicamente carbón. Aquí se presenta un primer gran desafío, consistente en examinar alternativas para invertir los recursos derivados de este recurso no-renovable, en la ampliación de la base productiva regional.

De otro lado, los servicios pesan un 26,8 % del PIB, entre transables y no transables. Si bien no se observa que los servicios tengan igual relevancia entre los subsectores que ya exportan, la región comienza a hacer esfuerzos para concretar su potencial exportador en este frente, al incluir entre sus apuestas productivas con posibilidades exportadoras, el turismo.

Las oportunidades identificadas por el CAAC y presentadas al empresariado durante las jornadas regionales, incluyen productos específicos como: turismo cultural y de folclor, y de aventura y naturaleza. El primero se basa en el Festival de la Leyenda Vallenata y el segundo en los importantes escenarios naturales que posee el departamento. Adicionalmente, en las mesas de trabajo los empresarios mencionaron turismo étnico, gastronómico y musical como otras posibilidades. Los productos sugeridos por los empresarios requieren diseño y desarrollo, y eventualmente infraestructura para atender la demanda en los mercados estudiados.

Otro aspecto relevante en la composición del PIB del Cesar es la importancia relativa de la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y agroindustria, con un 10,7% del total. Las actividades agrícolas están relativamente concentradas: dentro de los cultivos permanentes predominan la palma de aceite (44,28%), la yuca (22,09%), el plátano (5,36%), el aguacate (4,5%), el café (4,29%), y la naranja (4,14%), para un total de 84,65% de todos los permanentes; entre los cultivos transitorios sobresalen el arroz (43,44%), el maíz (28,14%), la ahuyama (9,10%) y la patilla (4,15%) que juntos suman el 84,83% de los transitorios. Dentro de la agroindustria, que está relativamente concentrada, se destacan la transformación de frutas, hortalizas, aceites y grasas, con 71,84% del total y la elaboración de productos lácteos, con 21,27%. En conjunto, estas dos cadenas representan más del 93% del total agroindustrial, hecho que refleja otro problema relacionado con la estrechez de la base productiva. La ganadería tiene un espacio significativo dentro del sector agropecuario del Cesar, departamento que a su vez ocupa el 5º lugar a nivel nacional con un 6,36% de la producción del país. La situación productiva hasta aquí descrita no se ve bien reflejada en las exportaciones: ellas están concentradas en tres productos cuyas ventas externas representan el 94% de lo exportado por el sector. Esos productos son: los bovinos vivos, la carne de bovino fresca o refrigerada y la carne de bovino congelada. En el 2.013 la exportación de bovinos vivos mostró una caída muy significativa del 19% en los valores exportados frente al 2.012. A su vez, las exportaciones de carne de bovino fresca y congelada tuvieron incrementos muy significativos de 5007% y 30% en el mismo periodo. Esto demuestra la necesidad de migrar hacia productos con mayor valor agregado. Las exportaciones del sector se dirige-

ron a solo 10 mercados en el 2.013; sin embargo, las ventas al primero de ellos, Venezuela, concentran el 94,20% del total y decrecieron un 12,09% en el 2.013. Esto muestra otro problema, cual es la excesiva concentración en cuanto a los destinos de las exportaciones.

A partir de la demanda en los mercados estudiados, las principales oportunidades identificadas por el CAAC para la región en este sector se agrupan en torno a la carne de bovino congelada, frutas – particularmente melones, sandías y papayas-, café en todas sus presentaciones, y aceite de palma en bruto. Al respecto conviene subrayar las recomendaciones que se relacionan con la agregación de valor y la sofisticación de la oferta, en términos de certificación de procesos, calidades, gestión ambiental u origen, desarrollo de marcas colectivas o denominaciones de origen, entre otros. Además de los principales productos identificados por el CAAC como oportunidades para la región, en las mesas de trabajo, los empresarios asistentes identificaron productos adicionales como: Estevia, fertilizante orgánico, ñame y malanga; procesados cárnicos y productos lácteos (suero y queso costeño, yogurt y helados). Estos pueden requerir ajustes en procesos productivos, certificaciones, desarrollo de productos o mercados. Varios de los productos propuestos por los empresarios se enfocan hacia la línea de productos naturales, un segmento con demanda creciente.

En contraste con los demás sectores mencionados, el manufacturero aporta solamente un 1, 23% al producto regional, una cifra mínima. En el sector sobresale la industria química (90% del total), con la fabricación de alcoholes industriales, ácidos grasos, explosivos y pólvora. Además están la fabricación de productos no metálicos como argamasas, hormigón no refractario y tubos de cemento (4,42%), textiles y prendas de vestir (4,41%) y muebles (1,09%). Al mirar las exportaciones del sector hay, en general, una baja correspondencia entre lo producido y lo exportado, y se nota, además, una alta concentración en pocos productos. Entre los principales productos exportados están las maderas aserradas o desbastadas y los demás ácidos industriales, que juntas representan un 95% de las ventas totales de Cesar al mundo. De otro lado, aunque se exporta a más de 10 mercados, se nota

una alta concentración en los países de destino, particularmente India, China, la UE y Vietnam que concentran el 89% de las ventas, principalmente maderas.

Las apuestas productivas regionales se dirigen a productos de la petroquímica y plásticos, de la cadena forestal y de madera. Dado que, en general, estos subsectores tienen una amplia cobertura, es necesario hacer un esfuerzo por focalizar las apuestas productivas de Cesar hacia productos mucho más específicos y bien definidos, en particular porque esas apuestas no necesariamente concuerdan con las capacidades productivas de la región en la actualidad.

Las oportunidades identificadas por el CAAC se refieren a productos que tienen una demanda identificada: los demás ácidos grasos monocarboxílicos industriales, los alcoholes grasos industriales y las demás manufacturas de cemento, hormigón o piedra artificial. En las mesas de trabajo los empresarios asistentes indicaron como productos con potencial, bolsos y mochilas con montaje en cuero o de estilo wayuu y arhuaco, derivados de la sabila y plantas aromáticas, y productos de la metalurgia como estanterías metálicas. Los rubros que no figuran dentro de las oportunidades identificadas por el CAAC, requieren un análisis profundo a partir de la demanda específica en los mercados priorizados más lo que la región está en capacidad de producir.

Los actores institucionales y el tejido empresarial en la región

Cesar cuenta con una Cámara de Comercio cuya capacidad de convocatoria y la posibilidad de promover temas de internacionalización se ven limitadas. No parece haber en la región otras instituciones similares que agrupen empresarios de manera importante, con fines exportadores.

Por el lado de las entidades gubernamentales regionales o locales, se sabe de la existencia de algunos esfuerzos para impulsar actividades o productos específicos con potencial exportador. Sin embargo, no se conoce una estrategia integrada o un plan regional único para promover la actividad exportadora o la generación de oferta exportable,

con visión de largo plazo. Sería útil que la Comisión Regional de Competitividad ayudara a integrar y cohesionar las iniciativas en ese sentido.

De otro lado, se vio poco conocimiento y experiencia acerca de la actividad exportadora o las oportunidades de acceder a los mercados internacionales, entre los empresarios asistentes. Hace falta ampliar el conocimiento entre los empresarios acerca de los beneficios concretos de los acuerdos comerciales y las posibilidades de exportar, así como de los requisitos que deben cumplir sus productos en los mercados internacionales. A ello hay que sumar evidencias de debilidad empresarial relacionada con falta de capacidad de las unidades productivas.

La región frente a los mercados internacionales y los acuerdos comerciales

De la revisión realizada, no es evidente la existencia de una estrategia integrada desde la región hacia la internacionalización de su sector productivo y el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales. Sin embargo, hay algunos esfuerzos paralelos que se vienen realizando. Cesar tiene además varios desafíos: la región cuenta con una base productiva relativamente estrecha y poco diversificada; hay una limitada experiencia exportadora; se tiene una baja correspondencia entre lo que la región produce y exporta; las apuestas productivas reflejan solo en pequeña parte el acervo productivo y las oportunidades exportadoras.

A la luz de lo anterior, es importante focalizar mucho más las apuestas productivas de la región, para reflejar fortalezas productivas y la demanda existente en los mercados bajo análisis.

Oportunidades, condiciones para su aprovechamiento y actores relevantes

Como ya se señaló en las secciones pertinentes, el CAAC realizó una identificación detallada de oportunidades para la región, en el sector de servicios, el manufacturero y el agrícola y agroindustrial. Ello se hizo a partir de la demanda existente en los mercados priorizados con los cuales Colombia ya tie-

ne acuerdos comerciales suscritos, y tomando en consideración los productos que la región produce, exporta o a los cuales apuesta. Las oportunidades fueron complementadas con los aportes de los empresarios asistentes a la jornada regional convocada en Valledupar.

La identificación de las oportunidades es sólo un primer paso en el caso del Cesar. Sin embargo, se requiere generar una correspondencia mucho mayor entre lo que la región produce, exporta y a lo que apuesta. Además, hay que desarrollar etapas adicionales para asegurar que la región avance aún más para aprovechar los acuerdos comerciales y la internacionalización. Para ello se requiere fortalecer las condiciones para los empresarios, con la participación de todos los actores y con objetivos de largo plazo.

Un elemento esencial es el trabajo con clústeres o encadenamientos para desarrollar oportunidades encontradas, alineando la identificación hecha por el CAAC con las sugerencias de los empresarios, las apuestas regionales y las fortalezas productivas. Ello requiere profundizar en el conocimiento de los empresarios relevantes, su organización y la definición de objetivos comunes, en torno a la exportación, con visión de largo plazo. En los subsectores del agro, especialmente, hay que hacer énfasis en la agregación de valor y diferenciación de producto. También conviene diversificar los mercados, evitando la alta dependencia en algunos y en particular los que tienen un comportamiento irregular. Tarea central es el diseño y cumplimiento de hojas de ruta para la internacionalización de los clústeres, subsectores o cadenas productivas, tomando en consideración las limitaciones y barreras ya identificadas, y fijando metas claras para su superación y remoción.

Adicionalmente, es necesario fortalecer más la capacidad empresarial, el mejoramiento del conocimiento frente a posibilidades exportadoras, trámites de exportación, estándares de calidad y cumplimiento de normas sanitarias en cada área.

En la superación de las barreras arriba mencionadas juegan un papel fundamental las entidades regionales como la Cámara de Comercio, los gremios y asociaciones, la academia, los gobiernos

regional y locales, acompañados por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y Agricultura y Desarrollo Rural, el ICA, el INVIMA, el SENA, Bancoldex y Procolombia, entre otros. La Comisión Regional de Competitividad está llamada a cumplir una función fundamental de aglutinador de los empresarios, las entidades gubernamentales regionales y locales, y la academia, y debe convertirse en un veedor del proceso de desarrollo de los clústeres o cadenas productivas, y de los avances para aprovechar las oportunidades derivadas de los acuerdos.

Cesar enfrenta hoy retos enormes para avanzar hacia la internacionalización de su economía. Ello requiere un trabajo más estrecho y coordinado entre los actores locales, regionales y nacionales, privados y públicos, con criterio de subsector, clúster o cadena, y con visión de largo plazo. A partir de un compromiso con la internacionalización y profundizando y unificando el trabajo en distintos frentes, el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales podría abrir una nueva era de crecimiento y desarrollo para los cesarenses.

METODOLOGÍA OPORTUNIDADES - BIENES

Periodo de referencia: 2007-2012

DEMANDA



- Importaciones >0 todos los años
- Importaciones constantes o crecientes
 - Pendiente importaciones >=0 en los últimos 6 años
 - Si es negativa, ajuste por crecimiento importaciones >0 en los últimos tres años para controlar por la crisis.
- En mediano y largo plazo debe tener un promedio anual >= \$25 millones de dólares

OFERTA



AGRICULTURA / AGROINDUSTRIA

CORTO PLAZO (1-3 años):

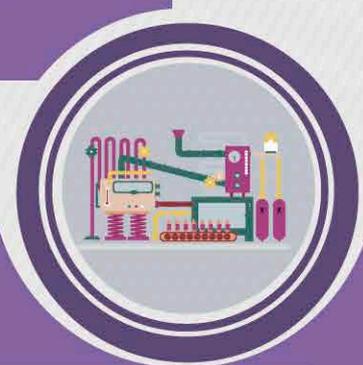
- Exportaciones Cesar al Mercado >=\$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales >=\$100 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Exportaciones Cesar al mundo >=\$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales (al mercado priorizado o al mundo) >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales >=\$100 mil dólares

LARGO PLAZO (+5 años)

- Pese a que Cesar no exporta existen volúmenes estimados de producción
- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región



MANUFACTURA

CORTO PLAZO (1-3 años):

- Exportaciones Cesar al mercado >=\$1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales >0 todos los años
- Promedio anual exportaciones nacionales de acuerdo al tamaño del mercado priorizado:
 - Unión Europea >= \$150 mil dólares
 - Canadá, República de Corea y AELC >= \$50 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Exportaciones Cesar al mundo >= 0 en el 2012
- Exportaciones nacionales (al mercado priorizado o al mundo) >0 todos los años y con un promedio anual (mayor a \$2,5 millones de dólares)
- Existe producción nacional (>=\$25 millones de dólares) e inventarios todos los años

LARGO PLAZO (+5 años)

- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región
- En caso que Colombia no exporte, producción promedio anual >\$ 25 millones de dólares



ANEXO B: Oportunidades Cesar

AGRICULTURA Y AGROINDUSTRIA

Tabla Anexa B-1. Oportunidades Mediano Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Cesar

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
020230	Carne de bovinos deshuesada, congelada		x		x
080719	Melones: los demás melones, sandías, papayas, frescos		x	x	x

Tabla Anexa B-2. Oportunidades Largo Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Cesar

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
020110	Carne de bovinos en canales o medios canales, fresca o refrigerada	x		x	
020120	Carne de bovinos en trozos sin deshuesar, fresca o refrigerada	x	x	x	x
020130	Carne de bovinos deshuesada, fresca o refrigerada		x	x	x
020210	Carne de bovinos en canales o medios canales, congelada	x			
020220	Carne de bovinos en trozos sin deshuesar, congelada			x	x
020610	Despojos comestibles de animales de la especie bovina, frescos o refrigerados	x			x
020622	Hígados de bovinos, congelados	x	x		
020629	Despojos comestibles diferentes a hígados y lenguas de bovinos, congelados	x	x		x
021020	Carne de bovinos salada o en salmuera, seca o ahumada	x	x		
040110	Leche y nata, sin concentrar ni edulcorar, con un contenido materia gr	x			
040120	Leche y nata, sin concentrar ni edulcorar con un cont. sup.1% e inferi		x	x	x
040140	Leche y nata con un contenido de materias grasas > 6% pero <= edulcorante 10%	x	x	x	x
040150	Leche y nata con un contenido en peso de > 10%	x	x	x	x
040210	Leche en polvo, granulos u otras formas, materia grasa inferior o igua		x		x
040221	Leche en polvo, sin azucarar ni edulcorar de otro modo.	x		x	x
040229	Las demas leches	x			
040291	Las demas leches sin azucarar ni edulcorar de otro modo	x			
040299	Las demas leches y natas concentradas azucadas o edulcoradas.	x		x	x
040310	Yogur, incluso concentrado, azucarado aromatizado, con fruta o cacao.	x	x	x	x
040390	Suero mantequilla, leche y nata cuajadas, kefir y demas leches y natas	x		x	
040410	Lactosuero, incluso concentrado, azucarado o edulcorado de otro modo.	x	x	x	x
040490	Los demas productos de componentes naturales de la leche, incluso azuc	x	x	x	x
040510	Mantequilla	x	x		x
040520	Pastas lacteas para untar	x			x
040590	Las demás materias grasas de la leche, pastas lacteas para untar			x	x
040610	Quesos frescos (incluido el de lactosuero) sin fermentar y requesón	x	x	x	x
040620	Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo.	x	x	x	x
040630	Queso fundido, excepto el rallado en polvo.	x		x	x
040690	Los demás quesos diferentes al queso fresco, fundido, rallado o en polvo, queso de pasta azul y que presenten vetas por penicillium roqueforti	x	x	x	x
050400	Tripas, vejigas y estomagos de animales, excepto los de pescado, enter	x	x	x	x
051110	Semen de bovino.	x	x	x	x
060110	Bulbos, cebollas,tuberculos, raices tuberosas, garras y rizomas, en re				x
060120	Bulbos, cebollas, etc. en vegetacion o en flor; plantas y raices achic	x		x	x
070200	Tomates frescos o refrigerados	x	x	x	
070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados		x		x
070820	Alubias, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas	x	x	x	
070890	Las demas legumbres, incluso desvainadas, frescas o refrigeradas.	x	x		
070993	Calabazas frescas o refrigeradas, la calabaza y calabazas		x	x	x
071022	Alubias, incluso desvainadas, cocidas, congeladas.	x			
071029	Otras legumbres desvainadas, cocidas, congeladas.		x	x	x
071080	Las demás legumbres y hortalizas	x	x		x
071090	Mezclas de hortalizas y/o legumbres		x		x
071220	Cebollas, incluso en trozos o rodajas, sin otra preparacion, secas.	x			
071331	Alubias especies vigna mungo hepper	x	x	x	x
071333	Alubia común (frijol), seca desvainada	x	x	x	x
071334	Judias secas y peladas, aunque estén mondadas o partidas	x			
071339	Las demas alubias, secas desvainadas	x	x	x	x
080440	Paltas (aguacates)	x	x	x	x
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	x	x	x	x
080510	Naranjas frescas		x		x
080550	Limonos y limas, frescos o secos.		x	x	x
080711	Sandías frescas	x	x	x	x
080720	Papayas frescas		x	x	
081090	Otros frutos frescos: passifloras, tomate de árbol, feijoas, curuba y otros	x	x	x	x
081190	Otras frutas congeladas: mango, maracuyá, guanábana, papaya y los demás	x	x	x	x
081340	Los demás frutos secos	x	x		x
081350	Mezclas de frutas secas o de frutos de cascara de este capitulo.			x	x
081400	Cortezas de agríos, de melones y de sandias, frescas, congeladas, pres	x	x	x	x
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	x	x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-2. Oportunidades Largo Plazo Agropecuario - Agroindustrial, Cesar

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
090112	Café sin tostar, descafeinado		x	x	x
090121	Café tostado sin descafeinar	x	x	x	x
090122	Café tostado descafeinado	x	x	x	x
090190	Los demas cafes y sucedaneos	x	x	x	
120710	Nuez y almendra de palma, incluso quebrantadas.	x	x		
120799	Las demas semillas incluso quebrantados.	x	x	x	x
130219	Jugos y extractos vegetales (de frijoles, habas, soya y otros)	x	x		x
150110	Manteca de cerdo	x	x		
150120	Las demás grasas de cerdo	x	x		
150210	Sebo	x	x		
150290	Grasa de animales de las especies bovina, ovina o caprina	x	x		
150300	Estearina solar, aceite de manteca de cerdo, oleostearina, oleomargar	x		x	x
150420	Aceites y grasas de pescado y sus fracciones, excepto los aceites de h	x	x	x	x
151110	Aceite de palma, en bruto	x		x	x
151190	Los demas aceites de palma y sus fracciones.		x		x
151321	Aceites de palmiste o de babasu y sus fracciones, en bruto.	x	x	x	
151329	Los demas aceites de palmiste o de babasu, y sus fracciones	x		x	x
151530	Aceite de ricino y sus fracciones	x	x		x
151550	Aceite de sesamo (ajonjolí) y sus fracciones	x	x	x	x
151620	Grasas y aceites vegetales, y sus fracciones.	x	x	x	x
151800	Grasas y aceites de animales o vegetales y sus fracciones, cocidos, ox	x	x	x	x
152000	Glicerol en bruto; aguas y lejas glicerinosas.	x		x	
160100	Embutidos y productos similares, de carne, de despojos o de sangre; pr	x	x	x	x
160250	Preparaciones y conservas, de la especie bovina.		x	x	x
160290	Las demas preparaciones y conservas de carne, de despojos o de sangre				x
170211	Lactosa y jarabe de lactosa con un contenido de lactosa superior o igu		x	x	x
170219	Los demas azucares, incluidas la lactosa, maltosa, glucosa y fructuosa		x		x
190190	Las demás preparaciones alimenticias como extracto de malta y manjar blanco o dulce de leche		x	x	
200110	Pepinos y pepinillos, preparados o conservados en vinagre o en acido a		x		
200210	Tomates entero o en trozos, preparados o conservados.	x	x	x	x
200290	Los demas tomates preparados o conservados	x	x		x
200490	Las demás legumbres u hortalizas preparadas en conserva y las mezclas de hortalizas y/o legumbres excepto de papas	x	x	x	x
200510	Legumbres u hortalizas homogeneizadas, preparadas o conservadas, sin c			x	
200551	Alubias desvainadas, preparadas o conservadas, excepto en vinagre, sin	x	x	x	x
200559	Las demas alubias desvainadas, preparadas o conservadas, excepto en vi	x	x		x
200591	Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin		x	x	x
200599	Las demás hortalizas preparadas o conservadas como (excepto en vinagre o en ácido acético) alcachofas o pimiento piquillo sin congelar	x	x	x	x
200600	Frutos cortezas de frutas y demas partes de plantas, confitados con az	x	x	x	
200710	Preparaciones homogeneizadas, obtenidos por coccion, incluso azucarado	x		x	x
200791	Preparaciones homogenizadas de agrios, incluso azucarados o edulcorado			x	x
200799	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas de piñas y demás frutas	x	x	x	x
200830	Cítricos preparados o conservados, incluso azucarado o edulcorados o con alcohol	x	x	x	x
200891	Palmitos, preparados o conservados o con alcohol.		x		
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar: papayas, mangos y las demás	x	x	x	x
200911	Jugo de naranja, congelado, sin fermentar y sin alcohol.	x			x
200949	Jugo de piña ananá, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u	x		x	x
200950	Jugo de tomates			x	
200979	Jugo de manzana, sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. con adición de azúcar u otr		x		x
200989	Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: mango, maracuyá, guanábana, papaya, hortaliza y los demás	x	x		x
210111	Extractos, esencias y concentrados a base de café	x	x	x	x
210112	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de café		x	x	
210320	Salsa de tomate	x	x	x	x
210500	Helados y productos similares, incluso con cacao	x	x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

MANUFACTURAS

Tabla Anexa B-3. Oportunidades Largo Plazo Manufacturas, Cesar

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
382311	Acido estearico	x			x
382312	Acido oleico	x			
382319	Los demas acidos grasos monocarboxilicos industriales	x			x
382370	Alcoholes grasos industriales.	x	x	x	x
681099	Las demas manufacturas de cemento, de hormigon o de piedra artificial	x	x	x	

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

© Procolombia

Todos los derechos reservados
Calle 28 N. 13 A-15, Pisos 35-36
Bogotá-Colombia
PBX: +571 5600100
www.proexport.com.co

Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales-CAAC
Calle 72 N. 7-64 Piso 7
Bogotá-Colombia
Teléfono: (1) 3459709 - 3459671
www.mincit.gov.co/caac
info@acuerdoscomerciales.com



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN