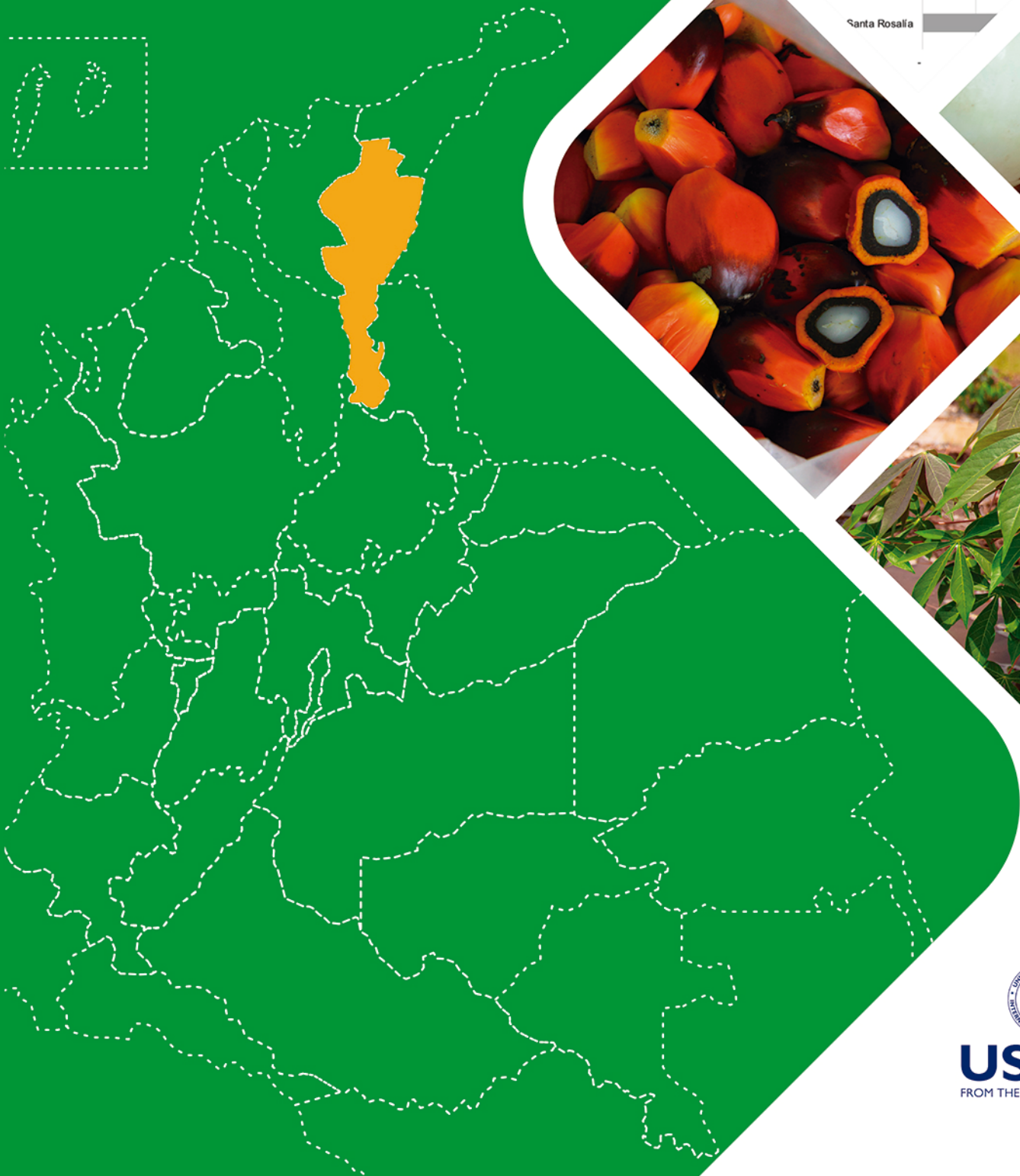


Priorización de alternativas productivas agropecuarias y análisis de mercados del Departamento de Cesar



UPRA



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

SEÑORES:



Programa de Tierras
& Desarrollo Rural
Terra Tech AID - Contributa para USAID
USAID Contrato No AID-DAA-11-2-0003

“ASISTENCIA TÉCNICA PARA REALIZAR LA EVALUACIÓN DE TIERRAS A ESCALA 1-100.000 COMO INSUMO FUNDAMENTAL PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE ORDENAMIENTO PRODUCTIVO Y SOCIAL DE LA PROPIEDAD RURAL, ASÍ COMO LA REALIZACIÓN DEL ANÁLISIS HIDROLÓGICO QUE DETERMINE OFERTA, DEMANDA Y CALIDAD DE AGUA QUE PERMITA GENERAR SOLUCIONES DE IRRIGACIÓN PARA ZONAS Y SECTORES PRODUCTIVOS ESTRATÉGICOS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR.”

PRODUCTO 2. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE APUESTAS PRODUCTIVAS A PATIR DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR

ENERO 18 DE 2017



CALLE 106 # 59-21 – PBX: (57 – 1) 2265544
BOGOTÁ D.C. / COLOMBIA

CALLE MESONES MURO 297, PISO 3
SAN MIGUEL, LIMA 32 – PERÚ

WWW.CPAINGENIERIA.COM



TABLA DE CONTENIDO

PRODUCTO 2. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE APUESTAS PRODUCTIVAS A PATIR DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR	1
2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA AGROPECUARIA INTERNA.....	2
2.1.1. Identificación de la oferta agropecuaria del territorio en estudio para las especies agrícolas	4
2.1.2. Identificación de la oferta de especies pecuarias en el territorio en estudio	18
2.1.3. Selección de los productos agropecuarios de importancia económica	24
2.1.4. Tendencia de la oferta territorial de los productos seleccionados	25
2.1.5. Participación de los productos seleccionados en el contexto nacional.....	28
2.1.6. Inclusión de otros productos promisorios y de interés de la política vigente	30
2.1.7. Caracterización cualitativa de los productos seleccionados	37
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNA	38
2.2.1. Identificación de los mercados de destino	38
2.2.1.1. Palma de aceite	39
2.2.1.2. Maíz.....	41
2.2.1.3. Arroz	44
2.2.1.4. Café	47
2.2.1.5. Yuca	49
2.2.1.6. Caña Panelera.....	50
2.2.1.7. Algodón.....	51
2.2.1.8. Cacao	52
2.2.2. Apuestas Productivas.....	54
2.2.2.1. Mango.....	55
2.2.2.2. Agrosistemas: Plátano – Aguacate – Maderables - Cacao.....	56
2.2.2.3. Apicultura.....	57
2.2.3. Análisis de la tendencia de los precios internos	57
2.2.4. Precio del cacao	59
2.2.5. Identificación de agentes e infraestructura para la comercialización	59
2.2.5.1. Palma de aceite	59
2.2.5.2. Maíz.....	63
2.2.5.3. Arroz	65
2.2.5.4. Café.....	67
2.2.5.5. Yuca	70

2.2.5.6.	Caña panelera	71
2.2.5.7.	Algodón.....	71
2.2.5.8.	Cacao	73
2.2.6.	Apuestas productivas	75
2.2.6.1.	Mango.....	75
2.2.6.2.	Agrosistemas: Plátano – Aguacate – Maderables – Cacao	77
2.2.6.3.	Apicultura.....	77
2.2.7.	Valoración de los agentes que intervienen en la comercialización.....	78
2.2.8.	Evolución del consumo aparente nacional	80
2.3.	REVISIÓN DE LA TENDENCIA DEL MERCADO EXTERNO	82
2.3.1.	Comportamiento de las exportaciones mundiales	82
2.3.2.	Identificación de opciones en el mercado internacional	83
2.3.2.1.	Palma.....	83
2.3.2.2.	Cacao	84
2.3.2.3.	Mango, Papaya y Aguacate.....	85
2.4.	PRIORIZACIÓN FINAL DE LAS ALTERNATIVAS PRODUCTIVAS.....	86
2.4.1.	Consolidación de las ponderaciones de las variables analizadas	86
2.5.	BIBLIOGRAFÍA.....	90

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Área cosechada en el departamento del cesar 2010 – 2014	5
Tabla 2. Producción agrícola. Departamento del cesar 2010 - 2014	8
Tabla 3. Inventario de ganado vacuno por orientación	18
Tabla 4. Crecimiento de los inventarios vacunos 2001 – 2015	20
Tabla 5. Leche captada por la industria al sector primario departamentos de la región 2	23
Tabla 6. Productos seleccionados para el departamento del cesar	24
Tabla 7. Ponderación según el crecimiento del área de los cultivos seleccionados	25
Tabla 8. Clasificación según el crecimiento en áreas cosechadas	26
Tabla 9. Ponderación según el crecimiento de la producción de los cultivos seleccionados	27
Tabla 10. Clasificación según el crecimiento en producción.....	27
Tabla 11. Participación de los productos seleccionado a nivel nacional	28
Tabla 12. Clasificación según el rendimiento comparado a nivel nacional	29
Tabla 13. Alimentos prioritarios en el plan nacional de seguridad alimentaria y nutricional	30
Tabla 14. Área en pastos, rastrojo, agrícola e infraestructura agropecuaria para el total en el área rural dispersa censada 2014.....	34
Tabla 15. Mercados de destino de la palma de aceite	40
Tabla 16. Mercados de destino del maíz amarillo.....	43
Tabla 17. Mercados de destino del arroz.....	46
Tabla 18. Mercados de destino del café	48
Tabla 19. Mercados de destino de la caña panelera - panela.....	51
Tabla 20. Mercados de destino del algodón	52
Tabla 21. Mercados de destino del cacao	53
Tabla 22 mercados de destino del mango	55
Tabla 23. Calculo de los precios internos	57
Tabla 24. Plantas extractoras de aceite de palma en el cesar	61
Tabla 25. Ponderación de agentes e infraestructura para la comercialización	78
Tabla 26. Criterios de ponderación para el consumo aparente.....	80
Tabla 27. Variaciones en el consumo aparente – productos seleccionados.....	80
Tabla 28. Análisis del comportamiento de las demandas globales 2010 - 2014.....	82
Tabla 29. Priorización de los cultivos según el puntaje total de las variables analizadas	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Área cosechada en el departamento del cesar 2010 - 2014.....	7
Figura 2. Comparación del comportamiento pib total – pib agrícola - pib explotación de minerales departamento del cesar 2010 - 2014	11
Figura 3. Producción agrícola obtenida en el departamento del cesar 2010 - 2014	12
Figura 4. Convergencia económica en los municipios del cesar 2010 – 2014.....	13
Figura 5. Convergencia económica de los principales municipios productores agrícolas el cesar 2010 - 2014.....	15
Figura 6. Municipios del departamento del cesar, importancia en el pib departamental 2014	17
Figura 7. Comparativo inventario vacuno región 2.....	20
Figura 8. Inventario de ganado por orientación – doble propósito	21
Figura 9. Inventario de ganado por orientación – total carne	22
Figura 10. Inventario de ganado por orientación - leche.....	23
Figura 11. Participación departamental en uso de la tierra.....	36
Figura 12. Comparativo departamental uso del suelo.....	36
Figura 13. Cadena de comercialización de palma de aceite en el departamento del cesar.....	62
Figura 14. Cadena de comercialización del maíz en el departamento del cesar	64
Figura 15. Cadena de comercialización del arroz en el departamento del cesar	66
Figura 16. Cadena de comercialización del café en el departamento del cesar	69
Figura 17. Cadena de comercialización del algodón	73
Figura 18. Cadena de comercialización del cacao en el departamento del cesar	75
Figura 19. Cadena de comercialización del mango en el departamento del cesar	76

PRODUCTO 2. IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE APUESTAS PRODUCTIVAS A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR

“Ni el país, ni los territorios podrán ser exitosos si le apuestan a todo.

Es necesario definir las apuestas productivas para focalizar esfuerzos y abordar los cuellos de botella que limitan la productividad” (UPRA, 2015)

El proceso de planificación territorial, que busca lograr el desarrollo de una región, debe responder a la acción coordinada de las diferentes instituciones que actúan en el territorio, teniendo como referencia un modelo de crecimiento que permita servir de guía en la ejecución, de las acciones, que han de realizarse.

El Departamento del Cesar, ha realizado un ejercicio de planificación regional y lo ha plasmado, en el plan de gobierno departamental: *“El Camino del desarrollo y la paz 2016 – 2019”*, en el cual se encuentran consignadas las principales apuestas productivas y económicas de las organizaciones departamentales, coordinadas con las políticas transversales del Gobierno nacional.

El presente documento, procura constituirse en una guía, que sirva para lograr el ordenamiento productivo del departamento, como complemento al proceso realizado por parte de la gobernación y las instituciones departamentales, el cual se debe adoptar como una apuesta en el largo plazo.

Este instrumento consta de cuatro partes, en la primera se establece la oferta productiva del departamento; en la segunda, la demanda y sus diferentes actores; en la tercera se estudian las tendencias del mercado y en la última parte se presentan los resultados de la priorización de productos agropecuarios ofertados en el territorio, el ejercicio se desarrolla con la metodología propuesta en la Guía No.1, para priorizar las alternativas productivas a partir del análisis de la oferta y demanda del mercado, desarrollada por la Unidad de Planificación Rural (UPRA).

2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA AGROPECUARIA INTERNA

Como primer paso, para determinar cómo está compuesto el uso del territorio del departamento, se hace una revisión teórica de los posibles modelos de desarrollo regional que existen, y bajo el cual se podría utilizar la aplicación metodológica y las metas que se pretenden lograr en el diseño del presente ejercicio.

Existen varias teorías en donde se establecen las vías para lograr el desarrollo de un territorio, dentro de las más destacadas se cuentan las de carácter económico. Esta visión incluye dos perspectivas; la primera hace referencia al desarrollo "desde afuera" o exógeno y la segunda, considera que el análisis de factores internos y su dinamización, son las que puede lograr el crecimiento, esta es la visión del desarrollo endógeno.

Dentro de la perspectiva de desarrollo endógeno, el análisis de las capacidades territoriales, el uso del suelo y factores productivos son los encargados de la producción de los bienes y servicios para el territorio.

Entonces, (Stohr B, 1972) denota los siguientes factores como los principales para definir el proceso de desarrollo endógeno:

Especialización y diversificación de actividades regionales que conducen a una mayor productividad y permiten la formación de capital para inversión, en servicios e infraestructura, además de un alto potencial de innovación tecnológica y social dentro de la región.

Dentro de las alternativas que plantea el modelo del desarrollo endógeno, se encuentra el desarrollo rural integral DRI, este modelo se fundamenta en la experiencia del desarrollo agrícola cooperativo de Israel. Según Rangel Suarez, (1993) busca el "mejoramiento de las condiciones para la satisfacción de las necesidades básicas de la población y la elevación de la productividad de los pequeños productores rurales."

Se fundamenta en la relación entre agricultura y espacio rural, encontrando un punto de partida en el concepto de región como: "cruce de funciones, tanto en el orden nacional como local, de las instituciones administrativas diseñadas para tal fin."

La metodología se circunscribe en cuatro puntos; este enfoque es llamado "enfoque de Rejovot", y esto son los puntos a tratar:

El desarrollo rural se da mediante la planeación en la región de los objetivos propuestos en las diferentes políticas en la búsqueda del desarrollo a escala local.

Se basa en el crecimiento del sector agrícola, acompañado del desarrollo de los otros sectores de la economía. Se entiende el desarrollo como un todo, aspectos sociales, económicos, físicos e institucionales, los cuales deben planificarse como un conjunto y ser observados como un engranaje perfecto.

Las fuerzas sociales son el motor del cambio; los diferentes productores individuales deben estar predispuestos a participar en los programas que traigan cambios representativos para la región. Aparte de su aspecto metodológico, se señalan algunos objetivos principales que propenden por la búsqueda del desarrollo rural como: analizar cuáles son los principales recursos económicos y naturales para que mediante un uso adecuado generar mano de obra y de esta forma aumentar los ingresos.

Para conseguir los objetivos principales, se debe seguir un direccionamiento específico que devala el DRI y que son los siguientes:

En la planeación del desarrollo agrícola, se debe tener en cuenta la continua evolución por parte de las granjas que son las productoras, la cual atraviesa por cuatro etapas básicas que van desde la etapa de subsistencia hasta la de especialización; pero, este proceso debe contar con el apoyo decidido de los organismos encargados de instaurar dichas políticas.

El desarrollo agrícola consta de cuatro elementos que conforman un sistema estos son: infraestructura física, presencia institucional, disponibilidad de mano de obra, organización entre los productores.

Es de resaltar que, para que este proceso de resultado, se deben dar las sinergias entre los productores individuales y los distintos componentes del sistema de apoyo.

La planificación debe surgir desde la base, la comunidad debe ser consciente de que este proceso involucra la coordinación entre ellos y los entes institucionales que son, en última instancia, los responsables de la consecución de las metas trazadas inicialmente. (Rangel Suarez, 1993)

En el diseño de este documento, como paso preliminar, se estableció un modelo teórico que sirve como referencia para ilustrar la importancia de priorizar la oferta productiva del territorio en el Cesar, a través de la metodología UPRA y la formulación de las principales ofertas productivas en su territorio.

Para la construcción de este primer escenario, se analizó el departamento desde una perspectiva global, no se dividió el territorio en las cuatro regiones que están establecidas, y se acudió al análisis de fuentes primarias como lo fueron las entrevista a grupos de productores en la región. Ver Anexo 1 matriz identificación de mercados, y fuentes secundarias como son los anuarios estadísticos y las bases de datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, los datos consolidados del DANE, información del ICA, estudios realizados por los gremios y archivos departamentales para lograr el diseño de las alternativas productivas y áreas estratégicas de la región.

2.1.1. Identificación de la oferta agropecuaria del territorio en estudio para las especies agrícolas

A través de la revisión de los datos de Agronet, tomando como fuente las Evaluaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, se realizó una primera clasificación de los productos que se encuentran en la región y su producción en toneladas en el departamento del Cesar, de este primer análisis se obtuvo, la productividad o rendimiento (tonelada/hectárea).

La Tabla 1, muestra el resultado de 40 productos clasificados, según el área cosechada y su promedio durante el periodo 2010 – 2014, los datos correspondientes al año 2015 todavía se encuentran en revisión, por esta razón no se registró un periodo más amplio.

Según la secretaria de agricultura del departamento del Cesar, para el 2015 se contaba con una utilización del suelo de 2.290.500 ha, de este total, el 70 % se destinaba para el cultivo de pastos de las cuales 1.600.000 ha son destinadas a la ganadería y son las que ocupan el primer lugar en el territorio, seguida del 15 % del área plantada en bosques y en tercer lugar con el 8 % el área de cultivos permanentes y transitorios.

A partir de estos primeros datos se hace necesario realizar una revisión de los productos pecuarios que oferta en el departamento, ya que el principal uso que se le da al suelo con fines productivos es en ganadería.

El área de bosques que ocupa un segundo lugar responde a la política nacional de cuidado del territorio y en tercer puesto se presenta toda la oferta agropecuaria del departamento con la cual se inicia esta primera caracterización de la región.

TABLA 1. ÁREA COSECHADA EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR 2010 – 2014

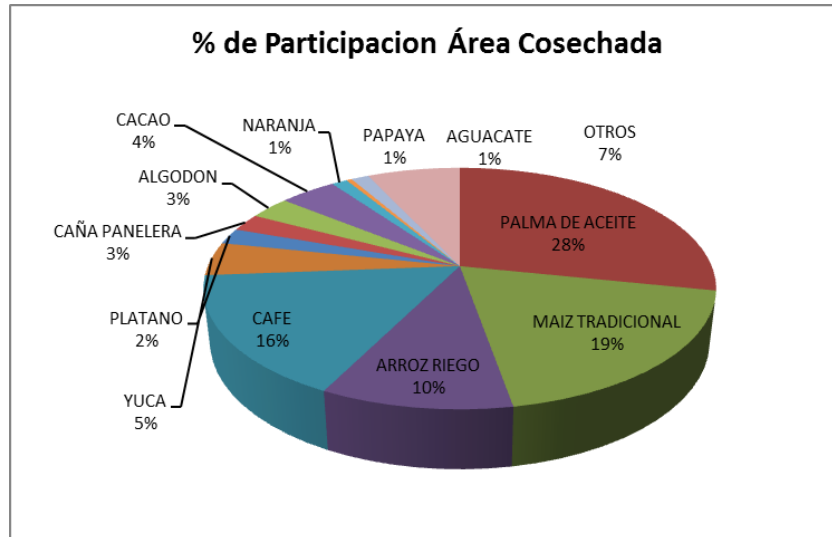
CESAR		ÁREA COSECHADA (ha)						
CULTIVOS		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN
1	PALMA DE ACEITE	35.623	39.199	40.746	44.922	45.022	41.102	0,282
2	MAIZ TRADICIONAL	22.679	21.236	27.103	32.887	34.203	27.622	0,19
3	ARROZ RIEGO	10.409	16.388	16.934	17.663	12.886	14.856	0,102
4	CAFÉ	22.490	22.350	22.911	25.106	26.139	23.799	0,164
5	YUCA	4.941	4.842	7.100	7.609	8.186	6.536	0,045
6	PLATANO	2.945	3.007	3.423	3.030	3.053	3.092	0,021
7	CAÑA PANELERA	3.767	3.389	3.327	3.353	3.353	3.438	0,024
8	ALGODON	3.128	3.916	8.493	3.526	3.222	4.457	0,031
9	CACAO	6.290	6.330	6.695	5.871	5.871	6.211	0,043
10	NARANJA	1.854	1.714	1.776	1.630	1.633	1.721	0,012
11	PAPAYA	510	677	912	450	450	600	0,004
12	AGUACATE	1.657	1.827	2.124	1.982	2.018	1.922	0,013
13	FRIJOL	4.476	3.332	4.003	6.537	6.899	5.049	0,035
14	AHUYAMA	230	346	500	550	1.743	674	0,005
15	MALANGA	936	884	900	855	765	868	0,006
16	PATILLA	265	86	185	336	711	317	0,002
17	MANGO	630	664	709	729	729	692	0,005
18	TOMATE	235	282	317	365	452	330	0,002
19	ÑAME	280	487	563	470	450	450	0,003
20	MELON	9	6	45	246	394	140	0,001
21	CEBOLLA DE BULBO	325	119	110	149	160	173	0,001
22	MARACUYA	203	238	291	243	243	244	0,002
23	LULO	99	52	83	163	170	113	0,001
24	MORA	207	127	204	188	240	193	0,001
25	TOMATE DE ARBOL	264	243	212	102	102	185	0,001
26	PIÑA		0	50	5	5	15	0
27	SORGO	181	400				290	0,002
28	LIMON	36	16	51	93	93	58	0

CESAR		ÁREA COSECHADA (ha)						ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN
CULTIVOS	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio 2010 - 2014		
29	CEBOLLA DE RAMA	10	16	50	61	81	44	0
30	AJI	15	39	80	153	192	96	0,001
31	PIMENTON					76	76	0,001
32	CILANTRO	5	4	8	99	118	47	0
33	PEPINO			12	30	33	25	0
34	BANANO		1	46	45	37	32	0
35	APIO				14	23	19	0
36	CITRICOS		8	8			8	0
37	GUANABANA				0	15	8	0
38	HABICHUELA		1	11	26	24	15	0
39	ARRACACHA					14	14	0
40	ARVEJA			5	13	11	10	0
	Total, general	124.696	132.224	149.988	159.502	159.817	145.538	1

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - AGRONET

Como se puede observar en la *Figura 1*, donde se recogen los primeros 12 productos que representan el 93 % del área cosechada, el 58 % pertenecen a cultivos permanentes y el 42 % a transitorios. Se analiza una apuesta del territorio por el incremento de los cultivos permanentes los cuales tienen una mayor contribución al valor bruto de la producción agrícola, en detrimento de la participación de los cultivos transitorios.

FIGURA 1. ÁREA COSECHADA EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR 2010 - 2014



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

La búsqueda de competencia en la producción agrícola del departamento se enfoca en cultivos que requieren por lo menos un año para su maduración y extracción, además de una infraestructura en el largo plazo.

En los cultivos permanentes se observa la contribución de la Palma de Aceite, en los municipios de: El Copey, San Alberto y Agustín Codazzi con el 22,5 %, 15,65 % y 12,34 de la producción total del departamento respectivamente.

En el caso del café, la producción se concentra en los municipios de Pueblo Bello con el 22,2%, Agustín Codazzi con el 21,46 % y La Paz con el 15,39%.

Para finalizar, los tres productos que ocupan mayor importancia dentro de las áreas cosechadas de este tipo de cultivos, se tiene el Cacao, con mayor aporte de los municipios de San Alberto con el 14,8%, Pueblo Bello con el 14,5 % y la Capital Valledupar con el 13,2 %.

Dentro de los municipios que destina sus suelos con cultivos permanentes, se debe resaltar que, San Alberto, Agustín Codazzi y Pueblo Bello, concentran un alto porcentaje de producción, esto permite identificar que existe una fuerte estructura productiva agraria en estas tres regiones.

En los cultivos transitorios es destacable la contribución a la generación del valor bruto de la producción agrícola del Maíz tradicional, Arroz de Riego y Frijol.

De los cultivos de maíz tradicional los municipios que se acentúan por su participación a nivel global son: Pelaya, Aguachica y Valledupar con participaciones del 17,7%, 12,09% y 11,38% respectivamente.

Para el caso del arroz tradicional, es el municipio de Valledupar quien presenta la tasa más alta de participación en la siembra por hectáreas, con el 20,05 %, seguido de Bosconia con el 10,62 % y Becerril con el 9, 80 %.

Dentro de los productos representativos de este grupo de cultivos transitorios, se encuentra el frijol, donde son los municipios de La Paz con el 20,3% de participación quien encabeza el listado de productores, seguidos de Becerril con el 12,34 % y Rio de Oro con el 11,56. Las tendencias que se pueden encontrar en la siembra de cultivos transitorios, el municipio de Valledupar se ha especializado en la producción de Maíz y Arroz de riego, esto puede indicar que se abre en la búsqueda constante de oportunidades y en la realización de nuevos negocios. El municipio de La Paz se encuentra en listado de productores de mayor participación en los cultivos tradicionales y permanentes, presentando una dualidad que debe ser analizada para poder ser potencializada.

TABLA 2. PRODUCCIÓN AGRÍCOLA. DEPARTAMENTO DEL CESAR 2010 - 2014

CESAR		PRODUCCIÓN (t)						
CULTIVOS		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN
1	PALMA DE ACEITE	130.800	142.350	147.950	155.449	155.789	146.468	0,292
2	MAIZ TRADICIONAL	31.656	29.339	37.570	49.161	51.582	39.862	0,080
3	ARROZ RIEGO	56.854	75.451	86.259	88.747	64.821	74.426	0,149
4	CAFE	13.276	11.036	19.994	15.050	16.936	15.258	0,030
5	YUCA	46.045	46.192	71.394	77.560	82.957	64.830	0,129
6	PLATANO	16.552	15.905	20.658	18.827	19.033	18.195	0,036
7	CAÑA PANELERA	16.517	14.844	15.825	13.143	15.015	15.069	0,030
8	ALGODON	6.518	9.732	20.325	7.710	8.280	10.513	0,021

CESAR		PRODUCCIÓN (t)						
CULTIVOS		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN
9	CACAO	3.738	3.506	3.850	2.349	3.048	3.298	0,007
10	NARANJA	18.484	16.474	18.046	14.531	14.715	16.450	0,033
11	PAPAYA	22.170	24.276	28.000	12.000	12.000	19.689	0,039
12	AGUACATE	11.478	12.938	16.745	15.798	16.153	14.622	0,029
13	FRIJOL	2.784	2.187	2.673	4.596	4.892	3.427	0,007
14	AHUYAMA	3.600	5.614	8.686	9.900	31.174	11.795	0,024
15	MALANGA	7.845	7.473	7.564	5.200	6.190	6.854	0,014
16	PATILLA	3.290	1.146	2.444	4.068	8.802	3.950	0,008
17	MANGO	6.070	6.162	6.652	6.988	6.988	6.572	0,013
18	TOMATE	5.328	7.104	9.331	8.865	8.960	7.918	0,016
19	ÑAME	4.200	7.305	8.445	7.050	6.750	6.750	0,013
20	MELON	78	66	455	2.445	3.881	1.385	0,003
21	CEBOLLA DE BULBO	4.050	2.095	1.719	2.052	2.538	2.491	0,005
22	MARACUYA	1.866	2.108	2.529	2.036	2.036	2.115	0,004
23	LULO	703	360	566	1.751	1.808	1.038	0,002
24	MORA	1.513	762	1.521	1.041	1.408	1.249	0,002
25	TOMATE DE ARBOL	1.865	1.730	1.569	624	624	1.282	0,003
26	PIÑA		0	1.820	200	200	555	0,001
27	SORGO	562	640				601	0,001
28	LIMON	352	112	532	1.156	1.156	662	0,001
29	CEBOLLA DE RAMA	40	88	960	1.464	1.944	899	0,002
30	AJI	120	138	381	589	626	371	0,001
31	PIMENTON					1.140	1.140	0,002
32	CILANTRO	13	11	45	592	670	266	0,001
33	PEPINO			180	535	495	403	0,001
34	BANANO		6	288	282	266	211	0,000

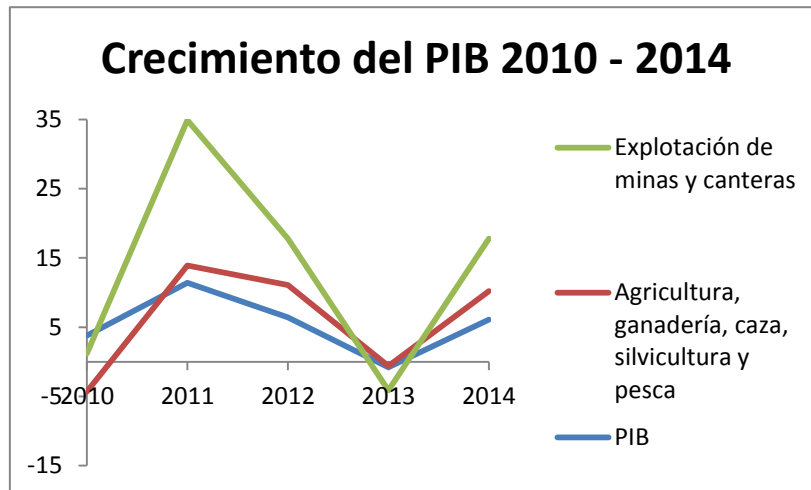
CESAR		PRODUCCIÓN (t)						
CULTIVOS		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN
35	APIO				70	115	93	0,000
36	CITRICOS		96	64			80	0,000
37	GUANABANA				0	150	75	0,000
38	HABICHUELA		1	23	36	48	27	0,000
39	ARRACACHA					70	70	0,000
40	ARVEJA			15	39	33	29	0,000
Total, general		418.365	447.247	545.079	531.902	553.293	500.986	1,000

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

En la *Tabla 2* se puede encontrar los niveles de producción de cada cultivo, en el departamento del Cesar durante el periodo 2010 – 2014, el orden de este listado no varía con respecto al presentado en el *Tabla 1* de áreas cosechadas, pero se debe analizar los diferentes niveles de participación por que difieren del primer análisis realizado.

Para este segundo estudio, se revisarán los principales municipios productores, su nivel de participación en la producción agraria departamental y se verificaron si exista alguna correspondencia con los datos del PIB municipal, a través del análisis de convergencia regional, para poder establecer la correlación entre la importancia del sector agrario y el crecimiento en cada región.

FIGURA 2. COMPARACIÓN DEL COMPORTAMIENTO PIB TOTAL – PIB AGRÍCOLA - PIB EXPLOTACIÓN DE MINERALES DEPARTAMENTO DEL CESAR 2010 - 2014



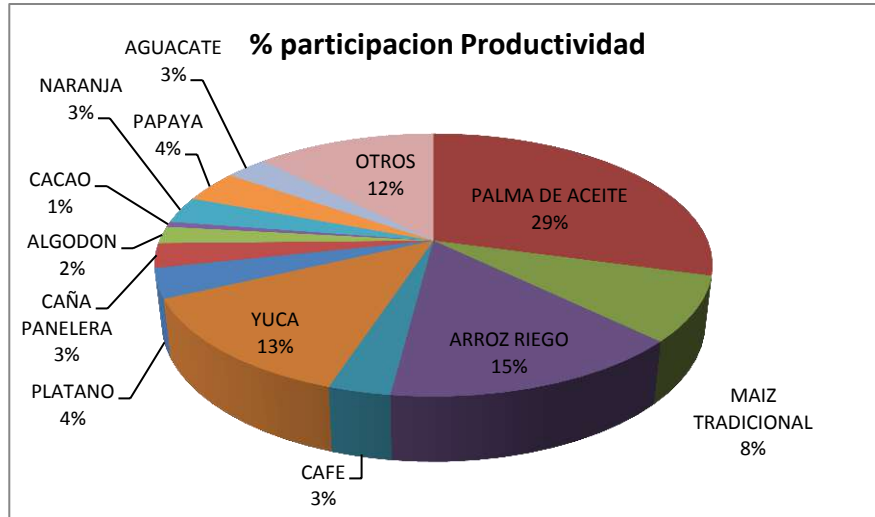
FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS DANE

Como se puede analizar en el *Figura 2*, con los datos tomados del Informe de Coyuntura Económica Regional del Cesar, (DANE, 2015), se analiza el crecimiento anual del PIB total del departamento y se compara con dos actividades económicas, las desarrolladas en el sector agrícola y de explotación minera.

Se puede considerar que existe un comportamiento homogéneo entre el crecimiento del PIB departamental y el del sector agrícola, en contraste el sector minero el cual tiene un comportamiento inestable en el periodo de análisis, presentándose un proceso de crecimiento y expansión durante los años 2010 – 2011 y una recesión y fondo para el año 2013, con una posterior recuperación.

Es de anotar que, según el DANE, la rama de actividad que más aporta, es el de minas y canteras, con un total del 39,3 % al PIB departamental, seguido de las actividades de servicios sociales, comunales y personales con el 16,9 % mientras que la ganadería, agricultura, caza, silvicultura y pesca se encuentran en el tercer lugar con solo un 10,2 % del total territorial. (DANE, 2015)

FIGURA 3. PRODUCCIÓN AGRÍCOLA OBTENIDA EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR 2010 - 2014



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

Dentro del *Figura 3* se puede analizar que la tendencia en la producción agrícola departamental, apunta al mercado internacional con la siembra de la Palma de Aceite, el cual es considerado uno de las apuestas del comercio exterior colombiano.

En segundo lugar se encuentra el Arroz de Riego con una participación en la producción agrícola del 15 %, convirtiéndose, según los datos de Finagro, en el segundo cultivo transitorio con mayor área cosechada a nivel nacional; se debe tener en cuenta que aunque presenta altas tasas de participación en áreas cosechadas y en niveles de producción, se advierte que:

“Debido a la apertura del país a los mercados internacionales, en el mediano plazo el sector arrocero se verá enfrentado a la competencia internacional. Ante esta situación es fundamental incrementar las productividades en Colombia por medio de la adopción de tecnología y la utilización de maquinaria para la adecuación de los terrenos, la siembra del arroz y la recolección de la cosecha” (Finagro, 2014)

En el tercer lugar de importancia en la producción agrícola en el departamento se encuentra la yuca, es considerado uno de los principales renglones de la económica rural en el país, se ubica en el tercer puesto dentro cultivos permanentes en el territorio nacional, adicionalmente es considerado:

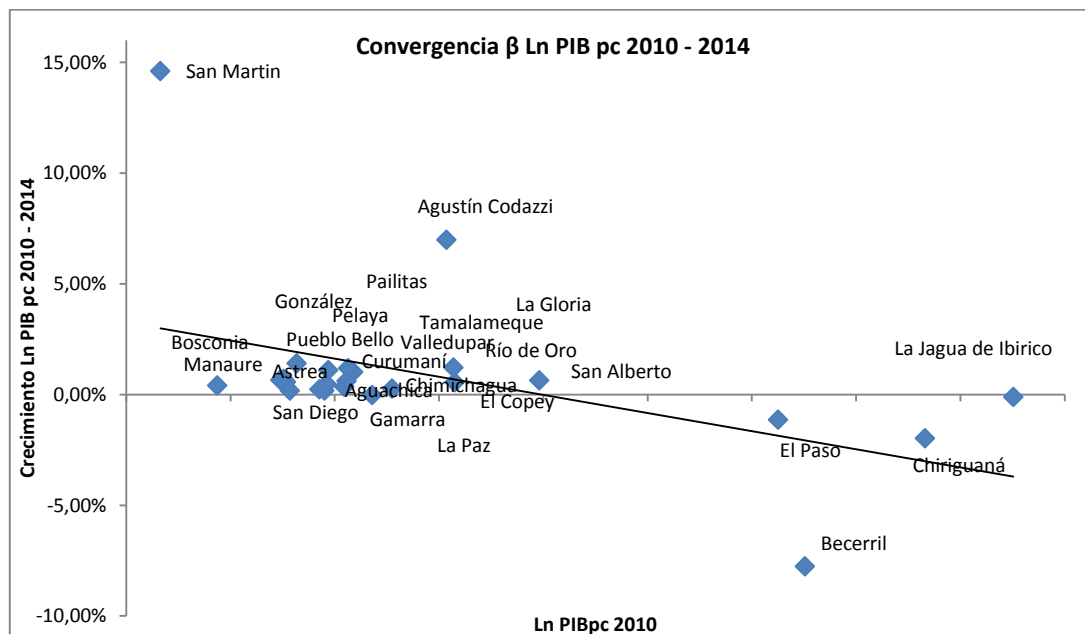
“El cultivo de yuca se considera de gran importancia para la seguridad alimentaria, pues es uno de los alimentos vegetales de mayor fuente de energía en el mundo, ocupa el noveno puesto después del arroz, el trigo, la caña de azúcar, el maíz, la soya, la papa, las legumbres y el aceite de palma, además de ser considerado como una importante reserva cuando hay malas cosechas de otros productos alimentarios.” (Aguilera, 2012)

Dentro de los productos que aportan a la producción regional agrícola del departamento se debe hacer mención de dos fuertes apuestas exportadores en la actualidad, el Cacao y la Caña Panelera, los cuales se pueden ubicar dentro de productos con un alto nivel de viabilidad para la negociación internacional y que se encuentran en la región.

Para continuar con el análisis de la producción agrícola en la región, se realiza el examen de convergencia del Producto Interno Bruto per cápita a nivel territorial, para ello se analizaran los datos del PIBpc en el periodo 2010 – 2014 por municipio en el departamento del Cesar.

Se toman los valores obtenidos del DANE a través de los archivos de información regional y se utiliza la Metodología para calcular el Indicador de Importancia Económica Municipal Cuentas Departamentales – CD- (DANE, 2014), se calcula posteriormente la tasa de crecimiento durante el espacio de tiempo determinado y se gráfica.

FIGURA 4. CONVERGENCIA ECONÓMICA EN LOS MUNICIPIOS DEL CESAR 2010 – 2014



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS CUENTAS REGIONALES DEL DANE

Como se puede analizar en la *Figura 4*, sobre el eje horizontal se encuentra la situación de partida del municipio, es decir el valor del PIBpc en el año 2010, se contrastan las situaciones inicial y final para obtener las tasas de crecimiento del PIBpc, las cuales se grafican en el eje de las ordenadas, por último se grafican para obtener el posicionamiento dentro del escenario departamental a lo largo del tiempo.

Dentro del panorama general la tasa de crecimiento departamental se encuentra alrededor del 0,9%, a esta tasa confluyen la gran mayoría de municipios, donde se presenta un leve incremento del PIBpc, existen regiones que han presentado un aumento significativo, pero su punto de partida son muy inferiores al promedio caso San Martín, Bosconia, Manaure y Astrea. Por otro lado se presenta situaciones donde el municipio presenta un PIBpc alto pero no crecieron en el tiempo, entre ellos se tiene a la Jagua de Ibirico y Chiriguana.

Estos bajos niveles de crecimiento pueden ser un efecto de la caída del PIB departamental entre el 2012 – 2013 y su leve recuperación en el año siguiente, se hace necesario determinar cuáles podrían ser los factores coyunturales que causan este fenómeno en el tiempo.

Como se observa en el *Figura 5* de los once (11) municipios seleccionados solo 4 se encuentran por encima de la línea de convergencia, esto equivale al 34 %, el 64 % está por debajo de la línea de tendencia. Los tres municipios en donde se cultiva, Palma de Aceite, están por encima de la línea de tendencia y presentaron crecimiento positivo en el periodo analizado.

De los entes territoriales examinados pertenecientes al grupo de cultivos transitorios, solo Río de Oro presenta crecimiento positivo por encima de la línea tendencial, el resto no alcanza valores de convergencia. Aunque algunos municipios son fuertes productores agrícolas, no se puede afirmar que exista correlación entre su actividad agropecuaria y la generación de crecimiento económico, al interior de las regiones.

Aunque Valledupar posee una alta participación en cultivos permanentes y transitorios, no se evidencia que esta condición ayude al crecimiento económico; durante el periodo estudiado creció el 0,26%, pero este aumento puede ser debido a las sinergias propias de una ciudad con sus características, que al efecto del sector agropecuario.

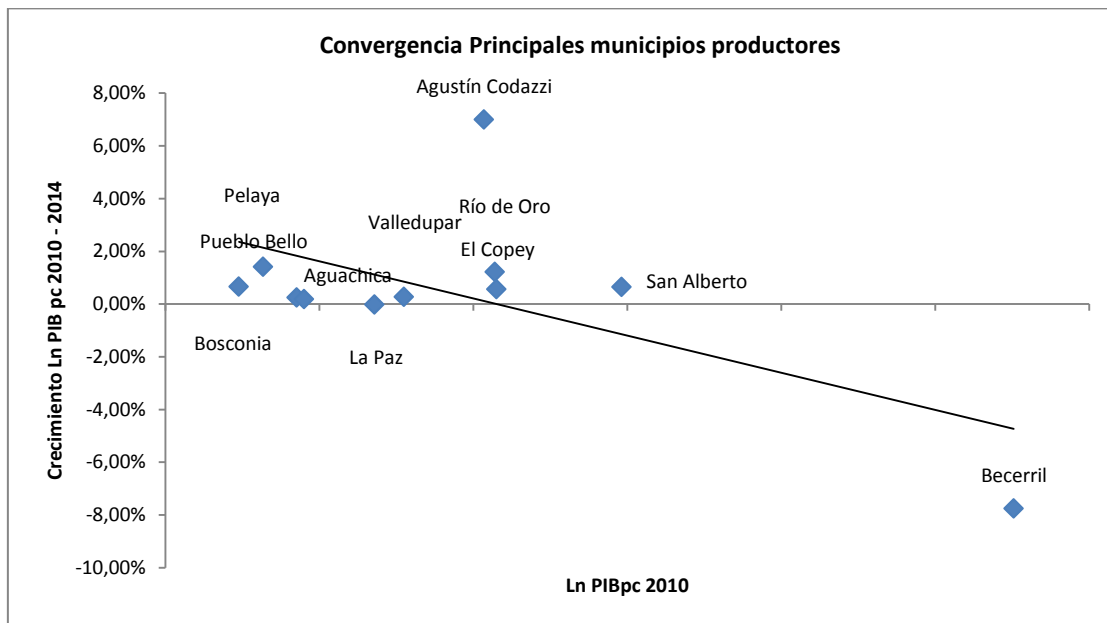
El municipio de San Alberto presenta un buen punto de partida, creció el 0,64 %, y es de los municipios que exhibe dos altos niveles de participación en las tasas de áreas cosechadas de

Palma de Aceite y Cacao y cultivos transitorios que podrían llegar a ser dinamizador de la economía en la región.

La situación del municipio de Becerril debe ser explorada, ya que durante el periodo de análisis presentó un incremento negativo del 7,76%, pese que tienen nivel de participación alta en los cultivos transitorios de Arroz de Riego y Frijol, su situación económica no presentó un panorama favorable en el periodo de análisis.

Dentro de la construcción de líneas de convergencias y correlaciones entre producción agrícola y crecimiento económico, este primer ensayo se convierte en una revisión de las tendencias existentes en el territorio, se hace necesaria una mayor profundización, precedidas de trabajo de campo, con información de fuentes primarias y un análisis con mayor profundidad.

FIGURA 5. CONVERGENCIA ECONÓMICA DE LOS PRINCIPALES MUNICIPIOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS EL CESAR 2010 - 2014



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS CUENTAS REGIONALES DEL DANE

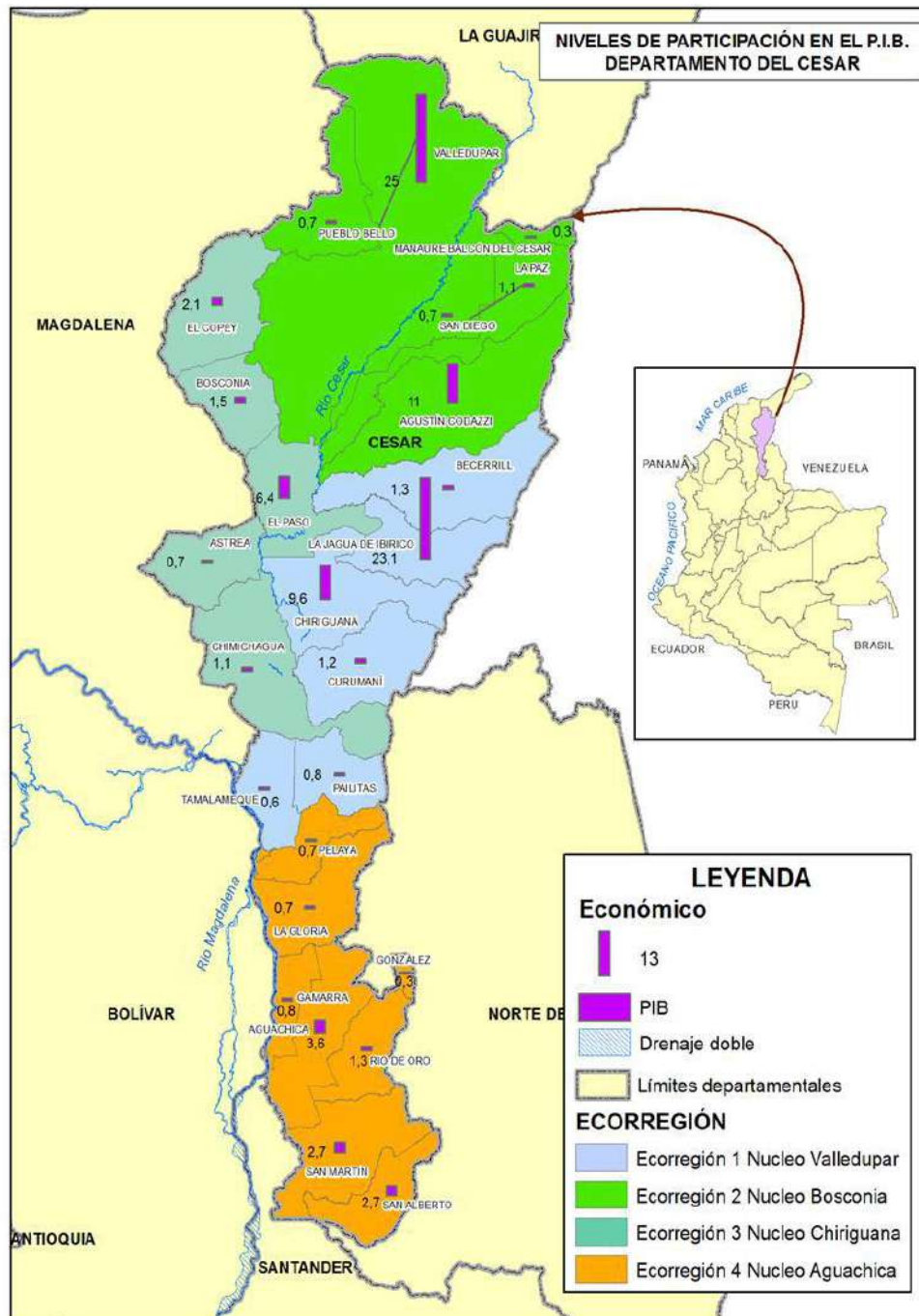
Como segunda parte del análisis, se determinará la relación entre el crecimiento de los municipios y su participación en el nivel de áreas cosechadas y producción; los resultados presentados en las Tabla 1 y Tabla 2, junto con su determinación geográfica, permiten realizar este trabajo.

Como se puede observar en el *Figura 6*, se realiza un primer esfuerzo por interpretar geográficamente, los datos sobre la ubicación de los municipios y su importancia en el PIB departamental, una de las grandes conclusiones que se pueden obtener de este análisis, es el establecimiento estratégico en cada región de un ente territorial, el cual puede ser el punto de partida para la generación de polos de crecimiento.

Su importancia dentro del PIB departamental, como se indicó anteriormente no solo radica en la generación de producción agrícola, se debe a la concepción de diferentes propuestas productivas, las cuales deben ser analizadas y potencializadas de forma más detallada. De esta forma se debe buscar la generación de un tejido social y económico entre la región y las ciudades que actúen como polo de desarrollo para lograr el crecimiento económico a largo plazo.

Dentro de los municipios matizados, por su participación en la producción agropecuaria, y que se encuentran por encima de la línea de tendencia, es de destacar que 3 se ubican al norte del departamento y 2 al sur, se debe examinar con un estudio de mayor profundidad la generación de una polaridad en la generación de ingresos por su componente agrícola, entre estos dos espacios en el departamento.

FIGURA 6. MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR, IMPORTANCIA EN EL PIB DEPARTAMENTAL 2014



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS DANE

2.1.2. Identificación de la oferta de especies pecuarias en el territorio en estudio

“El departamento del Cesar será en el año 2020 el primer productor y exportador de productos cárnicos y lácteos del país.” (DNP, 2007)

Como se analizó, en el uso del suelo del territorio departamental en el Cesar y se complementa con el análisis a la Agenda Interna sobre la Competitividad y la Productividad, realizada en 2007, una de las actividades económicas más importantes para la región, es la producción ganadera.

Esta idea se plasma, con la apuesta productiva que se realiza en el documento del DNP, y se visualiza al departamento como un líder nacional de esta actividad, adicionalmente (Gamarrá, 2005), subraya: *“la importancia del inventario bovino del Cesar a nivel regional, identificándolo como el segundo departamento ganadero del Caribe colombiano.”*

Como se puede observar en la Tabla 4, del inventario de ganado vacuno en el departamento para el año 2015, el 23 % se destina a la producción de leche, el 54 % tiene doble propósito y el 23 restante a la producción de carne.

La orientación de la producción hacia el doble propósito ocupa un renglón importante dentro de esta actividad económica, una de las explicaciones que se pueden encontrar se obtiene (Pinzon, 2007): *“Este tipo de explotación ha sido una alternativa para el pequeño ganadero, dada la importancia económica de la leche en el sistema de doble propósito, si se tiene en cuenta que buena parte de los ingresos en las fincas se derivan de la producción y venta de leche”*

La disminución de cabezas de ganado se debió, por una parte, al fenómeno del Niño, pues las altas temperaturas y las escasas lluvias secaron la pastura y los forrajes, esto ocasionó la muerte del ganado o la movilización del mismo a lugares donde se encontraba el agua y, por otra parte, se informó de la venta de novillos y ganado en pie al exterior. (ganader, 2015) (Ver Tabla 3)

TABLA 3. INVENTARIO DE GANADO VACUNO POR ORIENTACIÓN

ORIENTACIÓN	LECHE		DOBLE PROPÓSITO		TOTAL, CARNE	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Año	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Cesar	224.673	327.806	933.097	783.625	393.276	327.806
Córdoba	345.341	708.483	905.600	993.649	830.969	708.483

ORIENTACIÓN	LECHE		DOBLE PROPÓSITO		TOTAL, CARNE	
Magdalena	581.638	121.592	635.670	838.033	78.573	121.592
Total 22 departamentos	3.961.180	8.460.336	8.018.226	8.094.177	8.963.882	8.460.336

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENCUESTA NACIONAL AGROPECUARIA 2013 – 2014 - 2015

Otro factor que puede ser determinante para que en el departamento predomine la producción con doble propósito, se encuentra en (Guzman, 2013), donde resalta, la importancia del clima cálido, a diferencia de los departamentos de temperaturas bajas, los cuales se especializan en la obtención de leche.

Dentro de los factores que benefician el desarrollo de la producción ganadera en el departamento, se encuentran los resaltados en el documento sobre la caracterización del sector ganadero en el caribe realizado por investigadores de la universidad del Norte (Lombana, Martinez, & Valverde, 2012):

“Las ventajas comparativas de localización a mercados externos, extensas pasturas, y vocación se suman a las ventajas competitivas por capacidad instalada para sacrificio de carne y procesamiento de leche, rendimientos superiores de carne por hectárea frente al nacional y de sólidos en leche para procesamiento en polvo también superior al nacional “

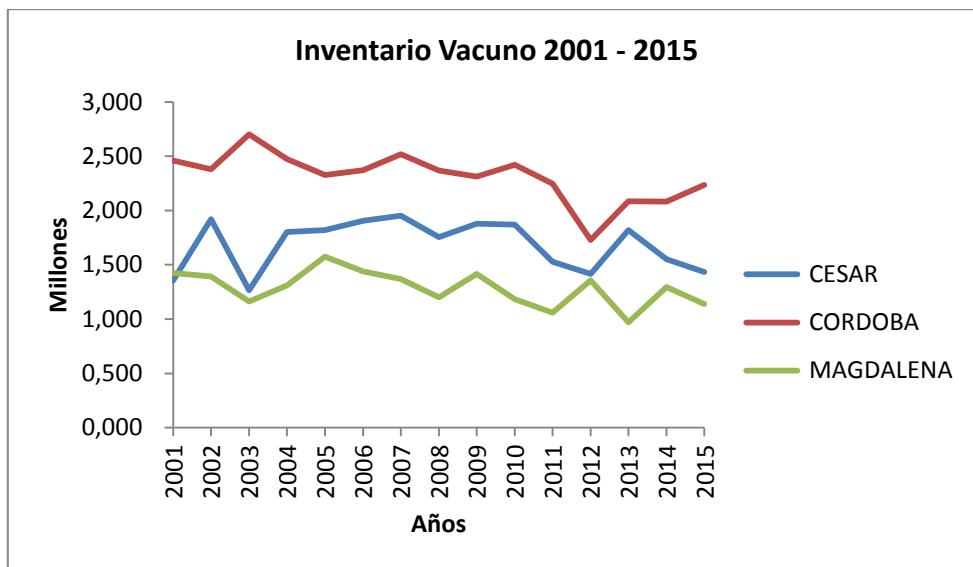
Además de algunos factores productivos, existen factores políticos y económicos que han favorecido el crecimiento del sector agropecuario en el departamento, sumados también a su posición estratégica en la frontera con Venezuela, como se describe en el análisis del sector realizado por la universidad del norte.

La participación en promedio del departamento del Cesar en el inventario vacuno nacional durante los últimos 15 años estimada es del 7 % anual, lo cual, lo ubica, como el segundo productor en la región después de Córdoba.

Según la Resolución 17 de 2012, se concentraron las zonas del país, por sus características en la producción de leche, en la región 2 se agrupan los departamentos de: La Guajira, Atlántico, Bolívar, Sucre, Córdoba, Chocó, Magdalena, Norte de Santander, Santander, Caquetá, Tolima, Huila, Meta, La Orinoquía y La Amazonia.

Dentro de la región 2, la zona Caribe, los departamentos que presentan mayores niveles de producción agropecuaria son: Cesar, Córdoba y Magdalena; en el *Figura 7* se puede observar que es el departamento de Córdoba quien posee un mayor inventario vacuno, seguido del Cesar y Magdalena.

FIGURA 7. COMPARATIVO INVENTARIO VACUNO REGIÓN 2



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENA 2013 – 2014 - 2015

Las tasas de crecimiento en promedio del inventario vacuno, de los departamentos de la Región 2 y a nivel nacional se presentan en la *Tabla 3* en la cual se puede analizar, que el Cesar presento una evolución positiva durante los años 2001 – 2015 acorde a la apuesta productiva del departamento, mientras que Córdoba y Magdalena siguen la tendencia nacional y presentan incrementos negativos. (*Ver Tabla 4*)

TABLA 4. CRECIMIENTO DE LOS INVENTARIOS VACUNOS 2001 – 2015

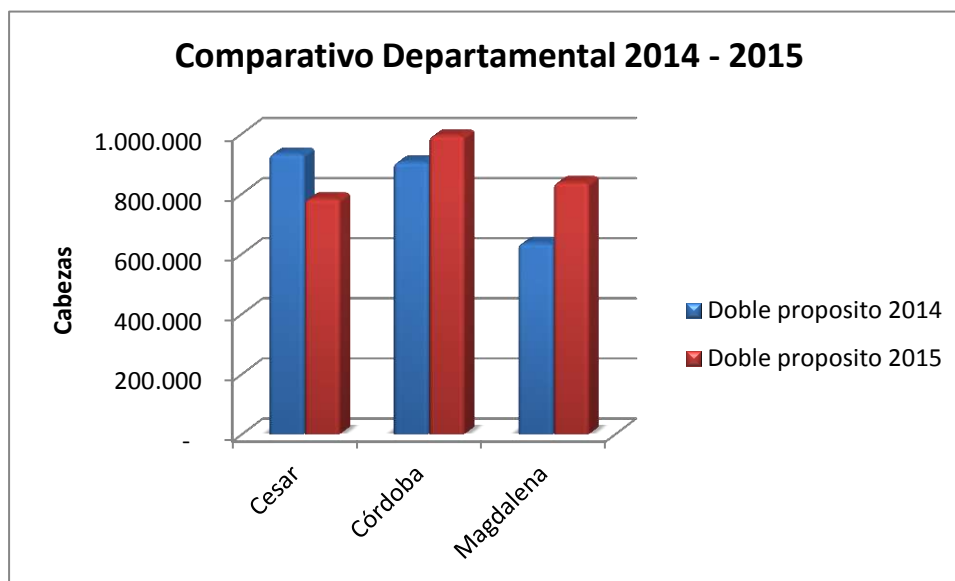
TASAS DE CRECIMIENTO 2001 - 2015	
Cesar	5,49%
Córdoba	-9,04%
Magdalena	-19,90%
TOTAL, NACIONAL	-6,68%

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENA 2013 – 2014 - 2015

La ganadería doble propósito, es la primera en participación en la orientación, que se le da al inventario vacuno a nivel del territorio en la región 2, en la *Figura 7*, se puede observar que para el año 2014, Cesar y Córdoba mostraban un estado muy similar, mientras que Magdalena, se encontraba a una distancia considerable de los dos primeros territorios, esta situación presento un cambio para el 2015 para los departamentos de Cesar y Magdalena, la tendencia de crecimiento del primero se frenó y el segundo aumento significativamente, esto puede encontrar una explicación en factores climáticos como se señala en (Guzman, 2013):

“La estacionalidad es una característica no solo de la producción, sino también de la productividad y es inducida por factores climáticos que influyen en la disponibilidad de agua y la alimentación de los animales. En épocas de verano la calidad de los pastos desmejora y en consecuencia la producción cae, mientras que en temporadas de lluvia inicialmente la producción aumenta con el retoño de los pastos, pero si el nivel sobrepasa lo necesario, la producción vuelve a caer porque los animales tienden a enfermarse y los pastos se convierten en lodazales, reduciéndola disponibilidad del alimento. “

FIGURA 8. INVENTARIO DE GANADO POR ORIENTACIÓN – DOBLE PROPÓSITO

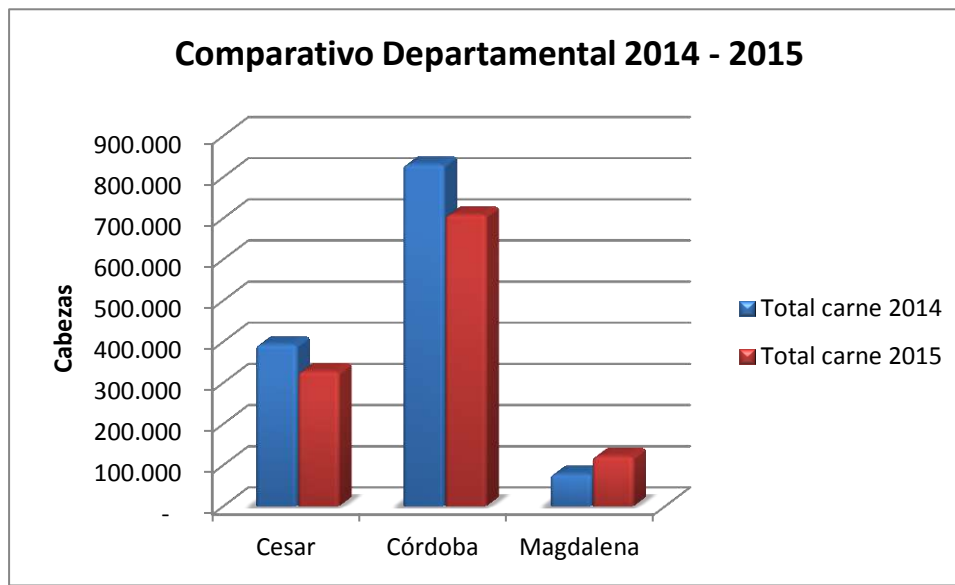


FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENA 2013 – 2014 - 2015

En el *Figura 8* se muestra la situación de los tres departamentos en la producción de carne, Córdoba es el departamento líder en los dos años, aunque presente un pequeño incremento negativo del 2014 al 2015, Cesar y Magdalena muestran cifras muy inferiores al primero, lo cual

permite determinar que este tipo de producción no es la especialidad y que apuestan por la especialización en leche y doble propósito.

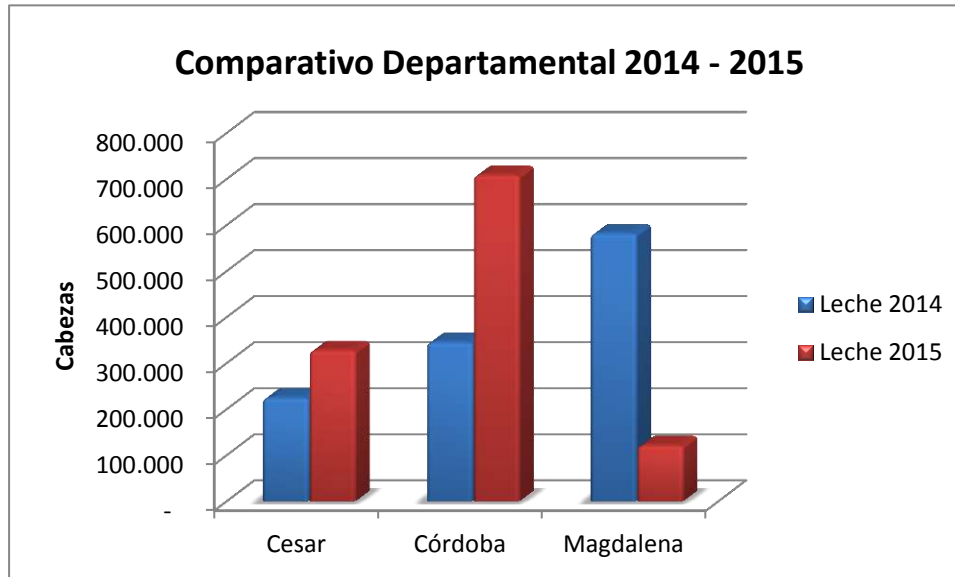
FIGURA 9. INVENTARIO DE GANADO POR ORIENTACIÓN – TOTAL CARNE



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENA 2013 – 2014 - 2015

En el *Figura 9* se presenta el inventario de ganado destinado a la producción de leche, Magdalena en el 2014, es el departamento con mayor participación de los tres seguido de Córdoba y Cesar, esta situación cambia para el año 2015; Magdalena disminuye de forma significativa en un 68 %, mientras que Córdoba presenta un crecimiento del 54 %, Cesar lo hace de forma gradual en un 43%, uno de los factores que pueden ayudar a entender estos cambios radica en la estacionalidad.

FIGURA 10. INVENTARIO DE GANADO POR ORIENTACIÓN - LECHE



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ENA 2013 – 2014 - 2015

En la *Tabla 5* se muestran los niveles de acopio de la leche, en la región Caribe, el Departamento del Cesar es el líder de este proceso, superando a Córdoba y Magdalena en la recolección, para las diferentes industrias. Esto permite analizar, la fuerte estructura técnica para la elaboración de productos lácteos, existente en el territorio, lo cual lo convierte en un alto demandante en la zona caribe.

TABLA 5. LECHE CAPTADA POR LA INDUSTRIA AL SECTOR PRIMARIO DEPARTAMENTOS DE LA REGIÓN 2

Región	DEPARTAMENTO	2011	2012	2013	2014	2015
2	ATLÁNTICO	41.044.756	36.227.937	30.191.881	26.746.124	23.603.893
2	BOLIVAR	34.710.289	46.555.398	48.204.735	47.365.203	44.729.552
2	CESÁR	176.729.726	185.717.660	165.839.507	161.135.399	148.919.852
2	CÓRDOBA	67.361.287	73.369.322	63.925.151	58.664.275	50.822.994
2	MAGDALENA	58.369.217	57.045.298	64.179.884	66.217.767	59.185.455
TOTAL, REGIÓN 2		487.662.790	507.794.345	480.536.078	468.695.260	433.707.577
TOTAL, NACIONAL		2.573.548.604	2.697.536.700	2.734.918.019	2.888.516.630	2.893.052.389

FUENTE: USP, REPORTE AGENTES COMPRADORES DE LECHE CRUDA

La cantidad de leche que puede obtenerse con las características naturales y tecnológicas existentes en el departamento está entre 6 y 14 litros diarios por vaca con lechería especializada, con lechería tradicional entre 3 y 5 litros diarios y con los bovinos doble propósito entre 1.8 y 4 litros diarios (Gobernación del Cesar, 2010). En el Cesar, como en el resto del país, la mayoría de las fincas tienen pocos bovinos.” (Guzman, 2013)

2.1.3. Selección de los productos agropecuarios de importancia económica

Continuando con la metodología propuesta por la UPRA, para la selección de apuestas productivas agropecuarias en el departamento del Cesar, se seleccionaron 12 productos como se puede observar en la *tabla 6*, los cuales representan el 93% del área cosechada y el 87,6% de la producción del territorio.

TABLA 6. PRODUCTOS SELECCIONADOS PARA EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

CESAR		ÁREA COSECHADA (ha)		PRODUCCIÓN (t)		PROMEDIO ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN A Y P
CULTIVOS		Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	
1	PALMA DE ACEITE	41.102	0,282	146.468	0,292	0,287
2	MAIZ TRADICIONAL	27.622	0,190	39.862	0,080	0,135
3	ARROZ RIEGO	14.856	0,102	74.426	0,149	0,125
4	CAFE	23.799	0,164	15.258	0,030	0,097
5	YUCA	6.536	0,045	64.830	0,129	0,087
6	PLATANO	3.092	0,021	18.195	0,036	0,029
7	CAÑA PANELERA	3.438	0,024	15.069	0,030	0,027
8	ALGODON	4.457	0,031	10.513	0,021	0,026
9	CACAO	6.211	0,043	3.298	0,007	0,025
10	NARANJA	1.721	0,012	16.450	0,033	0,022
11	PAPAYA	600	0,004	19.689	0,039	0,022
12	AGUACATE	1.922	0,013	14.622	0,029	0,021

CESAR		ÁREA COSECHADA (ha)		PRODUCCIÓN (t)		PROMEDIO ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN A Y P
CULTIVOS		Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	Promedio 2010 - 2014	ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	
			0,930		0,876	0,903

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

Además del criterio de importancia del área cosechada y producción, se han incluido, productos que pertenecen a las apuestas productivas del departamento, “Cesar Siembra” y la Agenda Interna de Competitividad y Productividad, los cuales serán validados con las mesas de trabajo, dentro del proceso de planificación participativa.

2.1.4. Tendencia de la oferta territorial de los productos seleccionados

En la *Tabla 7* se realiza el cálculo del crecimiento en áreas cosechadas de los productos seleccionados, todos presentan un comportamiento estable en el tiempo, a excepción del algodón el cual muestra un incremento del 116 % en el periodo 2011 a 2012, (Samaca, 2012) lo explica:

“En el primer semestre del 2011, el mundo algodónero fue tomado por sorpresa por la onda de precios más alta en la historia de la bolsa de Nueva York. Contra todo pronóstico, los precios internacionales sobrepasaron dos dólares por libra. Hacia finales de 2011, se corrigió bruscamente ésta tendencia, dejando un ambiente de incertidumbre y resentimiento en los mercados por los efectos negativos de esta volatilidad”

TABLA 7. PONDERACIÓN SEGÚN EL CRECIMIENTO DEL ÁREA DE LOS CULTIVOS SELECCIONADOS

CULTIVOS SELECCIONADOS	ÁREA COSECHADA (has)					ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL				
	2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	Promedio
PALMA DE ACEITE	35.623	39.199	40.746	44.922	45.022	0,100	0,039	0,102	0,002	0,061
MAIZ TRADICIONAL	22.679	21.236	27.103	32.887	34.203	-0,064	0,276	0,213	0,040	0,117
ARROZ RIEGO	10.409	16.388	16.934	17.663	12.886	0,574	0,033	0,043	-0,270	0,095
CAFE	22.490	22.350	22.911	25.106	26.139	-0,006	0,025	0,096	0,041	0,039
YUCA	4.941	4.842	7.100	7.609	8.186	-0,020	0,466	0,072	0,076	0,148
PLATANO	2.945	3.007	3.423	3.030	3.053	0,021	0,138	-0,115	0,008	0,013

CULTIVOS SELECCIONADOS	ÁREA COSECHADA (has)					ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL				
	2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	Promedio
CAÑA PANELERA	3.767	3.389	3.327	3.353	3.353	-0,100	-0,018	0,008	0,000	-0,028
ALGODON	3.128	3.916	8.493	3.526	3.222	0,252	1,169	-0,585	-0,086	0,188
CACAO	6.290	6.330	6.695	5.871	5.871	0,006	0,058	-0,123	0,000	-0,015
NARANJA	1.854	1.714	1.776	1.630	1.633	-0,076	0,036	-0,082	0,002	-0,030
PAPAYA	510	677	912	450	450	0,327	0,347	-0,507	0,000	0,042
AGUACATE	1.657	1.827	2.124	1.982	2.018	0,103	0,163	-0,067	0,018	0,054

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

TABLA 8. CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CRECIMIENTO EN ÁREAS COSECHADAS

CULTIVOS SELECCIONADOS	PROMEDIO	PUESTO	PUNTAJE O VALOR	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
ALGODON	0,188	1	12	0,154
YUCA	0,148	2	11	0,141
MAIZ TRADICIONAL	0,117	3	10	0,128
ARROZ RIEGO	0,095	4	9	0,115
PALMA DE ACEITE	0,061	5	8	0,103
AGUACATE	0,054	6	7	0,090
PAPAYA	0,042	7	6	0,077
CAFE	0,039	8	5	0,064
PLATANO	0,013	9	4	0,051
CACAO	-0,015	10	3	0,038
CAÑA PANELERA	-0,028	11	2	0,026
NARANJA	-0,030	12	1	0,013
Sumatoria			78	1,000

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

Debido a este fenómeno temporal en los precios, el algodón se ubica en el primer lugar de la Tabla 8, donde se realiza la clasificación según el índice de crecimiento que se expone durante el periodo.

TABLA 9. PONDERACIÓN SEGÚN EL CRECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE LOS CULTIVOS SELECCIONADOS

CULTIVOS SELECCIONADOS	PRODUCCIÓN (Ton)					ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL				
	2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	Promedio
1 PALMA DE ACEITE	130.800	142.350	147.950	155.449	155.789	0,088	0,039	0,051	0,002	0,045
2 MAIZ TRADICIONAL	31.656	29.339	37.570	49.161	51.582	-0,073	0,281	0,309	0,049	0,141
3 ARROZ RIEGO	56.854	75.451	86.259	88.747	64.821	0,327	0,143	0,029	-0,270	0,057
4 CAFE	13.276	11.036	19.994	15.050	16.936	-0,169	0,812	-0,247	0,125	0,130
5 YUCA	46.045	46.192	71.394	77.560	82.957	0,003	0,546	0,086	0,070	0,176
6 PLATANO	16.552	15.905	20.658	18.827	19.033	-0,039	0,299	-0,089	0,011	0,046
7 CAÑA PANELERA	16.517	14.844	15.825	13.143	15.015	-0,101	0,066	-0,170	0,142	-0,016
8 ALGODON	6.518	9.732	20.325	7.710	8.280	0,493	1,089	-0,621	0,074	0,259
9 CACAO	3.738	3.506	3.850	2.349	3.048	-0,062	0,098	-0,390	0,298	-0,014
10 NARANJA	18.484	16.474	18.046	14.531	14.715	-0,109	0,095	-0,195	0,013	-0,049
11 PAPAYA	22.170	24.276	28.000	12.000	12.000	0,095	0,153	-0,571	0,000	-0,081
12 AGUACATE	11.478	12.938	16.745	15.798	16.153	0,127	0,294	-0,057	0,022	0,097

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

TABLA 10. CLASIFICACIÓN SEGÚN EL CRECIMIENTO EN PRODUCCIÓN

CULTIVOS SELECCIONADOS	PROMEDIO	PUESTO	PUNTAJE O VALOR	INDICÉ DE PONDERACIÓN
ALGODON	0,259	1	12	0,154
YUCA	0,176	2	11	0,141
MAIZ TRADICIONAL	0,141	3	10	0,128
CAFE	0,130	4	9	0,115
AGUACATE	0,097	5	8	0,103
ARROZ RIEGO	0,057	6	7	0,090
PLATANO	0,046	7	6	0,077
PALMA DE ACEITE	0,045	8	5	0,064
CACAO	-0,014	9	4	0,051

CULTIVOS SELECCIONADOS	PROMEDIO	PUESTO	PUNTAJE O VALOR	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
CAÑA PANELERA	-0,016	10	3	0,038
NARANJA	-0,049	11	2	0,026
PAPAYA	-0,081	12	1	0,013
Sumatoria			78	1,000

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET

En las *Tabla 9* y *Tabla 10* se realiza el análisis del comportamiento, de la producción, se puede observar una correlación entre el aumento del área cosechada y su resultado final. El algodón debido al fenómeno de precios en el 2011, ocupa el primer puesto en este ejercicio y el escalafón de clasificación permanece igual a la observada en la *Tabla 8*.

2.1.5. Participación de los productos seleccionados en el contexto nacional

En la *Tabla 11*, se realiza el análisis de los productos y su participación a nivel nacional; en la clasificación, el Aceite de Palma, es el que ocupa el primer lugar en el departamento, guardando relación con la apuesta productiva de la Agenda Interna, le sigue en segundo lugar la papaya y en tercer puesto, un producto que por su historia y tradición, se ha ligado al desarrollo de este territorio el algodón.

TABLA 11. PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTOS SELECCIONADO A NIVEL NACIONAL

CULTIVOS SELECCIONADOS	PRODUCCIÓN (promedio 2010-2014)		ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN PRODUCCIÓN	PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	Cesar (t)	Nacional (t)			
1 PALMA DE ACEITE	146.468	1.127.462	0,130	12	0,154
2 PAPAYA	19.689	156.631	0,126	11	0,141
3 ALGODON	10.513	95.140	0,110	10	0,128
4 NARANJA	16.450	177.306	0,093	9	0,115
5 MAIZ TRADICIONAL	39.862	536.397	0,074	8	0,103
6 AGUACATE	14.622	259.942	0,056	7	0,090
7 CACAO	3.298	78.352	0,042	6	0,077
8 YUCA	64.830	1.999.816	0,032	5	0,064

CULTIVOS SELECCIONADOS		PRODUCCIÓN (promedio 2010-2014)		ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN	PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
9	CAÑA PANELERA	15.069	1.283.349	0,012	4	0,051
10	ARROZ RIEGO	74.426	7.219.692	0,010	3	0,038
11	PLATANO	18.195	3.048.912	0,006	2	0,026
12	CAFE	15.258	3.423.509	0,004	1	0,013
					78	

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS ANUARIO ESTADÍSTICO 2014 DEL MADR

En la *Tabla 12* se compara el rendimiento por hectárea en el departamento con el del nivel nacional, se puede considerar que existe un efecto positivo, en los primeros productos, lo cual se traduce en un alto desempeño en la producción de la región, palma de aceite y algodón se encuentran por encima del promedio nacional, papaya, cacao y maíz tienen rendimientos altos; pero este componente debe ser considerado con otros factores externos, como el precio, la coyuntura económica nacional e internacional y los tratados comerciales, los cuales pueden incidir en el desarrollo de su producción.

TABLA 12. CLASIFICACIÓN SEGÚN EL RENDIMIENTO COMPARADO A NIVEL NACIONAL

CULTIVOS SELECCIONADOS		RENDIMIENTO (promedio 2010-2014)		ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN PRODUCCIÓN	PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
		Cesar (t)	Nacional (t)			
1	PALMA DE ACEITE	3,571	3,229	1,106	12	0,154
2	ALGODON	2,344	2,303	1,018	11	0,141
3	PAPAYA	32,673	33,258	0,982	10	0,128
4	CACAO	0,528	0,543	0,973	9	0,115
5	MAIZ TRADICIONAL	1,433	1,494	0,959	8	0,103
6	YUCA	9,848	10,595	0,929	7	0,090
7	ARROZ RIEGO	5,043	5,944	0,848	6	0,077
8	AGUACATE	7,573	9,346	0,810	5	0,064
9	PLATANO	5,878	8,194	0,717	4	0,051
10	NARANJA	9,534	13,569	0,703	3	0,038
11	CAÑA PANELERA	4,384	6,250	0,701	2	0,026

CULTIVOS SELECCIONADOS		RENDIMIENTO (promedio 2010-2014)		ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN PRODUCCIÓN	PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
		Cesar (t)	Nacional (t)			
12	CAFE	0,641	0,917	0,699	1	0,013
					78	

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - ANUARIO ESTADÍSTICO 2014 DEL MADR

2.1.6. Inclusión de otros productos promisorios y de interés de la política vigente

El Gobierno Nacional a través de las diferentes entidades que conforman la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional – CISAN, ha priorizado los siguientes grupos alimentarios y los respectivos alimentos que se presentan en el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional. 2012 – 2019.

Se puede observar que, para el caso de la priorización de las apuestas productivas para el departamento del Cesar, varios productos hacen parte del PNSAN, es el caso del arroz, maíz, mango, yuca, plátano, cacao y productos derivados como el aceite vegetal y la carne de vacuno.
Tabla 13.

TABLA 13. ALIMENTOS PRIORITARIOS EN EL PLAN NACIONAL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL

Grupo alimentario	Alimentos prioritarios
CEREALES	Arroz, Maíz, Trigo
LEGUMINOSAS	Frijol, Lenteja, Arveja
FRUTAS Y HORTALIZAS	Naranja, guayaba, banano, tomate de árbol, mora, mango, papaya, tomate para ensalada, cebolla, zanahoria, habichuela, ahuyama, espinaca, (brócoli)
TUBEROSAS Y PLÁTANO	Papa, Yuca, Plátano
AZÚCARES	Azúcar, Panela
ACEITE (PRODUCTOS OLEAGINOSOS)	Aceite vegetal
OTROS ALIMENTOS	Cacao

Grupo alimentario	Alimentos prioritarios
PRODUCCION DE CARNES, LECHE Y HUEVOS	Leche, queso, cerdo, carne de res, vísceras (hígado y pajarilla), pollo, pescado, huevo para consumo humano

FUENTE: PLAN NACIONAL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL. 2012 - 2019 (GOBIERNO DE COLOMBIA, 2013)

Los siguientes productos, hacen parte de aquellas alternativas productivas que tienen un interés particular para el departamento, como estrategia de desarrollo, o de programas de promoción del gobierno nacional como “Colombia Siembra” y “Cesar Siembra”.

▪ Mango

El mango es una de las 10 cadenas productivas (café, cacao, palma africana, mango, caucho, silvopastoreo, pesca y piscicultura, aguacate, cítricos y apicultura) incluidas en el programa.

Mango: Promedio del Área cosechada en los últimos cinco años es de 724 ha y ha venido en aumento y la producción promedio ha sido de 6.768 ton.

CESAR	Área Cosechada (ha)						Producción (t)						ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN		
	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Área	Producción	Promedio
MANGO	630	664	709	729	887	724	6.070	6.162	6.652	6.988	7.968	6.768	0,005	0,013	0,009

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS MADR

Hace 28 años, se inició la siembra de mango en el Cesar, con yemas de Puerto Rico y México. Se establecieron 800 ha con tecnología de punta recomendada por técnicos israelíes que incluía el riego por goteo y semillas seleccionadas. (Mestre, Ingeniero Agronomo, 2016)

Actualmente, hay en el Cesar un vivero que produce yemas certificadas de la variedad Keitt, pero la mayoría de los productores obtienen las semillas en El Espinal, departamento del Tolima. El mango ha sido incluido en el programa “Cesar Siembra” gracias a su potencial exportador, y la alta demanda en mercados nacionales y mundiales, esto se ve plasmado en las metas de los gremios y las proyecciones del MADR.

Uno de los instrumentos con que cuenta este producto, es El Consejo Nacional de la Cadena Productiva de Mango, el cual fue constituido el 10 de junio de 2009 y promovió: “*EL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CADENA PRODUCTIVA DEL MANGO EN COLOMBIA.*” Este acuerdo provee información de posibilidades de mercado, comportamiento de las exportaciones e importaciones, estacionalidad de las mismas, mercados promisorios, precios internos y externos.

Debido a la demanda internacional y a las condiciones propias de la región, las variedades que se están cultivando en el departamento son: Tommy Atkins, Keitt, Hilacha, Nam Doc Mai. Estas variedades sobresalen por su textura, sabor, color y resistencia a los hongos y plagas.

Criterios de selección:

- a. El mango está incluido en las apuestas productivas de gobierno nacional, en el programa “Colombia Siembra”, lo que implica que se van a destinar recursos para investigación, promoción y desarrollo. El departamento del Cesar adoptó el programa “Cesar Siembra”.
- b. El área cultivada ha presentado un incremento positivo en los últimos 5 años.
- c. La demanda de mango a nivel mundial, ha presentado aumentos importantes, sobre todo en mercados consumidores como Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea. Estos países son abastecidos por Sur América.
- d. Se presenta una ventaja competitiva para la exportación debido a la cercanía a Barranquilla, lugar donde se procesa (deshidrata) la fruta y es el puerto de embarque de las exportaciones.
- e. Las buenas condiciones de la infraestructura vial del departamento facilitan su comercialización.
- f. El clima seco de la costa permite mejores colores, carotenos y mejor sabor.
- g. Ventaja competitiva es la zona de baja prevalencia para la mosca de la fruta.
- h. El mango es sensible a cambios de clima, en el Cesar no se presentan variaciones extremas.
- i. En el departamento no se presenta la Antracnosis, enfermedad que afecta al mango.
- j. Corpoica ha venido desarrollando un programa de Desarrollo integral de modelos productivos sostenibles para el cultivo de frutales promisorios exportables.

■ **Apicultura**

La producción de miel de abejas es una apuesta productiva del departamento del Cesar. Como se enunció anteriormente, esta actividad hace parte de las cadenas productivas incluidas en el programa “Colombia Siembra” y así mismo en su parte departamental “Cesar Siembra”.

La Cadena Productiva de las Abejas y la Apicultura se encuentran reconocida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través de la Resolución 282 del 13 de agosto de 2012, el acuerdo de competitividad se suscribió el 24 de marzo de 2011.

Existe un comité de la cadena productiva conformado por 15 personas, representantes de los 4 eslabones del proceso: Productores – Compradores – Servicios – Proveedores.

Esta actividad está cobrando cada día más importancia regional y atrayendo a más personas interesadas en la producción de miel de abejas. Actualmente hay 80 productores ubicados en los municipios de: Pueblo Bello, Pailitas, Astrea, Chimichagua, El Paso, La Paz y Manaure.

Los productores se han agrupado en 4 asociaciones: Asocit, Apimana, Coambiental, Asoapueblobello.

En Codazzi se ha establecido un núcleo de producción, hay aproximadamente 500 colmenas que proveen de pañales y abejas a los productores de la región.

Criterios de selección:

- a. La apicultura está incluida en las apuestas productivas de gobierno nacional en el programa “Colombia Siembra”, lo que implica que se van a destinar recursos para investigación, promoción y desarrollo. El departamento del Cesar adoptó en programa “Cesar Siembra”.
- b. El número de productores se ha incrementado en los últimos años.
- c. Es un trabajo que realiza la mujer campesina.
- d. Es una actividad que no tiene barreras mayores de entrada.
- e. La miel de abejas no requiere registro Invima, lo que permite el ingreso de nuevos productores sin mayores barreras.
- f. Se están mejorando los procesos de producción y los estándares de calidad de la miel.
- g. Existe una apuesta, para posicionar la miel de abejas del Cesar como un Producto de Origen y generar un atributo diferenciador en su comercialización.
- h. Es una propuesta para subsistencia, 15 colmenas proveen un salario mínimo legal.
- i. La gobernación destinó 7.000 millones para el programa de apicultura en el Cesar por medio de la Alianza Público Privada -APP- con Idecesar, USAID, Secretaría de Ambiente y las alcaldías de Manaure y Pueblo Bello.

- j. El programa tiene como meta vincular a 500 familias al programa de apicultura y proveerles 15.000 colmenas.
- k. Se creó la escuela de apicultura y ya se capacitaron los primeros 80 apicultores.

■ Pastos - Ganadería

Según el 3er Censo Nacional Agropecuario 2014 – 2015 elaborado por el DANE, el área total de usos del suelo para actividades agropecuarias que incluye, pastos, rastrojo, agrícola e infraestructura agropecuaria es de 1.477.786 Ha, de las cuales 957.942 Ha se usan para pastos, 305.212 Ha en rastrojo, 207.277 Ha se destinan para usos agrícolas y solamente 7.354 Ha, se destinan en usos agropecuarios.

Esto equivale a que el 65% de la tierra para usos agropecuarios es para pastos frente a un 14% de usos agrícolas, lo que corrobora la vocación ganadera del departamento.

“La actividad ganadera en el departamento del Cesar se aborda sectorizando los 25 municipios del departamento y agrupándolos en “cuatro subregiones: norte, centro, sur y noroccidente.... En el norte del departamento se ubica una cuenca productora de leche y ganado flaco muy importante a nivel departamental y regional. El sur sobresale por la producción de ganado gordo. El tipo de explotación que predomina en el Cesar es el doble propósito, aunque en los municipios de Tamalameque, Chiriguana y Bosconia se da la lechería tradicional y en Becerril y La Paz la lechería especializada.” (Guzman, 2013)

TABLA 14. ÁREA EN PASTOS, RASTROJO, AGRÍCOLA E INFRAESTRUCTURA AGROPECUARIA PARA EL TOTAL EN EL ÁREA RURAL DISPERSA CENSADA 2014

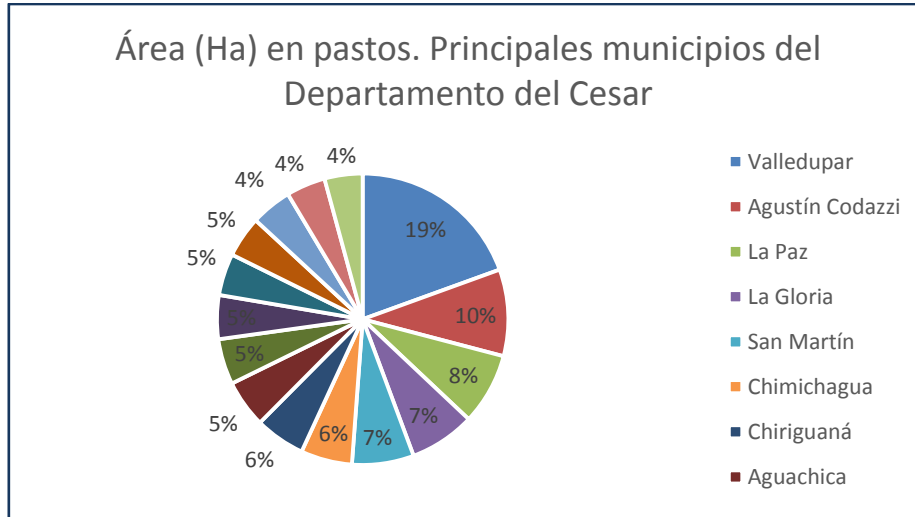
MUNICIPIO	ÁREA (Ha) EN PASTOS	ÁREA (Ha) EN RASTROJO	ÁREA (Ha) AGRÍCOLA	ÁREA (Ha) EN INFRAESTRUCTURA AGROPECUARIA	PARTICIPACIÓN
Valledupar	151.536,2	28.841,6	15.850,4	111,8	15,8%
Agustín Codazzi	74.883,5	16.701,6	19.658,2	969,7	7,8%
La Paz	61.836,4	17.938,5	10.416,1	51,5	6,5%
La Gloria	56.723,7	2.513,4	9.164,6	312,9	5,9%
San Martín	53.445,1	5.531,5	11.633,0	507,5	5,6%
Chimichagua	44.379,1	21.163,8	6.149,0	24,4	4,6%
Chiriguana	43.358,7	20.070,2	10.842,8	171,2	4,5%

MUNICIPIO	ÁREA (Ha) EN PASTOS	ÁREA (Ha) EN RASTROJO	ÁREA (Ha) AGRÍCOLA	ÁREA (Ha) EN INFRAESTRUCTURA AGROPECUARIA	PARTICIPACIÓN
Aguachica	41.134,3	13.421,2	12.809,4	1.570,4	4,3%
El Paso	39.435,5	13.770,8	3.920,1	335,4	4,1%
Astrea	37.913,2	8.690,1	1.925,6	236,1	4,0%
San Diego	36.096,6	16.254,3	5.165,8	403,5	3,8%
Bosconia	35.579,0	10.725,3	4.275,2	568,0	3,7%
Becerril	35.394,8	8.296,1	6.892,2	106,6	3,7%
Pailitas	33.866,0	5.856,9	1.979,2	20,0	3,5%
Curumaní	32.864,4	23.064,5	10.783,2	51,7	3,4%
El Copey	26.847,3	19.919,2	23.970,7	618,2	2,8%
Pelaya	26.767,2	5.351,1	3.654,8	45,5	2,8%
San Alberto	26.306,0	6.331,1	17.955,9	653,9	2,7%
Río de Oro	25.779,4	8.453,8	3.282,0	469,1	2,7%
Tamalameque	25.550,6	8.198,5	3.869,5	6,3	2,7%
Gamarra	21.987,9	3.303,5	3.809,4	56,6	2,3%
La Jagua de Ibirico	13.445,3	19.047,5	11.028,4	23,2	1,4%
Pueblo Bello	6.522,4	18.128,7	4.450,7	4,4	0,7%
Manaure	5.281,9	1.861,6	1.410,5	9,6	0,6%
González	1.007,6	1.777,7	2.380,9	27,1	0,1%
TOTALES	957.942,1	305.212,5	207.277,6	7.354,6	1.477.786,8
PARTICIPACIÓN	64,8%	20,7%	14,0%	0,5%	100,0%

FUENTE: 3ER CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2015. DANE

En ese orden de ideas, 15 municipios participan con el 80% del área de pastos, estos son: Valledupar, Agustín Codazzi, La Paz, La Gloria, San Martín, Chimichagua, Chiriguaná, Aguachica, El Paso, Astrea, San Diego, Bosconia, Becerril, Pailitas y Curumaní. La *Figura 11* presenta las cifras correspondientes a las áreas por municipio, ordenadas de mayor a menor.

FIGURA 11. PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN USO DE LA TIERRA.

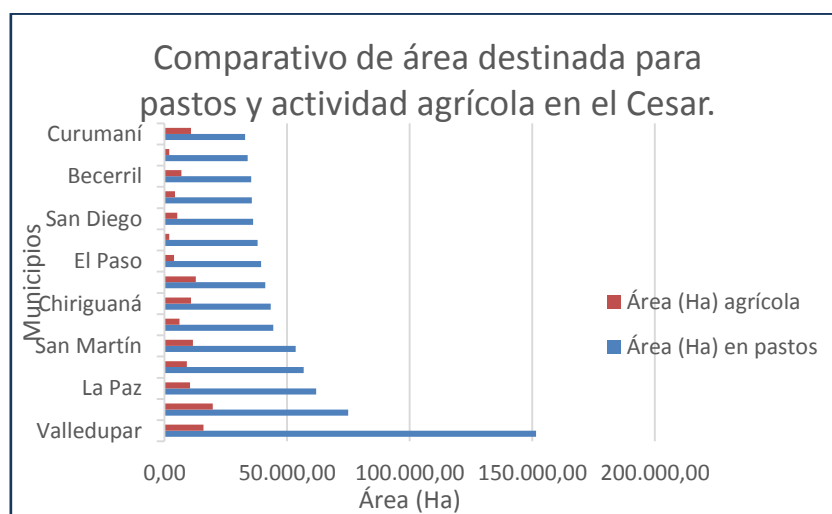


FUENTE: 3ER CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2015. DANE

En el año 2013, según (IGAC, 2014), el área destinada a pastos fue de 833.788 ha, presentando un incremento para el periodo 2014-2015 del 14%.

Sin embargo, y dado el incremento en el área destinada a pastos, se presentó una disminución en el número de cabezas de ganado vacuno en el departamento del Cesar. La Figura 12 muestra dicho comportamiento.

FIGURA 12. COMPARATIVO DEPARTAMENTAL USO DEL SUELO



FUENTE: 3ER CENSO NACIONAL AGROPECUARIO 2015. DANE

Criterios de selección.

- a. Es un sector organizado y que provee de información a los agentes de la cadena de valor.
- b. Los productos se encuentran priorizados en el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutrición 2012 - 2019
- c. El departamento del Cesar ocupaba en el 2015, el puesto número 8 entre 22 departamentos productores de ganado vacuno, participando con el 7% de la producción nacional.
- d. Existen nueve agroindustrias para la producción de derivados lácteos y cárnicos.
- e. Los derivados lácteos del Cesar tienen alta demanda en el mercado departamental y regional.
- f. Mercados internacionales para los productos frescos y procesados, especialmente con destino a Venezuela.

2.1.7. Caracterización cualitativa de los productos seleccionados

La metodología propuesta indica que, las apuestas productivas seleccionadas estadísticamente y que han sido sustentadas por medio de los instrumentos económicos, deben ser caracterizadas y valoradas por los actores en la región.

Con la realización de los talleres en las regiones del departamento, se pretende obtener información cualitativa que permita generar valor a la información ya registrada, validar ante los actores de las regiones la propuesta y determinar las características relevantes en la producción-comercialización y consumo de los productos seleccionados.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INTERNA

La demanda de los productos agropecuarios seleccionados y de las apuestas productivas, está determinada por varios factores: precios competitivos, productos diferenciados, dinámica del sector agroindustrial, apoyo técnico, financiero y de promoción, por parte del gobierno, a la producción y al consumo, cambios en las tendencias de consumo de la población, por ejemplo, consumo de productos orgánicos y apoyo a los productores con condiciones especiales y mejoras en los modelos tecnológicos que permitan generar ventajas competitivas (liderazgo en costos y diferenciación de productos), entre otras.

Este análisis tiene por objetivo mostrar el estado actual de la demanda interna por producto, teniendo en cuenta los mercados de destino, los precios internos, la infraestructura de comercialización y algunas variables de consumo.

La demanda interna de los productos agropecuarios determina en gran parte el crecimiento del producto interno departamental, en la medida que los productos seleccionados y las apuestas productivas tenga asegurado un mercado en el departamento y a nivel nacional, se activa la inversión, se dinamiza el consumo y se disminuyen los índices de pobreza y desnutrición.

“El crecimiento agrícola distribuye ampliamente sus beneficios. El crecimiento de los ingresos de los agricultores y los trabajadores agrícolas genera un aumento de la demanda, de productos y servicios básicos no procedentes de la agricultura en las zonas rurales. Se incluyen aquí herramientas, herrería, carpintería, ropas, alimentos elaborados etc.” (FAO, 2002)

“Las perspectivas de crecimiento para el sector agropecuario en Colombia son positivas, y se explican principalmente por tres factores: i) el incremento en la demanda mundial de alimentos que se conjuga con las condiciones geo climáticas colombianas y permiten el aumento sostenido de la oferta agropecuaria; ii) la evolución reciente de sector agropecuario que ha mostrado un crecimiento superior al de otros renglones de la economía y iii) el incremento del gasto del Gobierno Nacional dirigido al sector agropecuario.” (FINAGRO, 2014)

2.2.1. Identificación de los mercados de destino

A cada producto se le realiza un análisis que permite determinar si tiene su demanda en el mercado municipal, departamental, nacional o tiene demandantes internacionales.

La metodología utilizada para identificar los mercados de destino, está basada en la información oficial generada por las entidades del gobierno (Ministerio de Agricultura, UPRA, ICA, Corpoica y otras) y las cifras y estadísticas de los gremios del sector además de los organismos internacionales en temas de comercio exterior.

Se pudo obtener información de algunos productos, mientras que de otros no fue posible determinar con certeza el comportamiento de los mercados, debido principalmente, a que no hay datos regionales con el complemento requerido; adicionalmente en esta etapa del estudio no se tenía previsto la realización de los talleres.

A continuación, se analizan las apuestas productivas seleccionadas

2.2.1.1. Palma de aceite

En la Tabla 15 se presentan los mercados identificados como destino de la palma de aceite en la zona.

TABLA 15. MERCADOS DE DESTINO DE LA PALMA DE ACEITE

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL					MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS DE CADENA	OTROS	DESTINOS
PALMA DE ACEITE	No hay mercados municipales para los derivados de la palma de aceite	La producción de envía a los núcleos palmeros que se encuentran en el departamento. Copey, Becerril y Codazzi, Chimichagua, Chiriguaná Curumaní, El Paso, La Jagua de Ibirico, La Paz, San Diego, Bosconia y Valledupar, San Alberto y San Martín	No se comercializa en las centrales mayoristas	El 100% de la producción de palma de aceite se destina a procesos agroindustriales. El 55% de la producción para biodiesel, el 7% concentrado jabonería y otros y el 38% para alimentos. Planta de producción de glicerina que está en capacidad de producir 20 Toneladas por día. (Oleoflores, 2013)	El 78% de la producción total se destina para el consumo nacional y el 22 % se exporta. De la producción que se destina al mercado nacional, el 38% lo procesa la industria de alimentos. (fedepalma)	Se comercializa el aceite de mesa y otros derivados del proceso de transformación de la semilla de palma	En Codazzi se encuentra una planta de biodiesel con capacidad para elaborar 180 ton de biodiesel por día. (Oleoflores, 2013)	Estados Unidos, México Y Unión Europea (En Orden De Exportaciones: Países Bajos, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Rep Checa Y España)

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - INFORMACIÓN DE FEDEPALMA Y EMPRESAS DEL SECTOR

“En el Cesar se cosecharon 65.316 ha aproximadamente (2014) y una producción de 208.815 ton. La producción total nacional fue valorada en \$1,7 billones. La palma de aceite es uno de los nuevos pilares del comercio internacional en Colombia. En 2013 sus exportaciones rondaron alrededor de US\$ 181 millones.

Al ser el principal componente de biodiesel, se espera un crecimiento sostenido de la demanda internacional en los próximos años, razón por la cual el producto se ha destacado tanto en la apuesta exportadora como en el Programa de Transformación Productiva –PTP- también se aguarda que sea de los productos que obtenga un mayor beneficio de los TLC con la Unión Europea y con Corea del Sur.

Si bien la palma es destinada principalmente para la generación de biodiesel, no es su única utilidad. A diferencia de otros insumos de biodiesel, la palma tiene la posibilidad de ser utilizado de diversas formas por múltiples industrias, dentro de las que se destacan la agroalimentaria, la química y la cosmética y de fabricación de detergentes, además de poder ser insumo para la fabricación de comida animal. Pese al continuo crecimiento de la demanda por biodiesel, Colombia logra no sólo satisfacer la demanda interna por el combustible sino también para alimentación”. (Finagro, 2014)

2.2.1.2. Maíz

El maíz, junto con la soya y el sorgo, es un producto básico para el grupo de cadenas agro-productivas propuestas por el MADR, como son la industria del pollo y del huevo y porcina, como fuente de materia prima para la elaboración de concentrados, tortas y alimentos balanceados.

En Colombia se producen dos tipos de maíz, el Maíz Blanco que se destina al consumo humano y el Maíz Amarillo para uso agroindustrial. De igual manera, el cultivo puede ser tecnificado o tradicional dependiendo del grado de tecnología, semillas mejoradas y mecanización con el cual se establece la producción.

El DANE (DANE Departamento Nacional de Estadística, 2016) determinó que el área de siembra en el departamento del Cesar se encuentra distribuida entre dos tipos: maíz blanco que ocupa el 46 % de la superficie y maíz amarillo con el 54%, el primero dedicado preferentemente al consumo humano y el segundo al consumo animal, ya sea en forma directa o como insumo para la fabricación de alimentos balanceados. La producción de ambos tipos de maíz tiene los

mismos requerimientos, de manera que el área se desplaza, hacia el uno o el otro dependiendo de las condiciones del mercado. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014)

La Tabla 16, presenta los mercados de destino del Maíz Amarillo el cual se orienta, básicamente, para la agroindustria. Los registros se obtuvieron con información secundaria del MADR, Fenalce e investigaciones del sector.



TABLA 16. MERCADOS DE DESTINO DEL MAÍZ AMARILLO

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL				MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	OTROS	DESTINOS
MAIZ	En algunos municipios productores de maíz y con vocación ganadera, se vende ensilado. Aguachica, Codazzi, San Martín, Pelaya.		el 14% del maíz es destinado a cubrir la demanda de las trilladoras y las plazas de mercado y centrales mayoristas	Según cifras del Encuesta Nacional Agropecuaria, el 87% de la producción de maíz lo compra la industria tanto de alimentos Alimento Balanceado de Animales y la Industria de Harina pre-cocida de maíz	En el departamento no hay industrias que demanden el grano para subsecuentes procesos agroindustriales	autoconsumo aproximado, según la ENA 2015, del 6,5%	No aplica, el país es importador de maíz.

FUENTE: ENCUESTA NACIONAL AGROPECUARIA 2015 Y FENALCE



La cadena agroalimentaria del maíz blanco y amarillo la integran varios sectores: los productores, empresas e instituciones que prestan servicios para la producción (insumos, financiamiento, asistencia técnica, innovación tecnológica, transportadores y comercializadores), industria usuaria del maíz y los consumidores finales.

En la cadena productiva de maíz, el mercado nacional es de más de 6 millones de toneladas, de las cuales 4,5 millones se importan y alrededor de 1.8 millones de toneladas se producen localmente. El 73.5% del consumo lo realiza la Industria Alimento Balanceado de Animales - ABA- de maíz amarillo; el 5.6% del consumo es efectuado por la Industria de Harina pre-cocida de maíz (IHPM) maíz amarillo y blanco; el 14% es consumido por la trilladoras y plazas de mercado y el 6.8% es autoconsumo (maíz amarillo y blanco) (Fenalce, 2013)

El principal destino de la producción es para alimento animal de las industrias avícola y porcina que han mantenido crecimiento constante en los últimos años y que en 2015 crecieron en entre 4,8%, y 10,8% respectivamente.

Según datos del DANE, el consumo total de maíz ascendió a 4.107.711 toneladas, de las cuales el 85% son importaciones y el resto es producción nacional. De ese 85% que es importado, el 77% es maíz para la industria de Alimentos Balanceados para consumo animal y 23% para la Industria de consumo humano.

Durante la fase de elaboración de la ficha No 1, no se obtuvo información detallada sobre los mercados locales, departamentales y nacionales del maíz que se produce en el departamento. Sin embargo, no existe una diferencia significativa del modelo de comercialización con el que se presentan en otras regiones productoras de maíz en el país.

2.2.1.3. Arroz

El esquema de producción y comercialización de la cadena arrocera se entiende de acuerdo con las actividades productivas de cada uno de los integrantes de este mercado. Así, en primer lugar se encuentra la producción agrícola, que corresponde a la siembra y cosecha del arroz paddy verde por parte de los agricultores. Este producto constituye la materia prima de todo el proceso productivo. Posteriormente, tiene lugar el proceso industrial desarrollado por los molinos. El arroz paddy verde que llega al molino es sometido a procesos de limpieza y reducción del porcentaje de humedad con el objeto de prepararlo para el almacenamiento y la trilla. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014)

La *Tabla 17* registra los agentes de la demanda del producto, el mercado de destino y algunas características de estos. La información proviene de fuentes secundarias, y se aplica al departamento del Cesar, cuando los mercados de los productos son homogéneos, se comercializan por medio de los gremios que los representan y guardan características similares entre las regiones del país.



TABLA 17. MERCADOS DE DESTINO DEL ARROZ

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL				MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS DE CADENA	DESTINOS
ARROZ	Acopiadores rurales	Planta de Semillas Fedearroz Valledupar		Planta de Semillas Fedearroz Valledupar. Molinos arroceros: Inagrocesar, Molino San Roque y Coalcesar	Industria Molinera de Oriente, Molinos Moliar	Coalcesar vende productos con marca propia	N/A (no aplica)

FUENTE. SIC, FEDEARROZ



La demanda de arroz paddy verde la realizan de manera directa los molinos con el fin de transformarlo en arroz blanco, y posteriormente comercializarlo a nivel nacional, en formatos de bulto o arroz a granel y/o a través de las marcas propias de los molinos. En general, la industria arrocera colombiana desempeña varias funciones dentro de la cadena: financia productores, acopia, acondiciona, almacena y financia almacenaje, procesa, hace mercadeo y desarrollo de productos, y vende. En este último tema, la década de los noventa se caracterizó por la consolidación de las marcas líderes (Martínez y Acevedo, 2002, p.30)

En general, la industria arrocera colombiana desempeña varias funciones dentro de la cadena: financia productores, acopia, acondiciona, almacena y financia almacenaje, procesa, hace mercadeo y desarrollo de productos, y vende. En este último tema, la década de los noventa se caracterizó por la consolidación de las marcas líderes (Martínez y Acevedo, 2002, p.30 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014).

2.2.1.4. Café

Desde hace varios años el Comité Departamental de Cafeteros de Cesar – Guajira, ha desarrollado trabajos con las familias cafeteras, orientados hacia la comercialización del café a través del buen beneficio y la cuidadosa producción de cafés especiales. Lo anterior se articula con la garantía de compra ejercida por intermedio de la Cooperativa de Caficultores, con el objetivo de transferir valor agregado a cada familia productora de café. Hay más de 1500 productores de cafés sostenibles y de origen, los cuales venden a través del Comité Departamental de Cesar-Guajira a Almacafé. (Federación Nacional de Cafeteros, 2010).

Actualmente los municipios con mayores áreas sembradas de café son: Valledupar, Aguachica, Agustín Codazzi, La Jagua de Ibirico, Pueblo Bello y La Paz.

La Tabla 18 registra los agentes de la demanda de café, el mercado de destino y algunas características de estos. La información proviene de fuentes secundarias, y se aplica al departamento del Cesar, cuando los productos son homogéneos y son generadores de valor agregado se comercializan por medio de los gremios que los representan y guardan características similares entre las regiones del país.

TABLA 18. MERCADOS DE DESTINO DEL CAFÉ

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL			MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	OTROS	DESTINOS
CAFE	El café que se produce se negocia en los municipios y se acopia y se seca en los centros de acopio de las asociaciones, pero no se trilla ni se muele, por consiguiente, no hay registros de café para consumo	el café pergamino se negocia, principalmente, en la asociación de caficultores y en la cooperativa de caficultores de la Federación Nacional de Cafeteros que hay en los municipios de Pueblo Bello	No hay mercado de café pergamino en las centrales mayoristas	El café pergamino es comprado por las cooperativas Caficosta y Almacafé, para ser trillado, tostado, molido, empacado y comercializado tanto en el mercado nacional como internacional	Existe programas de cafés especiales en diferentes categorías: de origen, sostenibles, orgánicos y de responsabilidad social o equidad económica, cuyos mercados son especialmente los internacionales.	Las cifras que aquí se presentan son el consolidado a nivel nacional. “Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos) a nivel nacional. Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos” (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015)

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - ENTREVISTA CON CAFICULTORES DE PUEBLO BELLO E INFORMACIÓN DEL COMITÉ DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS CESAR-GUAJIRA

La FNC considera a un caficultor el propietario o poseedor de un predio que cumpla con las siguientes condiciones: 1. Que el área sembrada con café sea igual o superior a media hectárea (0,5 ha.). 2. Que en el área señalada se cuente al menos con 1.500 árboles plantados (FNC, 2010, p. 8) (Económicos, 2012), en este orden de ideas el Comité de Cafeteros Cesar– Guajira cuenta con 9.082 cafeteros agremiados.

Se creó un nuevo proyecto de café orgánico para la comunidad indígena Wiwa, el cual permitió ampliar en un 36% el número de productores adscritos a programas de cafés especiales, el cual alcanzó los 2.336 usuarios

Las cifras que aquí se presentan son el consolidado a nivel nacional según reporte de la Federacafe (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015). “Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos) a nivel nacional. Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos” (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015)

2.2.1.5. Yuca

De las raíces de la yuca se obtienen dos tipos de productos que son la yuca para harinas y "pelets", destinados especialmente para alimentación animal y el almidón de yuca, que se usará en industrias alimentarias (pan, pastelería, mermeladas, etc.) y no alimentarias (plásticos, pieles, etc.).

La yuca es una fuente de alimento barato y la flexibilidad de las cosechas hace que este producto pueda considerarse como reserva contra las hambrunas, pues se puede sembrar en suelos de baja fertilidad y con deficiencias hídricas. Además de los usos alimenticios, se utiliza como apresto en la industria textil, papelera, farmacéutica, engomados, en la producción de biocombustible, entre otros. Sin embargo, el uso industrial en Colombia no ha avanzado pues no hay un suministro constante y confiable de la materia prima. La región Caribe colombiana tiene una tradición cultural en la siembra de yuca y es la mayor productora de este cultivo en el país, pero los rendimientos son bajos, puesto que los pequeños productores siguen con el sistema de siembra artesanal, no aplican técnicas tales como: preparación de tierra, uso de semillas de calidad, fertilización de suelos, limpieza de malezas y rotación de cultivos (Díaz, 2012)

El departamento hay sembradas 9.040 ha, según la EAN (DANE Departamento Nacional de Estadística, 2016). Los municipios con mayor área sembrada son: Valledupar (2.248 ha), Aguachica (1.169 ha), Codazzi (1.699 ha), Becerril (706 ha) y la Jagua de Ibirico (660 ha), estos municipios representan más del 70% del área sembrada.

En el departamento no hay plantas que procesen la yuca para producir harina de yuca para el consumo humano y como base para producir alimento animal. En los años 2004 – 2006 se instalaron dos plantas de procesamiento de yuca, una en Tamalameque y la otra en otra en Bosconia. La primera nunca entró en funcionamiento pues la región no produce yuca y de la que está en Bosconia no se tiene registro sobre su funcionamiento.

Con la información secundaria no se puede inferir cuales son los mercados de destino de la yuca que se produce en la región.

2.2.1.6. Caña Panelera

Tres municipios, Valledupar con 1.254 ha, Gonzales con 967 has y Pueblo Bello con 476 has, representan el 80% del total del área sembrada en caña panelera del departamento.

La caña panelera es el insumo básico para producir la panela, alimento básico de la canasta familiar y está incluido por el DNP como alimento estratégico en el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PNSAN) 2012-2019.

La producción de panela es una de las agroindustrias rurales de mayor tradición en Colombia. La producción de panela se realiza en pequeñas explotaciones campesinas mediante procesos artesanales en los que prevalece una alta intensidad de trabajo familiar y muy bajas tasas de introducción de tecnología.

Según el INVIMA, a junio del 2014 se encontraban registrados 6 trapiches paneleros en el Cesar (INVIMA, 2014) cuya producción se destina a los mercados locales y plaza mayorista de Valledupar.

Una apuesta exportadora es la que vienen realizando la comunidad Arahuaca con apoyo de Procolombia y la empresa Doña Panela para producir panela orgánica pulverizada para exportar a los mercados europeos. El proyecto busca internacionalizar el producto bajo la marca *Arahuaco* para el beneficio de las 35 familias indígenas que viven en la Sierra Nevada de Santa Marta, cuya economía depende principalmente del café.

TABLA 19. MERCADOS DE DESTINO DE LA CAÑA PANELERA - PANELA

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL		MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	DESTINOS
PANELA	La caña panelera se lleva a los municipios donde hay trapiches, Valledupar, Gonzalez y Pueblo Bello (producción orgánica)		La panela es comercializada en la plaza mayorista de Valledupar	Doña Panela, empresa de Bogotá que apoya el proceso de producción y exportación de panela orgánica pulverizada	Apuesta exportadora de la comunidad Arahuaca con apoyo de Procolombia y la empresa Doña Panela para producir panela orgánica pulverizada para exportar a los mercados europeos

FUENTE: PROCOLOMBIA- ENA

2.2.1.7. Algodón

“La demanda de consumo intermedio del algodón desmotado se concentra en sectores que no hacen parte de la cadena. Entre estos sectores se encuentra la industria química (40%), a los cuales pertenecen a productos como herbicidas, fungicidas y abonos, y el sector de otros agrícolas (18%), el cual responde a la demanda de semillas principalmente.

La concentración de la demanda de consumo intermedio en los rubros de químicos y semillas sugiere que estos sectores son los que más se benefician conforme el sector de algodón desmotado aumente su producción. Por otro lado, el beneficio del resto de la cadena es mínimo ya que el único eslabón que tiene un encadenamiento directo a nivel de consumo intermedio con el algodón desmotado son las confecciones con una participación de tan solo el 3%.” (Castro, 2013).

La Tabla 20 muestra los mercados del algodón que se produce en el Cesar.

TABLA 20. MERCADOS DE DESTINO DEL ALGODÓN

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL		MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	DESTINOS
ALGODÓN	Los productores llevan el algodón a las asociaciones o cooperativas que hacen las veces de integradores y realizan el desmote del algodón	En el departamento existen compradores establecidos y comercializadores de fibra de algodón	Industrias del Hilado y textiles en Santander, Antioquia y Bogotá	No se tienen registros	N/A

Es importante resaltar la demanda de fibra de algodón de las empresas localizadas en los cluster de Moda y Confecciones de Medellín, el cluster de hilados en Bogotá y el de textiles en el Tolima.

2.2.1.8. Cacao

El cacao colombiano cuenta con excelentes proyecciones que parten del aumento constante de la demanda mundial por el producto y sus derivados y de la limitada oferta existente. El cacao colombiano es reconocido en un como fino de sabor y aroma por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) por sus siglas en inglés. Esto representa una ventaja competitiva para el país frente a los grandes productores de cacao en África y el sudeste asiático.

TABLA 21. MERCADOS DE DESTINO DEL CACAO

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL		MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	DESTINOS
CACAO	Los mercados municipales y centros de acopio natural se localizan en los municipios que tradicionalmente han cultivado el cacao, como son: Valledupar, La Paz, Manaure, San Diego, La Jagua de Ibirico, Codazzi, Curumaní, el Copey, Pueblo Bello, Chiriguaná, Aguachica, Pelaya y San Alberto	En el departamento existen compradores establecidos o acopiadores, que son los encargados de comprar el cacao y venderlo, ya sea a la industria de alimentos o cosmética y a los exportadores	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	Italia (empresa italiana Domori SARL), México, Italia, España, Bélgica y Francia.

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - ENTREVISTAS CON CULTIVADORES DE PUEBLO BELLO - DATOS FEDECACAO

De acuerdo con FEDECACAO, en la industria de alimentos se encuentran 41 empresas productoras de chocolates de mesa, confites, etc., que demandan cacao en grano. La industria nacional demanda el grano de cacao para producir licor, pasta, manteca, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate.

Dentro de la comercialización del cacao se menciona la existencia de agentes exportadores. De acuerdo con Agrocadenas (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2005), las exportaciones se realizan de forma esporádica debido a que Colombia no genera excedentes exportables y los precios internacionales no son atractivos para los comercializadores. Adicionalmente, señala que se vende cacao al mercado externo cuando el precio internacional se encuentra por encima del precio nacional más la cesión que deben realizar los exportadores al fondo de estabilización de precios del cacao. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014)

La comercialización del cacao y la absorción de la cosecha por parte de las empresas que conforman la industria de elaboración de productos derivados del cacao, se realiza mediante asociaciones de productores, comercializadores y exportadores. Según información de Fedecacao y citada en Martínez y Beltrán (2005) (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2005), “aproximadamente 70% de la comercialización del grano se hace a través de comercializadores que se ubican en las cabeceras municipales. En ocasiones la industria provee a estos comercializadores recursos para financiar la compra de cacao. Estos comercializadores reciben la diferencia entre el precio al cual le compran al agricultor y aquel al que le venden a la industria nacional o a los exportadores por las compras realizadas. Se estima que el canal de los acopiadores representa 20% de la comercialización del cacao. Estos agentes tienen una relación directa con el agricultor y en algunas ocasiones comercializan el cacao para los agentes comercializadores. Por último, hay unas pocas organizaciones de productores y cooperativas, que actúan como agentes comercializadores, y que canalizan 10% del intercambio del grano.” (Fedesarrollo, 2007).

Los municipios donde se realiza el acopia del cacao son: Valledupar, La Paz, Manaure, San Diego, La Jagua de Ibirico, Codazzi, Curumaní, el Copey, Pueblo Bello, Chiriguana, Aguachica, Pelaya y San Alberto.

2.2.2. Apuestas Productivas

Luego de hacer una revisión de los programas de incentivos a la producción agropecuaria en los niveles nacional y departamental y realizar una evaluación de los productos con mayor potencial exportador, se proponen como apuestas productivas para el departamento del Cesar, el mango, la apicultura y la silvicultura.



2.2.2.1. Mango

TABLA 22 MERCADOS DE DESTINO DEL MANGO

PRODUCTO	ABASTECIMIENTO TERRITORIAL		ABASTECIMIENTO NACIONAL				MERCADO INTERNACIONAL
	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS DE CADENA	DESTINOS
MANGO	En algunos municipios, entre ellos Aguachica y Codazzi, los pequeños productores de mango venden directamente en las vías y mercados locales.	El mercado departamental es abastecido con mango proveniente de Antioquia, Valle y Bogotá.	El mango que se comercializa en la Central Mayorista de Valledupar, proviene del interior del país. La Central Mayorista de Itagüí recibe mango del departamento Según DANE (2015)		Postobon y la Compañía Envasadora del Atlántico CEA-compran mango de la variedad Hilacha para elaborar concentrado de mango y pulpa para exportar	Las cadenas de supermercados del Cesar y en especial los de Valledupar, son abastecidos con producto de interior, específicamente el mango proveniente de Bogotá, Antioquia, Valle y Tolima	Se está exportando mango en fresco y pulpa al mercado Europeo. El puerto de embarque es Barranquilla.

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - ENTREVISTA CON EL ING. AGRÓNOMO. (MESTRE, INGENIERO AGRÓNOMO, 2016)



El mango es un producto que cuenta con un crecimiento de la demanda nacional e internacional, que puede ser producido durante todo el año. Para aprovechar esto y dada la coyuntura de los TLC, se debe empezar a exportar mango fresco desde la región Caribe, zona donde debería incrementar el área cultivable en 20 mil hectáreas. (FINAGRO, 2014)

El mango que se comercializa en la Central Mayorista de Valledupar, proviene del interior del país. Parte de la producción regional se destina, Según DANE (2015), a la Central Mayorista de Itagüí – CMA-(Antioquia). Los registros oficiales del DANE indican que en el año 2015, ingresaron 1.254 ton lo que equivale a un 8.7% del suministro de mango de la Central Mayorista de Itagüí.

Estudios realizados por Asofrucol, (2006) en el marco del Plan Frutícola Nacional, indican que el 65% de la población del departamento está ubicada en las zonas urbanas y consumen el 72.4% de la fruta en fresco que se produce en el Cesar.

El tema de la agroindustria de las frutas en el Cesar es incipiente y poco representativo. Lo que se consume casi en su totalidad es fruta fresca, no hay plantas representativas de procesamiento de frutas en funcionamiento. De toda la producción de frutas una parte se consume localmente y la otra se envía a otras regiones sin ningún proceso de transformación o procesa.

Postobon y la Compañía Envasadora del Atlántico CEA- compran mango de la variedad Hilacha para elaborar concentrado de mango y pulpa para exportar.

Las cadenas de supermercados del Cesar y en especial los de Valledupar, son abastecidos con producto de interior, específicamente el mango proveniente de Bogotá, Antioquia, Valle y Tolima.

2.2.2.2. Agrosistemas: Plátano – Aguacate – Maderables - Cacao

Gobernación del Cesar, Asofrucol e Idcesar vienen adelantando una serie de proyectos encaminados a fortalecer la economía campesina en ciertas zonas del departamento. El trabajo con sistemas agroforestales ha merecido especial interés, y es así como, se está implementando un programa con 145 familias en los municipios de Curumaní (25), Pailitas (78) y Chimichagua (42), para que cada una de ellas en un arreglo productivo de una (1) hectárea siembre plátano-aguacate-maderables.

El sistema permite sembrar en la hectárea: 1000 a 1200 plantas de plátano, dependiendo de la variedad, ya sea Hartón o Dominico, Aguacate variedades Lorena y Hass y como maderables se

han sembrado cedro, caoba y caracolí. Se busca que cada familia obtenga al menos dos salarios mínimos y productos de autoconsumo dentro de la propuesta de seguridad alimentaria.

Las entidades anteriormente enunciadas están haciendo presencia e implementando sistemas agroforestales en 16 municipios del departamento para beneficiar a 635 familias de los municipios de: Valledupar, El Copey, Pueblo Bello, Agustín Codazzi, Becerril, La Jagua de Ibirico, Chiriguaná, Curumaní, Pailitas, La Gloria, Aguachica, González, San Diego, La Paz, Manaure y Río de Oro.

La apuesta productiva para estos municipios está determinada por la cota sobre la cual se va a establecer el agrosistema y va desde los 200 msnm a 2200 msnm. Los arreglos productivos son: i) Aguacate- Café – Silvopastoril; ii) Plátano – Aguacate - agroforestal; y iii) aguacate – cacao y un impulso a la actividad apícola.

Referente a la silvicultura, y en el marco de los proyectos agro-silvícola, se registran 145 ha de cultivos de TECA y MEDINA, sin tecnificar en los municipios de Curumaní, Pailitas y Chimichagua.

2.2.2.3. Apicultura

En Codazzi se ha establecido un núcleo de producción de abejas, hay aproximadamente 500 colmenas que proveen de panales y abejas a los productores de la región.

La producción es consumida localmente, pero hay interés de clientes nacionales por adquirir Miel de Abejas producida en la región.

2.2.3. Análisis de la tendencia de los precios internos

TABLA 23. CALCULO DE LOS PRECIOS INTERNOS

PRODUCTOS SELECCIONADOS	CRECIMIENTO ANUAL DE LOS PRECIOS INTERNOS					PUESTO	VALOR O PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	2011	2012	2013	2014	PROMEDIO			
NARANJA	54,98	39,66	-20,00	25,00	24,91	1	12	0,154
YUCA	-16,89	12,15	-17,76	86,39	15,97	2	11	0,141

PRODUCTOS SELECCIONADOS	CRECIMIENTO ANUAL DE LOS PRECIOS INTERNOS					PUESTO	VALOR O PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	2011	2012	2013	2014	PROMEDIO			
AGUACATE	17,49	-18,50	50,00	14,82	15,95	3	10	0,128
PLATANO	8,80	-12,69	-44,44	55,00	1,66	4	9	0,115
ARROZ RIEGO	20,59	-2,67	-14,56	1,34	1,18	5	8	0,103
CACAO	-0,81	-19,71	2,34	22,48	1,08	6	7	0,090
CAFE	23,71	-31,85	-26,55	36,47	0,44	7	6	0,077
PALMA DE ACEITE	10,22	-28,66	14,45	2,88	-0,28	8	5	0,064
MAIZ TRADICIONAL	8,58	-5,35	-9,43	-1,75	-1,99	9	4	0,051
PAPAYA	15,83	-28,89	11,76	-15,79	-4,27	10	3	0,038
ALGODON	-37,22	-26,79	18,69	-10,19	-13,88	11	2	0,026
CAÑA PANELERA	-27,46	-17,00	-13,08	-13,09	-17,66	12	1	0,013
					Total		78	1,000

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

Dentro de la metodología propuesta, el análisis de precios internos, es una variable que puede estimular la producción; en algunos casos, se debe considerar que existen productos, con una reglamentación jurídica, que sirve como soporte económico para mantener la oferta en determinados mercados.

Basados en la información suministrada por los gremios productores, Agronet, Bolsa mercantil de Colombia, Centrales de abastos en el país, Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario (SIPSA) del DANE, se construyeron las series históricas durante el periodo de análisis y se calcularon las variaciones.

Como se puede observar en la Tabla 23, el comportamiento de los precios presenta algunas transiciones, que afectan los diferentes mercados a través de los mecanismos de oferta y de demanda, para algunos productos se presentan incrementos positivos que estimulan su producción, como son los casos de la naranja, yuca y aguacate, por otro lado, la papaya, el algodón y la caña panelera ha presentado incrementos negativos.

2.2.4. Precio del cacao

Pese a que la compra de cacao muestra una estructura oligopsónica y las firmas tienen cierta discreción en fijar el precio interno al productor de cacao, es importante destacar que ese precio tiene como base el comportamiento del precio internacional. Además, es importante subrayar que, según Martínez y Beltrán (2005), con base en datos Fedecacao, el margen de ganancia de los comercializadores no supera 5% del precio pagado por la industria. Se considera, por lo tanto, que los agricultores no presentan una disminución significativa de sus ganancias por cuenta de la concentración en las compras del grano en el nivel de los comercializadores y la industria procesadora. (Zuluaga, 2007).

Dadas las características del mercado, la información del precio pagado a los productores hace parte de la estructura de costos e información estratégica de las industrias, por tal motivo se dificulta el acceso a dicha información.

2.2.5. Identificación de agentes e infraestructura para la comercialización

2.2.5.1. Palma de aceite

A nivel nacional los cultivadores de palma se encuentran agrupados en 58 núcleos palmeros sin tener en cuenta las divisiones político – administrativas, por esta razón, el departamento del Cesar hace parte de dos zonas, la zona norte y la zona centro.

Los municipios del norte y centro del departamento hacen parte de la zona Norte y sobresalen Copey, Becerril y Codazzi, también están: Chimichagua, Chiriguaná Curumaní, El Paso, La Jagua de Ibirico, La Paz, San Diego, Bosconia y Valledupar y los municipios que hacen parte de la zona centro son San Alberto y San Martín al sur del departamento. En el departamento se establecieron 14 núcleos palmeros.

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

En el departamento del Cesar se encuentran registradas 40 asociaciones y cooperativas de palmicultores. Los municipios que mayor número de estas presentan son aquellos que presentan una mayor cantidad de productores. Es el caso de Chiriguaná que registra 8 asociaciones: 1. Asociación de Palmeros de Frupalce Tres - Asofrupalce Tres, 2. Asociación Palmas Chiriguana Palmachi, 3. Asociación de Palmeros de Frupalce Siete - ""Asofrupalce Siete", 4. Asociación de Palmeros del Centro 5. Asociación Productores de Palma de Chiriguana ""Asopalchi", 6. Asociación de Palmeros de Frupalce Cinco - ""Asofrupalce Cinco, 7. Asociación Central Palmera del Similoa, 8. Asociación de Palmicultores del Cesar.

En el municipio de Becerril hay 5 organizaciones: 1. Cooperativa de Pequeños Productores de Palma de Aceite de Becerril, 2. Asociación de Palmeros de Becerril Tres, 3. Asociación de Oleopalmicultores de Becerril Cesar, 4. Asociación de Palmeros de Becerril Dos - Aspalbe Dos, 5. Asociación de Palmeros de Becerril Cuatro.

Los municipios de Tamalameque, Curumaní, Pailitas, La Gloria y El Copey con 4 organizaciones cada uno. En el Copey encontramos: Asociación Copeyana de Palma "Asocopal", Asociación Palmeras de El Copey", "Asopalcop", Fundación Palma Copey, Asociación de Productores y Comercializadores de Palma de El Copey "Acopalma"; en Pailitas están las siguientes, Asociación de Pequeños Palmicultores de Pailitas Apepalma, Asociación de Palmicultores por la Paz de Pailitas Apalp, Asociación de Pequeños Palmicultores de Pailitas Dos, Asociación de Palmicultores por la Paz de Pailitas Dos. En Tamalameque se han registrado: Cooperativa de Palmicultores de Tamalameque, Asociación Agroindustrial de Palmicultores de Tamalameque Asopalt, Asociación de Palmeros de Frupalce Uno Asofrupalce Uno, Asociación De Palmicultores De Zapatosa-Apalza. En Curumaní se han registrado las siguientes organizaciones: Asociación de Palmeros de Frupalce Dos Asofrupalcedos, Asociación de Productores Frutos de la Palma de Animito-Frupanimi, Asociación de Palmicultores de Curumani Cesar, Cooperativa de Palmicultores Centro del Cesar Palmas-Curumani; en la zona de Becerril se establecieron las siguientes organizaciones: Cooperativa de Pequeños Productores de Palma de Aceite de Becerril, Asociación de Palmeros de Becerril Tres, Asociación de Oleopalmicultores de Becerril Cesar, Asociación de Palmeros de Becerril Dos - Aspalbe Dos, Asociación de Palmeros de Becerril Cuatro. En los municipios de la Gloria y Pelaya hacen presencia: La Asociación Primera de Palmicultores de Regidor Asopalreg Uno, Cooperativa de Palmicultores Asociados de La Gloria, Asociación de Palmicultores de La Gloria Pelaya y Tamalameque, Asociación Segunda de Palmicultores de Regidor en Liquidación y Cooperativa Multiactiva de Trabajo Asociado de los Palmicultores.

Los restantes municipios productores entre los cuales encontramos a Codazzi, Aguachica, San Martín, La Jagua de Ibirico y Chimichagua, registran las siguientes organizaciones: Cooperativa Multiactiva de Palmicultores de Agustín Codazzi (Cesar), Asociación de Palmicultores Palmares La Piragua, Asociación de Palmicultores del Centro del Cesar "Asopacc", Asociación de Palmicultores de La Jagua de Ibirico "Asopaljagua", Asociación de Palmicultores de Patiño, Asociación de Palmeros de San Martín Cesar Asopalmar.

▪ Centros de acopio

La producción de los frutos de la palma de aceite se recolecta en las fincas y se transportan a la planta de beneficio con la cual tenga acuerdo de acopio y procesamiento. Las plantas extractoras ubicadas en el departamento del Cesar son:

TABLA 24. PLANTAS EXTRACTORAS DE ACEITE DE PALMA EN EL CESAR

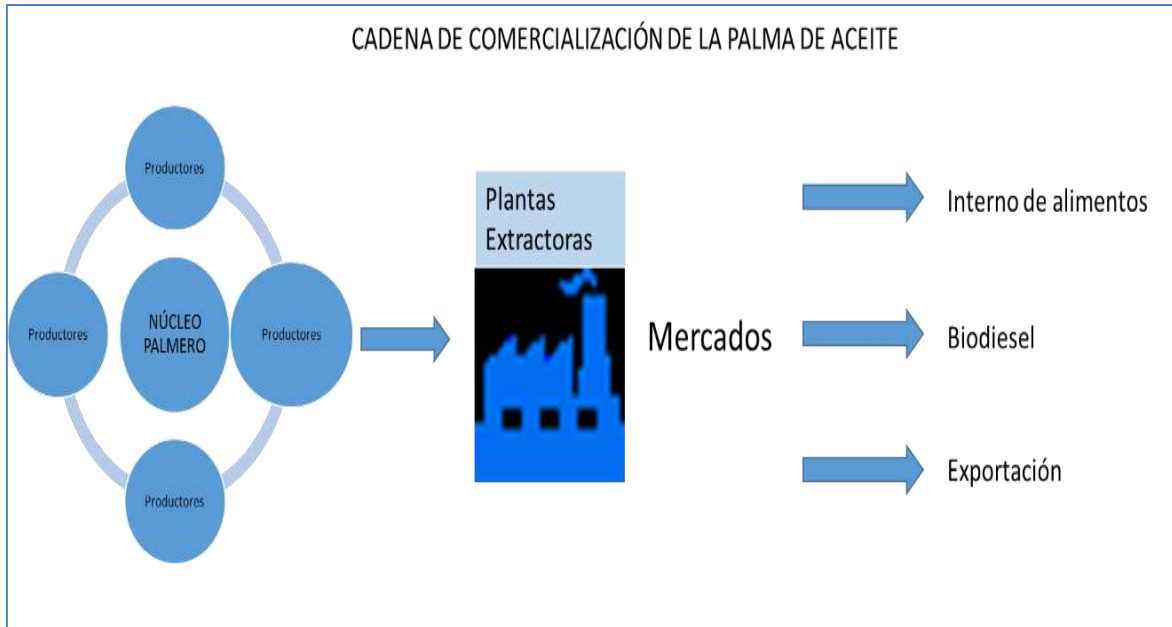
NOMBRE DE LA PLANTA	MUNICIPIO
Agroindustrias del Sur del Cesar Ltda. Y Cía. S.C.A. – Agroince	Aguachica
Extractora Sicarare S.A.S	Agustín Codazzi
Oleoflores S. A	Agustín Codazzi
Palmas Oleaginosas del Casacará Ltda	Agustín Codazzi
Extractora Palmariguani S.A.	Bosconia
Palmeras de la Costa S.A.	El Copey
Palmagro S.A.	El Paso
Extractora La Gloria S.A.S.	La Gloria
Industrial Agraria La Palma Ltda. - Indupalma Ltda.	San Alberto
Palmas del Cesar S.A.	San Martín

FUENTE: FEDEPALMA

El departamento tiene 9 plantas de beneficio y una planta de biocombustibles en Codazzi que acopian la semilla de palma de aceite directamente de los pequeños y medianos productores.

Un ejemplo de agente del mercado con alcance regional – nacional – internacional es la empresa Indupalma, es un referente en la industria del aceite de palma desde el año de 1961 y en la “actualidad ha creado un proyecto que se denomina “Unidades Autónomas Empresariales (UAE)” que buscan empoderar a la gente entorno del mercado del aceite de palma mostrándoles que mediante un proceso de estructuración de proyectos acompañados por una alianza entre el sector público y el sector privado se podía lograr convertirlos en socios del negocio al financiarles la compra de terrenos”. (Gómez, 2013)

FIGURA 13. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE PALMA DE ACEITE EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

La estrategia para el desarrollo del sector se basa en APE Alianzas Productivas Estratégicas donde se busca una integración a través de alianzas entre empresas ancla y organizaciones de pequeños productores.

“Las alianzas en sí mismas se formalizan a través de la suscripción de acuerdos, que contemplan entre otros, los siguientes aspectos: 1) especificaciones del proyecto productivo; 2) compromisos de cada una de las partes involucradas en lo que tiene que ver con aspectos técnicos, gerenciales, administrativos, comerciales, sanitarios, etc.; 3) mecanismos para la determinación del precio de adquisición del fruto y deducciones y bonificaciones que se harán por financiación, por ahorro o por calidad.; 4) toma de decisiones de manera participativa e informada; y 5) una instancia de mediación cuando los desacuerdos no puedan ser resueltos directamente entre la empresa ancla y la organización de productores²⁷ (SNV-Cecodes, 2010c).” (Alejandra Rueda-Zárate, 2015)

Más del 70 % de la comercialización del fruto cuenta con un contrato de suministro en el que los precios de compra se establecen de acuerdo con una fórmula previamente negociada (Alejandra Rueda-Zárate, 2015)

▪ **Centros de investigación y organizaciones gremiales**

La Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, *Fedepalma*, Agremia y representa a cultivadores de palma de aceite y productores de aceite de palma desde su fundación en 1962, y lidera la estructura gremial y de servicios de apoyo al sector palmero colombiano.

Fedepalma cuenta con dos organizaciones que apoyan y procuran la competitividad del sector y el bienestar de los palmicultores afiliados, *Cenipalma*, es el centro de investigaciones de sector y *Acepalma*, la comercializadora internacional.

Así mismo, se han implementado dos mecanismos para el fomento de la actividad: *El Fondo de Fomento Palmero* y el *Fondo de Estabilización de Precios del Sector Palmero*.

2.2.5.2. Maíz

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

En la región hace presencia Fenalce apoyando las fases de producción, cosecha, recolección y comercialización del maíz. A nivel local – municipal – se encuentran registradas 8 organizaciones: Asociación de Productores de Maíz Asurmaiz, Curumani, Asociación de Pequeños Productores de Maíz de Codazzi_ (Asopemaco), Asociación Comunitaria de Cultivadores de Maíz de Codazzi, Asociación de Pequeños y Medianos Productores de Maíz de Aguachica, Cooperativa Comercializadora de Granos de Aguachica – Cogranos, Cooperativa Comercializadora de Granos de Pelaya Coocgrapel, Asociación de Productores Agrícolas Un Nuevo Futuro Para La Paz, Asociación de Productores de Cereales y Leguminosas del Municipio de Manaure Balcón Del Cesar ""Asoprocema".

▪ **Centro de acopio**

La cadena de comercialización del maíz inicia con el productor, el cual cosecha el maíz y lo vende a los intermediarios o a las cooperativas, las cuales venden a las industrias de alimentos balanceados para animales y el maíz blanco a la industria de alimento humano.

En la investigación, basada en información secundaria, no se logró determinar si en el departamento existían centros de acopio de maíz o de almacenamiento del grano.

- **Empresas agroindustriales**

El departamento del Cesar no cuenta con empresas agroindustrias representativas para el procesamiento del maíz. La producción la compran las grandes industrias nacionales de alimentación animal y humana.

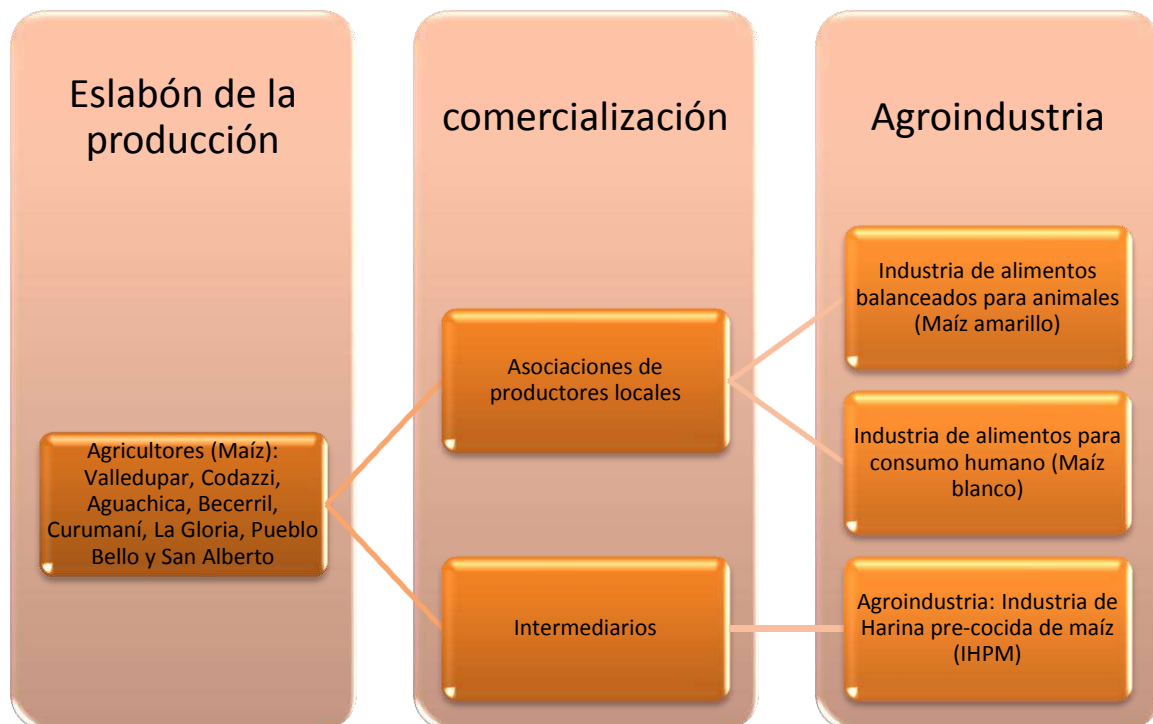
- **Centros de investigación**

La investigación sobre temas relacionados con el maíz y su cadena de valor, está a cargo de Corpoica.

- **Cadena de comercialización**

A continuación, se representa la cadena de comercialización del maíz.

FIGURA 14. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL MAÍZ EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

2.2.5.3. Arroz

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

Los actores institucionales de la Cadena son: los cultivadores de arroz del Cesar, representados por la Federación Nacional de Arroceros (FEDEARROZ) y la Federación Nacional de Cerealeros (FENALCE); los industriales molineros representados por la Federación de Industriales del Arroz (INDUARROZ) y por la Asociación Nacional de Molineros de Arroz (MOLIARROZ); los productores de semillas certificadas, representados por la Asociación Colombiana de Productores de Semillas (ACOSEMILLAS).

A Nivel local encontramos: la Asociación de Pequeños Productores de Arroz del Municipio del Paso – Cesar y La Asociación de Arroceros y Productores Agropecuarios de El Paso Cesar.

▪ **Centro de acopio**

La Federación Nacional de Arroceros inauguró en 2016 la primera planta de semillas y almacenamiento de arroz en Valledupar. Esta planta suministra semilla de arroz para los ecosistemas de Caribe húmedo, Caribe seco y el resto del país; de las variedades Fedearroz-2000, Fedearroz-473, Colombia XXI y las nuevas variedades Fedearroz 733 y Fedearroz 60 (Fedearroz, 2016)

Su ubicación es estratégica y beneficiará directamente a los productores de 16.000 hectáreas de arroz de los departamentos de Cesar y la Guajira, pero también estará disponible para recibir arroz, de no menos de 14.000 hectáreas ubicadas en los municipios del Magdalena, el Bajo cauca y los Santanderes. Tendrá capacidad para recibir 140 toneladas de arroz paddy verde por día y tendrá una capacidad de almacenamiento de 40.000 bultos de arroz paddy seco.

▪ **Empresas agroindustriales**

Además de la planta de secado y almacenamiento de la federación de arroceros, se registran tres molinos para el acopio, la trilla, el empaque y la comercialización de arroz a saber: Inagrocesar, Molino San Roque y Coalcesar ubicados en Aguachica, Coalcesar comercializa su propia marca y tiene un molino y empacadora de arroz con capacidad de 4 ton/hora. (María, 2004)

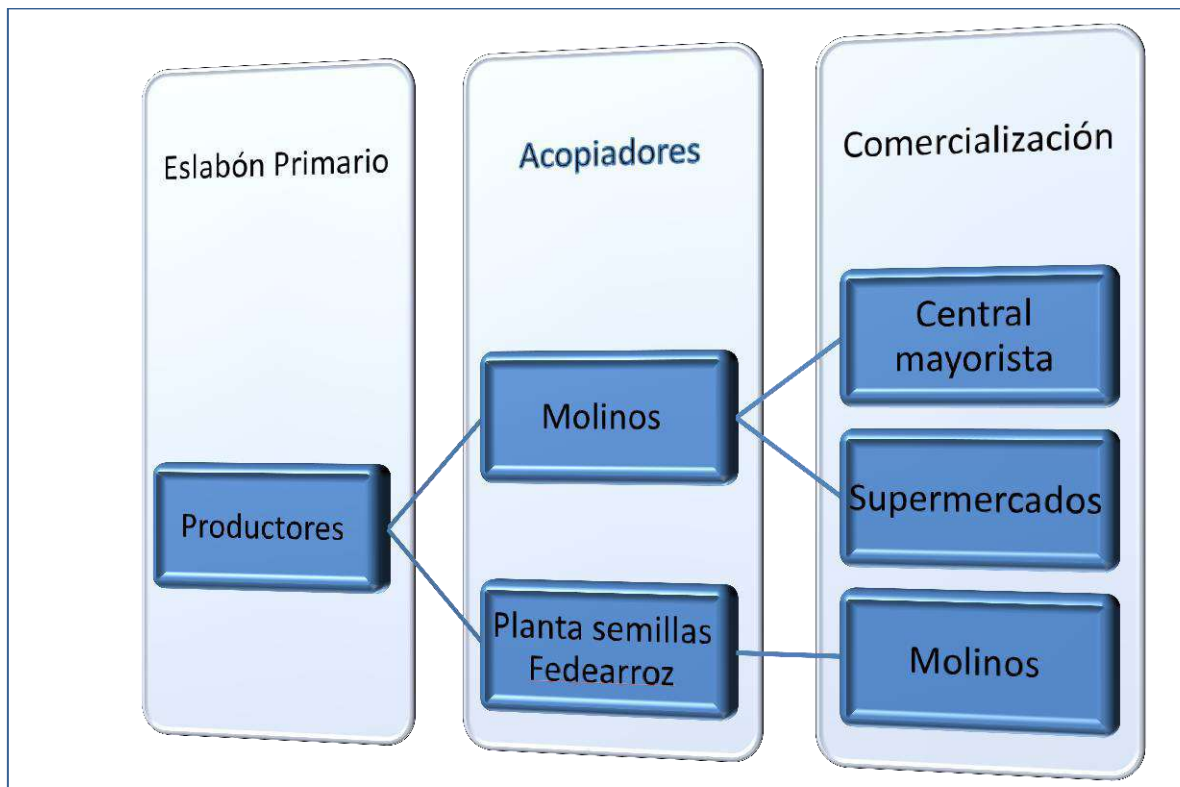
▪ **Centros de investigación**

La Federación Nacional de Arroceros viene implementado un proyecto de investigación para el desarrollo tecnológico del arroz el cual beneficia a todos los productores. El PROYECTO

SATREPS Uniendo esfuerzo a través de alianzas de cooperación científica y técnica entre diversas instituciones, FEDEARROZ, UNIVERSIDAD DE TOKIO, JICA, JST, CIAT, están desarrollando el proyecto “SATREPS RICE” Science and Technology Research Partnership for Sustainable Development, siglas en inglés, que significan Asociación de Investigación de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo sustentable para el cultivo del arroz. Este proyecto tiene como principal propósito la obtención de nuevas tecnologías para el desarrollo eficiente de los recursos Suelo y Agua dentro del Sistema de Producción de Arroz, basados en el desarrollo de germoplasma eficiente en el aprovechamiento a estos recursos naturales, a modelos matemáticos de simulación agronómica que permitan generar diversos escenarios que se podrían presentar debido a la alta variabilidad climática y de esta forma aumentar la productividad de granos (Fedearroz, 2016)

- **Cadena de comercialización**

FIGURA 15. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ARROZ EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

2.2.5.4. Café

La Federación Nacional de Cafeteros –FNC- hace presencia en la región a través del Comité Departamental de Cafeteros Cesar y Guajira y de la Cooperativa Cafetera de la Costa – CAFICOSTA-.

En el marco de Plan Estratégico 2008 – 2012 se promovió la creación de cooperativas de caficultores en el país, es así como en “2007 los Comités Departamentales de Cafeteros de Cesar - Guajira y Magdalena, solicitaron la constitución de una nueva cooperativa cafetera para la costa, iniciativa que contó con el respaldo del Comité Directivo de la FNC. Gracias a ello, en 2008 la Cooperativa Cafetera de la Costa - Caficosta inició actividades en beneficio de las familias cafeteras de estos tres departamentos a través de sus 17 puntos de compra”. (CAFETEROS, 2008).

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

Los caficultores del departamento se han asociado con el fin de crear condiciones favorables para la comercialización y para proveer servicios de acopio y secado a los asociados, también para promover el cultivo de cafés especiales en el marco del programa de cafés especiales de la FNC.

Caficosta es la Cooperativa de Caficultores de la Región Caribe Colombiana patrocinada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia con la mayor área de influencia en el país; en la cual ejerce la garantía de compra del café y la comercialización de productos e insumos agropecuarios.

Existen además 7 asociaciones de productores de café en el departamento:

- Asoprocasines
- Asoprokia
- Asosainecum
- Asoanei
- Asoprocafe
- Asociación de cafeteros de Curumaní
- Comité de cafeteros de la vereda Bobali no.2

▪ **Centros de acopio**

Caficosta tiene centros de atención y acopio en:

- Valledupar
- Pueblo Bello
- Media Luna
- Agustín Codazzi
- Becerril
- La Jagua de Ibirico
- Curumaní
- Aguachica

Los municipios donde se han registrado las asociaciones son centros de acopio de café, por consiguiente, están: Pueblo Bello, Curumaní, Codazzi, La Jagua de Ibirico.

▪ **Empresas agroindustriales**

El café es un mercado especial, por tal razón es importante diferenciar los cafés estándares que son aquellos que mantiene el especial origen del café colombiano, no tiene un valor agregado o un sobre precio, se comercializa bajo las normas técnicas de la Federación Nacional de Cafeteros para la calificación de la calidad y de precios y los cafés especiales. Un café se considera ESPECIAL cuando es percibido y valorado por los consumidores por alguna característica que lo diferencia de los cafés convencionales, y por el cual están dispuestos a pagar un precio superior.

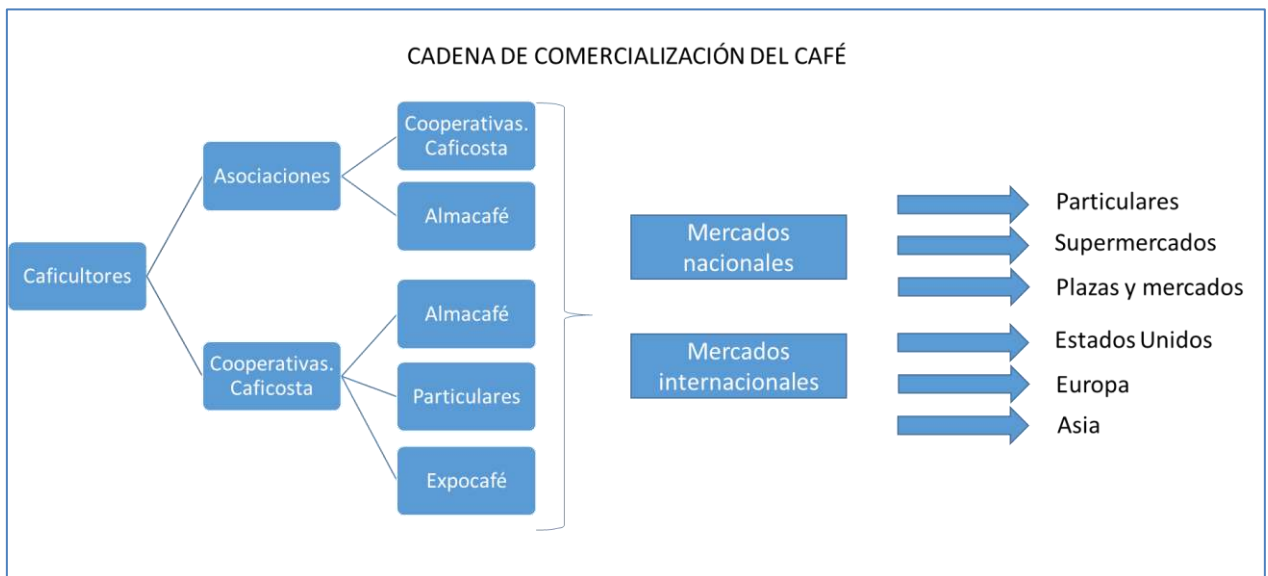
Los cafés especiales de la costa se agrupan en las siguientes categorías:

- **Cafés de Origen:** Son cafés de alta calidad, cuya estrategia de mercadeo está asociada al lugar en donde se produce el café, asociado a condiciones comunes de calidad. La Cooperativa tiene en este grupo los siguientes tipos, Regional Sierra Nevada, Regional Tesoro del Perijá, Regional Típica Perijá y Regional Bolívar.

- **Cafés Sostenibles:** Son cafés de alta calidad, los cuales se producen y se mercadean con prácticas asociadas a los conceptos de sensibilidad por el medio ambiente, en este Grupo la Cooperativa cuenta con los siguientes tipos, UTZ Típica Perijá, Rainforest Sierra Nevada, Orgánico Sierra Nevada, Orgánico Asoprosierra (Magdalena).
- **Cafés con Responsabilidad Social o Equidad Económica:** El programa Comercio Justo trabaja para mejorar el acceso a los mercados y las condiciones comerciales para los pequeños productores y los trabajadores en plantaciones agrícolas.

Para alcanzar esto, el Comercio Justo (Flo-cert), contempla un precio mínimo garantizado por el producto que se exporta, más un premio o prima social, dinero que las organizaciones de productores deberán usar para mejorar las condiciones sociales de la comunidad. (Caficosta, 2016)

FIGURA 16. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

▪ Cadena de comercialización

Los productores de café tienen dos compradores directos, la asociación a la cual están afiliados (generalmente de cafés especiales) y la Cooperativa Caficosta.

Las asociaciones agregan valor al producto al secarlo y se encargan de venderlo, ya sea a la cooperativa Caficosta o a Almacafé. Por otro lado, el productor puede vender el café directamente a la cooperativa y esta lo procesa (trilla, tuesta, muele, empaca y distribuye).

Tanto la cooperativa – Caficosta- como Almacafe se encargan de procesar el café y distribuirlo, ya sea a los mercados nacionales o internacionales. Los mercados nacionales están conformados por empresas particulares que tienen marca propia, supermercados y las plazas mayoristas de mercado.

Las cifras que aquí se presentan son el consolidado a nivel nacional para el año 2014. “Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos) a nivel nacional. Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos” (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015).

Del total de café vendido por las Cooperativas en 2014, el 50%, equivalente a 2,3 millones de sacos fue entregado a Almacafé con destino al Fondo Nacional del Café FoNC, el 29% se vendió a particulares y el 21% se negoció con Expocafé.

▪ Centros de investigación

Cenicafé. La gestión de **Cenicafé** se enmarca en el Plan Quinquenal de investigación basado en el plan Estratégico de la Federación de Cafeteros y en el pilar de sostenibilidad de la caficultura a través del estudio de los factores que afectan la producción y productividad del café desde una óptica regional, así como la adaptación del cultivo a la variabilidad climática. (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015)

2.2.5.5. Yuca

En esta fase del proyecto no se tiene información detallada sobre la cadena de comercialización ni los agentes que intervienen en la cadena de valor de la yuca. La siguiente etapa del estudio, donde se tiene previsto la realización de talleres en las regiones con los agentes de mercado, se obtendrá esta información.

2.2.5.6. Caña panelera

En esta fase del proyecto no se tiene información detallada sobre la cadena de comercialización ni los agentes que intervienen en la cadena de valor de la panela. La siguiente etapa del estudio, donde se tiene previsto la realización de talleres en las regiones con los agentes de mercado, se obtendrá esta información.

Se tiene registro del proyecto de producción de panela orgánica pulverizada para exportación, que vienen desarrollando Procolombia – Doña Panela y la Comunidad Aruhaca de Pueblo Bello. Este proyecto está en su fase inicial y se espera que fortalezca la estructura económica de la comunidad Aruhaca.

2.2.5.7. Algodón

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

Hacen presencia organizaciones del nivel nacional para brindar apoyo al sector.

Conalgodón: Representar, apoyar y defender los intereses colectivos de los agricultores y de las empresas que se dediquen al cultivo y desmote del algodón en Colombia, para lograr la sostenibilidad y la competitividad en la producción y comercialización del algodón y su semilla en el mercado nacional e internacional, buscando el desarrollo equilibrado entre las regiones y el fortalecimiento de sus afiliados.

También y de acuerdo al objeto misional de cada entidad están: SENA, el Fondo de Fomento Algodonero, Corpoica.

En los municipios se han registrado las siguientes organizaciones: en Aguachica, i) Corporación Algodonera de Aguachica Corpalchica ii) Fundación para el Desarrollo de los Agricultores de Sorgo y Algodón, iii). Cooperativa Multiactiva Algodonera Del Departamento del Cesar – COALCESAR.

▪ **Desmotadoras**

El Departamento cuenta con 5 desmotadoras:

- Desmotadora Coagrimag Magangue
- Desmotadora Coalcesar Aguachica
- Desmotadora Invercor Codazzi
- Desmotadora Desmocaribe Bosconia
- Desmotadora Agricaribe San Diego

▪ Cadena de comercialización

El primer eslabón de la cadena productiva, lo conforman los proveedores de agro insumos, los cuales proveen elementos a nivel de materia primas, insumos, maquinaria y servicios, a los distintos actores de la cadena.

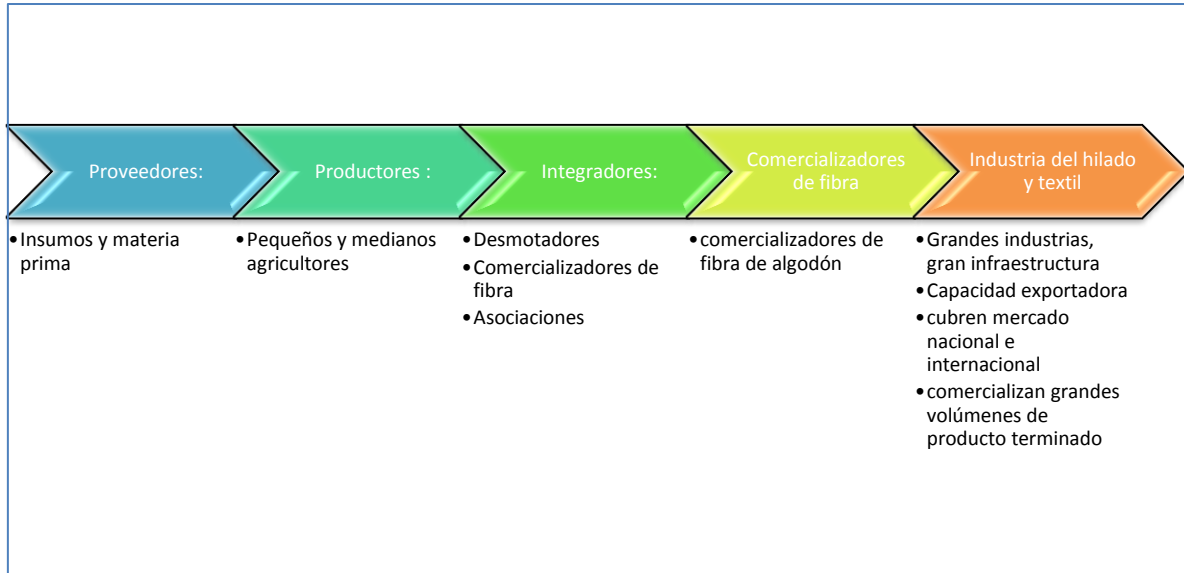
En la producción de algodón, se ubica el segundo eslabón de la cadena, y comprende a los agricultores medianos y pequeños. El tercer eslabón lo conforman los integradores (agremiaciones regionales), los cuales se caracterizan principalmente por contar con el proceso de desmote de algodón de manera directa cuando lo realizan ellas mismas, o de manera indirecta, cuando dicho proceso de desmote es contratado con otro integrador con desmotadora.

Los comercializadores de fibra de algodón, se constituyen en el cuarto eslabón de la cadena. El quinto eslabón lo conforma la industria del hilado, este se agrupa en grandes industrias y que son las de mayor producción de hilazas del país y las que tienen capacidad importadora de materias primas y exportadora de producto final.

La industria textil conforma el sexto eslabón, agrupándose en grandes industrias que son aquellas que cuentan con gran infraestructura y altos niveles de ocupación en mano de obra, con capacidad exportadora y que cubren mercado tanto nacional como internacional, comercializan grandes volúmenes de producto terminado y que están enfocadas en abastecer sus propios comercializadores de textiles o a confeccionistas con altos volúmenes de compra. Otro segmento es la mediana industria textil, enfocan su nicho de mercado en pequeños comercializadores de producto terminado.

El séptimo eslabón lo conforman los comercializadores de textiles. Los confeccionistas hacen parte del octavo eslabón de la cadena, este se conforma por las empresas dedicadas exclusivamente a la confección de ropa de infantil, y se agrupan en grandes confeccionistas, los cuales cubren el mercado nacional, y cuentan con exportaciones frecuentes de producto terminado a mercados internacionales como Venezuela EEUU, Canadá y Centro América principalmente. Otro grupo lo conforman las Pymes cuyo principal mercado es el nacional, y con exportaciones frecuente. Los comercializadores que llevan producto al cliente final conforman el noveno eslabón dentro de estos se encuentran las comercializadoras internacionales, las tiendas propias y las grandes superficies. El consumidor final conforma el décimo eslabón y se entiende como aquel en el que se ubican los clientes finales que utilizan prendas de vestir infantiles, este eslabón abarca a todo aquellos que hacen uso del producto a nivel nacional e internacional. (Encolombia, 2013)

FIGURA 17. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL ALGODÓN



FUENTE: DOCUMENTOS ENCOLOMBIA- MADR

2.2.5.8. Cacao

Los productores de cacao en el país son representados por la Federación Nacional de Cacaoteros - Fedecacao: su misión es proteger los intereses de los cacaocultores Colombianos contribuyendo con su desarrollo integral, ofreciendo productos y servicios de carácter comercial, científico, tecnológico, social, ambiental, cultural y de extensión rural, a nivel nacional e internacional, que permitan fortalecer al sub-sector cacaotero.

La prioridad de la cadena productiva, liderada por el Consejo Nacional del Cacao, es aumentar las siembras y renovar el área de cacao envejecido, para así fortalecer el posicionamiento del cacao y chocolate en los mercados internacionales y acelerar el crecimiento del sector que es clave en el escenario de posconflicto y reconversión de cultivos ilícitos en Colombia.

▪ **Organizaciones de productores y cooperativas y/o asociaciones**

En la región hace presencia la Federación Nacional de Cacaoteros Fedecacao, cuyo objetivo es proteger los intereses de los cacaocultores Colombianos, contribuyendo con su desarrollo integral, ofreciendo productos y servicios de carácter comercial, científico, tecnológico, social, ambiental, cultural y de extensión rural, a nivel nacional e internacional, que permitan fortalecer al sub-sector cacaotero.

A nivel regional está la Asociación de Productores de Cacao del Sur, que trabaja por el desarrollo sostenible desde la actividad agrícola y la cual asocia a cacaoteros de Bolívar y Cesar y tiene sedes en Aguachica y San Alberto.

Es miembro del Consejo Nacional Cacaotero, integrante de la alianza comercial que se encarga de suministrar cacao al mercado nacional y ha exportado 700 toneladas de cacao a Europa. Adicionalmente participa y lidera la Red Nacional de Organizaciones de Productores de Cacao conformada por 65 organizaciones de 13 departamentos del país. (MarcadorDePosición3).

Merece especial mención la certificación 'Rainforest Alliance', de 91 hectáreas de cacao clonado ubicadas en cincuenta fincas del Sur, por parte de 'Natura Cert', Este reconocimiento genera valor a los productos de la región y aumenta las posibilidades de mejores precios en el mercado, tanto nacional como internacional.

▪ Cadena de comercialización

La comercialización de cacao en el Cesar no se diferencia del modelo nacional tal como lo expresa presenta la investigación de Fedesarrollo (Zuluaga, 2007). "La comercialización del cacao y la absorción de la cosecha por parte de las empresas que conforman la industria de elaboración de productos derivados del cacao, se realiza mediante asociaciones de productores, comercializadores y exportadores. Según información de Fedecacao y citada en Martínez y Beltrán (2005), aproximadamente 70% de la comercialización del grano se hace a través de comercializadores que se ubican en las cabeceras municipales. En ocasiones la industria provee a estos comercializadores recursos para financiar la compra de cacao. Estos comercializadores reciben la diferencia entre el precio al cual le compran al agricultor y aquel al que le venden a la industria nacional o a los exportadores por las compras realizadas. Se estima que el canal de los acopiadores representa 20% de la comercialización del cacao. Estos agentes tienen una relación directa con el agricultor y en algunas ocasiones comercializan el cacao para los agentes comercializadores. Por último, hay unas pocas organizaciones de productores y cooperativas, que actúan como agentes comercializadores, y que canalizan 10% del intercambio del grano". (Zuluaga, 2007).

FIGURA 18. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL CACAO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - BASADO EN ESPINAL CARLOS, MARTÍNEZ HÉCTOR, ORTIZ LILA (2005)

2.2.6. Apuestas productivas

2.2.6.1. Mango

El Consejo Nacional de la Cadena Productiva de Mango fue constituido el 10 de junio de 2009 promovió El ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CADENA PRODUCTIVA DEL MANGO EN COLOMBIA. Este acuerdo provee información de posibilidades de mercado, comportamiento de las exportaciones e importaciones, estacionalidad de las mismas, mercados promisorios, precios internos y externos y mucha más. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012)

En la región se presenta una alta dispersión de la producción que impide el ahorro en los costos de comercialización por factores de escala. (Mestre, Ingeniero Agrónomo, 2016)

Según (Mestre, Ingeniero Agrónomo, 2016), el mercado de mango se comporta como un mercado oligopsónico en centrales de abastos, esto unido a una falta de información de precios y alta variabilidad de los mismos, lo que introduce altos riesgos y costos de comercialización.

Organizaciones y asociaciones

Los agricultores de mango se han asociado a las cooperativas y asociaciones de agricultores que hay en el departamento de Cesar.

En la región hace presencia la Asociación Hortofrutícola de Colombia – Asohofrucol- con apoyo técnico y financiamiento de proyectos. En el cesar hay un vivero con yemas certificadas.

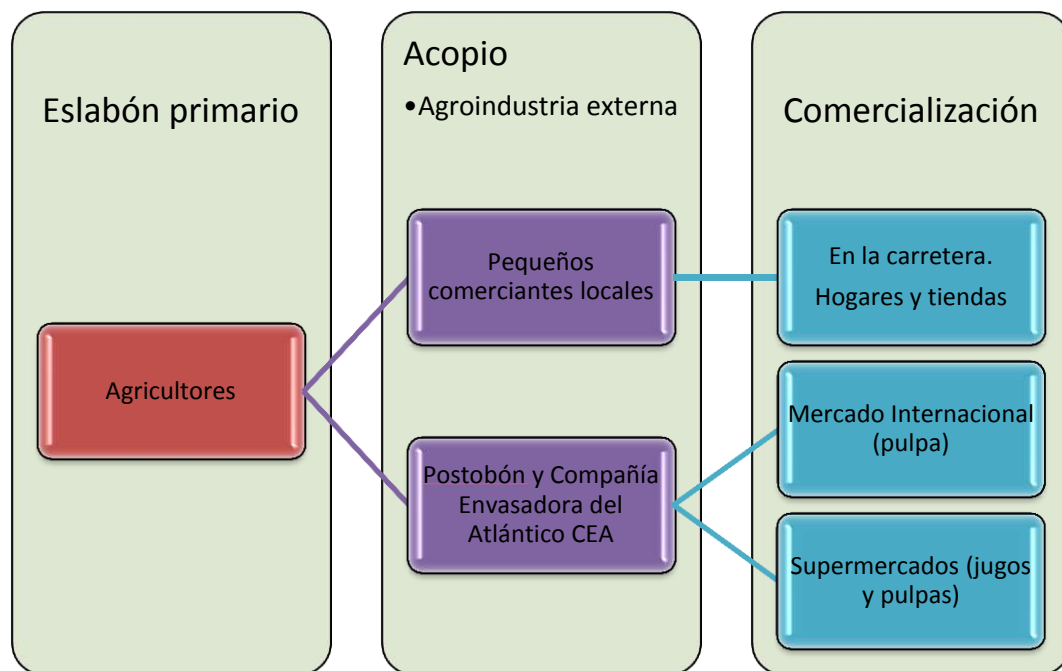
▪ **Empresas agroindustriales**

En el departamento no hay agroindustrias de frutas, sin embargo, hacen presencia dos grandes empresas nacionales: La Compañía Empacadora del Atlántico CEA y Postobon. Estas empresas demandan mango, especialmente Hilaza, para transformarlo en jugos y pupa. Gracias a esta demanda han ayudado a mejorar la recolección de mango debido a las condiciones mínimas que están exigiendo para comprar el producto.

En la Costa Atlántica hay productores industriales del mango, sin embargo no sucede igual en el Cesar. En Aguachica hay un productor con 300 ha para vender a la industria.

▪ **Cadena de comercialización**

FIGURA 19. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL MANGO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR



FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017

2.2.6.2. Agrosistemas: Plátano – Aguacate – Maderables – Cacao

La informalidad es una característica general de estos agrosistemas que se ve reflejada en la producción y comercialización de los productos. No hay plantaciones de maderables tecnificadas, no se preparan los suelos y para comercializar sus productos no cuentan con centros de acopio locales ni regionales. La comercialización se realiza en Curumaní y San Roque.

Otros temas que atañen en este punto son variables de tipo social como:

- Unidades productoras localizadas en zonas de sustracción por reserva campesina según la Ley 2 de 1959. Serranía de los Motilones (Perijá) y Sierra Nevada de Santa Marta.
- Se presentan temas de legalización de la posesión de la tierra.
- Familias ubicadas en zonas de reserva forestal.
- Vías insuficientes y en mal estado que impiden la salida de los productos.

En el municipio de La Jagua de Ibirico se encuentran algunos productores de cítricos y pasifloras (Maracuya) 66 y 350 en total contando con los municipios de Astrea, Chimichagua, Valledupar y Pueblo Bello, que esperan alternativas agroindustriales para generar valor a sus productos. (Alexis Andrade, 2016)

2.2.6.3. Apicultura

Los productores de miel de abejas se han agrupado en 4 asociaciones: Asocit, Apimana, Coambiental, Asoapipueblobello.

Hay 80 familias cada una con aproximadamente 500 colmenas que se localizan en los municipios de Manaure, Pueblo Bello, Pailitas, Astrea, Chimichagua, Codazzi y Valledupar.

Se está trabajando en obtener la certificación de buenas prácticas del ICA y en el reconocimiento de Producto de Origen.

Igualmente se proyecta un centro de acopio y extracción de miel para atender la producción regional. (Quintero, 2016)

2.2.7. Valoración de los agentes que intervienen en la comercialización.

TABLA 25. PONDERACIÓN DE AGENTES E INFRAESTRUCTURA PARA LA COMERCIALIZACIÓN

DEPARTAMENTO: CESAR														
CULTIVOS SELECCIONADOS	ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES *		CENTROS DE ACOPIO		AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA		MICROEMPRESAS		CENTROS DE INVESTIGACIÓN		OTROS (ESPECIFICAR)		PUNTAJE TOTAL	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje		
Palma de aceite	Fedepalma /1 y varias	1	Varias (Ver Anexo 2)	1	Varias (Ver Anexo 2)	1	Nd		Cenipalma	1	Acepalma /5 (comercializadora internacional)	1	5	0,14
Arroz	Fedearroz y varias/1	1	Planta de semillas y almacenamiento de arroz	1	Varias (Ver Anexo 2)	1	Nd		Corpoica /3	1	Nd		3	0,09
Maiz	Fenalce y varias	1	Nd		Nd		Nd		Corpoica /3	1	Nd		2	0,06
Café	Federacafe y varias	1	Varias (Ver Anexo 2)	1	Caficosta	1			Cenicafe /3	1	Almacafe	1	5	0,14
Yuca	Nd		Nd		Nd		Nd		Corpoica /3	1	Nd		1	0,03
Algodon	Conalgodón / varias	1	Varias (Ver Anexo 2)	1	Nd		Nd		Corpoica	1	Sena y fondo de fomento algodonero	1	4	0,12
Cacao	Fedecacao	1	Asoprocasur	1			Nd		Corpoica	1			3	0,09



DEPARTAMENTO: CESAR														
CULTIVOS SELECCIONADOS	ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES *		CENTROS DE ACOPIO		AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA		MICROEMPRESAS		CENTROS DE INVESTIGACIÓN		OTROS (ESPECIFICAR)		PUNTAJE TOTAL	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje		
Mango	Asohofrucol	1					Nd		Corpoica	1	IdeCesar	1	3	0,09
Caña panelera	Nd		Nd		Trapiche pueblo bello	0,5	Doña panela	0,5			Procolombia	0,5	1,5	0,04
Platano	Nd		Nd		Nd		Nd		Nd		IdeCesar	1	1	0,03
Aguacate	Asohofrucol	1	Nd		Nd		Nd		Corpoica	1	IdeCesar	1	3	0,09
Maderables	Nd		Nd		Nd		Nd		Nd		IdeCesar	1	1	0,03
Apicultura	Nd		Varias (Ver Anexo 2)	1	Nd		Nd		Nd		Secretaria de agricultura Cesar	1	2	0,06
TOTALES												34,5	1	



En la Tabla 25 se muestra las principales organizaciones productivas localizadas en el territorio, este trabajo se desarrolló, mediante la recolección de información a través de entrevistas, consulta a las diferentes asociaciones presentes en la región e información secundaria.

Es de anotar, que los productos con un alto número de instituciones, presentes en el territorio, que fortalecen su cadena de comercialización son: Palma de Aceite, Arroz, Café, Algodón, Mango y Aguacate.

2.2.8. Evolución del consumo aparente nacional

Para la revisión del consumo aparente nacional en los productos seleccionados, se adoptara la metodología diseñada por UPRA, en donde se elabora una tabla de ponderación simple, tomando como referencia el índice de crecimiento poblacional del DANE, situado para el periodo de análisis en 0,013. Con la fijación de este criterio se le asignara un valor, para proceder a la clasificación.

TABLA 26. CRITERIOS DE PONDERACIÓN PARA EL CONSUMO APARENTE

CRITERIO	VALOR	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
Creciente	3	0,50
Estable	2	0,33
Decreciente	1	0,17
Total	6	

FUENTE: (UPRA, 2015)

Los cálculos para cada producto se realizaron tomando como referencia los datos del DANE, Agronet y Trademap, los resultados individuales se muestran en el Anexo 3.

TABLA 27. VARIACIONES EN EL CONSUMO APARENTE – PRODUCTOS SELECCIONADOS.

CULTIVOS	VARIACIÓN PROMEDIO ANUAL DEL CA	TENDENCIA DEL CA	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
PALMA DE ACEITE	0,12	Creciente	0,5
AGUACATE	0,08	Creciente	0,5

CULTIVOS	VARIACIÓN PROMEDIO ANUAL DEL CA	TENDENCIA DEL CA	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
YUCA	0,07	Creciente	0,5
PAPAYA	0,05	Creciente	0,5
MAIZ TRADICIONAL	0,04	Creciente	0,5
PLATANO	0,04	Creciente	0,5
CACAO	0,01	Estable	0,33
CAÑA PANELERA	0,00	Estable	0,33
NARANJA	-0,01	Decreciente	0,17
ARROZ RIEGO	-0,03	Decreciente	0,17
ALGODON	-0,08	Decreciente	0,17
CAFE	-0,27	Decreciente	0,17

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - DATOS AGRONET, TRADEMAP

A través del cálculo del consumo interno aparente, se tiene la demanda nacional aparente de un país, para el caso de los productos seleccionados es una medida de su comportamiento, en cuanto a la producción nacional su importación y exportación.

En la *Tabla 27* se puede analizar las variaciones que han presentado los productos seleccionados a lo largo del periodo de tiempo, se observa, que los primeros tres productos, la palma de aceite, el aguacate y la yuca, presentan un alto volumen de producción, mayor que los niveles de importación y cantidades no significativas de exportación, con valores de autosuficiencia representativos para cubrir la demanda generada, esto permite concluir que la producción se consume al interior del país.

En la parte inferior de la tabla, se observa el algodón, producto con un alto coeficiente de importación, su producción es baja y la autosuficiencia no es significativa, por otro lado se tiene al café, que presenta altas tasas de producción, en su mayoría para exportación y datos no representativos de importación con un nivel de autosuficiencia elevado.

Los productos que presentan un nivel de estabilidad en su consumo aparente son el cacao y la caña panelera.

2.3. REVISIÓN DE LA TENDENCIA DEL MERCADO EXTERNO

El desarrollo de la metodología aplicada, se va ampliando a diferentes campos, se inicia con una visión de la oferta territorial agrícola, se realiza las comparaciones con los demás departamentos a nivel nacional para finalizar con una visión global.

Conocer las tendencias de las demandas mundiales, delimita el orden productivo con destino internacional. La generación de estrategias comerciales de exportaciones, tiene como meta final, el establecimiento de canales de intercambio, con destinos mundiales que perduren en el tiempo.

La comparación con otros países permite, conocer el avance de la demanda a nivel general, de esta forma se inicia la orientación hacia una estructura agrícola competitiva que explote sus ventajas comparativas y las convierta en nuevas alternativas al desarrollo del departamento.

2.3.1. Comportamiento de las exportaciones mundiales

En la Tabla 28, a través del método de variación simple, se obtienen los cambios de la demanda de los productos a nivel mundial, yuca, aguacate, café y cacao, son los que se encuentran en la parte superior de la tabla, con un promedio ponderado superior al 10 % durante los años analizados.

TABLA 28. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS DEMANDAS GLOBALES 2010 - 2014

PRODUCTO SELECCIONADO	ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL DE LAS EXPORTACIONES					PUESTO	VALOR PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	2011	2012	2013	2014	Promedio			
YUCA	33,71	16,38	4,62	11,90	16,65	1	12	0,154
AGUACATE	3,80	19,01	13,65	17,77	13,55	2	11	0,141
CAFE	5,73	-8,35	20,66	28,95	11,75	3	10	0,128
CACAO	66,43	-21,66	-27,95	24,83	10,41	4	9	0,115
PALMA DE ACEITE	4,88	8,54	12,59	8,64	8,66	5	8	0,103
ARROZ RIEGO	15,18	0,15	0,15	8,45	5,98	6	7	0,090
PLATANO	7,27	-52,14	-59,78	123,33	4,67	7	6	0,077

PRODUCTO SELECCIONADO	ÍNDICE DE CRECIMIENTO ANUAL DE LAS EXPORTACIONES					PUESTO	VALOR PUNTAJE	ÍNDICE DE PONDERACIÓN
	2011	2012	2013	2014	Promedio			
PAPAYA	5,29	0,56	7,94	3,27	4,26	8	5	0,064
MAIZ TRADICIONAL	0,36	10,24	3,12	1,86	3,89	9	4	0,051
NARANJA	2,79	-7,00	11,88	-4,19	0,87	10	3	0,038
CAÑA PANELERA	-2,92	4,47	4,28	-5,77	0,02	11	2	0,026
ALGODON	-3,60	18,44	-0,96	-18,12	-1,06	12	1	0,013
					Total		78	1,000

FUENTE: CPA INGENIERIA S.A.S, 2017 - A PARTIR DE LOS DATOS DE TRADEMAP

La yuca y el aguacate se convierten en apuestas productivas a nivel internacional, en donde se hace necesario observar de forma detallada los estudios de mercado que exploren el intercambio comercial en otros países.

La tendencia en la exportación del café y el cacao se mantienen a lo largo de este periodo, demostrando que son apuestas que se han mantenido en el tiempo.

Por otro lado, la naranja con un comportamiento estable, a lo largo del periodo de análisis, con excepción al aumento positivo en los años 2012 – 2013 y la caña panelera con una tendencia uniforme, para el mismo espacio, son los productos que sufrieron variaciones menos significativas, en el último lugar de la tabla se encuentra el algodón el cual tiene incrementos negativos en su demanda a lo largo del espacio observado.

2.3.2. Identificación de opciones en el mercado internacional

Luego de realizar el análisis a la información del comportamiento del comercio internacional de los productos seleccionados, se han identificado 5 productos que pueden ser la apuesta exportadora del Cesar.

2.3.2.1. Palma

Durante la última década el cultivo de palma de aceite se ha expandido cerca del 9 % promedio anual siendo el de mayor dinamismo del sector agropecuario

Los aceites de palma y palmiste participan con el 94% de la producción y el 68% del consumo local de aceites y grasas

Si bien la demanda local aumentó gracias al biodiesel, la dinámica de siembras permite estimar que la oferta exportable de los aceites de palma será cada vez mayor.

A nivel global, el sector presenta crecimiento sostenido y oportunidades importantes, impulsado por el fuerte aumento en la demanda por aceites vegetales

Compañías internacionales y multinacionales están comprometidas a comprar el producto, a las sociedades establecidas en Colombia que cumplan con los certificados de aceite de palma sustentable. Algunas de estas son;

- Nestle
- L'oreal
- Tesco
- Hershey's
- Mc Donald
- Unilever
- The body Shop
- Cargill
- Walmart
- Woolworths

2.3.2.2. Cacao

La gran fortaleza y ventaja del producto, radica en que hace parte de la cadena agroindustrial del cacao, industria que mueve millones de toneladas en exportaciones al año. Cifras internacionales indican que en los últimos 5 años los productos procesados a base de cacao han tenido un crecimiento promedio del 3% medido en toneladas exportadas y de un 2,5% en valor, mientras que las exportaciones mundiales de Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado (cod 180100) venían presentando un descenso desde el 2011 hasta el 2013. En el 2014 tuvo un leve repunte.

El cacao es un cultivo importante para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 generó 74 mil empleos directos y 59 mil indirectos. El área cosechada a nivel nacional alcanzó las 103 mil hectáreas, lo que permitió producir 50 mil de toneladas, con un rendimiento promedio de 0,5 toneladas por hectárea. La producción total fue valorada en \$483 mil millones. El cacao es una de las nuevas apuestas exportadoras de Colombia. Debido a la calidad de este producto, y ser el insumo principal del chocolate, alimento consumido en todo el mundo pero principalmente en los países desarrollados, el cacao fue tenido en cuenta tanto por la apuesta exportadora como por el PTP, teniendo un mercado potencial fuerte en Corea del Sur. En 2013 sus exportaciones alcanzaron los US\$ 94 millones, aumentando un 25% frente al año anterior. (Finagro, 2014)

2.3.2.3. Mango, Papaya y Aguacate

Especial interés se debe tener en estas tres frutas, consideradas como las “Frutas Tropicales Principales” según la FAO. Según esta organización, el panorama exportador para estas frutas lo resume así:

“Según las previsiones, la producción y el comercio de frutas tropicales frescas aumentarán en el próximo decenio. Los países en desarrollo representan alrededor del 98 por ciento de la producción total, mientras que los países desarrollados absorben el 80 por ciento del comercio mundial de importación. A las frutas tropicales principales corresponde aproximadamente el 75 por ciento de la producción mundial de frutas tropicales frescas. El mango es la variedad principal de frutas tropicales que se produce en todo el mundo, seguido de la piña (ananá), la papaya y la palta (aguacate). A los efectos de las proyecciones, estas cuatro variedades se consideran “frutas tropicales principales”; otras frutas, como el lichi, el durión, el rambután, la guayaba y la granadilla son designadas como “frutas tropicales secundarias”, y aunque se producen y comercializan en volúmenes más reducidos, su participación en el mercado ha ido aumentando rápidamente en los últimos años.” (FAO- Departamento Económico y Social, 2010)

2.4. PRIORIZACIÓN FINAL DE LAS ALTERNATIVAS PRODUCTIVAS

2.4.1. Consolidación de las ponderaciones de las variables analizadas

TABLA 29. PRIORIZACIÓN DE LOS CULTIVOS SEGÚN EL PUNTAJE TOTAL DE LAS VARIABLES ANALIZADAS

PUESTO	CULTIVOS PRIORIZADOS	ÍNDICE DE PONDERACIÓN SEGÚN PUNTAJE DE LAS VARIABLES ANALIZADAS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO							PONDERACIÓN PROMEDIO
		CRECIMIENTO DEL ÁREA DPTAL	CRECIMIENTO PRODUCCIÓN DPTAL	PRODUC.DPTO /PRODUC.NAL	PRODUCTIV.DPTO /PRODUCTIV.NAL	CRECIMIENTO PRECIOS MERCADO INTERNO	ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA	EXPORTAC. MUNDIALES	
1	PALMA DE ACEITE	0,282	0,292	0,154	0,154	0,064	0,145	0,103	0,171
2	YUCA	0,045	0,129	0,064	0,090	0,141	0,029	0,154	0,093
3	ARROZ RIEGO	0,102	0,149	0,038	0,077	0,103	0,087	0,090	0,092
4	MAIZ TRADICIONAL	0,190	0,080	0,103	0,103	0,051	0,058	0,051	0,091
5	CAFE	0,164	0,030	0,013	0,013	0,077	0,145	0,128	0,081
6	AGUACATE	0,013	0,029	0,090	0,064	0,128	0,087	0,141	0,079
7	CACAO	0,043	0,007	0,077	0,115	0,090	0,087	0,115	0,076
8	ALGODON	0,031	0,021	0,128	0,141	0,026	0,116	0,013	0,068
9	PAPAYA	0,004	0,039	0,141	0,128	0,038	0,000	0,064	0,059



PUESTO	CULTIVOS PRIORIZADOS	ÍNDICE DE PONDERACIÓN SEGÚN PUNTAJE DE LAS VARIABLES ANALIZADAS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO							PONDERACIÓN PROMEDIO
		CRECIMIENTO DEL ÁREA DPTAL	CRECIMIENTO PRODUCCIÓN DPTAL	PRODUC.DPTO /PRODUC.NAL	PRODUCTIV.DPTO /PRODUCTIV.NAL	CRECIMIENTO PRECIOS MERCADO INTERNO	ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA	EXPORTAC. MUNDIALES	
10	NARANJA	0,012	0,033	0,115	0,038	0,154	0,000	0,038	0,056
11	PLATANO	0,021	0,036	0,026	0,051	0,115	0,029	0,077	0,051
12	CAÑA PANELERA	0,024	0,030	0,051	0,026	0,013	0,043	0,026	0,030

La Tabla 29, muestra el consolidado de las variables estudiadas, aplicadas a los productos seleccionados, en primer lugar se observa la apuesta productiva que tiene el departamento en su agenda de competitividad y dentro de las políticas transversales del gobierno nacional, la palma de aceite, la cual obtuvo las puntuaciones más altas en la mayoría de las evaluaciones efectuadas, su presencia como el producto agropecuario que más se siembra en el departamento, su alto nivel de productividad, la representación institucional y los diferentes usos que tiene para ofrecer al mercado lo hacen un producto rentable en el largo plazo.

En segundo lugar se encuentra la yuca, este producto se convierte en una apuesta productiva para el departamento del Cesar y la región Caribe, la tendencias en precios, su potencial para el comercio internacional y la presencia institucional son factores que sirven, para realizar un análisis más profundo y explotar las ventajas competitivas, que se pueden lograr en el territorio, la búsqueda de cadenas de comercialización eficientes, la mejora de los procesos en la producción, para lograr un aumento significativo en las tasas de productividad, son los retos para este producto.

Siguiendo en la lista de los productos que se han analizado, se encuentran, el arroz, maíz y café, cultivos tradicionales que han venido desempeñando un soporte productivo en la región.

Dentro de la selección realizada, se puede observar que en el puesto número seis se encuentra el aguacate; la variedad Hass, ha logrado posicionarse como una nueva apuesta productiva en Colombia a través del programa “Colombia Siembra”, en el departamento, se deben tener alternativas para la producción y su tecnificación, buscando la forma de lograr cadenas de comercialización que logren posicionarlo a nivel internacional.

El cacao en la región plantea grandes retos, es un producto con un amplio potencial de consumo nacional e internacional, con una presencia institucional fuerte en el departamento, pero que necesita lineamientos en su comercialización y la formalización de estadísticas que permitan controlar su producción en el territorio.

El algodón siempre ha sido una apuesta en el departamento, salvo la bonanza en precios en el 2011, este sector no presenta incentivos que permitan determinar una recuperación estable en el tiempo, factores externos, como la negociación internacional, la competencia a nivel global, hacen necesario que se reestructuren estos cultivos en la región.

La naranja demuestra ser un sector insipiente en el departamento, las apuestas productivas de la región y la nación, junto con su atractivo para el comercio internacional le brindan un potencial que se debe examinar, pero la falta de una estructura productiva a gran escala, la ausencia de cadenas de producción y comercialización, son factores que se deben estudiar y estructurar para que se materialice como una alternativa de crecimiento económico en el largo plazo.

Cerrando la selección de estos productos se encuentra el plátano, debido a enfermedades que afecta los cultivos, se ha tomado la decisión por parte del ICA de erradicar algunas hectáreas para salvar la producción departamental, por esta razón sus índices en las diferentes evaluaciones fueron bajo.

2.5. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

DANE Departamento Nacional de Estadística. (2016). www.dane.gov.co. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/encuesta-nacional-agropecuar-ena>

Acevedo, F. O. (12 de 5 de 2014). <http://elpilon.com.co/>. Obtenido de <http://elpilon.com.co/cesar-sigue-siendo-potencia-en-produccion-de-palma/>

Aguilera, M. (2012). *La yuca en el Caribe colombiano: De cultivo ancestral a agroindustrial*. Cartagena: Banco de la republica.

Alejandra Rueda-Zárte, P. P. (2015). Políticas, mercados y modelos de producción. . En P. P. Alejandra Rueda-Zárte, *Políticas, mercados y modelos de producción*. . Centro para la Investigación Forestal Internacional.

Alexis Andrade, R. M. (12 de 2016). Sector Hortifrutícola en el Cesar. (j. c. salazar, Entrevistador) Valledupar.

Benitez, G. (2015). *Guía para priorizar las alternativas productivas a partir del analisis de la oferta y la demanda del mercado*. Bogota: UPRA.

CAFETEROS, F. N. (2008). <https://www.federaciondecafeteros.org>. Obtenido de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Cesarguajira4.pdf>

Caficosta. (2016). [www.http://caficosta.com/](http://caficosta.com/). Obtenido de <http://caficosta.com/nuestro-cafe/cafes-certificados/>

Castro, F. (2013). *Análisis de la competitividad de la cadena algodón, fibras, textiles y confecciones*. investigación sector, Fedesarrollo, Bogotá.

Corpoica. (11 de 2005). www.fenalce.org. Obtenido de http://www.fenalce.org/nueva/plantillas/arch_down_load/Corp2005MT.pdf

DANE. (2013). *Encuesta Nacional Agropecuaria*. Bogota: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural- MADR-CCI 2001 - 2010. DANE 2011 en adelante. .

DANE. (2014). *Encuesta Nacional Agropecuaria*. BOGOTA: DANE.

DANE. (2014). *Metodología para calcular el Indicador de Importancia Económica Municipal*. Bogota: DANE.

DANE. (2015). *Cuentas Nacionales Departamentales*. Bogota: DANE.

DANE. (2015). *Encuesta Nacional Agropecuaria*. Bogota: DANE.

DANE. (2015). *Informe de Coyuntura Económica*. Bogota: DANE.




- Díaz, M. A. (2012). *Yuca en el Caribe Colombiano: de cultivo ancestral a agroindustrial*. Investigación, Banco de La República, Cartagena.
- DNP. (2007). *Agenda Interna para la productividad y la competitividad*. Bogotá: DNP.
- Económicos, G. d. (2012). *Estudio del Sector del Café en Colombia*. Superintendencia de Industria y Comercio.
- Encolombia. (2013). *Cadena Productiva de Algodón, Textil, Confecciones en Colombia*.
- FAO. (1 de 8 de 2002). <http://www.fao.org/>. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/y3557s/y3557s07.htm#TopOfPage>
- Fedearroz. (2016). GIRA TÉCNICA A LA ZONA ARROCERA DEL JAPÓN: PROYECTO SATREPS. *REVISTA ARROZ*, 4-8.
- Fedearroz. (2016). <http://www.fedearroz.com.co/>. Obtenido de <http://www.fedearroz.com.co/new/plantas.php>
- Federacion Nacional de Cafeteros. (2010). <https://www.federaciondecafeteros.org>. Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Cesar_Guajira09.pdf
- Federación Nacional de Cafeteros FNC. (2015). <https://www.federaciondecafeteros.org>. Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Industrial_2014_Web.pdf
- Fedesarrollo. (8 de 2007). <http://www.fedesarrollo.org.co/>. Obtenido de <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Caracter%C3%ADsticas-y-funcionamiento-del-mercado-de-cacao-Informe-CNCH-versi%C3%B3n-definitiva-agosto-15-2007-publica.pdf>
- Fenalce. (2013). <http://www.fenalce.org/>. Obtenido de http://www.fenalce.org/nueva/plantillas/arch_down_load/PMaizySoya2022.pdf
- Finagro. (08 de 2014). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/sites/default/files/Perspectivas%20Agropecuarias-v5.pdf>
- Finagro. (2014). *Perspectiva del sector agrario colombiano*. Bogotá: Finagro.
- FINAGRO. (08 de 2014). www.finagro.com.co. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/sites/default/files/Perspectivas%20Agropecuarias-v5.pdf>
- Gamarra, J. (2005). *La economía del Cesar después del algodón*. Cartagena: Banco de la Republica.
- ganader, C. (13 de 7 de 2015). <http://contextoganadero.com/>. Obtenido de <http://contextoganadero.com/regiones/oferta-de-ganado-gordo-continua-disminuyendo-en-atlantico-y-cesar>




- Gobierno de Colombia. (2013). <http://www.osancolombia.gov.co/>. Obtenido de <http://www.osancolombia.gov.co/doc/pnsan.pdf>
- Gómez, M. O. (2013). [www.cesa.edu.co](http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1303/5/TG00810.pdf). Obtenido de <http://repository.cesa.edu.co/bitstream/10726/1303/5/TG00810.pdf>
- Guzman, K. (2013). Cartagena: Banco de la República, Centro de Estudios Económicos.
- Guzman, K. (2013). *La industria de lácteos en Valledupar: Primera en la region Caribe*. Cartagena: Banco de la Republica.
- IGAC. (4 de 5 de 2014). <http://www.igac.gov.co/>. Obtenido de <http://www.igac.gov.co/wps/wcm/connect/62ca688043f0613981d29953ee6a44a5/Los+pa+stos+es+la+cobertura+que+reina+en+los+suelos+de+la+regiOn+Caribe.pdf?MOD=AJPERES>
- INVIMA. (26 de 6 de 2014). https://www.invima.gov.co. Obtenido de https://www.invima.gov.co/images/pdf/inspeccion_y_vigilancia/Establecimiento%20Inscritos/08-10-2014/paA06-st-pr02%20copias%20seguridad.pdf
- Lombana, J., Martinez, D., & Valverde, M. (2012). *Caracterizacion del sector ganadero de Caribe Colombiano*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- MADR . Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2005). *La Cadena del Algodón en Colombia*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural, Bogotá.
- María, M. A. (8 de 2004). <http://www.banrep.gov.co/>. Obtenido de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/aguachica.pdf
- Mestre, O. (12 de 2016). Ingeniero. (J. C. Salazar, Entrevistador)
- Mestre, O. (diciembre de 2016). Ingeniero Agronomo. (J. C. Salazar, Entrevistador)
- Mestre, O. (12 de 2016). Ingeniero Agrónomo. (J. C. Salazar, Entrevistador)
- Ministerio de Agricultura de Desarrollo Rural. (3 de 2005). <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/>. Obtenido de http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/5890/1/2005112145659_caracterizacion_cacao.pdf
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2005). *Documento de trabajo No 58. La Cadena del Cacao en Colombia*. Bogotá.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (11 de 2012). https://sioc.minagricultura.gov.co. Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/,mango/>.




- Pinzon, G. (junio de 2007). *Diseño de un sistema para mejorar el rendimiento de una ganadería intensiva doble proposito*. Bogota: Universidad de la Salle, Tesis de Grado Especialización en Gerencia de Empresas Agropecuarias.
- Quintero, G. (12 de 2016). Apicultor. (JCS, Entrevistador)
- Samaca, P. (2012). *El Futuro del Algodón y su Cadena Frente al TLC con los Estados Unidos*. Conalgodon.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2014). <http://www.sic.gov.co/>. Obtenido de CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO: DIAGNÓSTICO DE LIBRE COMPETENCIA: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Cacao.pdf
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2014). www.sic.gov.co. Obtenido de http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/publicaciones/pdf/Arroz2012.pdf
- UPRA. (Marzo de 2015). *COMPONENTE ESTRATÉGICO DEL ORDENAMIENTO*. Recuperado el 01 de 11 de 2016, de UPRA: <http://www.upra.gov.co/documents/10184/23342/Ordenamiento+Productivo.pdf/be424d4-68c8-4abb-889a-4828347a4e68>
- Zuluaga, C. G. (2007). *CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO DE CACAO Y SUS DERIVADOS*. Informe final, Fedesarrollo, BOGOTÁ.

ANEXO 1. MATRIZ IDENTIFICACIÓN MERCADOS

ENTREVISTA

  																	
GUIA ENTREVISTA ACTORES APUESTAS PRODUCTIVAS PRIORIZADAS																	
PREGUNTA	PALMA DE ACEITE	MAIZ	ARROZ	CAFE	YUCA	PLATANO	CAÑA PANELERA	ALGODON	CA CAO	NARANJA	PAPAYA	AGUACATE	MANGO	MANGO	FRIJOL	APICOLA	AGROFORESTALES
El mercado del producto presenta barreras comerciales, legales o físicas que limitan la participación de un número suficiente y cada vez mayor de compradores y vendedores						el mercado no presenta barreras de entrada a la producción			1800 kg /ha				Dr. Mestre: DE 2200 hasta el nivel del mar. SE debe tener cuidado que el transporte, que haya buenas vías de acceso, se golpea fácilmente. Mango Keitt. Cascara gruesa, pulpa amarilla, algo de fibra y resisente a enfermedades. CEA (compañía empaedora del Atlantico) y Postobon a ayudado a mejorar la recolección de mango. variedad Nam Doc Mal posibilidades	a. hace 28 años se trajeron al Cesar las primeras yemas de puerto rico y mexico. Se establecieron 800 ha con tecnología de punta recomendada por técnicos Israelies que incluía el riego por goteo. B. La primer y mas importante condición tecnica para el cultivo del mango es la disponibilidad de agua. se calcula 0,1 lts/seg para riego de 1,7 hectáreas. C. los niveles de salinidad deben estar por debajo del 2%. D. El mercado nacional e internacional demanda mango cuyo peso esté entre 650 a 750 grs.		No hay barreras. Con 15 colmenas se puede generar un SMMV, tecnológicamente el manejo de las colonias es lo que puede ser un proceso que no permita que la miel se de como se debe dar. Algunas personas no compran pensando que es miel adulterada. La miel se consume mas para la salud. la producción silvestre es sucia y de baja calidad. No hay conocimiento de cual es la mejor miel. Hay mieles mal tratadas.	Estamos en proceso inicial, ha yplantaciones forestales pero no agroforestales. Hay teca, melina, pero en asocio de agricolas y forestales solo hay 145 Ha en Curumani, Paillitas y Chimichagua en la serrania del Perija Se desarrollaron 3 cultivos : Platano, aguacate y maderable con varias especies Casia magna, cedro, caoba y caracoli. Este ultimo en sitios con nacimiento de agua. Aguacate injerto de Lorena entre 500 y 800 msnm y Hass hasta 1200 mts El proyecto se formulo y no se hizo un estudio de productividad Para una rentabilidad mínimo es de 2 Ha. de plantación
Existe una infraestructura física suficiente y moderna, que facilita tanto la compraventa de los productos como su transporte y almacenamiento						LAS 600 HAS QUE SE ESTÁN SEMBRADO DENTRO DE LOS PROGRAMAS DE AGUACATE, SILVOPASTORILES Y HORTICOLAS NO TIENEN DEFINIDO EL PROCESO DE COMERCIALIZACION							Se trajeron yemas de puerto rico ymexico, riego por goteo por recomendaciones de tecnicos de israel. Un año produce bien otro año no...es intermitente la producción. El mango de hoy en día es de 650 a 750 gr. Comercializadores de europa. El mercado de estados unidos es el mejor para el Cesar por barco en 7 días en Nueva York	En la costa hay productores industriales del mango. CEA (compañía empaedora del Atlantico) y Postobon han ayudado a mejorar la recolección de mango gracias a las condiciones mínimas que están exigiendo para comprar el producto. B..El comprador recolecta, clasifica y empa el mango directamente donde el productor. están pagando a US\$ 0,40 por kilo de primera calidad en la finca y US\$ 0,20 de mango para procesamiento. C. se realizan contratos de precio. D. En Barranquilla se paga a US\$ 0,40 por kilo. D. Existen buenas vías de acceso a los centros de producción y hacia Barranquilla, lugar donde se exporta la mayor cantidad de mango. E. En Barranquilla se SE compite por volumen y calidad en el mundo		Se hace capacitación a los productores de como extraer la miel, para garantizar al comprador, se firmo una alianza publico privada con productores de varias regiones del país, en donde se presentaron los aportes de conocimiento de cada uno de ellos.	El proyecto se desarrolla en los predios que estan para sustracción de la ley 2 del 59: Paillitas, curumani, chiriguana; chiriguana Con las especies y con los sistmas de siembra el costo es de 4 a 5 millones por /Ha. Hay restricciones legales para hacer cultivos limpios, se deben hacer cultivos agroforestales SE presentaron problemas de deforestar para hacer la plantación agroforestal, pero la intención era tomar las áreas ya deforestadas para plantar estas zonas.
Existe el acceso libre a una información comercial, que sea oportuna, suficiente y pertinente que sirva de apoyo a la toma de decisiones, por parte de sus participantes.						NO							Brasil, ecuador, Peru, bolivia, mexico, colombia son productores de mango. Se produce en marzo y abril en Colombia, pero no se puede vender a USA por la mosca de la fruta. SE quiere cambiar cultivos de cacao por mango	El Consejo Nacional de la Cadena Productiva de Mango fue constituido el 10 de junio de 2009 promovió El ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CADENA PRODUCTIVA DEL MANGO EN COLOMBIA. Este acuerdo provee información de posibilidades de mercado, comportamiento de las exportaciones e importaciones, estacionalidad de las mismas, mercados promisorios, precios internos y externos y mucha mas. B. " Alta dispersión de la producción que impide el ahorro en los costos de comercialización por factores de escala. C. Comportamientos oligopsonicos de imposición de precios en centrales de abastos. D Falta de información de precios y alta variabilidad de los mismos, lo que introduce altos riesgos y costos de comercialización".1.ACUERDO DE COMPETITIVIDAD CADENA PRODUCTIVA DEL MANGO EN COLOMBIA. Bogotá, Noviembre de 2012. https://sioc.minagricultura.gov.co/Mango/ .		No se requiere registro invidia para vender el producto El modelo se da como una posibilidad de subsistencia de las familias asentadas alla. NOrmativamente el 1274 del 2012 define actividades a realizar en zonas de reserva forestal. desde la cota 200snm a 2200, aproximadamente La zona más plana y baja, sistema silvopastoril.	Cacao, café, aguacate: con arboles para que la gobernación tiene 640 mil hectareas como reserva forestal Se planea sustraer 74 mil Ha y en dicha área realizar modelos agroforestales El gobierno les da un subsidio para el desarrollo agroforestal 2.5 Ha para producir 2 SMLMV El modelo se da como una posibilidad de subsistencia de las familias asentadas alla. NOrmativamente el 1274 del 2012 define actividades a realizar en zonas de reserva forestal. desde la cota 200snm a 2200, aproximadamente La zona más plana y baja, sistema silvopastoril.

  																	
GUIA ENTREVISTA ACTORES APUESTAS PRODUCTIVAS PRIORIZADAS																	
PREGUNTA	PALMA DE ACEITE	MAIZ	ARROZ	CAFE	YUCA	PLATANO	CAÑA PANELERA	ALGODON	CACAO	NARANJA	PAPAYA	AGUACATE	MANGO	MANGO	FRIJOL	APICOLA	AGROFORESTALES
Existe un marco regulatorio que busca asegurar que todos los productos cumplen con los estándares establecidos de calidad						NO, LA PRODUCCION SE ENMARCA EN LOS PROGRAMAS DE AUTOSUBSISTENCIA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA							Se tiene competencia del mango de Ecuador para Colombia. SE acuerdo con el ICA que el interior produce mango para el interior del país y la costa atlántica para el exterior. En el interior del país se tiene muchos problemas de la mosca	la tecnificación de la producción permite cierta homogeneización de las variedades que se producen en el Cesar. Igualmente los compradores aseguran la calidad realizando ellos mismos la recolección directamente en la finca. B. Las normas y regulaciones están establecidas por los organismos internacionales que regulan el comercio internacional. En este caso hay una restricción en los EEUU al mango colombiano debido a la presencia de la mosca de la fruta.		El tema de mercado internacional, no se conoce claramente los requerimientos	La comercialización de la madera es informal y compran la madera en pie
En el sistema de comercialización, enuncie los tres subsistemas o subprocesos; (canal acopiador, el mayorista y la cadena detallista)						NO TIENEN CLARO COMO VA A SER EL SISTEMA DE COMERCIALIZACION							SE compete por volumen y calidad en el mundo El clima seco de la costa permite mejores colores, carotenos y el sabor. Ventaja competitiva es la zona de baja prevalencia para la mosca de la fruta. El mango es sensible a cambios de clima...aca en el Cesar no hay variaciones de clima Antracnosis es la enfermedad mas fuerte del mango...aca en el Cesar no hay este problema.	A.Cadena 1: productor - acopiador (recolecta-clasifica-transporta) - industria de bebidas y alimentos. B. Cadena 2: productor - acopiador (recolecta-clasifica-transporta) - exportadores (Barranquilla) - Europa.		La miel se mide por kilos. SE busca establecer un centro de acopio que se pueda traer los panales.	Los sistemas agroforestales deben ser registrados ante el ICA para cuando se haga la extracción no se tenga problemas. Hay una asociación llamada mesa de reserva campesina ubicada en Curumani. con la Sra. Maria Dormelina Romero quien es la representante Legal. Se debe trabajar en organizar la producción de 145 ha.
Cual de estos canales usa su producto: tradicional, moderno, las agro exportaciones y la relacionada con la comercialización de materias primas						NO HAY INFORMACION							la producción del cecar es 80 - 90 % para Europa, nada para Norteamérica 25ton/ha, esperando llegar a 35 tn/ha US\$0.40 y US\$0.20 en finca para llevarlo a Barranquilla. El productor mas pequeño tiene 20 ha y el mas grande 250 Ha. Nandonaight es otro mango pero se tiene problemas de punto de recolección.		Hay productores individuales en Codazzi que tienen 5 o 6 colmenas que no tienen una marca registrada. Son 95 productores.	Hortifrutícola: Proyecto PARES que lo opero IDECESAR A un año se va a tener una cantidad considerable de plátano y frutícola y agroforestal No se ha trabajado para su comercialización. Se esta consumiendo plátano de Córdoba (San Roque).	
¿Cual es la estrategia del producto? Costos bajos o Diferenciación													Agua chica tiene 300 ha de un solo productor. La semilla o yemas de Keitt se tiene para 2500 ha y son certificadas. En el Cesar hay solo un vivero con yemas certificadas. Es mejor en Espinal Tolima Magdalena River al lado del SENA. El comprador recolecta el mango 12 a 15 tn/ ha En diciembre se plantea rehabilitar 4 distritos de riego para sembrar mango, reemplazando el cacao	Se están cultivando variedades que sean demandadas por su sabor, color y peso.	Solo se trabaja miel de abejas, no se trabaja el polen ni jalea real. Se trabaja en mejoramiento genético Se trabaja en capacitación en extracción El alimento de las abejas es para su reproducción no para fabricar miel	No es producción orgánica, aunque por escasez de recursos económicos los productores no le aplican nada. Los primeros meses de montaje el sistema están acompañados, luego quedan solos.	
¿Cuál es la estrategia de producción?						APOYO A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES EN EL MARCO DE LOS PROGRAMAS. EN EL PROGRAMA AGROFORESTAL SE DESTINA 1 HAS POR FAMILIA, EN ESE TERRENO SE SIEMBRAN 1/2 HAS CON PLATANO, 3000 M2 DE MARACUYA Y EL RESTO CON MADERABLES							La mayor barrera para la producción de mango es agua, pero es resistente a sales (profundidad de 40 cm). E mango aguata hasta el 2% de sales. 20 lts/sg para 40 ha Instalar una hectarea de mango son 12 millones con riego. Una ha de riego para mango es de 6 millones	se están cultivando variedades Tommy y Keitt, que son demandadas por su sabor, color y peso.	Se instalaron 500 colmenas, pero hay otras que ya pueden comercializar los núcleos de abejas y pueden vender los pies de crías	En la zona en donde se desarrolla el proyecto hay agua suficiente Se hizo el proyecto en época lluvia para que el cultivo sobreviva. Proyecto Hortifrutícola: Maracuya, aji y frijol en proyecto hortifrutícola y no es de reserva. Son 13 municipios. Valledupar, el copey, pueblo Bello (La mina de Iracal), Codazzi, Becerril, La Jagua de Ibirico (La Victoria de San Isidro), Chiriguana, Curumani, Pailitas, La gloria (Corregimiento de la Mata, vereda los cacaos), aguachica, Gonzalez y Rio de Oro, San Diego, La Paz y Manauare. con 325 Ha para llegar a un total de 600 Ha. Maracuya se da a un año Frijol y aji de ciclo corto Para frijol se destinaron 1000 m2 por familia, quedando 63,5 Ha. la producción es para seguridad alimentaria. Una Ha da 700 kg, pero es para autoconsumo, para ampliar el área a cultivar. La variedad es el Cauipi (cabequita negra). Maracuya en 3000 m2 Aji 1000 m2	

  																	
GUIA ENTREVISTA ACTORES APUESTAS PRODUCTIVAS PRIORIZADAS																	
PREGUNTA	PALMA DE ACEITE	MAIZ	ARROZ	CAFE	YUCA	PLATANO	CAÑA PANELERA	ALGODON	CA CAO	NARANJA	PAPAYA	AGUACATE	MANGO	MANGO	FRIJOL	APICOLA	AGROFORESTALES
¿Cuál es la estrategia de comercialización?						NOY HAY UNA ESTRATEGIA DEFINIDA							Agua /mango. 0.1 LT/SG PARA 1.7 HA 50LT al inicio de la plantación SE puede hacer mango organico, pero las producciones bajas en los primeros 4 años No se usan insecticidas sino al comienzo porque se comen las hojas, a mayor edad se tiene mosca de la fruta y aplicando insecticida orgánico con ajo o aji, o miel de piña fermentada o melaza. Humedad relativa menor a 60% la mosca no se desarrolla Los árboles maximo hasta 4 mt. y 204 arboles por Ha. 1/Ha da un SMLMV y da 300 kg por arbol. 35 tn/ha 3.5 millones mes (ha). Se puede trabajar con otros productos menos yuca En barranquilla instalan una deshidratadora para la que no se llevan a europa 200 ha para exportación con producción alta 800 a 1200 pesos Kg de mango para distribución nacional se vende en Cali, Medellín y Bogotá	CEA y Postobon compran mango destinado a su transformación y procesamiento para jugos y conservas.		Actualmente es un mercado local, en sus propios municipio. Ahora ya se tiene dialogos con empresas nacionales. Se tiene contacto con comercializadora nacional, sin dejar atrás el local. La idea es mantener los dos mercados local y nacional Se esta trabajando del productor al comercializador. Se trabaja en la marca del producto, con la universidad andina se trabaja con el logo del producto, tambien se trabaja con la marca: "El señor de las abejas"	El maracuya es para comercialización pero requiere asisitencia técnica que no se tiene posterior a la plantación. La producción principalmente en la Jagua estan buscando como comercializarla, con el apoyo de la alcaldía. Se trae de afuera la que se compra en los supermercados Hay cerca de 25 productores en el Cesar
Las siguientes preguntas respuesta Si o No, explicando su respuesta																	
¿Qué fuentes de recursos existen?						LA GOBERNACION HA DESTINADO RECURSOS PARA LA SIEMBRA Y EL MANTENIMIENTO										Se debe trabajar en hacer claridad en los productores y consumidores sobre la clases de miel La miel que se cristaliza no es de mala calidad	Citricos: Naranja valencia con 350 productores con 350 familias y se trabajará con apicola Astrea, Chimichagu, Pueblo Bello, Valledupar. Una sola producción en el año El consumo de naranja viene de Santander La naranja del Cesar no es amarilla y por ende no se vende de la misma manera que la viene de Santander POr encima de 800 mts da el color amarillo.
¿Existe una oferta de condiciones generales suficientes para el desarrollo de las industrias existentes y futuras?						NO SE PUEDE ESTABLECER PUESTO QUE HASTA AHORA SE HA INICIADO EL PROCESO DE SIEMBRA											Mercabasto podría ser un aliado estrategico Supermercado bifuturo copraría el platano Hay mercado informal cerca al batallon de la popa y lo compran los tenderos.
¿Existen aspectos ambientales que inhiben el desarrollo?						LOS CULTIVOS QUE ESTAN EN LA ZONA FORESTAL PROTEGIDA ESTÁN LIMITADOS POR LAS ÁREAS PROTEGIDAS											
¿Existe espacio suficiente para el desarrollo?						SI											asocit, apimana, coambiental, asoapipueblobello. Trabajar con horticultores Han saqueado las colmenas SE trabaja en la parte media y baja del Cesar. Se trabaja de 1900 hacia abajo.
¿Cuál es el estado de las infraestructuras económicas y sociales?						hay debilidad en la capacidad financiera de los productores											Se cuenta con el apoyo de Corpocesar para mercados verdes Coambiental trabaja en recolectar abejas silvestres

MERCADOS



Programa de Tierras & Desarrollo Rural
Trabajo con el Pueblo - Construcción con los Comunitarios

IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS DE DESTINO



PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional					Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
PALMA DE ACEITE	No hay mercados municipales para los derivados de la palma de aceite	La producción de envía a los núcleos palmeros que se encuentran en el departamento. Copey, Becerril y Codazzi, Chimichagua, Chiriguaná Curumaní, El Paso, La Jagua de Ibirico, La Paz, San Diego, Bosconia y Valledupar, San Alberto y San Martín	No se comercializa en las centrales mayoristas	El 100% de la producción de palma de aceite se destina a procesos agroindustriales. El 55% de la producción para biodiesel, el 7% concentrados jabonería y otros y el 38% para alimentos. planta de producción de glicerina que está en capacidad de producir 20 toneladas por día. (Oleoflores, 2013)	El 78% de la producción total se destina para el consumo nacional y el 22 % se exporta. De la producción que se destina al mercado nacional, el 38% lo procesa la industria de alimentos. (fedepalma)		En Codazzi se encuentra una planta de biodiesel con capacidad para elaborar 180 ton de biodiesel por día. (Oleoflores, 2013)	Estados Unidos, México Y Unión Europea (En Orden De Exportaciones: Países Bajos, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Rep Checa Y España)
CAFE	El café que se produce se negocia en los municipios y se acopia y se seca en los centros de acopio de las asociaciones, pero no se trilla ni se muele, por consiguiente no hay registros de café para consumo	el café verde se negocia, principalmente, en la asociaciones de caficultores y en la cooperativa de caficultores de la Federación Nacional de Cafeteros que hay en los municipios de Pueblo Bello	No hay mercado de café verde en las centrales mayoristas	El café verde es comprado por las cooperativas para ser trillado, tostado, molido, empacado y comercializado tanto en el mercado nacional como internacional			Existe programas de cafés especiales en diferentes categorías: de origen, sostenibles, orgánicos y de responsabilidad social o equidad económica, cuyos mercados son especialmente los internacionales.	Las cifras que aquí se presentan son el consolidado a nivel nacional. "Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos) a nivel nacional. Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos" (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015)
CACAO	Los mercados municipales y centros de acopio natural se localizan en los municipios que tradicionalmente han cultivado el cacao, como son: Valledupar, La Paz, Manaure, San Diego, La Jagua de Ibirico, Codazzi, Curumaní, el Copey, Pueblo Bello, Chiriguaná, Aguachica, Pelaya y San Alberto	en departamento existen compradores establecidos o acopiadores, que son los encargados de comprar el cacao y venderlo, ya sea a la industria de alimentos o cosmetica y a los exportadores	No aplica	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	No aplica		Italia (empresa italiana Domori SARL), México, Italia, España, Bélgica y Francia.
MANGO	En algunos municipios, entre ellos Aguachica y Codazzi, los pequeños productores de mango venden directamente en las vías y mercados locales.	El mercado departamental es abastecido con mango proveniente de Antioquia, Valle y Bogotá.	El mango que se comercializa en la Central Mayorista, proviene del interior del país		Postobon y la Compañía Envasadora del Atlántico CEA- compran mango de la variedad Hilacha para elaborar concentrado de mango y pulpa para exportar	son abastecidos con producto de interior, específicamente el mango proveniente de Bogotá, Antioquia, Valle y tolima		se está exportando mango en fresco y deshidratado al mercado Europeo. El puerto de embarque es Barranquilla.



Programa de Tierras & Desarrollo Rural
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS DE DESTINO



PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional					Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
MAIZ	En algunos municipios productores de maíz y con vocación ganadera, se vende ensilado. Aguachica, Codazzi, San Martín, Pelaya y Manaure		el 14% del maíz es destinado a cubrir la demanda de las trilladoras y las plazas de mercado y centrales mayoristas	Según cifras del Encuesta Nacional Agropecuaria, el 87% de la producción de maíz lo compra la industria tanto de alimentos Alimento Balanceado de Animales y la Industria de Harina pre-cocida de maíz			autoconsumo aproximado, según la ENA 2015, del 6,5%	No aplica, el país es importador de maíz.
ARROZ	acopiadores rurales	Planta de Semillas Fedearroz Valledupar		Planta de Semillas Fedearroz Valledupar. Molinos arroceros: Inagrocesar, Molino San Roque y Coalcesar	Industria Molinera de Oriente, Molinos Moliar	Coalcesar vende productos con marca propia		
YUCA								
PLATANO								
CAÑA PANELERA								
ALGODON								
NARANJA								
PAPAYA								
AGUACATE								
FRIJOL								
APICULTURA	El mercado natural de este producto son los municipios donde se realiza la actividad productiva: Pueblo Bello Pailitas, Astrea, Chimichagua, El Paso, La Paz y Manaure	Algunas marcas locales se comercializan en la capital del departamento, Valledupar.	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

ganado Fedegan – Tecnigan - Aspasur

MAÍZ

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional				Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Otros	Destinos
MAIZ	En algunos municipios productores de maíz y con vocación ganadera, se vende ensilado. Aguachica, Codazzi, San Martín, Pelaya y Manaure		el 14% del maíz es destinado a cubrir la demanda de las trilladoras y las plazas de mercado y centrales mayoristas	Según cifras del Encuesta Nacional Agropecuaria, el 87% de la producción de maíz lo compra la industria tanto de alimentos Alimento Balanceado de Animales y la Industria de Harina precocida de maíz		autoconsumo aproximado, según la ENA 2015, del 6,5%	No aplica, el país es importador de maíz.

ARROZ

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional				Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Destinos
ARROZ	Acopiadores rurales	Planta de Semillas Fedearroz Valledupar		Planta de Semillas Fedearroz Valledupar. Molinos arroceros: Inagrocesar, Molino San Roque y Coalcesar	Industria Molinera de Oriente, Molinos Moliar	Coalcesar vende productos con marca propia	

MANGO

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional					Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
MANGO	En algunos municipios, entre ellos Aguachica y Codazzi, los pequeños productores de mango venden directamente en las vías y mercados locales.	El mercado departamental es abastecido con mango proveniente de Antioquia, Valle y Bogotá.	El mango que se comercializa en la Central Mayorista, proviene del interior del país		Postobon y la Compañía Envasadora del Atlántico CEA compran mango de la variedad Hilacha para elaborar concentrado de mango y pulpa para exportar	Las cadenas de supermercados del Cesar y en especial los de Valledupar, son abastecidos con producto de interior, específicamente el mango proveniente de Bogotá, Antioquia, Valle y Tolima		Se está exportando mango en fresco y deshidratado y pulpa al mercado Europeo. El puerto de embarque es Barranquilla.

CACAO

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional					Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
CACAO	Los mercados municipales y centros de acopio natural se localizan en los municipios que tradicionalmente han cultivado el cacao, como son: Valledupar, La Paz, Manaure, San Diego, La Jagua de Ibirico, Codazzi, Curumaní, el Copey, Pueblo Bello, Chiriguaná, Aguachica, Pelaya y San Alberto	En el departamento existen compradores establecidos o acopiadores, que son los encargados de comprar el cacao y venderlo, ya sea a la industria de alimentos o cosmética y a los exportadores	No aplica	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)	No aplica		Italia (empresa italiana Domori SARL), México, Italia, España, Bélgica y Francia.

PRINT

CAFÉ

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional				Mercado internacional	
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
CAFE	El café que se produce se negocia en los municipios y se acopia y se seca en los centros de acopio de las asociaciones, pero no se trilla ni se muele, por consiguiente no hay registros de café para consumo	el café verde se negocia, principalmente, en la asociaciones de caficultores y en la cooperativa de caficultores de la Federación Nacional de Cafeteros que hay en los municipios de Pueblo Bello	No hay mercado de café verde en las centrales mayoristas	El café verde es comprado por las cooperativas para ser trillado, tostado, molido, empacado y comercializado tanto en el mercado nacional como internacional			Existe programas de cafés especiales en diferentes categorías: de origen, sostenibles, orgánicos y de responsabilidad social o equidad económica, cuyos mercados son especialmente los internacionales.	Las cifras que aquí se presentan son el consolidado a nivel nacional. “Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos) a nivel nacional. Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos” (Federación Nacional de Cafeteros FNC, 2015)

PALMA

PRODUCTO	MERCADO MUNICIPAL	MERCADO DEPARTAMENTAL	CENTRALES MAYORISTAS	AGROINDUSTRIA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS	GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS DE CADENA	OTROS	DESTINO
PALMA DE ACEITE	No hay mercados municipales para los derivados de la palma de aceite	La producción de envía a los núcleos palmeros que se encuentran en el departamento	No se comercializa en las centrales mayoristas	El 100% de la producción de palma de aceite se destina a procesos agroindustriales. El 55% de la producción para biodiesel, el 7% concentrados jabonería y otros y el 38% para alimentos. planta de producción de glicerina que está en capacidad de producir 20 toneladas por día. (Oleoflores, 2013)	El 78% de la producción total se destina para el consumo nacional y el 22 % se exporta. De la producción que se destina al mercado nacional, el 38% lo procesa la industria de alimentos. (fedepalma)		En Codazzi se encuentra una planta de biodiesel con capacidad para elaborar 180 ton de biodiesel por día. (Oleoflores, 2013)	Estados Unidos, México Y Unión Europea (En Orden De Exportaciones: Países Bajos, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Rep Checa Y España)

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional				Mercado internacional	
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Industria de alimentos	Grandes superficies o Supermercados de cadena	Otros	Destinos
PALMA DE ACEITE	No hay mercados municipales para los derivados de la palma de aceite	La producción de envía a los núcleos palmeros que se encuentran en el departamento. Copey, Becerril y Codazzi, Chimichagua, Chiriguaná, Curumaní, El Paso, La Jagua de Ibirico, La Paz, San Diego, Bosconia y Valledupar, San Alberto y San Martín	No se comercializa en las centrales mayoristas	El 100% de la producción de palma de aceite se destina a procesos agroindustriales. El 55% de la producción para biodisel, el 7% concentrado jabonería y otros y el 38% para alimentos. Planta de producción de glicerina que está en capacidad de	El 78% de la producción total se destina para el consumo nacional y el 22% se exporta. De la producción que se destina al mercado nacional, el 38% lo procesa la industria de alimentos. (fedepalma)	Se comercializa el aceite de mesa y otros derivados de proceso de transformación de la semilla de palma	En Codazzi se encuentra una planta de biodiesel con capacidad para elaborar 180 toneladas de biodiesel por día. (Oleoflores, 2013)	Estados Unidos, México Y Unión Europea (En Orden De Exportaciones: Países Bajos, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Francia, Rep Checa Y España)

PANELA

PRODUCTO	Abastecimiento territorial		Abastecimiento nacional		Mercado internacional
	Mercado municipal	Mercado Departamental	Centrales mayoristas	Agroindustria	Destinos
PANELA	La caña panelera se lleva a los municipios donde hay trapiches, Valledupar, Gonzalez y Pueblo Bello (producción organica)		La panela es comercializada en la plaza mayorista de Valledupar		apuesta exportadora de la comunidad Arahuaca con apoyo de Procolombia y la empresa Doña Panela para producir panela orgánica pulverizada para exportar a los mercados europeos

ACTORES



Programa de Tierras & Desarrollo Rural



CULTIVOS SELECCIONADOS	GREMIOS				ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES	AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA	MICROEMPRESAS	CENTROS DE INVESTIGACION	OTROS (ESPECIFICAR)
	NOMBRE	NOMBRE DEL RESPRESENTANTE	TELEFONO DE CONTACTO	MUNICIPIO	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE
Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, Fedepalma,	JENS MESA DISHINGTON	3138600	BOGOTA	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PALMICULTORES DE AGUSTIN CODAZZI (CESAR).	Agroindustrias del Sur del Cesar Ltda. Y Cia. S.C.A. - Agroince. Aguachica	OLEOFLORES LTDA	CENIPALMA	ACEPALMA	
				ASPALBE	Extractora Sicarare S.A.S. Agustin Codazzi				
				ASPALAPA	Oleoflores S.A. Agustin Codazzi				
				COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PALMICULTORES DE AGUSTIN CODAZZI (CESAR)	Palmas Oleaginosas del Casacará Ltda. Agustin Codazzi				
				ASOCIACION COPEYANA DE PALMA ""ASOCOPAL"	Extractora Palmariguani S.A. Bosconia				
				ASOCIACION PALMERAS DE EL COPEY ""ASOPALCOP"	Palmeras de la Costa S.A. El Copey				
				FUNDACION PALMA COPEY	Palmagro S.A. El Paso				
				ASOCIACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE PALMA DE EL COPEY ""ACOPALMA	Extractora La Gloria S.A.S. La Gloria				
				ASOCIACION DE PALMICULTORES PALMARES LA PIRAGUA	Industrial Agraria La Palma Ltda. - Indupalma Ltda. San Alberto				
				ASOCIACION DE PALMEROS DE FRUPALCE TRES - ASOFRUPALCE TRES	Palmas del Cesar S.A. San Martín				



Programa de Tierras & Desarrollo Rural



CULTIVOS SELECCIONADOS	GREMIOS				ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES	AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA	MICROEMPRESAS	CENTROS DE INVESTIGACION	OTROS (ESPECIFICAR)
	NOMBRE	NOMBRE DEL RESPRESENTANTE	TELEFONO DE CONTACTO	MUNICIPIO	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE
PALMA DE ACEITE					ASOCIACION PALMAS CHIRIGUANA PALMACHI				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE FRUPALCE SIETE - ""ASOFRUPALCE SIETE"				
					ASOCIACION DE PALMEROS DEL CENTRO				
					ASOCIACION PRODUCTORES DE PALMA DE CHIRIGUANA ""ASOPALCHI"				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE FRUPALCE CINCO - ""ASOFRUPALCE CINCO				
					ASOCIACION CENTRAL PALMERA DEL SIMILOA				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DEL CESAR				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE FRUPALCE DOS ASOFRUPALCE DO				
					ASOCIACION DE PRODUCTORES FRUTOS DE LA PALMA DE ANIMITO-FRUPANIMI				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DE CURUMANI CESAR				



Programa de Tierras & Desarrollo Rural



CULTIVOS SELECCIONADOS	GREMIOS				ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES	AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA	MICROEMPRESAS	CENTROS DE INVESTIGACION	OTROS (ESPECIFICAR)
	NOMBRE	NOMBRE DEL RESPRESENTANTE	TELEFONO DE CONTACTO	MUNICIPIO	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE
					COOPERATIVA DE PALMICULTORES CENTRO DEL CESAR PALMAS-CURUMANI				
					COOPERATIVA DE PEQUENOS PRODUCTORES DE PALMA DE ACEITE DE BECERRIL				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE BECERRIL TRES				
					ASOCIACION DE OLEOPALMICULTORES DE BECERRIL CESAR				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE BECERRIL DOS - ASPALBE DOS				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE BECERRIL CUATRO				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DEL CENTRO DEL CESAR ""ASOPACC				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DE LA JAGUA DE IBIRICO ""ASOPALJAGUA"				
					ASOCIACION DE PORCICULTORES DE PAILITAS				
					ASOCIACION DE PEQUEÑOS PALMICULTORES DE PAILITAS APEPALMA				



Programa de Tierras & Desarrollo Rural



CULTIVOS SELECCIONADOS	GREMIOS				ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES	AGROINDUSTRIA O INDUSTRIA	MICROEMPRESAS	CENTROS DE INVESTIGACION	OTROS (ESPECIFICAR)
	NOMBRE	NOMBRE DEL RESPRESENTANTE	TELEFONO DE CONTACTO	MUNICIPIO	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE	NOMBRE
					ASOCIACION DE PALMICULTORES POR LA PAZ DE PAILITAS APALP				
					ASOCIACION DE PEQUEÑOS PALMICULTORES DE PAILITAS DOS				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES POR LA PAZ DE PAILITAS DOS				
					Cooperativa de Palmicultores de Tamalameque				
					ASOCIACION AGROINDUSTRIAL DE PALMICULTORES DE TAMALAMEQUE ASOPALT				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE FRUPALCE UNO ASOFRUPALCE UNO				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DE ZAPATOSA-APALZA				
					ASOCIACION DE PALMICULTORES DE PATIÑO				
					ASOCIACION DE PALMEROS DE SAN MARTIN CESAR ASOPALMAR				
MAIZ					ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE MAIZ DE CODAZZI_ (ASOPEMACO				

ORGANIZACIONES

IDENTIFICACIÓN DE ORGANIZACIONES E INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DE LA COMERCIALIZACIÓN													
Departamento:	CESAR												
Cultivos Seleccionados	Organizaciones de productores *		Centros de acopio		Agroindustria o Industria		Microempresas		Centros de investigación		Otros (especificar)		Puntaje total
	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	Nombre	Puntaje	
	Asoprocafe												
YUCA													
PLATANO													
CAÑA PANELERA													
ALGODON													
	Fedecacao												
CACAO	Asociación de Productores de Cacao 'Aprocasur'				Agrotropical de Colombia (jagua de Ibirico)				Corpoica				
NARANJA													
PAPAYA													
AGUACATE													
FRIJOL													
GANADERIA	Fedegan - Tecnigan - Aspasur		Frigorífico del Fondo Ganadero de Santander (Fogasa)		FRESKALECHE, COALCESAR, Frigorífico del Fondo Ganadero de Santander (Fogasa)				ICA - Corpoica				

ANEXO 2. CÁLCULO DE CONSUMO

ANEXO 2

Cálculos del consumo aparente.

Algodón					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	35.517	35.530	32.927	23.783	30.710
Importaciones	50.315	44.642	26.303	33.040	30.614
Exportaciones	0	227	226	777	2.388
Consumo Aparente	85.832	79.945	59.004	56.046	58.936
Autosuficiencia	0,41	0,44	0,56	0,42	0,52
Fuente: Cálculos realizados por Conalgodon					

yuca (Toneladas)					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	1.742.233	1.835.890	1.957.458	2.180.273	2.283.223
Importaciones	127,80	0,00	73,40	0,00	0,00
Exportaciones	35,24	507,12	403,09	417,08	415,36
Consumo Aparente	1.742.326	1.835.383	1.957.129	2.179.856	2.282.808
Autosuficiencia	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Fuente: 0714100000 - Raíces de mandioca (yuca), frescas, refrigerados, congeladas o secos, incluso troceadas o en "pellets". Agronet, Trademap					

Maiz Tradicional					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	501.384,18	508.547,87	478.734,68	542.877,10	650.443,49
Importaciones	3.613.900,06	2.820.420,33	3.307.978,01	3.635.280,00	3.961.572,00
Exportaciones	0,00	1,57	0,30	0,00	0,00
Consumo Aparente	4.115.284	3.328.967	3.786.712	4.178.157	4.612.015
Autosuficiencia	0,12	0,15	0,13	0,13	0,14
Fuente: 1005 - Maiz, Agronet, Trademap					

Arroz Riego					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	1.530.489,76	1.473.597,98	1.456.388,42	1.407.906,79	1.351.308,72
Importaciones	6.298,00	33.736,00	112.377,00	149.812,00	90.517
Exportaciones	156,00	201,00	21,00	29,00	21,00
Consumo Aparente	1.564.069,76	1.585.773,98	1.606.179,42	1.498.394,79	1.351.287,72
Autosuficiencia	0,98	0,93	0,91	0,94	1,00
Fuente: 1006 -Arroz , Agronet, Trademap					

Naranja (kilogramos)					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	160.448,75	195.925,83	168.204,13	178.469,33	183.480,89
Importaciones	1.208,98	17.408,15	11.203,33	1.069,66	1.156
Exportaciones	8.219,80	1.004,67	798,21	5.408,67	12.929,93
Consumo Aparente	169.637,10	206.124,49	168.475,59	174.216,45	170.550,96
Autosuficiencia	0,95	0,95	1,00	1,02	1,08
Fuente: Naranja, Agronet, Trademap					

Caña Panelera					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	1.226.151	1.216.440	1.254.352	1.331.254	1.388.553
Importaciones	171.113	175.192	302.447	286.967	109.371
Exportaciones	632.889	725.619	602.224	463.443	646.574
Consumo Aparente	768.454,10	793.267,92	939.094,83	977.181,66	741.979,44
Autosuficiencia	1,60	1,53	1,34	1,36	1,87
Fuente: Agroindustria de la Panela, Agronet, Trademap					

Palma de Aceite					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	930.475	1.075.055	1.140.122	1.213.534	1.278.126
Importaciones	54.384,79	40.012,39	48.485,48	65.226	96.302
Exportaciones	59.434	31.862	24.219	25.673	71.194
Consumo Aparente	911.052,71	1.091.678,54	1.181.129,07	1.284.163,45	1.206.931,10
Autosuficiencia	1,02	0,98	0,97	0,94	1,06
Fuente: 1511100000 Aceite de palma en bruto., Agronet, Trademap					

Café					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	779.235	640.432	561.092	653.160	728.400
Importaciones (1)	34.785	55.151	61.590	25.582	18.061
Exportaciones (1)	413.445	437.141	400.651	483.423	623.368
Consumo Aparente	420.940,80	264.880,83	186.023,80	187.797,42	105.032,00
Autosuficiencia	1,85	2,42	3,02	3,48	6,94

Fuente: , Agronet, Trademap

' 1/. Se excluye la partida Café, incluso tostado descafeinado del Sistema Armonizado

901119000

Mango					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	200.957	221.134	259.052	264.635	270.432
Importaciones	918	1.319	1.136	1.263	1.100
Exportaciones	9.675	13.131	13.132	11.530	6.594
Consumo Aparente	192.601	209.139	247.183	254.205	263.838
Autosuficiencia	1,04	1,06	1,05	1,04	1,02
Fuente: , Agronet, Trademap					

aguacate					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	205.442	214.917	255.384	294.997	288.739
Importaciones	9.044	7.190	6.023	3.904	3.128
Exportaciones	56	123	5	542	1.760
Consumo Aparente	212.576	220.817	259.283	297.583	286.979
Autosuficiencia	0,97	0,97	0,98	0,99	1,01
Fuente: , Agronet, Trademap					

plátano					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	2.970.435	2.995.539	3.216.926	3.349.399	3.467.332
Importaciones	25.147	45.249,00	0	0	0
Exportaciones	110.793	42.356	101.582	93.842	121.732
Consumo Aparente	2.904.891	2.953.182	3.115.344	3.255.557	3.345.600
Autosuficiencia	1,02	1,01	1,03	1,03	1,04
Fuente: , Agronet, Trademap					

803001100

Bananas o plátanos frescos del tipo "plantain" (plátano para cocción).

Papaya					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	151.019	146.375	136.197	172.817	176.747
Importaciones	53	1.478,00	237	98	202
Exportaciones	317	97	75	96	24
Consumo Aparente	152.180	146.515	136.220	172.923	176.723
Autosuficiencia	0,99	1,00	1,00	1,00	1,00
Fuente: , 080720 Agronet, Trademap					

Cacao					
toneladas	2010	2011	2012	2013	2014
Producciones	69.023	75.212	83.473	79.764	84288,759
Importaciones	6.819	8.681,00	1.960	2.316	6.688
Exportaciones	4.517	2.304	4.321	7.693	8.018
Consumo Aparente	73.187	74.868	81.468	78.759	76.271
Autosuficiencia	0,94	1	1,02	1,01	1,11
Fuente: Agronet, Trademap					

ANEXO 3. LISTA DE ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS

ANEXO 3.

LISTADO DE ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO

- **Palma de Aceite**

- /1. Es la organización que agrupa a los productores, e industria de la palma de aceite en Colombia
- /2: Se tiene registradas 39 asociaciones y cooperativas de palmicultores en los municipios productores. El alcance e impacto que estas tienen sobre el sector es local
- /3. El centro de acopio es la empresa extractora y la industria y adquiere toda la producción del núcleo palmero y tiene un impacto regional
- /4. Los productores del Dpto se benefician de la investigación de dicho Centro.
- /5. Los productores y la industria del Dpto se benefician de las actividades de la comercializadora

- **Arroz**

- /1. Estas organizaciones agrupan a los productores, e industria del arroz en Colombia
- /2: Se tiene registradas 3 asociaciones y cooperativas de productores de arroz en los municipios. El alcance e impacto que estas tienen sobre el sector es local
- /3. Los productores del Dpto se benefician de la investigación de dicho Centro.

- **Maíz**

- /1. Es la organización que agrupa a los productores, e industria del maíz en Colombia
- /2: Se tiene registradas 8 asociaciones y cooperativas de productores de maíz en los municipios. El alcance e impacto que estas tienen sobre el sector es local
- /3. Los productores del Dpto se benefician de la investigación de dicho Centro.

- **Café**

- /1. Es la organización que agrupa a los productores, e industria del café en Colombia
- /2: Se tiene registradas 7 asociaciones y cooperativas de productores de Café en los municipios. El alcance e impacto que estas tienen sobre el sector es local
- /3. Los productores del Dpto se benefician de la investigación de dicho Centro.
- /4 Los productores del Dpto se benefician de la logística, trilla, tostado y exportaciones de Almacafe

Cultivos seleccionados	Organizaciones de productores *	Centros de acopio	Agroindustria o industria	Microempresas	Centros de investigación	Otros (especificar)
	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
Palma de aceite	Fedepalma	Agroindustrias del sur del Cesar Ltda. Y cía. S.c.a. - agroince. Aguachica	Agroindustrias del sur del Cesar Ltda. Y cía. S.c.a. - agroince.		Cenipalma	Acepalma (comercializadora internacional)
	Cooperativa multiactiva de palmicultores de agustin codazzi (Cesar).	Extractora sicarare s.a.s. Agustín Codazzi	Extractora sicarare s.a.s.			
	Aspalbe	Oleoflores s.a. Agustín Codazzi	Oleoflores Ltda			
	Aspalapa	Palmas oleaginosas del casacará Ltda. Agustín Codazzi	Palmas oleaginosas del casacará Ltda.			
	Cooperativa multiactiva de palmicultores de agustin codazzi (Cesar)	Extractora palmariguani s.a. bosconia	Extractora palmariguani s.a			
	Asociación copeyana de palma ""asocopal"	Palmeras de la costa s.a. el copey	Palmeras de la costa s.a			
	Asociación palmeras del copey ""asopalcop"	Palmagro s.a. el paso	Palmagro s.a.			
	Fundacion palma copey	Extractora la gloria s.a.s. la gloria	Extractora la gloria s.a.s			
	Asociación de productores y comercializadores de palma de el copey ""acopalma	Industrial agraria la palma Ltda. - indupalma Ltda. San alberto	Industrial agraria la palma Ltda. - indupalma Ltda.			
	Asociación de palmicultores palmares la piragua	Palmas del Cesar s.a. san martín	Palmas del Cesar s.a			
	Asociación de palmeros de frupalce tres - asofrupalce tres					
	Asociación palmas chiriguana palmachi					
	Asociación de palmeros de frupalce siete - ""asofrupalce siete"					
	Asociación de palmeros del centro					

Cultivos seleccionados	Organizaciones de productores *	Centros de acopio	Agroindustria o industria	Microempresas	Centros de investigación	Otros (especificar)
	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
	Asociación productores de palma de chiriguana ""asopalchi"					
	Asociación de palmeros de frupalce cinco - ""asofrupalce cinco					
	Asociación central palmera del simioa					
	Asociación de palmicultores del Cesar					
	Asociación de palmeros de frupalce dos asofrupalce do					
	Asociación de productores frutos de la palma de animito-frupanimi					
	Asociación de palmicultores de curumani Cesar					
	Cooperativa de palmicultores centro del Cesar palmas-curumani					
	Cooperativa de pequeños productores de palma de aceite de becerril					
	Asociación de palmeros de becerril tres					
	Asociación de oleopalmicultores de becerril Cesar					
	Asociación de palmeros de becerril dos - aspalbe dos					
	Asociación de palmeros de becerril cuatro					
	Asociación de palmicultores del centro del Cesar ""asopacc					

Cultivos seleccionados	Organizaciones de productores *	Centros de acopio	Agroindustria o industria	Microempresas	Centros de investigación	Otros (especificar)
	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
	Asociación de palmicultores de la jagua de ibirico ""asopaljagua"					
	Asociación de porcicultores de pailitas					
	Asociación de pequeños palmicultores de pailitas apepalma					
	Asociación de palmicultores por la paz de pailitas apalp					
	Asociación de pequeños palmicultores de pailitas dos					
	Asociación de palmicultores por la paz de pailitas dos					
	Cooperativa de palmicultores de tamalameque					
	Asociación agroindustrial de palmicultores de tamalameque asopalt					
	Asociación de palmeros de frupalce uno asofrupalce uno					
	Asociación de palmicultores de zapatosa-apalza					
	Asociación de palmicultores de patiño					
	Asociación de palmeros de san martin Cesar asopalmar					
	Arroz	Fedearroz	Planta de semillas y almacenamiento de arroz	InagroCesar		Corpoica
Fenalce			Molino san roque			
Asociación de pequeños productores de arroz del municipio del paso – Cesar			CoalCesar			

Cultivos seleccionados	Organizaciones de productores *	Centros de acopio	Agroindustria o industria	Microempresas	Centros de investigación	Otros (especificar)
	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
	la asociación de arroceros y productores agropecuarios de el paso Cesar.					
Maiz	Fenalce				Corpoica	
	Asociación de pequeños productores de maiz de codazzi (asopemaco)					
	Asociación comunitaria de cultivadores de maiz de codazzi					
	Asociación de productores de maiz asurmaiz					
	Asociación de pequeños y medianos productores de maiz de aguachic					
	Cooperativa comercializadora de granos de aguachica - cogranos					
	Cooperativa comercializadora de granos de pelaya coocgrapel					
	Asociación de productores de cereales y leguminosas del municipio de manaure balcon del Cesar ""asoprocema"					
	Asociación de productores agricolas un nuevo futuro para la paz					
Café	Federacafe	Nd	Caficosta		Cenicafe /3	Almacafe /4
	Asoprocasines	Asoprocasines				
	Asoprokia	Asoprokia				
	Asosainecum	Asosainecum				
	asoanei	asoanei				
	asoprocafe	asoprocafe				

Cultivos seleccionados	Organizaciones de productores *	Centros de acopio	Agroindustria o industria	Microempresas	Centros de investigación	Otros (especificar)
	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre	Nombre
	Asociación de cafeteros de curumaní	Asociación de cafeteros de curumaní				
	Comité de cafeteros de la vereda bobali no.2	Comité de cafeteros de la vereda bobali no.2				
Yuca	Nd	Nd	Nd	Nd	Corpoica /3	Nd
Algodón	Conalgodón	Coagrimag		Nd	Corpoica	Sena
	Corporación algodonera de aguachica corpalchica	CoalCesar				Fondo de fomento algodonero
	Fundación para el desarrollo de los agricultores de sorgo y algodón	Invercor				
	Cooperativa multiactiva algodonera del departamento del Cesar – coalCesar.	Desmocaribe				
		Agricaribe				
Cacao	Fedecacao	Asoprocasur		Nd	Corpoica	
Mango	Asohofrucol			Nd	Corpoica	IdeCesar
Caña panelera			Trapiche pueblo bello	Doña panela		Procolombia
Plátano	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	IdeCesar
Aguacate	Asohofrucol	Nd	Nd	Nd	Corpoica	IdeCesar
Maderables	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd	IdeCesar
Apicultura	Asocit, Apimana, Coambiental, Asoapipueblobello		Nd	Nd	Nd	Secretaria de agricultura Cesar



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

TERCER PRODUCTO SUBCONTRATO DE PRECIO FIJO NO. ARD-LRDP-FPS-00251

ANÁLISIS DE POTENCIAL DE MERCADOS AGROPECUARIOS DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR, SEGÚN LA GUÍA TÉCNICA NO 2 DE LA UPRA "GUÍA PARA ELABORAR EL DIAGNÓSTICO DEL COMPONENTE DE MERCADOS PARA EL ORDENAMIENTO PRODUCTIVO AGROPECUARIO".

MARZO 2017

Esta publicación ha sido preparada para revisión de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El documento fue elaborado por CPA INGENIERIA S.A.S., para el Programa de Tierras y Desarrollo Rural, bajo el Subcontrato de Precio Fijo N° ARD-LRDP-FPS-00251

Documento preparado por CPA INGENIERIA S.A.S para Tetra Tech ARD, contratista de USAID/Colombia para el Programa de Tierras y Desarrollo Rural.

Información de contacto: Christian Kolar, Director del Programa
Christian.Kolar@ColombiaLRDP.com
Jeovanny Pedraza, Coordinador del Proyecto

AVISO LEGAL: Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional ni las del gobierno de Estados Unidos.

TABLA DE CONTENIDO

TÍTULO DE REPORTE	1
TABLA DE CONTENIDO	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL MERCADO AGROPECUARIO	2
1.1. Variables e indicadores del mercado.....	4
1.1.1. De la oferta departamental	4
1.1.2. Oferta agrícola.	4
1.1.3. Oferta pecuaria	7
1.1.4. Del comercio departamental	14
1.1.5. De la oferta nacional - para los productos priorizados	17
1.1.6. Del comercio nacional y mundial - para los productos priorizados	22
1.1.7. Consumo aparente nacional	25
1.1.8. Otros indicadores.....	26
1.2. Ficha técnica sobre oferta y demanda de cada producto priorizado	30
1.3. Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR)	30
2. EVALUACIÓN GENERAL DEL MERCADO AGROPECUARIO.....	31
2.1. Evaluación cuantitativa	31
2.2. Descripción de situaciones de éxito y problemáticas transversales	37
2.2.1. Experiencias exitosas de mercado	37
2.2.2. Sistema de transporte como elemento dinamizador de la economía	38
2.2.3. Sistemas de información.....	42
2.2.4. Cambios demográficos en el territorio	42
3. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS	44
3.1. Caracterizar la oferta territorial de los productos priorizados	44
3.1.1. Costos de producción	49
3.1.2. Estructuras de costos de producción por finca.....	53

3.2.	Caracterización de la demanda interna de los productos priorizados	55
3.2.1.	Identificación de los canales de comercialización	55
3.2.2.	Clúster o conglomerados productivos	67
3.3.	Política gubernamental del mercado interno	70
3.3.1.	Identificar las oportunidades y condiciones de acceso al mercado mundial	73
3.4.	Perspectivas del mercado agropecuario	88
3.4.1.	Palma de aceite.....	89
3.4.2.	Café	90
3.4.3.	Maíz	91
3.4.4.	Cacao	92
3.4.5.	Arroz	92
3.4.6.	Caña panelera	93
3.4.7.	Frutales: Mango Keitt y Aguacate Hass	94
4.	CONSOLIDACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDADES DE MERCADO	104
4.1.1.	Palma de aceite.....	107
4.1.2.	Maíz	110
4.1.3.	Ganadería – Carne	111
4.1.4.	Ganadería - Leche	112
4.1.5.	Carne Ovino - Caprino.....	113
4.1.6.	Cafés especiales	115
4.1.7.	Cacao	116
4.1.8.	Caña panelera: panela	117
4.1.9.	Naranja	118
4.1.10.	Yuca.....	119
4.1.11.	Aguacate Hass.....	121
4.1.12.	Cebolla bulbo – Ocañera.....	121
4.1.13.	Apicultura - Miel de abejas	122
4.1.14.	Mango Keitt	124
5.	REFERENCIAS.....	127

INTRODUCCIÓN

“En el 2032, el Departamento del Cesar se habrá consolidado como el corredor de desarrollo logístico, agroindustrial y minero más importante de la Región Caribe caracterizado por ser un territorio de paz, que brinde seguridad a sus ciudadanos para el desarrollo de sus actividades productivas, las cuales estarán enfocadas al logro de la competitividad territorial potenciando sus ventajas comparativas a través del uso y desarrollo de nuevas tecnologías y mecanismos de desarrollo limpio; donde su riqueza cultural y el folclor vallenato lo han posicionado como uno de los destinos turísticos más atractivos del país. Todo esto gracias al fortalecimiento y potenciación de su talento humano, capaz de jalonar su propio desarrollo respetando su riqueza natural y biodiversidad en armonía con los pueblos indígenas y afrocesarenses bajo los principios del desarrollo humano y sobre la base de la seguridad democrática.” (DNP, 2011)

La definición de los objetivos a corto y largo plazo en el departamento del Cesar, es una de las prioridades en los diferentes escenarios de planificación que han tenido los representantes de la comunidad, para desarrollar la visión que se desea alcanzar en el territorio.

La planeación estratégica es flexible y se adapta a la coyuntura social y económica en que se desarrolla. El desafío que se proyecta en el diseño de un plan de ordenamiento productivo, se relaciona en la conciliación entre visión territorial, su conexión con los agentes de la región y las estrategias que se tracen para lograrlo.

La Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, la Visión 2032, diseñadas, con la ayuda técnica del Departamento Nacional de Planeación, constituyen un punto de generación de las propuestas estratégicas para lograr el desarrollo sostenible de la región.

Una de las principales condiciones para alcanzar el progreso de la región, es entender la realidad local, adaptarla a un modelo de ordenamiento productivo que permita la optimización de los factores de producción y lograr las correlaciones necesarias para progresar.

En otras palabras se puede afirmar que la clave del desarrollo sostenible es:

“El fortalecimiento del sistema productivo local es el logro de una estructura "sistémica" creciente que refuerce las ligazones económicas entre empresas y la relación con el milieu económico, de modo que las características específicas locales lleguen a ser el factor más importante en la localización y el desarrollo”. (Garofoli, G, 1995)

Según la (FAO, 2005) : “Crear sinergias entre todos los actores en torno a una estrategia para el desarrollo de un territorio es una de las tareas más complejas con que nos enfrentamos”

La formulación de un instrumento que permita contextualizar la realidad del sector agrícola y la caracterización de su tejido productivo, es el objetivo del presente documento.

La guía No.1 de la UPRA, fue el primer paso dentro de un proceso macro que busca materializar el desarrollo de la visión 2032 y los objetivos de la agenda interna de productividad y competitividad.

En los dos ejercicios de planeación se plasma el interés del departamento en constituirse en un polo de desarrollo desde el sector agropecuario, dadas las condiciones iniciales con las que cuenta el territorio. En este trabajo se identificaron las ventajas comparativas y competitivas con las que cuenta la región, se identificaron los escenarios para optimizar, desde la perspectiva económica, el uso del territorio.

1. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL MERCADO AGROPECUARIO

En el proceso de diseño y formulación del plan de ordenamiento productivo, orientado por la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria, UPRA, se busca la optimización de los factores de producción, para dinamizar el sector agrícola y pecuario en el departamento del Cesar. Se inició la primera etapa con la elaboración de la Guía 1, (Andrade, 2015) en donde se priorizaron las principales alternativas productivas, a partir del análisis de la oferta y demanda del mercado.

El éxito en el desarrollo de instrumentos de política regional, se basa en la apropiación de conceptos y la validación que se tenga de los mismos, para ello se recomienda, un proceso de planeación participativa como se afirma en la idea de (Ortegon, 2008): *“La participación no puede ser puramente formal. Constituye esencialmente el aval y el respaldo de la ciudadanía a la política. La negociación de la política, con los actores estratégicos, le brinda respaldo y sostenibilidad. Sin concertación es difícil lograr consenso alrededor de los grandes lineamientos de la política. Con negociación se hace la política pública.”*

Como resultado de este trabajo, se consolidaron las principales alternativas productivas, en el sector agropecuario del departamento, y se socializaron con los diferentes grupos de interés presentes en el territorio.

En el desarrollo de las mesas de trabajo, que contaron con la participación de la Gobernación, gremios, asociaciones de productores, sector educativo, grupos de investigación y las autoridades regionales de planificación ambiental, se llegaron a establecer las dinámicas

necesarias para orientar la priorización de los productos, teniendo en cuenta criterios técnicos y como resultado surgieron nuevas alternativas, que se desarrollaran para generar un nuevo horizonte de producción.

Dada la actual coyuntura económica y social que se vive en los territorios colombianos, se hace necesaria la reorientación de los procesos productivos en el sector rural y surge como una opción, la planificación de la región a partir de la coordinación de las diferentes políticas transversales que se han diseñado en el país, teniendo como reto según la (FAO, 2005): *“Crear sinergias entre todos los actores en torno a una estrategia para el desarrollo de un territorio”*

En este proceso, se ha adoptado la concepción que se brinda en la Misión para la Transformación del Campo desarrollada por el Departamento Nacional de Planeación en donde se subraya:

“El enfoque territorial participativo adopta la concepción de nueva ruralidad, que supera la dicotomía rural-urbana y mira más a las relaciones, sinergias y complementariedades que permiten aumentar la competitividad y cerrar las brechas de exclusión de la población rural.”
(DNP, 2015)

En esta segunda etapa del proceso de formulación, se identificó la oferta agropecuaria presente en el territorio, se analizaron las correlaciones con la demanda regional, nacional e internacional, para entregar las mejores alternativas posibles y lograr la organización de la producción en el departamento del Cesar.

1.1. VARIABLES E INDICADORES DEL MERCADO.

1.1.1. De la oferta departamental

La oferta departamental objeto de este análisis, está compuesta por productos agrícolas y pecuarios, sectores que hacen uso del suelo disponible en el Cesar.

La oferta agrícola se aborda haciendo un análisis de las variables: área cosechada, producción y rendimiento por hectárea o productividad y se presenta de manera independiente del sector pecuario.

El sector pecuario se analiza partiendo del área destinada a pastos y los tipos de ganadería que se hacen presencia en el departamento, sea carne, leche o doble propósito y el comportamiento de la producción lechera y el sacrificio registrados para el período 2014-2015.

1.1.2. Oferta agrícola.

Dentro del proceso de planificación participativa que se llevó a cabo para la validación de los resultados obtenidos en la guía 1, se analizaron las opciones de incluir dos nuevos productos, la Cebolla de Bulbo y mango variedad Keitt (dado el potencial exportador de esta variedad), como parte de la política pública, que tiene la Gobernación en el desarrollo de alternativas productivas.

Dentro de las alternativas productivas, presentadas en la primera guía, se descartaron las opciones, algodón y papaya consideradas propuestas con producción histórica, pero en los años 2016 y primeros meses de 2017, con tendencia de crecimiento negativo y escaso mercado; en las mesas de participación con gremios y la gobernación, se observaron los datos de área cosechadas y se llegó al acuerdo de no considerarlas por su perfil de evolución y desarrollo en el tiempo.

En la Tabla 1, Tabla 2 y Tabla 3 se presentan las variables relacionadas con los productos: área cosechada, producción y rendimiento, a los cuales se les realizarán los análisis de oferta y de demanda.

En el Comité Técnico realizado en la ciudad de Valledupar el día 17 de marzo de 2017, que contó con la presencia de la Secretaría de Agricultura del departamento, el PTDR – USAID, UPRA y la firma CPA, se llegó al acuerdo de revisar las cifras estadísticas del área cosechada y producción en el Departamento del Cesar para los productos seleccionados. Para ello se

revisaron los datos que se obtuvieron de Agronet, como un sistema estadístico nacional, las Evaluaciones Agropecuarias (EVAS) reportadas al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y las estadísticas de los gremios a nivel nacional.

Como producto de este ejercicio, se presenta un consolidado donde se depuraron los datos del departamento, y se realizó el estudio detallado de las apuestas productivas desarrolladas en el territorio.

Igualmente, se acordó realizar el análisis de la naranja como representante del grupo de los cítricos.

Tabla 1. Área Cosechada de los productos seleccionados, en el Departamento del Cesar 2010 - 2014

	CULTIVOS SELECCIONADOS	Área Cosechada (has)				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	PALMA DE ACEITE	35.623	39.199	40.746	44.922	67.796
2	MAIZ TRADICIONAL	28.135	24.533	31.073	37.360	28.103
3	ARROZ RIEGO	12.535	15.479	15.991	17.661	12.733
4	CAFE	22.490	22.350	22.911	25.106	26.139
5	YUCA	4.311	4.102	6.285	6.774	3.037
6	CAÑA PANELERA	3.767	3.389	3.327	3.353	3.572
7	CACAO	6.290	6.330	6.695	5.871	6.643
8	NARANJA	1.854	1.714	1.776	1.630	1.609
9	AGUACATE	1.657	1.827	2.124	1.982	1953
10	MANGO	630	664	709	729	887
11	CEBOLLA DE BULBO	330	125	176	185	150

Fuente: Elaboración propia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural –Evaluaciones agropecuarias 2010 – 2014

Teniendo como marco de referencia los resultados obtenidos en la Guía No.1, y realizando la inclusión de las dos nuevas alternativas, se concluye, que la cebolla de bulbo es un producto con una dinámica menor que los productos seleccionados inicialmente, pero que puede llegar a tener un gran potencial, derivado de las políticas transversales del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR).

Para el análisis de los datos se consideró el área cosechada, la cual determina la producción real del departamento. Es de señalar que para el año 2014, la principal apuesta productiva de

la región en el sector agropecuario es la Palma de Aceite, la cual registra, según datos de Fedepalma, un área total sembrada de 84.332 hectáreas, de las cuales se encuentran en desarrollo 22.038 y en producción (cosechada) 62.284 hectáreas. Al comparar los datos de Fedepalma, con los registrados en las evaluaciones agropecuarias se observa una distorsión mínima. Adicionalmente se debe estudiar la variación del 150 % en el área cosechada en el municipio del El Copey, puesto que este dato hace que el comportamiento estable de la serie en el horizonte de tiempo estudiado, se distorsione.

Tabla 2. Producción de los productos seleccionados, en el Departamento del Cesar 2010 - 2014

	CULTIVOS SELECCIONADOS	Producción (Ton)				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	PALMA DE ACEITE	130.800	142.350	147.950	155.449	199.271
2	MAIZ TRADICIONAL	39.204	34.092	40.850	54.730	34.890
3	ARROZ RIEGO	68.042	71.331	82.541	88.836	58.542
4	CAFE	13.276	11.036	19.994	15.050	16.950
5	YUCA	40.965	40.212	65.214	71.180	26.788
6	CAÑA PANELERA	16.517	14.844	15.825	13.143	20.071
7	CACAO	3.738	3.506	3.850	2.349	2.934
8	NARANJA	18.484	16.474	18.046	14.531	14.485
9	AGUACATE	11.478	12.938	16.745	15.798	12.041
10	MANGO	6.070	6.162	6.652	6.988	7.518
11	CEBOLLA DE BULBO	4.115	2.155	2.989	2.144	2.534

Fuente: Elaboración propia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural –Evaluaciones agropecuarias 2010 -2014

La Tabla 2, permite determinar que la producción agrícola en el departamento se encuentra focalizada en la palma de aceite, arroz de riego y la yuca, las dos nuevas apuestas no son representativas al medir sus niveles de producción.

En la Tabla 3, se observa que las dos apuestas incluidas son representativas al analizar el rendimiento por hectárea y ocupan los primeros lugares en los niveles de producción. Se debe continuar con los análisis de oferta en el territorio y su demanda a nivel regional, nacional y mundial.

Tabla 3. Rendimiento productos seleccionados, en el Departamento del Cesar 2010 - 2014

	CULTIVOS SELECCIONADOS	Rendimiento					
		2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
1	CEBOLLA DE BULBO	12,47	17,24	16,98	11,59	16,89	15,04
2	YUCA	9,50	9,80	10,38	10,51	8,82	9,80
3	NARANJA	9,97	9,61	10,16	8,91	9,00	9,53
4	MANGO	9,63	9,28	9,38	9,59	8,48	9,27
5	AGUACATE	6,93	7,08	7,88	7,97	6,17	7,21
6	ARROZ RIEGO	5,43	4,61	5,16	5,03	4,60	4,97
7	CAÑA PANELERA	4,38	4,38	4,76	3,92	5,62	4,61
8	PALMA DE ACEITE	3,67	3,63	3,63	3,46	2,94	3,47
9	MAIZ TRADICIONAL	1,39	1,39	1,31	1,46	1,24	1,36
10	CAFE	0,59	0,49	0,87	0,60	0,65	0,64
11	CACAO	0,59	0,55	0,58	0,40	0,44	0,51

Fuente: Elaboración propia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural –Evaluaciones agropecuarias 2010 -2014

1.1.3. Oferta pecuaria

La primera etapa de este estudio, la formulación de la Guía N.1 de la UPRA, abordó el tema de la oferta pecuaria en el departamento del Cesar, partiendo de las comparaciones con los departamentos más representativos de la región Caribe, para el desarrollo de la Guía N. 2, se situará el estudio en la producción y caracterización de la región.

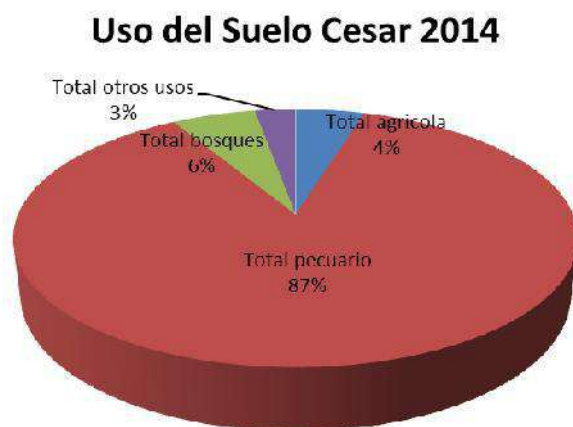
En la Tabla 4, se puede analizar el uso del suelo en el departamento del Cesar para los años 2014 – 2015, se destaca, la destinación para la producción pecuaria, como la actividad que predomina en la región, seguida de la superficie de bosques y en tercer lugar la utilización agrícola.

Tabla 4. Uso del suelo 2015 - 2015

Unidades	Total uso del suelo	Total agrícola	Total pecuario	Total bosques	Total otros usos
	Hectáreas	Hectáreas	Hectáreas	Hectáreas	Hectáreas
2014	1.976.558	92.980	1.715.204	113.418	54.955
2015	1.975.603	95.764	1.637.420	192.711	49.709

Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 – 2015 DANE

Figura 1. Superficie del uso del suelo Cesar 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 – 2015 DANE

Como se puede examinar en la Figura 1, se presentó una disminución en el nivel de participación del 4 %, en el uso del suelo de la actividad pecuaria, una posible explicación subyace en los fenómenos climáticos que afectaron la región en este periodo y por otro lado, como consecuencia de una política de reforestación y conservación el área de los bosques aumentó en un 4 %, y la destinación de la tierra para la producción agrícola se amplió en un 1% del total.

Tabla 5. Inventario de Ganado Departamento del Cesar 2014 - 2015

Orientación del inventario ganadero				
Años	Total ganado	Leche	Doble propósito	Total carne
	Cabezas	Cabezas	Cabezas	Cabezas
2.014	1.551.046	224.673	933.097	393.276
2.015	1.432.338	320.906	783.625	327.806

Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 – 2015 DANE

En la Tabla 5 y la Figura 2, se observa el comportamiento del inventario de ganado para los años 2014 y 2015, en este periodo, se presentó una variación negativa en el total de cabezas de ganado del 8%, de estas transiciones el ganado destinado a leche aumentó en un 23 %, mientras que el doble propósito y carne, disminuyeron en 16 % y 17 % respectivamente. Es importante anotar que la carga por hectárea es de 1,1 cabezas de ganado, lo que implica que el modelo de producción no ha cambiado y continúa predominando la ganadería extensiva.

Figura 2. Orientación del Inventario de Ganado Departamento del Cesar 2014 - 2015

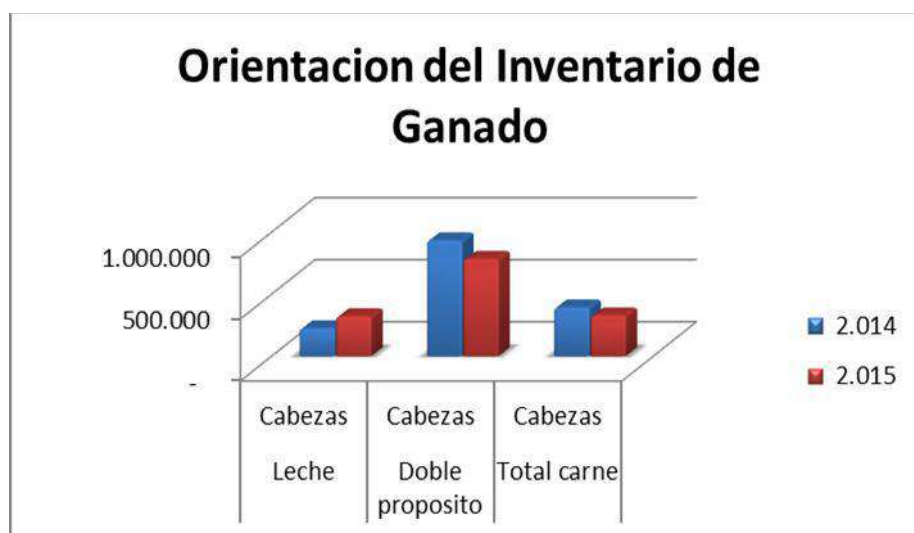
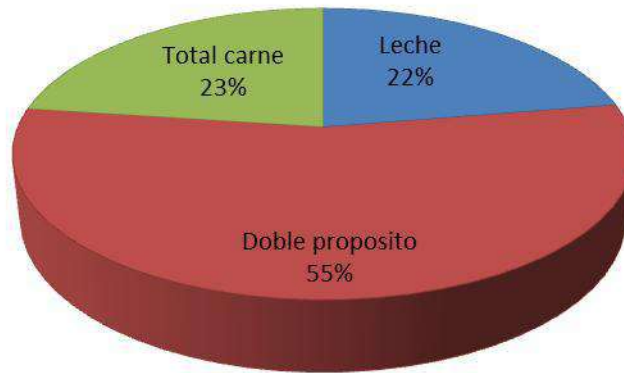


Figura 3. Participación % en el Inventario de Ganado Departamento del Cesar 2014 – 2015

Inventario de ganado Cesar 2014



Inventario de ganado Cesar 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 – 2015 DANE

En la Figura 3 se puede analizar los porcentajes de participación dentro del inventario total de ganado en el departamento del Cesar para los años 2014 y 2015, aunque el doble propósito ocupa más del 50 %, para los dos años se presenta un disminución porcentual en los niveles de contribución, que se explican en el incremento de la destinación de cabezas de ganado al sector lechero.

Aunque en el 2011, se concebía la actividad doble propósito como una apuesta productiva del sector, como se analiza en la visión del Cesar Caribe 2032:

“En términos de participación sectorial, la importancia de la producción de cárnicos y leche radica en el fortalecimiento y crecimiento que ha presentado la adición de valor agregado a la carne y la leche a través de procesos agroindustriales” (DNP, 2011)

Esta propuesta ha variado con el tiempo y se ha desplazado hacia el sector de los lácteos teniendo en cuenta que:

“En cuanto a la capacidad instalada de acopio, en la región 3 se tiene un nivel general de subutilización, que en el Cesar es del 53% y en el Magdalena llega a 93%. En relación con la capacidad de procesamiento el rango de subutilización va desde 55% en Atlántico hasta 86% en Magdalena.

Es de destacar que los departamentos con mayor capacidad instalada no son necesariamente los que tienen mayor producción lechera. Atlántico, por ejemplo, tiene una capacidad instalada para acopio de 1.020.300 litros al día y 770.000 para procesamiento, pero utiliza tan solo el 34.27% y 45.39%, respectivamente. Lo anterior está relacionado con la ubicación de la industria en los grandes centros de consumo.” (Lombana, Martínez, & Valverde, 2012)

El departamento del Cesar se convierte en la actualidad, en uno de los centros de acopio y transformación de la leche en la región 3, esto explica los cambios experimentados en la participación porcentual del inventario de ganado en la región.

Figura 4. Sacrificio de Ganado Vacuno en el Departamento del Cesar 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ESAG 2016 - DANE

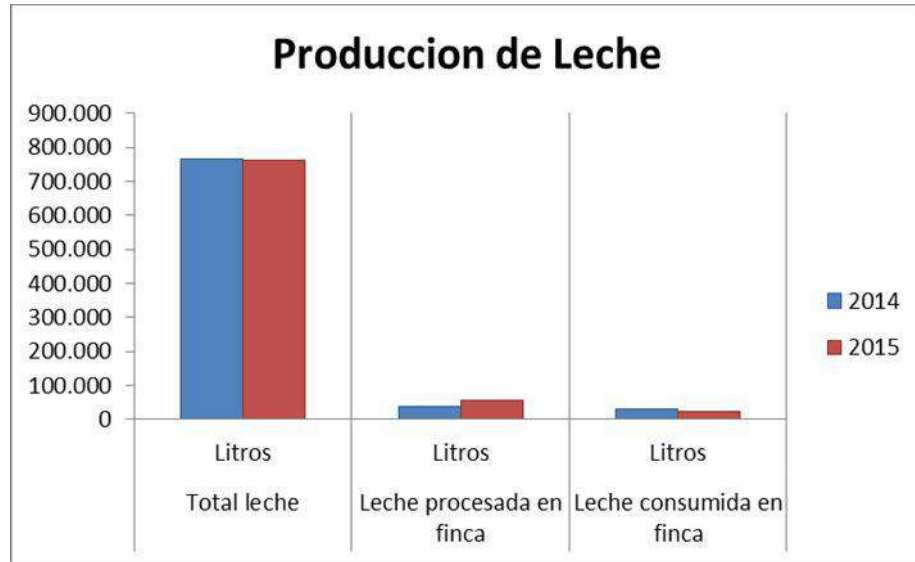
Se ha identificado que el departamento del Cesar cuenta con ventajas competitivas que convierten a la región en un clúster ganadero con potencial exportador, según la agenda interna para la competitividad y productividad:

“Para la producción ganadera, el departamento es además una zona libre de aftosa, cuenta con razas productoras de carne de excelente textura y tiene una buena infraestructura de frigoríficos” (DNP, 2012)

Como se puede analizar en la Figura 4, el sacrificio de ganado presentó una variación positiva del 27,5% en el periodo comprendido entre 2014 – 2015 y por otro lado, se evidenció la disminución en el inventario de las reses destinadas al doble propósito y carne en el mismo periodo. Se puede concluir que se establece una relación inversa entre estas dos variables, esto se explica en los fenómenos climáticos presenciados en la región y el cambio en la composición de la demanda a nivel nacional.

Para el cuarto trimestre del año 2015, la participación dentro del total nacional fue de 1,90 % ocupando el puesto número doce (12) a nivel nacional, solo superado por Córdoba de los departamentos de la región Caribe.

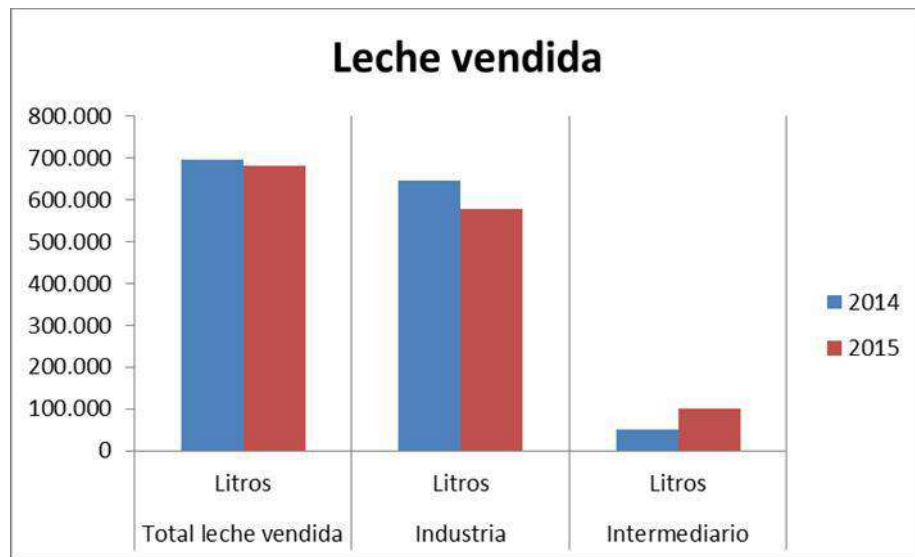
Figura 5. Producción de Leche en el Departamento del Cesar 2014 - 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 - 2015 DANE

Al analizar la producción de leche del departamento del Cesar, en los años 2014 y 2015, presentados en la Figura 5, se puede apreciar que un alto porcentaje de la obtención de este producto, está destinado a la industria y que la transformación y consumo al interior de las fincas corresponde entre el 4% y 7% del total, no se presentan variaciones representativas a lo largo del periodo.

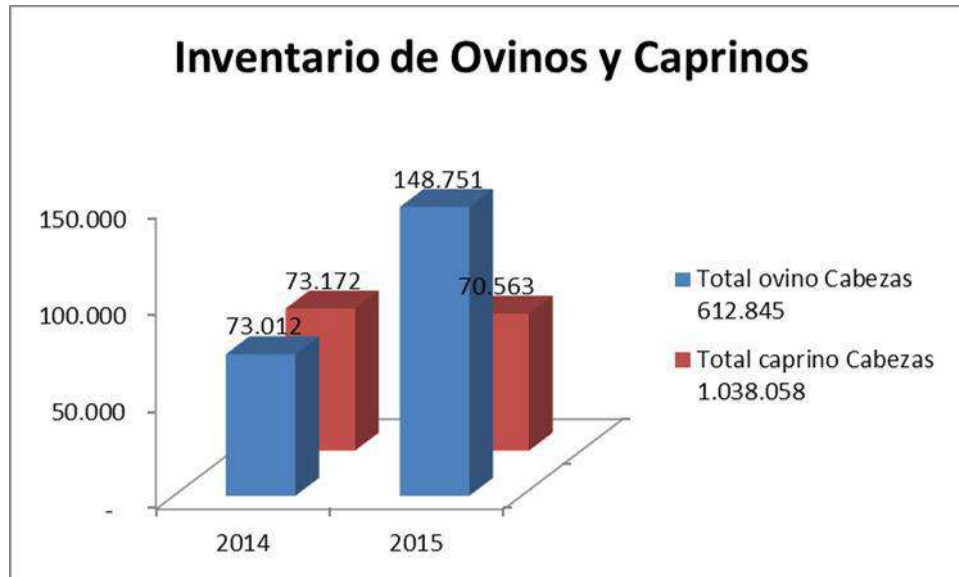
Figura 6. Comercialización de la Leche Departamento del Cesar 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 - 2015 DANE

La comercialización de la leche en el departamento del Cesar presento una variación negativa, debido a los efectos climáticos, los cuales influyeron en la producción y la venta a las industria para el periodo 2014 – 2015 se vio afectada en un 10%. Por otro lado, los intermediarios incrementaron su actividad en un 98% como se pude observar en la Figura 6.

Figura 7. Inventario otras especies Departamento del Cesar 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, datos ENA – 2014 - 2015 DANE

Una de las áreas que se proyecta dentro del desarrollo del sector pecuario en el departamento del Cesar, es el relacionada con los ovinos y los caprinos. Como se muestra en la Figura 7, el crecimiento de la población de ovejas, presentó una variación del 104%, lo cual manifiesta el interés de los productores de la región por la inversión en esta actividad.

Se hace necesario un mayor análisis por parte de los interesados en la inversión en estas actividades, se debe buscar el establecimiento de una sede de la Asociación de Criadores de Ganado Ovino de Colombia, Asoovininos, en el departamento, para lograr la inclusión en las cadenas productivas, la generación de economías de escala y la optimización de los factores productivos para alcanzar una mayor generación de ingresos a los productores.

1.1.4. Del comercio departamental

En la Tabla 6, se presenta el comportamiento de las exportaciones e importaciones del departamento del Cesar durante los años 2011 y 2015, se debe considerar el crecimiento que se advirtió en la cuenta de productos enviados al exterior en el periodo 2011 – 2012, debido a un aumento de la partida “0102299020 - Los demás bovinos domésticos vivos, machos.”,

efecto que se diluyo con el paso del tiempo. Este incremento se vio reflejado en el nivel de participación de las exportaciones a nivel nacional.

Se destaca que el comportamiento de la balanza comercial, salvo en el primer año de análisis, los productos agropecuarios que intercambia el departamento con el mundo, se tiene una tendencia de carácter positivo contrario a la tendencia nacional. Se trabajó con un horizonte diferente de tiempo, debido al acceso que se tienen de los datos de exportación e importación del departamento en cantidades.

Tabla 6. Comercio Exterior del Departamento del Cesar 2011 - 2015

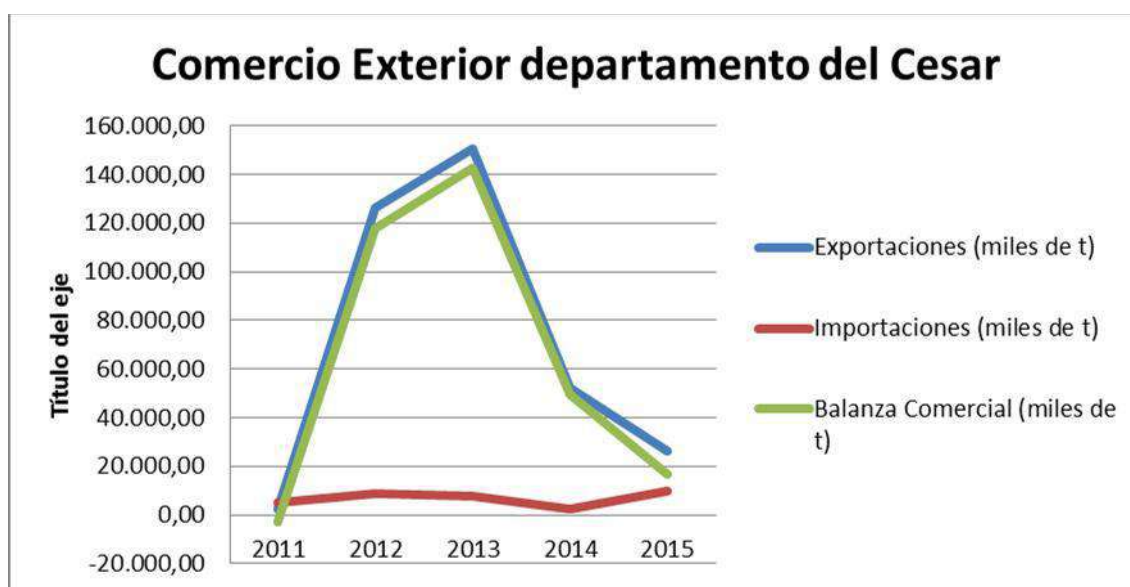
Departamento: Cesar							
Comercio Exterior Agropecuario	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio	Crecimiento Promedio
Exportaciones (miles de t)	2.363,93	126.356,36	150.697,21	52.089,81	26.119,71	71.525,40	1065%
Importaciones (miles de t)	5.011,69	8.817,03	7.814,03	2.474,87	9.617,53	6.747,03	51%
Balanza Comercial (miles de t)	-2.647,75	117.539,33	142.883,18	49.614,94	16.502,18	64.778,37	-871%
Total Nacional							
Exportaciones (miles de t)	59.948,00	203.467,00	2.125.552,00	463.239,00	1.351.995,00	840.840,20	252%
Importaciones (miles de t)	2.817.667,00	3.282.582,00	3.753.782,00	3.959.026,00	4.714.242,00	3.705.459,80	7%
Balanza Comercial (miles de t)	-2.757.719,00	-3.079.115,00	-1.628.230,00	-3.495.787,00	-3.362.247,00	-2.864.619,60	12%
Participación del Comercio Exterior Departamental en el Total Nacional							
% Exportaciones		62,10%	7,09%	11,24%	1,93%	17,26%	431%
% Importaciones	3,94%	0,27%	0,21%	0,06%	0,20%	0,18%	35%
% Balanza Comercial	0,10%	-3,82%	-8,78%	-1,42%	-0,49%	-2,88%	-722%

Fuente: Elaboración propia, datos DANE – Trademap.

En la Figura 8 se puede ver el aumento de las exportaciones debido al comercio de ganado en los años 2011 – 2012, este fenómeno va perdiendo dinamismo con el transcurso del tiempo y la tendencia del superávit comercial se va cerrando. Por otro, el comercio del aceite de palma aparece dentro del horizonte de tiempo analizado.

En las importaciones, el departamento presenta una demanda relevante de maíz durante los años 2011 – 2013, para el resto del periodo de tiempo esta desaparece, el comportamiento de la entrada de productos agrícolas al territorio provenientes del exterior, presenta un comportamiento estable, ocupando niveles poco significativos en la participación a nivel nacional.

Figura 8. Comportamiento del comercio exterior del Cesar 2011 – 2015



Fuente: Elaboración propia, datos DANE

Tabla 7. Precios de los productos priorizados 2010 -2015. Precio venta mayorista x Kg (se excluye palma de aceite)

CULTIVOS SELECCIONADOS	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Fuente
1 CACAO (1)	5951	5496	4272	4567	6119	5281	Federación nacional de cacaoteros
2 YUCA	621	512	830	463	863	658	Agronet. Barranquilla – Barranquillita
3 MAIZ TRADICIONAL	677	735	696	630	619	671	Fenalce
4 ARROZ RIEGO	837	1010	983	840	851	904	Fedearroz
5 PALMA DE ACEITE	2114	2330	1663	1903	1958	1994	Fedepalma
6 AGUACATE	3133	3681	3000	4500	5167	3896	Central mayorista Antioquia
7 CAFE	6040	7707	5252	3857	5264	5624	Federación nacional de cafeteros
8 CEBOLLA BULBO	1137	1237	1080	600	930	997	Agronet
9 MANGO (3)	1685	1404	1916	2108	1602	1743	Agronet, precios Barranquilla, Medellín
10 CAÑA PANELERA (2)	1112	1536	1689	1640	1508	1497	Central mayorista Antioquia
11 NARANJA- cítricos	618	878	1005	825	957	857	Agronet, precios Barranquilla

Fuente: (1) Elaboración propia a partir de los datos de (1) Estadísticas Indexmundi.com, fuente Word Bank (2) <http://www.fedepanela.org.co/index.php/informacion-especializada/historico-de-precios>. Boletines Central Mayorista de Antioquia, (3) Boletines Central Mayorista de Antioquia

En la Tabla 7 se presentan los precios de los productos priorizados, en el periodo de tiempo 2010-2014, se buscó la información en las principales centrales de abastos y se complementó la búsqueda con referentes nacionales e internacionales.

1.1.5. De la oferta nacional - para los productos priorizados

La Tabla 8, muestra el resultado de los 11 productos clasificados a nivel nacional, según el área cosechada y su promedio durante el periodo 2010 – 2014. Todos presentan una tasa de crecimiento positiva a excepción del arroz de riego y la cebolla de bulbo. De los nuevos productos priorizados la tendencia de los cítricos es la más alta.

Tabla 8. Crecimiento del área de los cultivos seleccionados a nivel nacional

CULTIVOS SELECCIONADOS		Área Cosechada (has)					Índice de Crecimiento anual				
		2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	Promedio
1	PALMA DE ACEITE	284.290	334.466	344.793	382.073	400.194	0,176	0,031	0,108	0,047	0,091
2	MAIZ TRADICIONAL	330.454	344.592	327.342	362.058	430.164	0,043	-0,050	0,106	0,188	0,072
3	ARROZ RIEGO	258.176	254.440	240.603	244.467	217.015	-0,014	-0,054	0,016	-0,112	-0,041
4	CAFE	744.318	712.387	707.797	771.728	795.563	-0,043	-0,006	0,090	0,031	0,018
5	YUCA	164.122	173.023	180.656	207.920	218.932	0,054	0,044	0,151	0,053	0,076
6	CAÑA PANELERA	198.731	196.435	201.695	212.358	217.462	-0,012	0,027	0,053	0,024	0,023
7	CACAO	126.804	133.228	151.845	152.062	157.246	0,051	0,140	0,001	0,034	0,056
8	NARANJA	12.640	14.202	12.230	12.964	13.297	0,124	-0,139	0,060	0,026	0,018
9	AGUACATE	21.590	24.514	27.555	32.067	33.341	0,135	0,124	0,164	0,040	0,116
10	MANGO	18.577	18.506	21.927	22.804	23.332	-0,004	0,185	0,040	0,023	0,061
11	CEBOLLA DE BULBO	12.902	9.578	9.310	10.645	11.962	-0,258	-0,028	0,143	0,124	-0,005

Fuente: Elaboración propia, datos Agronet

En la Tabla 9, se presentan los niveles de producción nacional y los índices de crecimiento para el periodo 2010 – 2014 de cada cultivo. Al calcular las tasas de crecimiento las que presentan una variación negativa promedio en el lapso analizado son: arroz de riego y cebolla de bulbo, confirmado lo analizado, que en el caso de estos productos, se pudo haber presentado una menor demanda o cambio en las condiciones climáticas que afectaron la cosecha o un aumento de las importaciones.

Tabla 9. Crecimiento de la producción de los cultivos seleccionados

CULTIVOS SELECCIONADOS		Producción (Ton)					Índice de Crecimiento anual				
		2010	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	Promedio
1	PALMA DE ACEITE	930.475	1.075.055	1.140.122	1.213.534	1.278.126	0,155	0,061	0,064	0,053	0,083
2	MAIZ TRADICIONAL	501.384	508.548	478.735	542.877	650.443	0,014	-0,059	0,134	0,198	0,072
3	ARROZ RIEGO	1.530.490	1.473.598	1.456.388	1.407.907	1.351.309	-0,037	-0,012	-0,033	-0,040	-0,031
4	CAFE	779.235	640.432	622.283	653.160	728.400	-0,178	-0,028	0,050	0,115	-0,010
5	YUCA	1.742.233	1.835.890	1.957.458	2.180.273	2.283.223	0,054	0,066	0,114	0,047	0,070
6	CAÑA PANELERA	1.226.151	1.216.441	1.254.352	1.331.245	1.388.554	-0,008	0,031	0,061	0,043	0,032
7	CACAO	69.023	75.212	83.473	79.764	84.289	0,090	0,110	-0,044	0,057	0,053
8	NARANJA	160.449	195.926	168.204	178.469	183.481	0,221	-0,141	0,061	0,028	0,042
9	AGUACATE	205.442	215.090	255.195	303.356	320.629	0,047	0,186	0,189	0,057	0,120
10	MANGO	200.957	221.135	259.052	264.635	270.432	0,100	0,171	0,022	0,022	0,079
11	CEBOLLA DE BULBO	283.165	190.810	186.153	222.702	250.685	-0,326	-0,024	0,196	0,126	-0,007

Fuente: Elaboración propia, datos Agronet

En la Tabla 10, se presentan los principales departamentos productores de cada uno de las alternativas priorizadas, este análisis se realizó a través de la observación de las estadísticas de áreas y producción presentada en Agronet y MADR. El cuadro con mayor información se puede ver en el Anexo 1.

Tabla 10. Principales departamentos productores en Colombia

CULTIVOS	DEPARTAMENTOS
PALMA DE ACEITE	Meta, Santander, Cesar, Casanare
MAIZ TRADICIONAL	Bolívar, Córdoba, Antioquia, Cesar
ARROZ RIEGO	Tolima, Huila, Norte de Santander, Casanare
CAFE	Antioquia, Huila, Tolima, Caldas
YUCA	Bolívar, Córdoba, Sucre, Magdalena
CAÑA PANELERA	Santander, Cundinamarca, Boyacá, Antioquia
CACAO	Santander, Arauca, Norte de Santander, Antioquia
NARANJA	Santander, Risaralda, Cesar, Cundinamarca
AGUACATE	Tolima, Antioquia, Bolívar, Caldas
MANGO	Cundinamarca, Tolima, Bolívar, Magdalena
CEBOLLA DE BULBO	Boyacá, Norte de Santander, Cundinamarca, Santander

Fuente: Elaboración propia, datos Agronet

Tabla 11. Principales departamentos ganaderos por inventario 2014 - 2015

Departamento	Total ganado		Orientación del inventario ganadero					
			Leche		Doble propósito		Total carne	
	Cabezas		Cabezas		Cabezas		Cabezas	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Total 22 departamentos	20.943.288	20.553.472	3.961.180	3.998.373	8.018.226	8.094.177	8.963.882	8.460.336
Antioquia	2.581.692	2.698.161	607.246	762.574	707.068	503.467	1.267.379	1.432.120
Córdoba	2.081.910	2.236.206	345.341	534.074	905.600	993.649	830.969	708.483
Casanare	2.182.664	2.034.782	54.873	29.763	273.776	430.772	1.854.015	1.574.248

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria 2014 - 2015

En la Tabla 11, se presentan los principales departamentos ganaderos del país, Antioquia es el primero con el 12.33% en participación del total del inventario de ganado seguido de Casanare con el 10.42 % y en tercer lugar Córdoba con el 9.94%.

Antioquia es el departamento con mayor vocación lechera, Córdoba posee un inventario destinado al doble propósito superior a los otros dos departamentos y Casanare lidera la producción de carne. Como se puede apreciar, cada departamento se especializó en un tipo de producción pecuaria.

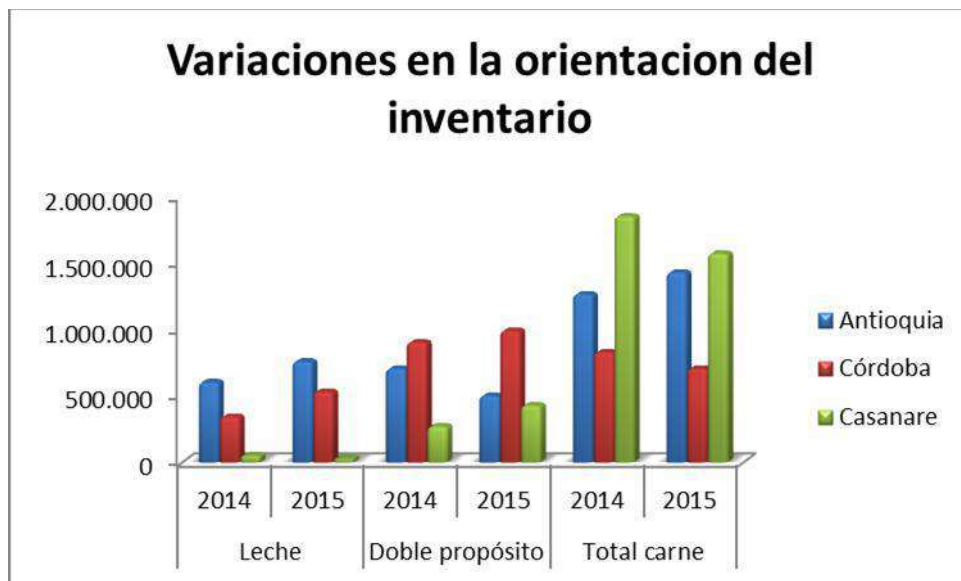
Figura 9. Variación del Inventario Nacional de Ganado Vacuno 2014 - 2015



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria 2014 - 2015

En la Figura 9 se observa como a nivel nacional se presentó una variación negativa en el inventario de ganado vacuno, en el periodo comprendido entre 2014 – 2015, esta transición se puede explicar en los fenómenos climáticos que afectaron al país y un aumento de la demanda.

Figura 10. Variación de la orientación del inventario de ganado principales productores 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria 2014 - 2015

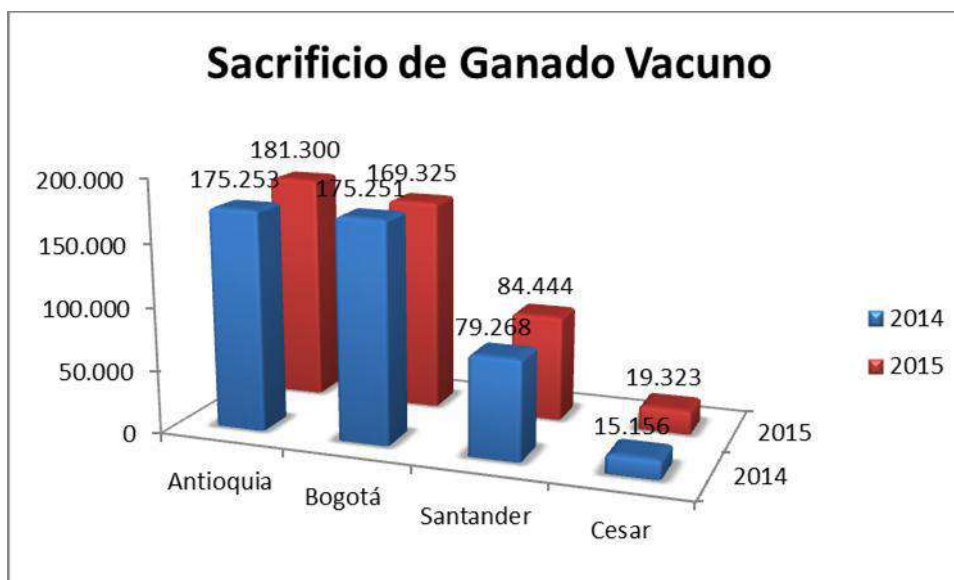
En la Figura 10 se exponen los cambios que se presentaron en el inventario de ganado, clasificado según su orientación en los departamentos líderes en la producción, Antioquia es la región con mayor aprovechamiento de su capacidad lechera, para el 2015 presentó un aumento del 26 % con respecto al año anterior en esta cadena, la presencia de cooperativas que orientan el tejido productivo, crea un clúster que proyecta externalidades positivas en la zona.

Para el caso doble propósito es Córdoba el departamento que mayor aprovecha su capacidad de producción. Cuenta con una infraestructura que permite optimizar el uso de los factores productivos involucrados en cadenas como cárnicos y lácteos generando un valor agregado y convirtiéndose en el líder de la región Caribe.

Casanare se convierte en la región líder en cuanto a la orientación de su inventario de ganado hacia la carne, esto se ratifica en la gráfica No.10, y se perfila con ventajas competitivas para el cuidado de los animales por la riqueza de sus tierras y la organización de su tejido organizacional en este campo.

En cuanto al sacrificio de ganado, según el DANE en su encuesta trimestral para el último periodo del 2015, las regiones líderes en este proceso son: Antioquia en primer lugar, seguida de Bogotá y Santander. Los datos se pueden observar en la Figura 11, en donde se comparan con el departamento del Cesar, lo que permite observar es que existe una brecha en la producción con los grandes productores a nivel nacional.

Figura 11. Sacrificio de Ganado por departamento 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de la Encuesta Trimestral del DANE – IV Trimestre 2015

1.1.6. Del comercio nacional y mundial - para los productos priorizados

Lo local y lo internacional se convierten en los dos polos de una nueva dialéctica del desarrollo. La empresa se orienta, al mismo tiempo, a la dimensión local (para volver a considerar el stock de conocimientos profesionales, culturales y tecno-científicos) y a la dimensión externa (para buscar el estímulo y provocaciones de la innovación y la diferenciación productiva, con el fin de organizar nuevas redes de intercambio y colaboración). (Garofoli, G, 1995) Resumiendo este punto, es posible afirmar que el elemento clave que gobierna la forma y sustancia de los sistemas productivos, es la interrelación entre las economías internas y externas.

Con los procesos de globalización, la producción de una región hace parte de una visión integral del comercio, en donde se deben analizar sus clientes, sus procesos de intercambio, para saber hacia dónde se orienta su tejido productivo. A continuación se muestran las estadísticas de comercialización internacional del país.

- **Volúmenes de exportación de Colombia, identificando principales países de destino (con volúmenes y precios implícitos).**

Tabla 12. Principales destinos de las exportaciones Colombianas en las apuestas seleccionadas

CULTIVOS	PRINCIPALES PAISES DESTINO DE EXPORTACIONES - COLOMBIA
PALMA DE ACEITE	Países Bajos, Brasil, México, República Dominicana
MAIZ TRADICIONAL	Chile, Estados Unidos de América, Panamá, Antillas Holandesas
ARROZ RIEGO	Costa Rica, Ecuador, Antigua y Barbuda, Brasil
CAFE	Estados Unidos de América, Japón, Alemania, Canadá
YUCA	Estados Unidos de América, Bermudas, Antillas Holandesas, España
CAÑA PANELERA	Perú, Estados Unidos de América, Haití, Ecuador
CACAO	España, México, Estados Unidos de América, Malasia
NARANJA	Ecuador, Francia, Antillas Holandesas, Aruba
AGUACATE	Países Bajos, Reino Unido, España, Francia
MANGO	Estados Unidos de América, Canadá, Francia, Antillas Holandesas
CEBOLLA DE BULBO	Estados Unidos de América, Canadá, República Bolivariana de Venezuela, Antillas Holandesas

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

El mercado internacional de las apuestas productivas, se puede observar en la Tabla 12, se ratifica a Estados Unidos de América como el principal destino de las exportaciones, adicionalmente existe una amplia gama de alternativas para lograr el desarrollo del comercio. Las variaciones y el comportamiento de los productos, se desarrollaran en el *numeral* 3.3, la información estadística se presentan en el Anexo 2.

▪ **Volúmenes de exportaciones mundiales, identificando principales países oferentes (exportadores) y demandantes (importadores)**

En las Tabla 13 y Tabla 14 se presentan las importaciones y exportaciones de los productos seleccionados, con un enfoque mundial, en ella se puede detallar los países que se convierten en oferentes y principales demandantes de los bienes producidos.

Tabla 13. Principales países exportadores, de las apuestas productivas 2010 -2014

CULTIVOS	PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES - MUNDO
PALMA DE ACEITE	Indonesia, Malasia, Papua Nueva Guinea, Países Bajos
MAIZ TRADICIONAL	Japón, México, República de Corea, Viet Nam
ARROZ RIEGO	India, Tailandia, Viet Nam, Pakistán
CAFE	Brasil, Vietnam, Colombia
YUCA	Tailandia, Viet Nam, República Democrática Popular Lao, Camboya
CAÑA PANELERA	Brasil, Tailandia, India, Francia
CACAO	Côte d'Ivoire, Papua Nueva Guinea, Ghana, Nigeria
NARANJA	España, Sudafrica, Egipto, Estados Unidos de América
AGUACATE	México, Perú, Chile, Países Bajos
MANGO	México, India, Tailandia, Brasil
CEBOLLA DE BULBO	Países Bajos, India, China, Egipto

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

Tabla 14. Principales países exportadores, de las apuestas productivas 2010 -2014

CULTIVOS	PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES - MUNDO
PALMA DE ACEITE	India, Países Bajos, Alemania, España
MAIZ TRADICIONAL	Estados Unidos de América, Brasil, Ucrania, Argentina
ARROZ RIEGO	República Islámica de Irán, Arabia Saudita, Indonesia, China
CAFE	Estados Unidos de América, Alemania, Italia, Japón

CULTIVOS	PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES - MUNDO
YUCA	China, Tailandia, República de Corea, Vietnam
CAÑA PANELERA	China, Indonesia, Estados Unidos de América, Bangladesh
CACAO	Países Bajos, Estados Unidos de América, Alemania, Malasia
NARANJA	Federación de Rusia, Alemania, Países Bajos, Francia
AGUACATE	Estados Unidos de América, Países Bajos, Francia, Reino Unido
MANGO	Estados Unidos de América, Países Bajos, China, Alemania
CEBOLLA DE BULBO	Malasia, Estados Unidos de América, Reino Unido, Arabia Saudita

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

En el Anexo 2, se presentan las principales estadísticas consolidadas por países exportadores e importadores.

- **Volúmenes de importaciones de Colombia, identificando principales países de origen (con volúmenes y precios implícitos)**

Tabla 15. Principales destinos de las exportaciones Colombianas en las apuestas seleccionadas

CULTIVOS	PRINCIPALES PAISES DESTINO DE IMPORTACIONES - COLOMBIA
PALMA DE ACEITE	Ecuador, Malasia, Honduras, Brasil
MAIZ TRADICIONAL	Argentina, Estados Unidos de América, Brasil, Paraguay
ARROZ RIEGO	Estados Unidos de América, Ecuador, Perú, Brasil
CAFE	Perú, Ecuador
YUCA	Ecuador
CAÑA PANELERA	Brasil, Estado Plurinacional de Bolivia, Perú, Guatemala
CACAO	Ecuador, Perú, República Bolivariana de Venezuela, República Dominicana
NARANJA	Ecuador, República Bolivariana de Venezuela, Estados Unidos de América, Chile
AGUACATE	Ecuador, República Bolivariana de Venezuela, Chile
MANGO	Ecuador, Perú, Filipinas, Tailandia
CEBOLLA DE BULBO	Perú, Ecuador, Países Bajos, China

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

La Tabla 15, expone los países con los cuales, Colombia tiene un amplio comercio, se puede analizar que existe una alta demanda por los productos latinoamericanos, lo cual puede llegar a convertirse en una oportunidad para ampliar el comercio bilateral con las naciones de la región.

1.1.7. Consumo aparente nacional

El consumo aparente de cada producto, se calculó en las fichas donde se resume, los principales datos estadísticos que reflejan el comportamiento de cada alternativa, para poder analizarlo en detalle se presentan las como parte de este documento.

Tabla 16. Consumo Aparente de las alternativas seleccionadas 2010 - 2015

CULTIVOS	CONSUMO APARENTE NACIONAL
PALMA DE ACEITE	Autosuficiente
MAIZ TRADICIONAL	Dependencia de mercados internacionales
ARROZ RIEGO	Autosuficiente
CAFE	Autosuficiente
YUCA	Autosuficiente
CAÑA PANELERA	Autosuficiente
CACAO	Autosuficiente
NARANJA	Autosuficiente
AGUACATE	Autosuficiente
MANGO	Autosuficiente
CEBOLLA DE BULBO	Autosuficiente

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

Como se muestra en la Tabla 16, salvo el maíz, en el mercado nacional la demanda se abastece a través de la oferta del territorio, aunque en algunos casos se presentan importaciones.

1.1.8. Otros indicadores

- Indicadores Demográficos

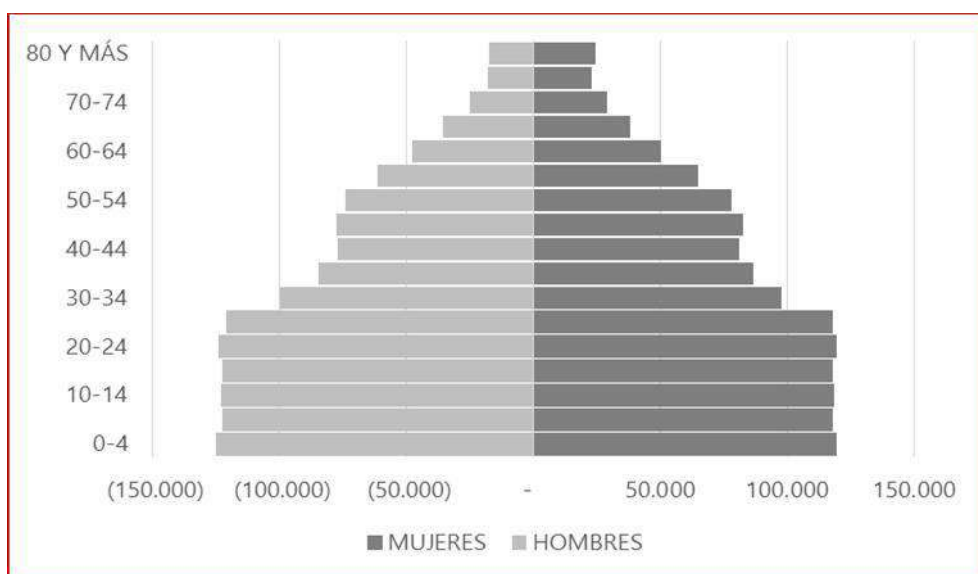
Según la ficha de caracterización departamental del DNP que se presenta en la Tabla 17, la región del Cesar, constituye el 5,7% de la población total nacional, el 68 % de las personas viven en el área urbana y el 32 % en el campo, la distribución por sexo se encuentra emparejada en el 50 % y la población en edad de trabajar es el 62 % del total.

Tabla 17. Caracterización de la población del departamento del Cesar 2016

Total población en el departamento	2.721.368
Porcentaje población departamento del total nacional	5,7%
Total población en cabeceras	1.838.260
Total población resto	883.108
Total población hombres	1.356.640
Total población mujeres	1.364.728
Población (>15 o < 59 años) - potencialmente activa	1.687.535
Población (<15 o > 59 años) - población inactiva	1.033.833

Fuente: DANE – Ficha de Caracterización Departamental DNP 2016

Figura 12. Pirámide Población por rangos de Edad

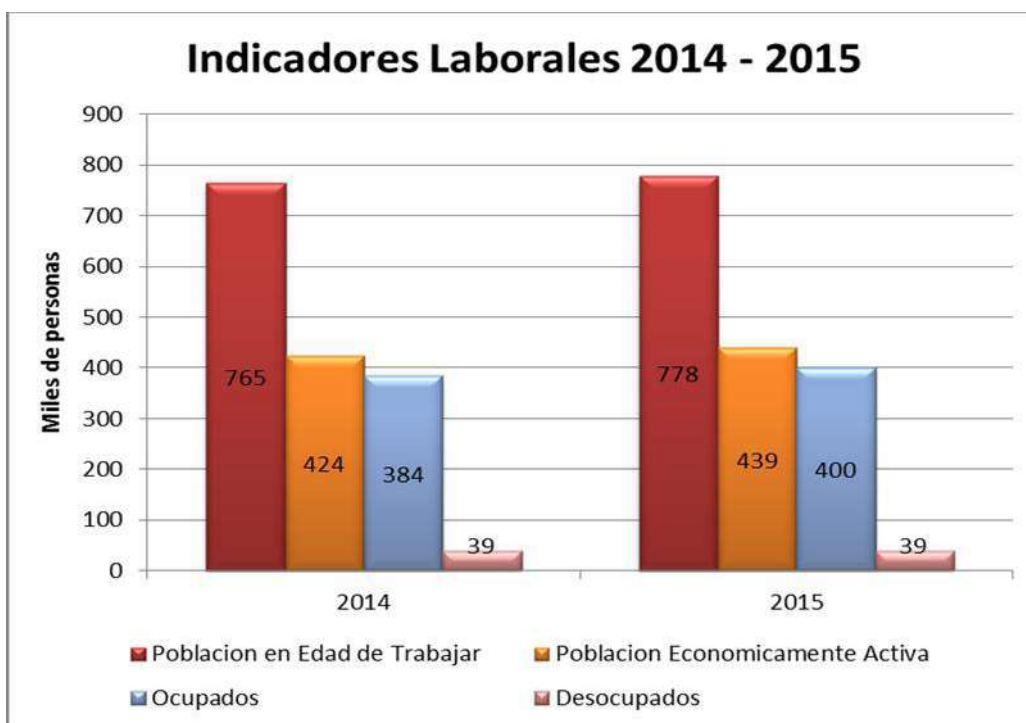


Fuente: DANE – Ficha de Caracterización Departamental DNP 2016

En la Figura 12 se puede ver la distribución por edades que se presenta en el departamento, el grupo que muestra un mayor nivel de concentración en los niveles de participación total, es el comprendido entre 20 – 24 años, seguidos de 25 – 29 años, lo cual permite ver que en promedio se trata de una población joven, en donde se puede conseguir mano de obra con un perfil laboral que permite la capacitación por parte de las empresas.

- Estadísticas Laborales

Figura 13. Indicadores Laborales Cesar 2014 – 2015



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del DANE (DANE, 2015)

Como se puede observar en la Figura 13, se presentaron variaciones positivas en el número de ocupados, población en edad de trabajar y en la población económicamente activa en el departamento, lo cual muestra que se amplía la base laboral, haciendo necesario la generación de políticas públicas encaminadas a aumentar la oferta laboral y el emprendimiento. Por otro lado, la tasa de desempleo presentó una transición pequeña al pasar de 9,5 a 9,7.

- Indicadores de competitividad territorial

Dentro de los datos que pueden ayudar a construir una línea base para la formulación del plan de ordenamiento productivo en el departamento del Cesar, se revisan los resultado obtenidos en el documento de la CEPAL sobre competitividad regional en Colombia, (Ramirez & De Aguas, 2015), analizando tres componentes básicos: i) los indicadores construidos para analizar la infraestructura departamental, como núcleo de las condiciones necesarias para el crecimiento ii) índice de capital humano en las regiones como indicador de la condiciones suficientes, para finalizar con un panorama general, que se brinda a través del iii) índice de competitividad.

El índice construye un indicador con cinco factores.

- Fortaleza de la economía
- Infraestructura
- Capital humano
- Ciencia, tecnología e innovación
- Instituciones, gestión y finanzas públicas

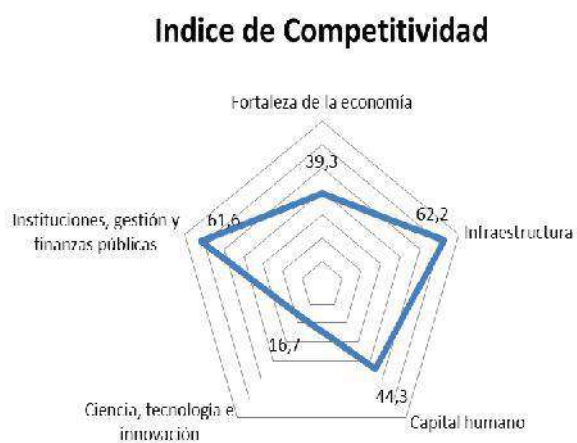
Tabla 18. Calificaciones del Índice de Competitividad para el Cesar 2015

FACTOR EVALUADO	PARÁMETROS	CALIFICACIÓN	NIVEL	TENDENCIAS
Fortaleza de la economía	Tamaño del mercado Estructura económica Comercio exterior Servicios financieros Ambiente de negocios Estructura socioeconómica	Máximo: 89.7 Bogotá Cesar: 39.3 Mínimo: 11.7 Vaupés	Bajo	Estable
Infraestructura	Infraestructura vial Accesibilidad a puertos y aeropuertos Servicios básicos domiciliarios Infraestructura de las TIC Infraestructura social	Máximo: 84.5 Bogotá Cesar: 62.2 Mínimo: 12.2 Guainía	Medio Alto	Ganadores
Capital humano	Educación Salud Habilidades y competencias	Máximo: 90.2 Bogotá Cesar: 44.3 Mínimo: 11.0 Guainía	Medio Bajo	Estable

FACTOR EVALUADO	PARÁMETROS	CALIFICACIÓN	NIVEL	TENDENCIAS
	Población y género			
Ciencia, tecnología e innovación	Capital humano en ciencia y tecnología Producción científica Innovación	Máximo: 96.1 Bogotá Cesar: 16.7 Mínimo: 0.2 Vichada	Bajo	Estable
Instituciones, gestión y finanzas públicas	Finanzas públicas Gestión pública Transparencia Seguridad	Máximo: 84.1 Antioquia Cesar: 61.6 Mínimo: 32.2 Choco	Medio Alto	Estancado
Índice de Competitividad	Medio Bajo	Tendencia en el largo plazo: Emergente	Tendencia en el corto plazo: Emergente	Heterogeneidad: Baja

Fuente: Datos tomados del Escalafón de Competitividad departamental 2015. (Ramírez & De Aguas, 2015)

Figura 14. Representación del índice de Competitividad para el Cesar 2015



Fuente: Datos tomados del Escalafón de Competitividad departamental 2015. (Ramírez & De Aguas, 2015)

Como se mostró en la Tabla 18 y la Figura 14, se hace necesario que se preste atención en el departamento, a la generación de proyectos de ciencia y tecnología a través de la destinación de recursos y mayor apoyo al fortalecimiento del capital humano en la región.

Los otros indicadores, se presentan estables en el tiempo, uno de los mayores puntos de avance puede encontrarse en la infraestructura y las instituciones presentes en el municipio.

1.2. FICHA TÉCNICA SOBRE OFERTA Y DEMANDA DE CADA PRODUCTO PRIORIZADO

Ver Anexo 3: Fichas Técnicas

1.3. ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA (VCR)

En la Tabla 19 se presentan los principales indicadores sobre el comercio internacional y su relevancia para establecer el objetivo de intercambio comercial con el mundo. Se presentan el Índice de Ventaja Comparativa Revelada y el indicador de Balanza Comercial relativa.

Tabla 19. Índice de Ventaja Comparativa Revelada - Balanza Comercial Relativa

CULTIVOS	ÍNDICE DE VENTAJA COMPARATIVA REVELADA (VCR).	INDICADOR DE BALANZA COMERCIAL RELATIVA
PALMA DE ACEITE	1,627	0,176
MAIZ TRADICIONAL	0,101	-0,999
ARROZ RIEGO	0,002	-0,998
CAFE	23,483	0,849
YUCA	0,087	0,790
CAÑA PANELERA	4,613	0,568
CACAO	0,542	0,007
NARANJA	0,121	-0,061
AGUACATE	0,306	-0,844
MANGO	0,130	-0,953
CEBOLLA DE BULBO	0,222	-0,991

Fuente: Elaboración propia, datos Trademap

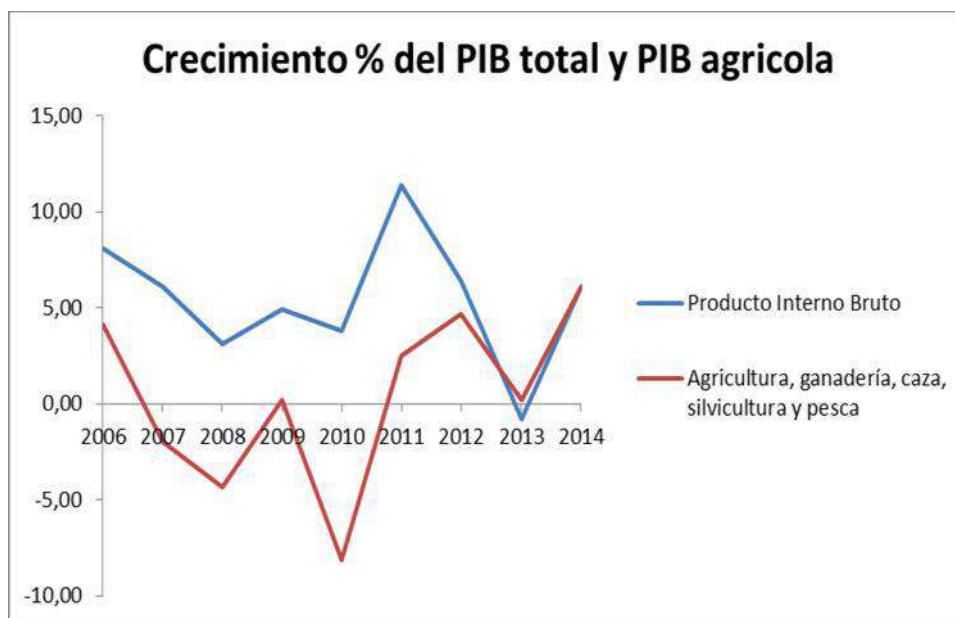
Como se puede analizar, el café, la caña panelera y la palma de aceite, son los productos que presentan una ventaja comparativa que debe ser explotada en el mercado internacional y que se viene fortaleciendo con el paso del tiempo.

2. EVALUACIÓN GENERAL DEL MERCADO AGROPECUARIO

2.1. EVALUACIÓN CUANTITATIVA

En la Figura 15 se presenta el análisis de comportamiento del PIB del departamento y su componente agrícola, es de anotar que existe una correlación positiva entre los dos, y ambos responden a las variaciones del ciclo económico.

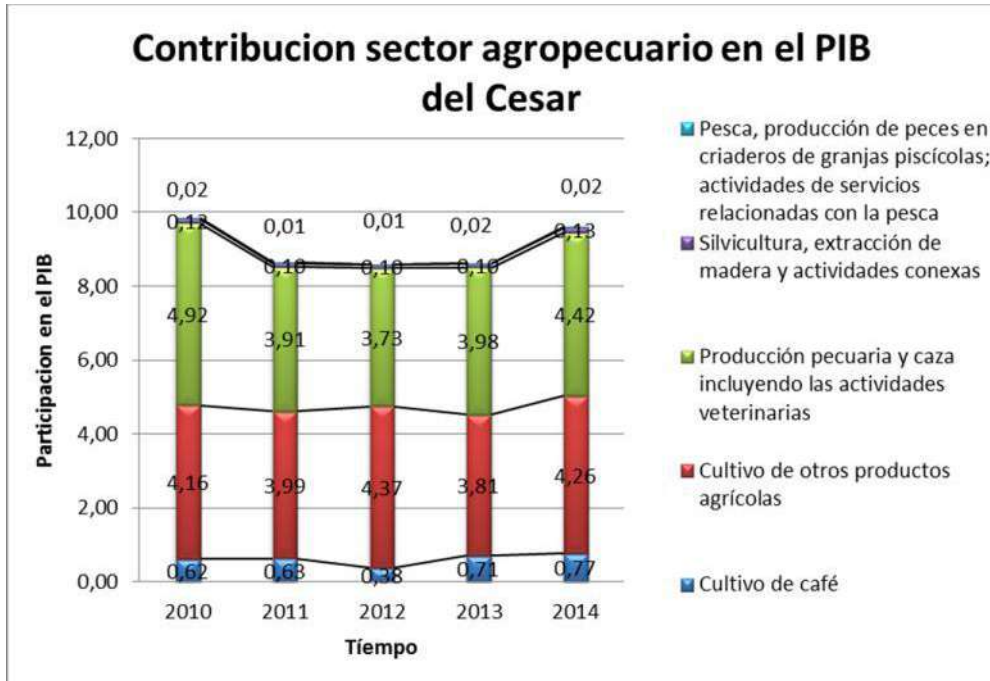
Figura 15. Comportamiento del PIB - PIB agrícola Cesar 2006 – 2014



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Informe de Coyuntura Económica Regional DANE 2007 – 2015

En la Figura 16 se puede observar el nivel de participación de cada una de las actividades agrícolas dentro del Pib departamental, es de anotar que la producción ganadera y la consolidación de productos alternativos al café, son los más importantes dentro del periodo analizado.

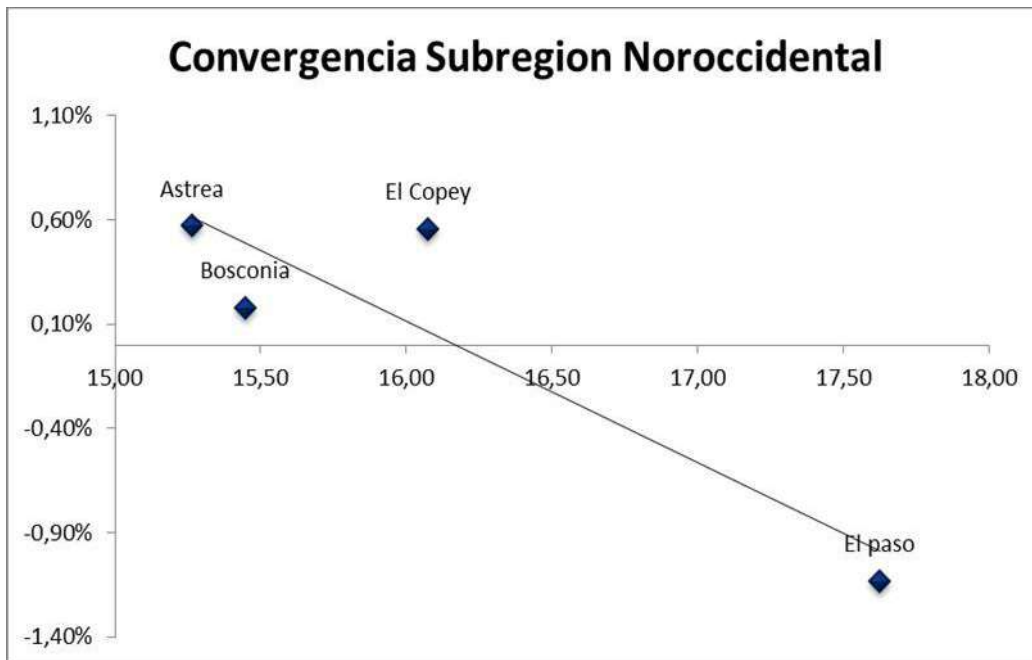
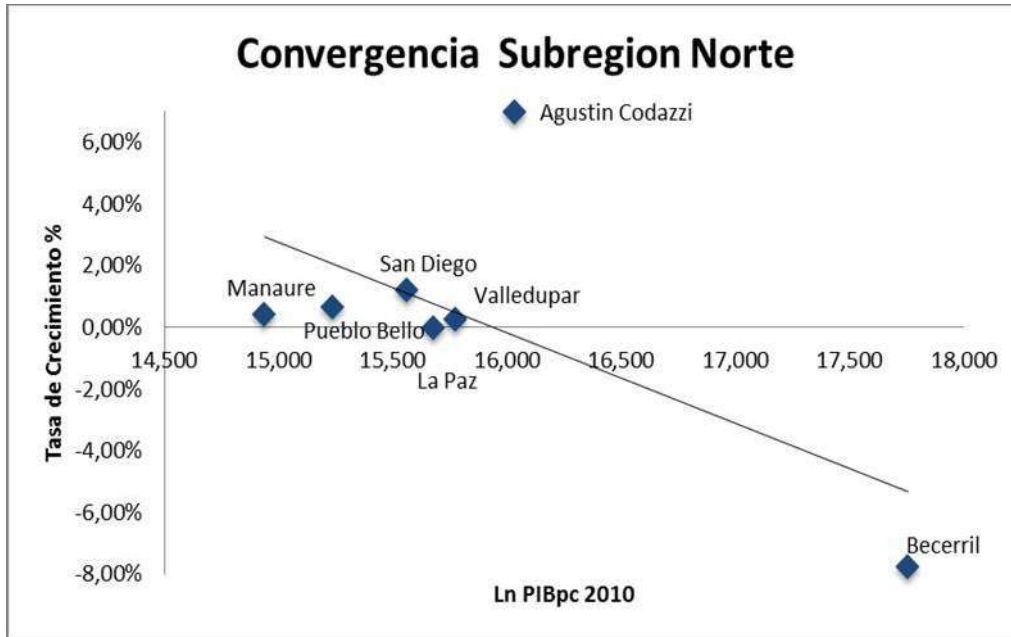
Figura 16. Contribución del sector agropecuario en el PIB del Cesar

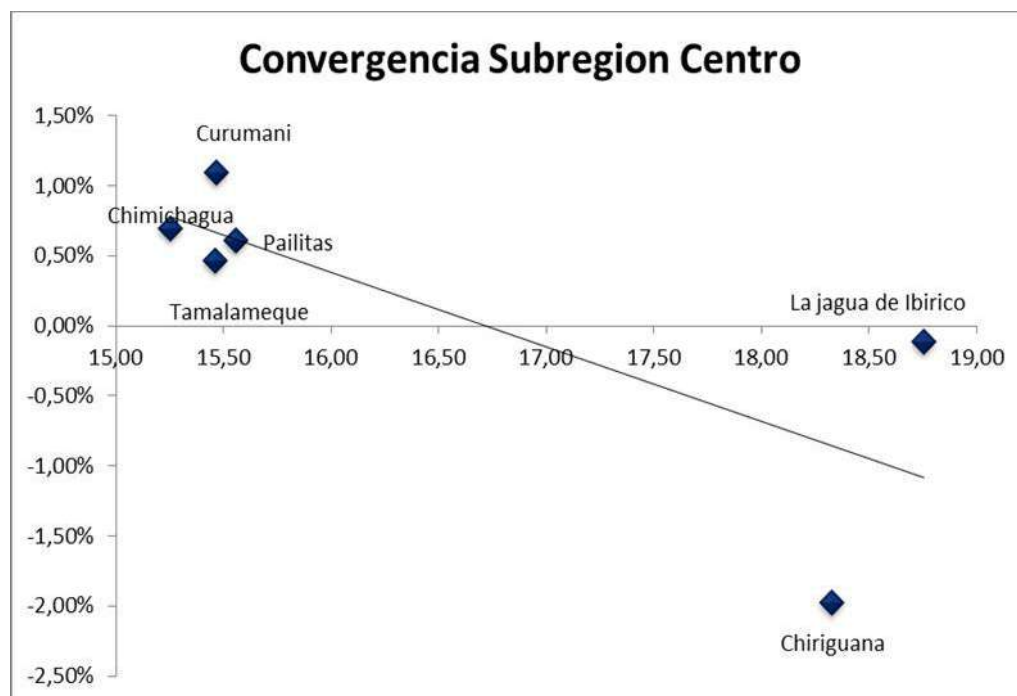
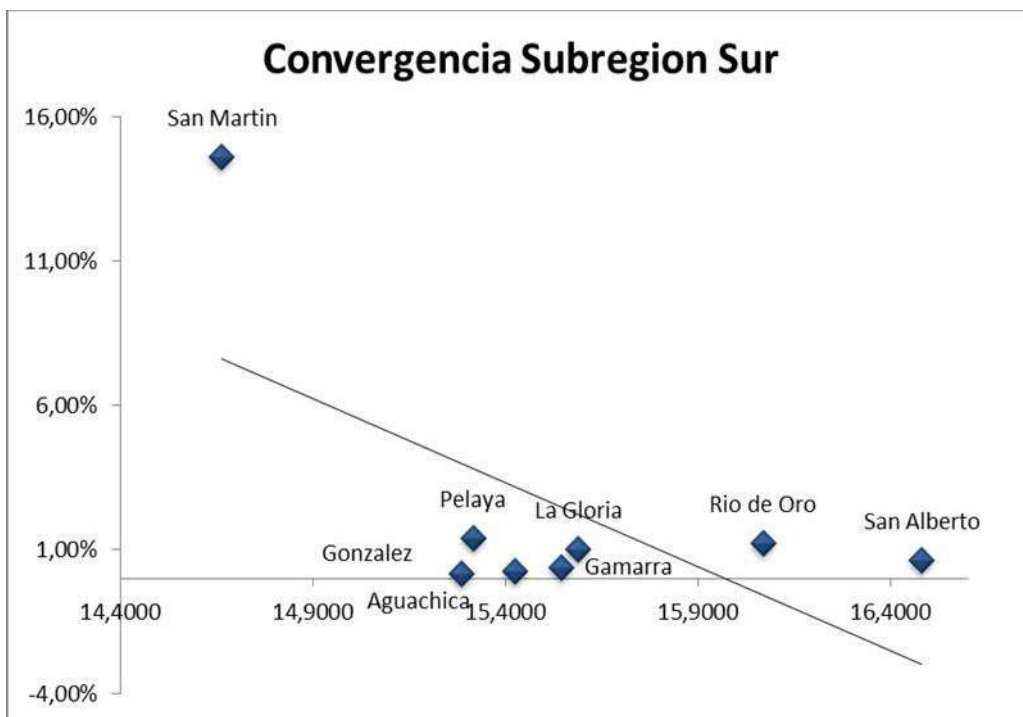


Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Informe de Coyuntura Económica Regional DANE 2007 - 2015

La Figura 17, muestra los niveles de convergencia regional, basados en el acuerdo con la Ordenanza 003 de 1995, el cual divide el territorio en 4 subregiones para efectos administrativos, se puede observar en cada una de las zonas que algunos municipios apoyados en su Pib pc, tienden a la convergencia, pero este no es un fenómeno generalizado en el tiempo, aunque el departamento muestra índices de competitividad relativamente buenos, se recomienda una política de carácter regional que oriente al crecimiento económico, iniciando con las subregiones.

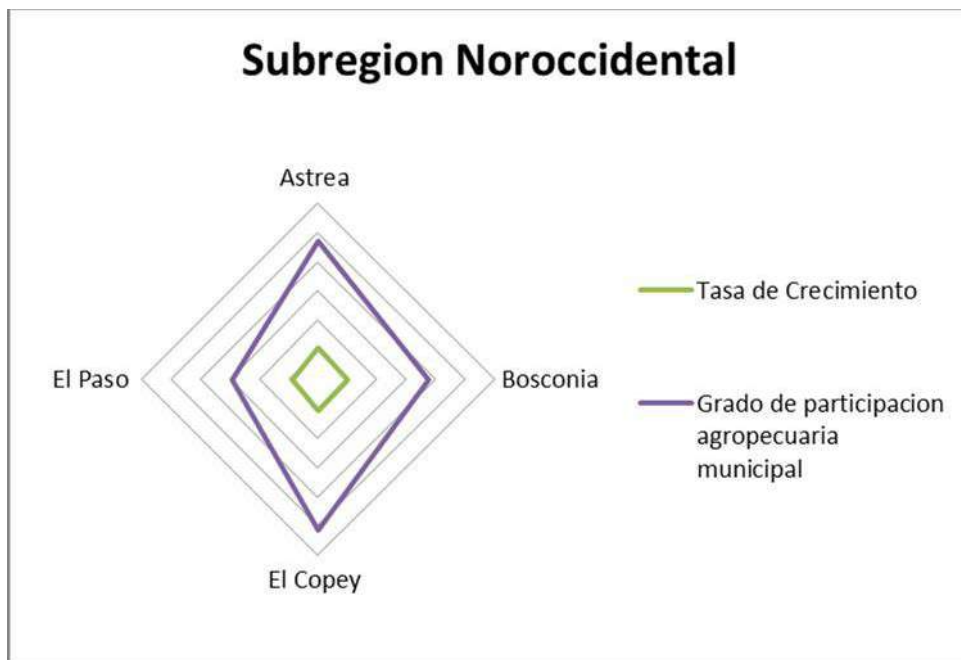
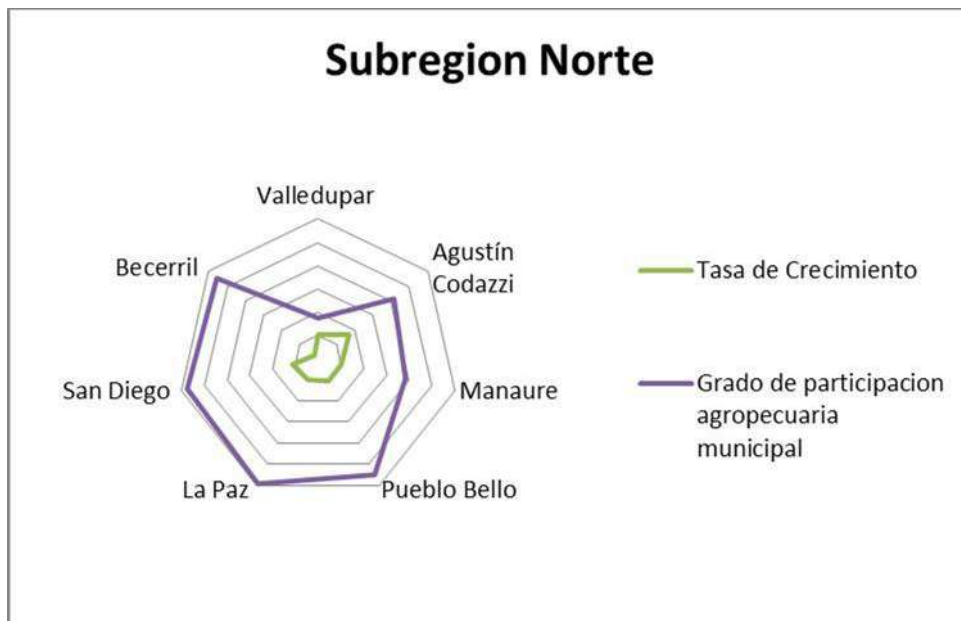
Figura 17. Niveles de Convergencia por regiones departamento del Cesar

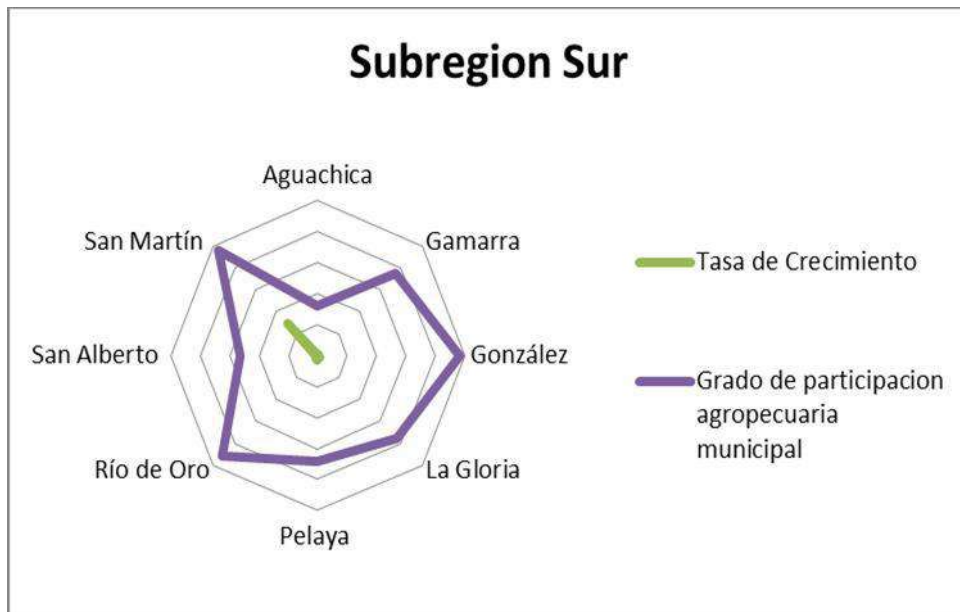
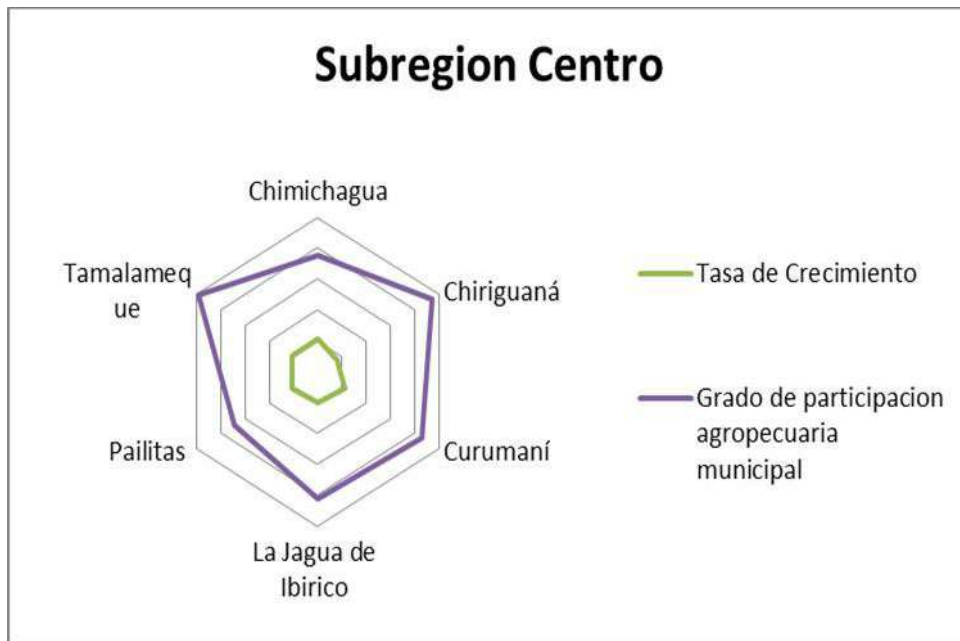




Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Informe de Coyuntura Económica Regional DANE 2007 - 2015

Figura 18. Relación entre el crecimiento regional y la participación agropecuaria municipal regiones del departamento del Cesar





Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del Informe de Coyuntura Económica Regional DANE 2007 - 2015

En la Figura 18, se analizan las subregiones buscando establecer la existencia de correlaciones entre el crecimiento del Pib y el grado de importancia del sector agropecuario en el municipio. Se puede afirmar que en la Subregión Centro y Noroccidental se da una relación positiva,

indicando la posibilidad de establecer clúster agrícolas de producción y comercialización que fortalezcan esta tendencia.

2.2. DESCRIPCIÓN DE SITUACIONES DE ÉXITO Y PROBLEMÁTICAS TRANSVERSALES

El equipo realizó una serie de mesas de trabajo con cada una de las cadenas productivas que se presentan en este estudio. Como resultado se obtuvieron las matrices DOFA, las cuales describen aquellas situaciones o factores que han afectado positiva o negativamente y de manera directa, el normal funcionamiento o desarrollo del mercado agropecuario, tanto de la oferta como de la demanda.

2.2.1. Experiencias exitosas de mercado

Como experiencia exitosa se hace mención al programa impulsado por Bancoldex, denominado Programa de Transformación Productiva (PTP). Gracias a este, las cadenas productivas han logrado articularse con los agentes que intervienen con el comercio internacional.

“Desde el año 2010 el Programa de Transformación Productiva (PTP), junto con el sector privado representado por Asograsas, Fedepalma y la Fedebiocombustibles han trabajado mancomunadamente para el desarrollo de su plan de negocios, en ese sentido y con la ayuda de Colciencias, la Universidad del Valle, la Corporación Internacional de Productividad, las agremiaciones y empresas del sector y el PTP ejecutaron durante los años 2013 y 2014 la consultoría “Desarrollando un modelo competitivo región para el Sector Palma Aceite Grasas Vegetales y Biocombustibles”. (BANCOLDEX, 2016)

“Tal como lo indica BANCOLDEX: “Como resultado principal del estudio se encontró que el modelo regional competitivo consiste en la creación de una alianza público privada multinivel, en la cual empresas, palmicultores, autoridades locales, academia y gremios de la producción confluyan para solucionar los problemas los mercados: laboral, de servicios o proveedores, de innovación y el mercado institucional, convirtiendo a las regiones en un ecosistema que le permita a las empresas ganar competitividad.” (BANCOLDEX, 2016)

Un ejemplo exitoso es el establecimiento de la alianza público privada del sector palmicultor.

“A partir del análisis de varios indicadores elaborados por el equipo consultor, el estudio concluyó que la región piloto para la implementación del Modelo Competitivo del Sector

es la Zona Norte definida por los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar y Magdalena. En consecuencia, el equipo consultor presentó un portafolio de proyectos, cuyo objeto apunta a cerrar las brechas existentes en los mercados antes mencionados.

En este sentido, en el 2014, se estableció la primera alianza público privada para la implementación del modelo constituyéndose un comité de seguimiento conformado por 3 empresas Team Foods, Oleoflores, y Biocombustibles Sostenibles del Caribe, 2 universidades Universidad del Norte y Corporación Universitaria del Caribe y 2 Comisiones Regionales de Competitividad (CRC) Cesar y Magdalena. Este grupo estableció que la mejor manera de desarrollar armónicamente el Modelo Competitivo sería presentando al Sistema Nacional de Regalías un programa que abarque completamente el portafolio de proyectos propuestos por el consultor, además de las iniciativas propias expuestas por los empresarios y las universidades de la región, cuyo objeto es desarrollar el Modelo Competitivo Regional del Sector, Palma, Aceite Grasas, Vegetales y Biocombustibles Zona Norte, para convertir a la Zona Norte en un ecosistema que le permita a las empresas ganar competitividad, transformándolas en un sector de clase mundial.” (BANCOLDEX, 2016)

2.2.2. Sistema de transporte como elemento dinamizador de la economía

Es importante resaltar el papel fundamental que juega el sistema de transporte en la vida económica de una región. El gobierno nacional ha tratado de ponerse al día en el tema vial, pero un rezago de 40 años no se soluciona en 10 años y no solo se deben atender las vías principales, como ejes dinamizadores, sino también el sistema de vías secundarias y terciarias, vías férreas, transporte fluvial y la infraestructura aeroportuaria para que el sistema funcione como realmente debe funcionar y prestar el servicio para lo cual ha sido diseñado.

El documento Cesar Visión 2032, hace un importante análisis de la privilegiada ubicación de Cesar y de la infraestructura disponible para apoyar el desarrollo sector agropecuario. A continuación un extracto de documento.

“En el territorio de la Costa Caribe prevalece la concentración de las comunicaciones sobre dos ejes troncales que comunican el territorio en sentido sur-norte: el llamado eje oriental y occidental. El eje oriental comunica a Santa Marta con el eje central del Cesar y permite el acceso desde y hacia ciudades como Bucaramanga, Barrancabermeja y

Cúcuta, y desde allí hacia el centro del país. El eje occidental comunica la ciudad de Cartagena con Sincelejo, Montería y de allí con Medellín y la zona suroccidental del país.

Sobre estos ejes descansa la posibilidad del logro de una mayor conectividad interregional requerida para fortalecer el intercambio de productos y materias primas desde el interior del país hacia la región, así como la mayor circulación de mercancías para el comercio con el resto del mundo. Nótese sin embargo que estos ejes no permiten la conectividad en sentido transversal en la región, sino que sirven más al propósito de conectar el centro del país con los puertos marítimos.

En el caribe continental son también importantes los ejes transversales, aunque estos son deficientes en su dotación que los ejes troncales. Los ejes transversales interconectan las ciudades y municipios localizados a lo largo de las troncales, al igual que con países limítrofes como Venezuela. El eje transversal principal de la costa caribe intercomunica una vasta zona que va desde Montería hasta Maicao en La Guajira. De este modo, las vías que conforman la estructura de conectividad y comunicación del sistema del Cesar en el que se encuentra el Departamento del Cesar, se expresan en Tabla 20.

Tabla 20. Conectividad vial del Cesar

CONEXIÓN	INFRAESTRUCTURA VIAL
Para conectar el Cesar con la Guajira	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol San-Roque-la Paz-Riohacha. O alternativamente se tiene Ruta del Sol-Bosconia Valledupar-la Paz-Riohacha. • Para la conexión del norte Valledupar - la Paz - Riohacha o alternativamente se tiene Valledupar - Badillo - San Juan - Riohacha.
Para conectar el Cesar con Atlántico y Magdalena (zona norte)	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol-San Roque-Bosconia-la Ye de Ciénaga hacia Barraquilla o hacia Santa Marta. • Para la conexión del norte del Cesar se tiene, Valledupar-Bosconia-la ye de Ciénaga hacia Barraquilla o hacia Santa Marta.
Para conectar el Cesar con Bolívar y Magdalena (zona sur), Córdoba y Sucre	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol – San Roque - Bosconia - El Carmen - Cartagena - Sincelejo. O alternativamente se tiene Ruta del Sol - El Burro -Tamalameque - El Banco

CONEXIÓN	INFRAESTRUCTURA VIAL
	<p>- Carmen de Bolívar - Cartagena.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del norte del Cesar se tiene, Valledupar-Bosconia-El Carmen-Cartagena-Sincelejo.
<p>Para conectar el Departamento con el centro del país (Bogotá)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda-Bogotá). • Para la conexión del norte de la mesorregión Valledupar- Ruta del Sol (tramo Bosconia - San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda-Bogotá). • Valledupar-Codazzi-Ruta del Sol (tramo San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda-Bogotá) • Valledupar-Codazzi-Ruta del Sol (tramo San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá- Bucaramanga-Bogotá)
<p>Para conectar el Departamento con el centro del país (Medellín)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda-Medellín). • Para la conexión del norte de la mesorregión Valledupar-Ruta del Sol (tramo Bosconia - San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda-Medellín). • Valledupar- Codazzi-Ruta del Sol (tramo San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Honda -Medellín).
<p>Para conectar el Departamento con el oriente del país (Cúcuta) y Venezuela</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-Aguachica)-Ocaña-Cúcuta-San Antonio del Táchira. • Para la conexión del norte de la mesorregión Valledupar-Ruta del Sol Valledupar-Codazzi-Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-Aguachica)-Ocaña-Cúcuta-San Antonio del Táchira.
<p>Para conectar el Departamento con el oriente del país Bucaramanga</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para la conexión del sur y centro de la mesorregión se dispone así: Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-San Alberto-Bucaramanga). • Para la conexión del norte de la mesorregión Valledupar- Ruta del Sol (tramo Bosconia-San Roque-San Alberto-Puerto-Bucaramanga. O Valledupar-Codazzi-Ruta del Sol (tramo San Roque-San Alberto-Puerto Boyacá-Bucaramanga-Bogotá).

Fuente: Visión Cesar Caribe 20132. (DNP, 2011)

Figura 19. Mapa vial departamento del Cesar



Fuente: INVIAS

El Cesar hace parte del eje central a través de La Ruta del Sol y el principal eje hídrico del país, el río Magdalena, que permiten vincular el centro del país por el oriente, con las zonas portuarias y corredores logísticos central y del caribe, posibilitando además la comercialización de los recursos marítimos hacia el interior del país, integrar las subregiones norte y sur del Caribe y fortalecer la red de ciudades de dichas zonas (Departamento Nacional de Planeación, DNP: 2011).

2.2.3. Sistemas de información.

Un elemento fundamental para el fortalecimiento del sector agropecuario en el Cesar, es el uso de los sistemas de información aplicados y que sirvan al sector en la toma de decisiones.

El departamento no tiene organizado un sistema de información, los productores deben recurrir a los sistemas de información diseñados por las entidades gremiales y que prestan este servicio a sus afiliados.

- Federación Nacional de Cafeteros: sistema de información: SICA
- Fedepalma: Centro de Información y Documentación Palmero (CDI) y el
- Sistema de información estadística del sector palmero colombiano (SISPA)
- Fedearroz: SACFA. El Sistema Administrativo Computarizado de Fincas Arroceras.
- Fenalce: Publicación diaria de precios
- MinAgricultura: SISPA, Agronet

2.2.4. Cambios demográficos en el territorio

“El Departamento del Cesar para 1983 tenía una población de 585.193 habitantes, para 1993 su población era de 772.634, para 1999 según proyecciones del DANE la población era de 943.892 habitantes, 591.849 (62,7%) en las cabeceras municipales y 352.043 (37,3%) en el área rural. Es notable la tendencia al aumento de la población urbana respecto a la rural, pues en 1973 la relación era 54 y 46% y en 1985, 59 y 41%, respectivamente. La estructura poblacional por género, estimada al año 2000, sobre un cálculo de 961.535 habitantes, era de 490.602 (51%) hombres y 470.933 (49%) mujeres. Lo anterior, son las evidencias del inicio de un proceso de migración desde las zonas rurales a las cabeceras municipales.” (DNP, 2011)

“Este proceso tuvo dos razones fundamentales, la primera tiene que ver con el recrudecimiento del conflicto armado en las zonas rurales, donde actores al margen de la ley provocaron procesos de desplazamiento forzado, las principales zonas afectadas con ello fueron los municipios situados en áreas con influencia montañosa, como Manaure, San Diego, Codazzi, La Jagua, Curumaní, Pelaya, González, Río de Oro, Becerril y Aguachica. Los principales centros receptores de estas poblaciones fueron Valledupar y Aguachica, que durante la década de los noventa, según estudios de proyección poblacional del DANE vieron incrementada su población en más de un 30% de su normal tasa de crecimiento. El otro factor que influyó en ese proceso de relocalización de las poblaciones y su tendencia hacia la urbanización del Departamento, fue la crisis económica que a finales de los ochenta y principios de los noventa vivió el país, donde los receptáculos de mayor intensidad fueron las zonas rurales, propiciando flujos migratorios de personas en pos de mejores oportunidades en los cascos urbanos.” (DNP, 2011)

“Este proceso de migración favoreció la consolidación del modelo tipo caravana el cual hace referencia al desarrollo de las ciudades de una manera consecutiva; partiendo de la influencia ejercida desde un centro nodal que irradia hacia sus polos más cercanos y estos a su vez jalonan a los de la periferia que inició su gestación en la década de los setenta con la construcción y puesta en marcha de la troncal de oriente (la hoy Ruta del Sol). A partir de ese momento la conformación urbana del Departamento cambio, dándole la espalda al río Magdalena y a la vía férrea, quienes en los sesenta y setenta se constituyeron en el puntal principal de movilidad en el Cesar”. (DNP, 2011)

3. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS

Referente al *numeral 4* del presente documento, “caracterización de los mercados de los productos priorizados”, y con el fin de dar cumplimiento a este alcance, se procedió a realizar 13 mesas temáticas con las cadenas productivas de los productos seleccionados.

Cada mesa estaba conformada por los agentes que hacen parte de la cadena de valor. Participaron: Secretaría de Agricultura del departamento del Cesar, dirigencia gremial entre otros, Federacafé, Fedegan, Fenalce, Asohofrucol, Fedepalma, Fedearroz y Fedecacao; entidades financieras (Banco Agrario), Corpoica, Idecasar, USAID, comercializadores y asociaciones de productores y productores.

Los conversatorios estructurados permitieron obtener información respecto de la infraestructura productiva, sistema de producción, mercado interno y externo, nivel de tecnología, canales de comercialización e información para realizar la matriz DOFA.

Para desarrollar el numeral 4 “Consolidación de la problemática y oportunidades de mercado”, se procedió a obtener información directamente en las mesas temáticas con los sectores.

3.1. CARACTERIZAR LA OFERTA TERRITORIAL DE LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS

Este capítulo permite tener una visión general del estado actual de los productos y las características más relevantes de índole económico y de mercados.

Identificación de los principales municipios productores, tanto por área y volúmenes producidos.

Tabla 21. Municipios con mayor participación en la producción departamental en el Cesar 2010 - 2014

PALMA DE ACEITE					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
El Copey	26.250	28.000	28.000	20.520	48.000
San Alberto	30.600	30.600	30.600	29.070	34.320
Agustín Codazzi	11.669	15.007	13.737	26.524	27.060

ARROZ DE RIEGO					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Valledupar	11.720	24.375	27.398	23.972	15.658
La jagua de Ibirico	6.720	9.546	10.140	7.914	6.074
Bosconia	4.760	9.602	8.565	8.223	8.207
MAIZ					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Pelaya	6.803	6.508	9.753	10.661	7.840
La Gloria	12.226	8.347	4.479	4.148	3.266
Aguachica	7.595	4.848	5.836	7.398	6.190
CAFÉ					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Pueblo Bello	3.011	3.011	4.400	4.144	4.667
Agustín Codazzi	2.641	1.109	6.338	3.185	3.597
La Paz	1.892	2.023	3.150	2.352	2.580
YUCA					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
El Copey	5.640	6.120	17.149	25.800	1.062
Valledupar	5.000	4.200	4.200	4.100	3.570
La Paz	3.900	3.920	3.920	4.620	3.136
CAÑA PANELERA					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
González	12.105	10.125	11.450	9.828	16.380
Valledupar	3.200	3.280	3.200	2.520	2.520
Pueblo Bello	710	710	756	600	504
CACAO					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Valledupar	791	791	720	340	425
San Alberto	610	555	525	340	380

Pueblo Bello	415	415	371	288	465
NARANJA					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Chimichagua	10.750	9.700	9.500	8.500	8.300
Pueblo Bello	3.600	2.700	3.770	1.458	1.590
Astrea	1.750	1.750	2.750	2.750	2.600
MANGO					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
Valledupar	2.160	1.920	1.912	1.920	1.920
Aguachica	1.540	1.540	1.650	1.650	1.600
Agustin Codazzi	750	750	900	950	1.950
CEBOLLA DE BULBO					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
González	2.050	1.980	1.579	890	1.080
Rio de Oro	2.000	60	160	388	480
San Alberto			360	774	585
AGUACATE					
Nombre de los municipios	2010	2011	2012	2013	2014
La Paz	3.000	3.300	5.000	5.000	3.000
Valledupar	3798	3480	3180	2700	2700
La jagua de Ibirico	1400	1455	2328	2328	1560

Fuente: Elaboración propia, datos Agronet.

Tabla 22. Estacionalidad de las cosechas

PRODUCTO	MESE DE COSECHA EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR											
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
CACAO (1)												
YUCA												
MAIZ TRADICIONAL												
ARROZ RIEGO												
PALMA DE ACEITE												
AGUACATE												
CAFE												
CEBOLLA DE BULBO												
MANGO (3)												
CAÑA PANELERA (2)												
NARANJA- cítricos												

fuelle: Información obtenida en las mesas de trabajo realizadas con las cadena prodcutivas del Cesar

La estacionalidad en las cosechas es una de las variables que se deben estudiar para poder establecer relaciones comerciales exitosas con el resto del país.

Algunos productos presentan comportamientos estacionales que afectan la oferta y se transfieren a la demanda regional a través de sus precios. En la Tabla 22 se muestra la tendencia en la producción, como se puede identificar existen variaciones en todo el año que no generan un parámetro sensible de comparación en la estacionalidad de la producción.

En la Figura 20, se señalan los principales municipios agrícolas del departamento. A través de este análisis se puede indicar la tendencia de dos polos de crecimiento en este campo, uno en el norte y otro en el sur del departamento, se hace necesario observar las características propias de las subregiones y a través de una observación más detallada establecer una política de apoyo al establecimiento de polos de desarrollo.

Figura 20. Relación de producción por municipios Cesar 2010 – 2015



3.1.1. Costos de producción

Una aproximación a los costos de producción, de una región tan extensa, con características socio económicas y naturales muy diferentes, requiere de una metodología que permita homogenizar y normalizar los costos de producción.

Es por esta razón que se recurre la información generada por los gremios, los cuales tienen la infraestructura técnica y logística necesaria para producir, con calidad y oportunidad esta información.

- Palma de aceite. (costos de producción por tonelada de aceite)

Los costos asociados a la producción de aceite de palma se deben determinar de acuerdo a las fases del proceso de producción.

De acuerdo a la investigación “MEDICIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN E INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA AGROINDUSTRIA DE LA PALMA DE ACEITE EN COLOMBIA 2011 – 2012” presentada por Lia Guterman, en el XLII Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, Cali, junio del 2014, el costo de producción queda conformado por los siguientes rubros: cultivo, establecimiento, cosecha y transporte y extracción.

Según el citado estudio, **los costos de producción por tonelada de aceite**, para la zona norte (regionalización de los cultivos de palma de aceite diseñado por Fedepalma), y a la cual pertenece el Cesar, está en el orden de un mínimo \$ 1.680.000 pesos y un máximo de \$ 2.366.000 pesos.

La composición porcentual del costo del aceite estaría definido con la siguiente estructura. Se calcula teniendo en cuenta los costos de la tierra. (Guterman, 2014)

Rubro	Participación
Capital fijo	30.2%
Mano de obra	25.8%
Fertilizante	14.9%
Otros	4.4%
Administrativos	24.7%

Esta investigación realiza una comparación de los costos locales con los costos de producción de los países líderes en exportación de aceite de palma, que son: Brasil, Indonesia, Malasia, Nigeria, Tailandia y Papua Nueva Guinea (PNG).

El resultado es el siguiente:

- “Colombia es el segundo país con mayores costos en todas las fases del proceso.
- Es un 86% más alto en cultivo y más del doble en cosecha y transporte respecto a Indonesia.
- Es un 60% más alto que Papúa Nueva Guinea en establecimiento.
- El costo de mano de obra de Colombia es 3,6 veces superior al de Indonesia.
- El costo de fertilizante más combustible es solo 16% superior al de Malasia.
- Excluyendo Malasia que tiene un costo de extracción negativo, Colombia es 6 veces más costoso que Tailandia.
- El costo de maquinaria de Colombia es el más competitivo (10% menos que el de Indonesia).
- El costo de otros de Colombia es 4,5 veces mayor que Papúa Nueva Guinea.
- Colombia registra:
 - La mayor participación del costo laboral (38,6% frente al promedio mundial de 26%).
 - La menor participación del costo de fertilizante y combustible (40,7% frente al promedio mundial de 54,5%) y de la maquinaria (7% frente a un promedio mundial de 13%).
 - La segunda mayor participación en extracción neta (8,3% frente al promedio mundial de 3.2%)” (Guterman, 2014)

Algunas conclusiones, las cuales son aplicables al presente documento, como elementos importantes en la toma de decisiones son:

- “Maximizar la tasa de utilización de la maquinaria y equipo existente.
- Maximizar la eficiencia de los fertilizantes siguiendo las recomendaciones técnicas. Crear estímulos e incentivos para elevar la productividad laboral tendiente a impactar los costos de producción.
- Mejorar la eficiencia de los procesos de extracción con base en los nuevos avances tecnológicos tendientes a reducir costos de operación y mantenimiento, mejorar el aprovechamiento de los subproductos, reducir los desperdicios, etc.”. (Guterman, 2014)

■ Cacao

Para establecer el cultivo de cacao se requiere invertir los primeros 4 años, tiempo requerido para obtener la primera cosecha, \$ 12 a 13 millones aproximadamente. El rubro más representativo en la estructura de costos es la mano de obra, participando entre un 50% y 60%

dependiendo de la etapa de establecimiento, mantenimiento o producción del cultivo. (Cesar, 2017)

Tabla 23. Participación de los rubros en los costos de producción de cacao

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Mano de Obra	42.9%	64.8%	58.8%	51.8%
Insumos	53.3%	32.6%	38.6%	44.9%
Herramientas	3.8%	2.6%	2.6%	3.3%

Fuente: FEDECACAO, (SuperIntendencia de Industria y Comercio SIC, 2012)

En la Tabla 23, se puede observar que de los componentes de los costos totales del cultivo de cacao, el más importante es la mano de obra, seguida de los insumos, en razón a que este cultivo requiere de muchas labores manuales tales como controles sanitarios y de malezas, podas, la cosecha y el beneficio.

El rendimiento promedio en la región es de 440 kg/ha/año, frente a 1500 kg/ha/año en otras regiones del país.

El precio promedio pagado al productor en finca oscila entre 5 y 6 millones de pesos por tonelada, lo que representa un ingreso anual de \$2.500.000 aproximadamente. Si se comparan los ingresos, con obtenidos por cacaoteros de otras regiones, por ejemplo Santander, que están en el orden de 8.500.000, los cacaoteros del Cesar estarían “perdiendo” \$5.700.000 al año, y esto debido a la baja productividad de los cultivos.

- Arroz

En la medida que exista un gremio organizado, que genere información estadística, se puede usar esta información oficial para los análisis respectivos.

Con el arroz sucede esto, Fedearroz, gremio que los representa, genera constantemente y desde hace más de 17 años, información del sector, incluyendo análisis de costos. (FONDO NACIONAL DEL ARROZ, 2012)

Tabla 24. Valoración Nominal por Rubros de los Costos del Arroz Riego

VALORACIÓN NOMINAL POR RUBROS DE LOS COSTOS DEL ARROZ RIEGO
DESDE 2010 HASTA 2014 SEMESTRE 1 EN COLOMBIA
Costos por hectárea en pesos colombianos

AÑO	ASISTENCIA TÉCNICA	ARRIENDOS	PREPARACIÓN TERRENO	RIEGO	FERTILIZANTES	PROTECCIÓN AL CULTIVO	RECOLECCIÓN	OTROS	TOTAL
2010	36.661	640.225	902.165	366.088	877.917	933.170	531.596	365.669	4.653.491
2011	39.528	807.282	917.025	406.542	955.635	909.281	491.564	380.740	4.907.597
2012	39.789	839.880	969.090	398.381	1.011.282	851.141	527.507	413.059	5.050.129
2013	42.252	914.736	1.026.497	436.386	922.887	809.451	595.113	396.822	5.144.144
2014	43.874	912.533	984.402	468.461	943.704	832.330	622.406	392.710	5.200.420

Fuente. Fedearroz. (Fedearroz, 2017)

Un breve análisis de la composición de la estructura de costos indica que en el quinquenio analizado no se han registrado cambios estructurales en los costos de producción, lo que indica que no se han introducido cambios en el modelo tecnológico que permitan una ruptura de los actuales costos.

Es así como los costos asociados a cada actividad mantienen el promedio durante esos años.

Tabla 25. Participación porcentual de las actividades en el costo total por hectárea de arroz

RUBRO/ACTIVIDAD	PROMEDIO QUINQUENIO
Asistencia Técnica	0,8%
Arriendos	16,4%
Preparación Terreno	19,2%
Riego	8,3%
Fertilizantes	18,9%
Protección al Cultivo	17,4%
Recolección	11,1%
Otros	7,8%

Cálculos propios.

Fuente Fedearroz (Fedearroz, 2017)

El alto costo del arriendo de la tierra, el precio de los fertilizante (impactados por la devaluación) y las acciones mecánicas necesarios para preparar el terreno, suman el 54.6% de los costos totales.

En el cultivo de arroz riego la mano de obra no calificada es escasa, se requiere de operarios expertos en el manejo de la maquinaria especializada.

- Maíz

Fenalce es el gremio agrícola con más representatividad en las diferentes regiones colombianas, y con la más amplia gama de productores, Trigo, maíz, sorgo, avena, cebada, arveja, frijol, garbanzo, haba y lenteja.

En varios estudios de Fenalce y el Ministerio de Agricultura, enmarcado en el plan “País Maíz” y Fedesarrollo se hace un acercamiento a la estructura de costos de la producción de maíz. Cabe anotar que son mucho más normalizados los costos de la producción de maíz tecnificado que de maíz tradicional, debido a que las prácticas agrícolas obedecen a la implementación de paquetes tecnológicos.

A continuación se presenta un modelo detallado de costos de producción realizado por Fedesarrollo en el año 2012. (Fedesarrollo, 2012).

3.1.2. Estructuras de costos de producción por finca

“Con respecto a las participaciones que tiene cada uno de los factores productivos, se evidencia que los insumos tiene un mayor peso sobre los costos totales. Sin embargo, esta mayor participación es distinta para cada una de las regiones en cuestión: en Córdoba el porcentaje es de 30,2%, mientras que en el Meta, este porcentaje es del 80,3%; Valle del Cauca muestra una participación de casi la mitad de los costos totales.” (Fedesarrollo, 2012)

Tabla 26. Maíz - costos de producción por finca (\$/ha/ciclo)

	MAQUINARIA	MANO DE OBRA	INSUMOS	NÓMINA	COSTOS INDIRECTOS	TOTAL
Promedio	\$172.006	\$335.769	\$468.105	\$89.139	\$485.674	\$1.550.693
Participación	11,1%	21,7%	30,2%	5,7%	31,3%	

Fuente. (Fedesarrollo, 2012)

El estudio analiza los costos de producción en tres departamentos, Valle del Cauca, Meta y Córdoba. Se toman los costos de Córdoba por hacer parte de la zona norte al igual que el Cesar y tener condiciones agroecológicas similares.

Al analizar los costos de producción de maíz por las actividades, las diferencias que existían en los costos calculados por finca se siguen manteniendo para los costos directos. Es decir, en promedio el costo de producir una hectárea de maíz por ciclo productivo es más alto en el Meta, luego en el Valle del Cauca y finalmente en Córdoba (Tabla 23). Estas diferencias varían un poco cuando se incluyen los costos indirectos, que hacen que Valle del Cauca se vuelva ligeramente más caro que Meta, y ambos quedan por encima del costo de producción en Córdoba. Además de esto, cabe resaltar que mientras que a fertilización en el Meta corresponde al 38,3%, en Córdoba esta misma actividad tiene un porcentaje de 4,6% sobre el costo total. Finalmente, también se destaca el hecho de que los costos indirectos en el Meta son solamente 2,8% del costo total, mientras que ese mismo rubro en Córdoba pesa 21,9%.” (Fedesarrollo, 2012)

Tabla 27. Maíz - costos de producción por actividad (\$/ha/ciclo)

Actividad	Meta		Valle del Cauca		Córdoba	
	Total (\$)	Part (%)	Total (\$)	Part (%)	Total (\$)	Part (%)
Preparación Terreno	\$342.942	11,7%	\$325.636	11,0%	\$201.282	9,1%
Siembra	\$794.985	27,0%	\$782.747	26,6%	\$534.717	24,1%
Fertilización	\$1.125.389	38,3%	\$420.067	14,3%	\$101.283	4,6%
Labores de Cultivo	\$128.271	4,4%	\$335.679	11,4%	\$156.619	7,1%
Control de Malezas	\$108.766	3,7%	\$122.318	4,1%	\$90.078	4,1%
Control de Plagas	\$73.125	2,5%	\$90.510	3,1%	\$148.468	6,7%
Control de Enfermedades	\$53.424	1,8%	\$54.670	1,9%	\$90.599	4,1%
Otras Labores	\$1.000	0,0%	\$306.384	10,4%	\$0	0,0%
Cosecha	\$25.561	0,9%	\$124.183	4,2%	\$318.204	14,4%
Nómima	\$204.452	7,0%	\$19.049	0,6%	\$89.139	4,0%
Costos directos (1)	\$2.857.915	97,2%	\$2.581.243	87,6%	\$1.730.389	78,1%
Costos Indirectos (2)	\$82.681	2,8%	\$366.461	12,4%	\$485.674	21,9%
Costo Total (1+2)	\$2.940.596	100,0%	\$2.947.704	100,0%	\$2.216.063	100,0%

Fuente: Fedesarrollo

Y por último, el referido estudio señala lo siguiente respecto a la estructura de costos presentada en la Tabla 27.

“Ahora, cuando se analizan las actividades que componen los costos de producción divididas en sus factores productivos (mano de obra, insumos y maquinaria) es más clara la distribución del peso que tiene cada una de éstas. Consignadas en la anterior tabla, se encuentra el detalle de cómo está compuesta cada actividad dividida en sus factores productivos, y cuál es el peso que tiene cada una de estas sobre el total de los costos directos. Es importante resaltar que para los tres casos, el porcentaje que tiene

la maquinaria es bastante similar, lo que hace pensar que las diferencias grandes que discutimos previamente deben estar en otro factor de producción. En el caso de la mano de obra, este factor es más bajo en Meta (15%), mientras que para los otros dos departamentos es más del doble de ese valor (31% en Valle del Cauca y 34% en Córdoba)". (Fedesarrollo, 2012).

- Café

En cuanto a los costos de producción, el principal componente es la mano de obra que puede llegar a pesar cerca del 65% de los costos totales. Aunque existen diferencias regionales basadas en la disponibilidad de mano de obra, el costo promedio se mueve conforme lo hace el salario mínimo legal que en 2015 se incrementó en 4,6%, mientras que el costo interno de los fertilizantes aumentó 16% (en línea con la devaluación del peso). A pesar de este incremento, el costo medio de producción se mantuvo estable alrededor de \$600 mil por carga gracias al aumento de la productividad media que pasó de 15,3 a 17,7 sacos/ha (16%). (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

3.2. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA INTERNA DE LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS

Para caracterizar la demanda interna de cada una de las alternativas priorizadas, se deben considerar los diferentes agentes que intervienen en el proceso de comercialización y consumo, así como la infraestructura requerida en todo el proceso de la cadena productiva. (Andrade, 2015).

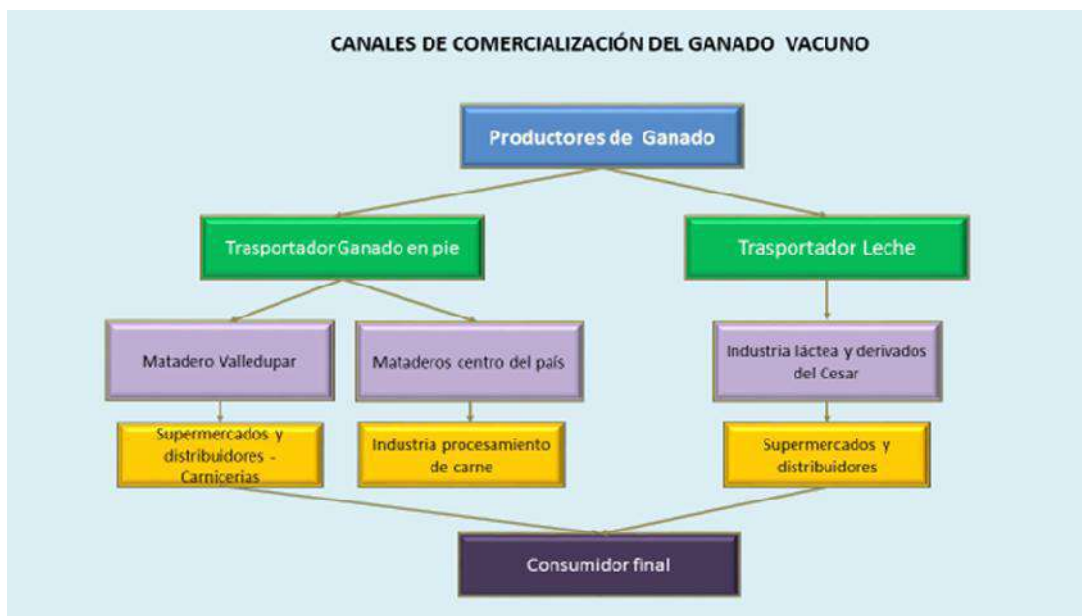
El Anexo 4. Caracterización de la Demanda de Productos Seleccionados, da una perspectiva que va de lo general a lo particular por cada producto.

3.2.1. Identificación de los canales de comercialización

La identificación de los canales de comercialización de cada producto y apuesta productiva, contó con la participación de las cadenas productivas en las mesas de trabajo realizadas en Valledupar. A continuación se presentan, de manera sucinta, cada una de las gráficas que modelan los canales de comercialización.

- Ganadería – carne y lácteos

Figura 21. Comercialización carne y lácteos Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

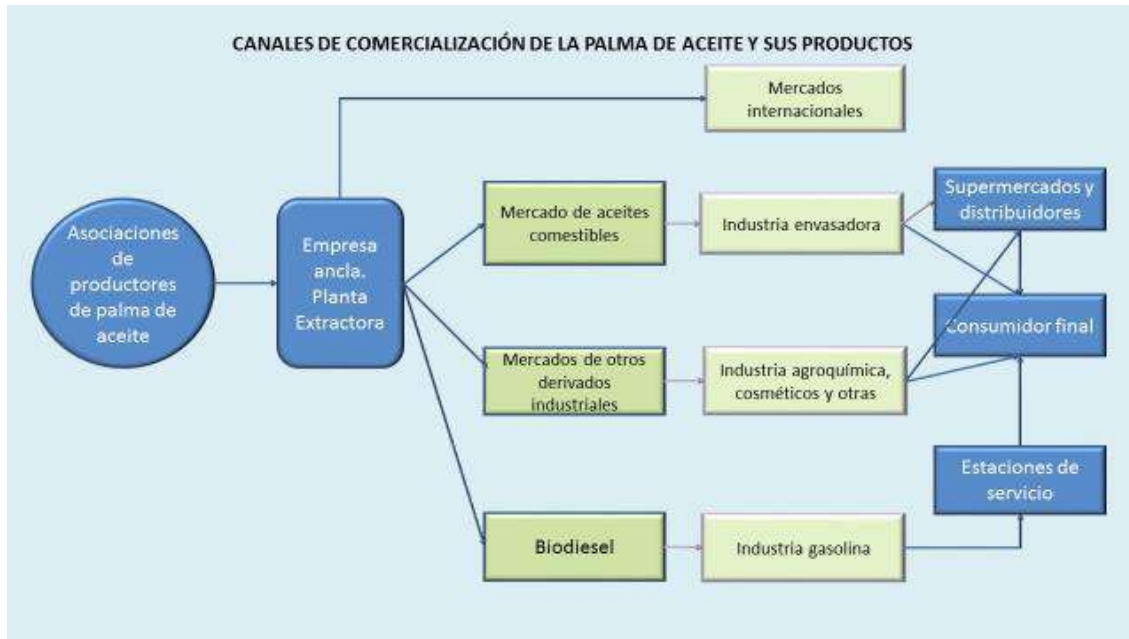
El departamento del Cesar tiene una larga tradición ganadera, es por eso que registra una agroindustria activa y en constante expansión. Empresas nacionales e internacionales hacen presencia en el sector de leche y derivados, absorbiendo la oferta disponible.

Se despacha carne para Aguachica y La Dorada. Y la leche se comercializa en Valledupar.

El otro canal importante son los mataderos. El Valledupar hay un matadero de Coolesar, con capacidad para aproximadamente 744 reses por día y en Aguachica hay un beneficiadero de Nutresa con capacidad de 240 reses día; este último destina su uso a atender los requisitos de negocio del Grupo Nutresa.

- Palma de aceite

Figura 22. Comercialización Palma de Aceita Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

El sector palmicultores está organizado alrededor de un núcleo palmero liderado por una empresa ancla, que hace las veces de acopiador y extractora. Múltiples son los mercados de destino de los productos y subproductos de la palma de aceite, y dependen del uso, ya sea alimentación humana y animal, industria cosmética, industria de lubricantes y biodiesel entre otros.

La grafica describe los principales canales de comercialización de los productos derivados de la palma de aceite.

- Maíz tradicional

Figura 23. Comercialización Maíz Cesar



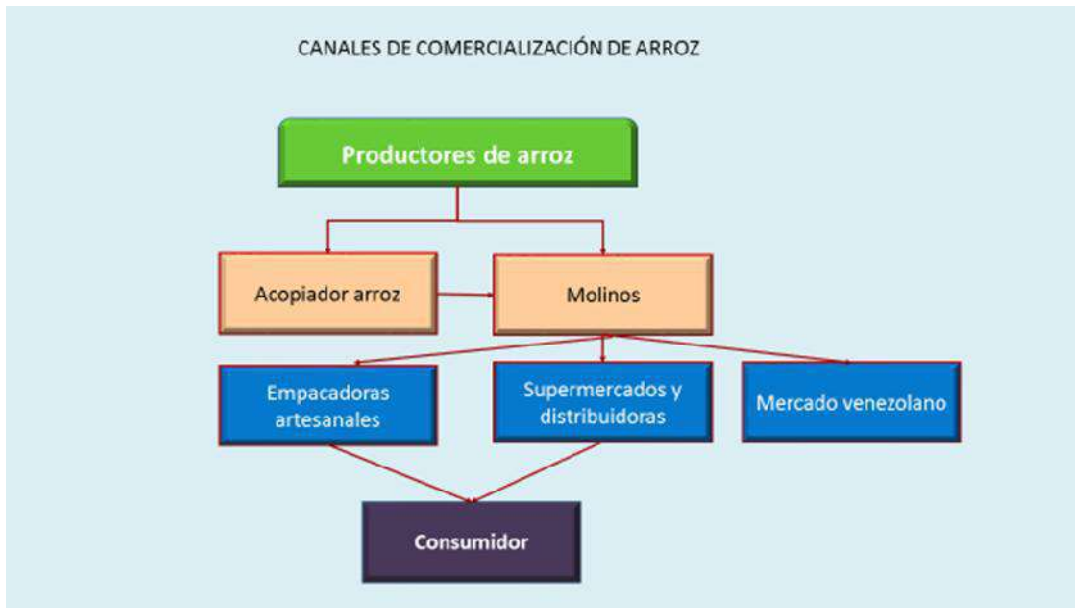
Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

La producción de maíz tradicional llega a los mercados a través de acopiadores rurales que compran el maíz en la finca y por medio de la venta directa de los agricultores del sur del Cesar, a los criaderos de pollos ubicados en el departamento de Santander y a las fábricas de alimentos concentrados para animales.

El maíz tecnificado vende directamente a la industria de concentrados y de producción de harina precocida para consumo humano. Es importante anotar que el departamento no cuenta con esa infraestructura.

- Arroz

Figura 24. Comercialización Arroz. Cesar



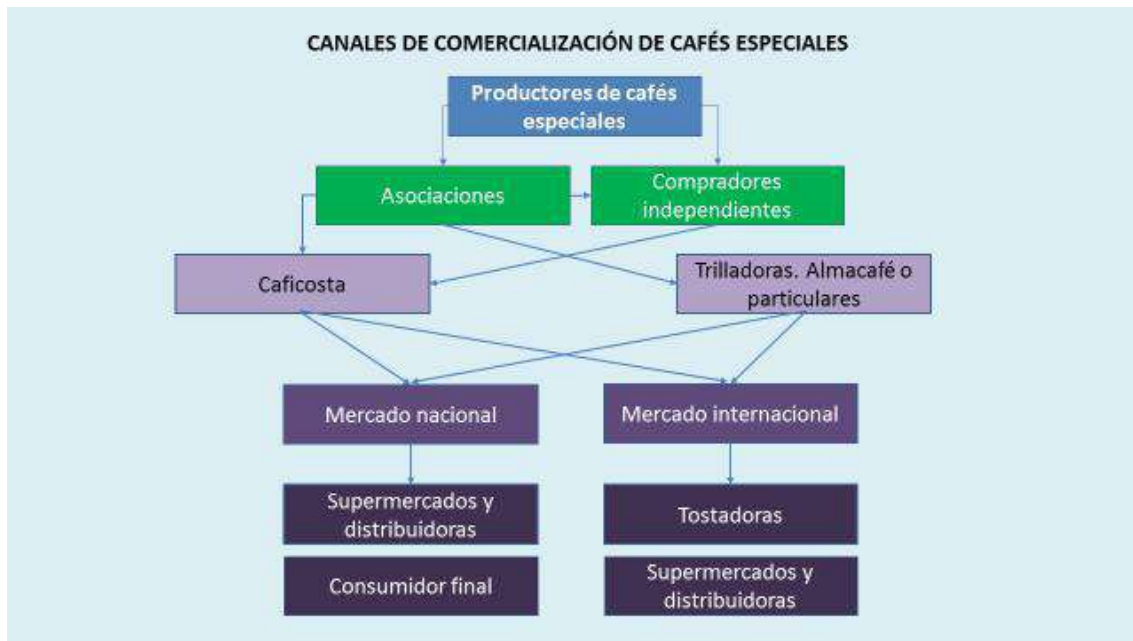
Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

El departamento de Cesar cuenta con 7 molinos que trillan el arroz que se produce en la región. El sector no cuenta con silos de almacenamiento. Hacen presencia algunas empaquetadoras artesanales que imprimen su marca y abastecen mercados locales.

También se registra el mercado de frontera con Venezuela como mercado de destino de arroces de marcas artesanales.

- Cafés Especiales

Figura 25. Comercialización Cafés Especiales. Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

El sector cafetero es uno de los que presenta los canales de comercialización más definidos y estables, debido a la tradición cafetera y el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros. La producción es llevada por los campesinos a los centros de recepción de las asociaciones, las cuales secan el pergamino y lo comercializan directamente a Caficosta, la mayor parte y otra parte a compradores independientes que financiaron la cosecha.

El departamento no cuenta con agroindustria cafetera que se encargue de trillar, tostar y moler el grano, es por esa razón que el grano es exportado a Medellín, Barranquilla, Chinchiná.

- Cacao

Figura 26. Cadenas de comercialización Cacao Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

El actor más importante en la cadena de comercialización son las asociaciones de productores, las cuales reciben el cacao en grano y lo comercializan a las grandes empresas de chocolate que hay en el país.

Los productores de la región no han iniciado actividades de transformación del cacao (tostado y molido) con el fin de preparar chocolate de mesa con el fin de agregar valor a la producción. Solamente hay una asociación en Pueblo Bello que inició la producción de chocolate de mesa, pero la producción no es significativa.

- Mango

Figura 27. Comercialización Mango. Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

Dependiendo de las variedades de mango que se produzca en la zona, así mismo puede variar el canal de comercialización. Es el caso del mango Hilacha, comprado por los agentes comerciales de empresas productoras de pulpa, zumo y jugo de mango.

Las otras variedades, como el mango Keitt, que tienen mayor demanda son recolectadas directamente en la finca por el comprador mayorista y llevadas a los mercados mayoristas de Medellín, Barranquilla y Valledupar.

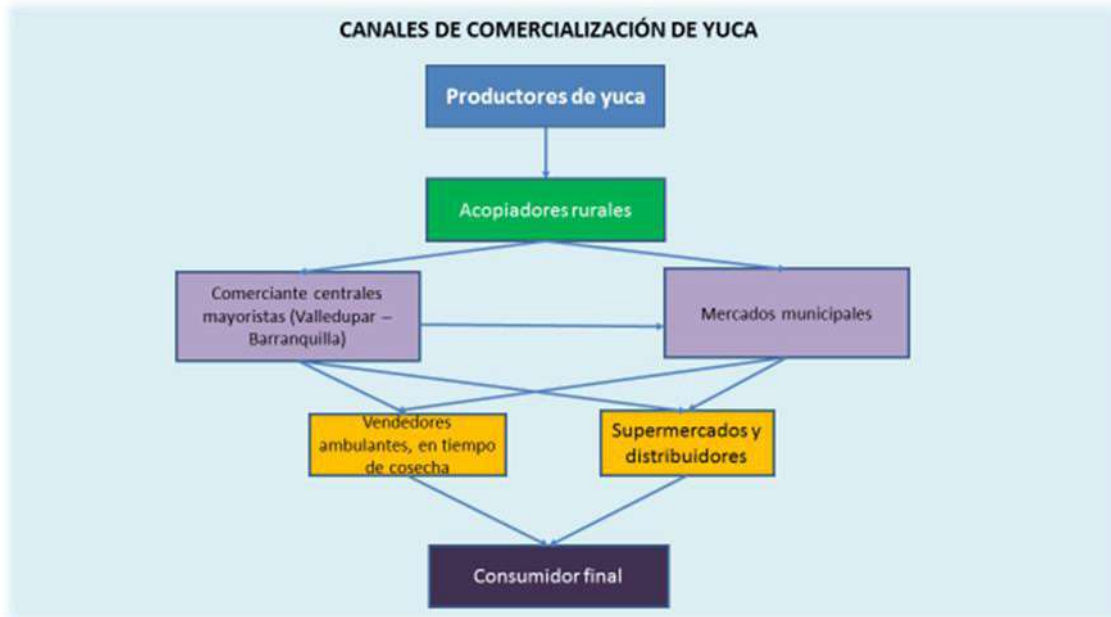
La apuesta productiva es por la variedad Keitt, la cual tiene un mercado internacional que demanda la fruta en fresco.

Sin embargo, en líneas generales, los canales de comercialización son los que describe la

Figura 27.

- Yuca

Figura 28. Cadenas de comercialización Yuca Cesar



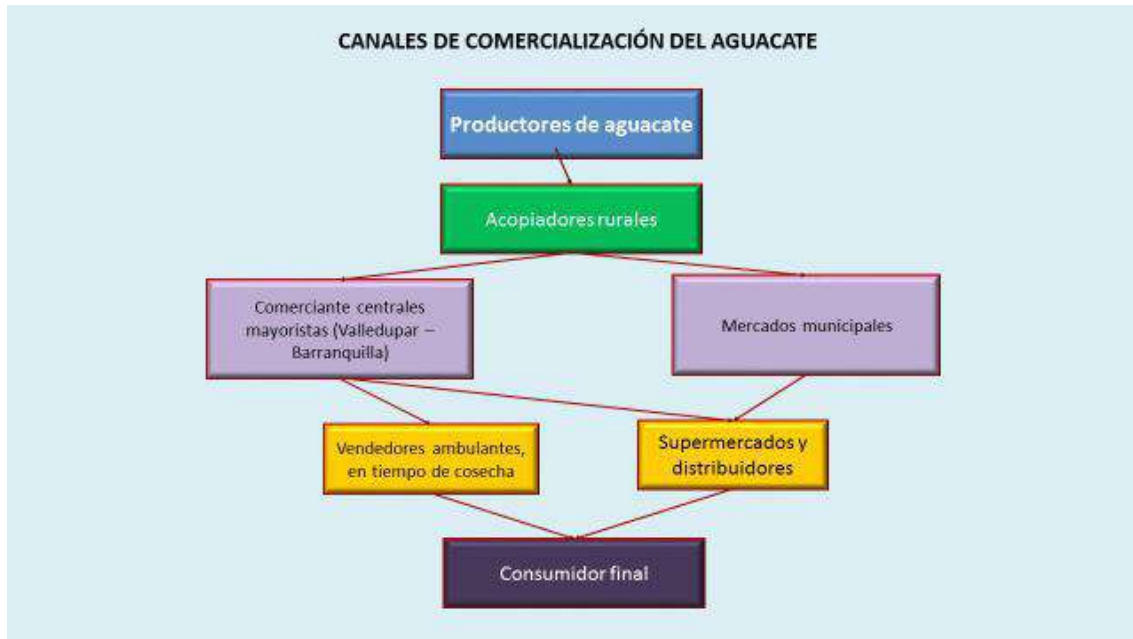
Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

Los canales de comercialización de la yuca tienen las mismas características de los canales de productos de economía campesina, donde hay una fuerte incidencia del acopiador rural y es una agente determinante la fijación del precio del producto.

En la región no hay centros de acopio ni plantas que procesen la yuca para usos en la industria de concentrados para animales, y no es rentable llevar la yuca al departamento de Córdoba para ser sometida a los procesos de transformación debido a los costos de los fletes y la merma que sufre el producto.

- Aguacate

Figura 29. Cadenas de comercialización Aguacate Cesar



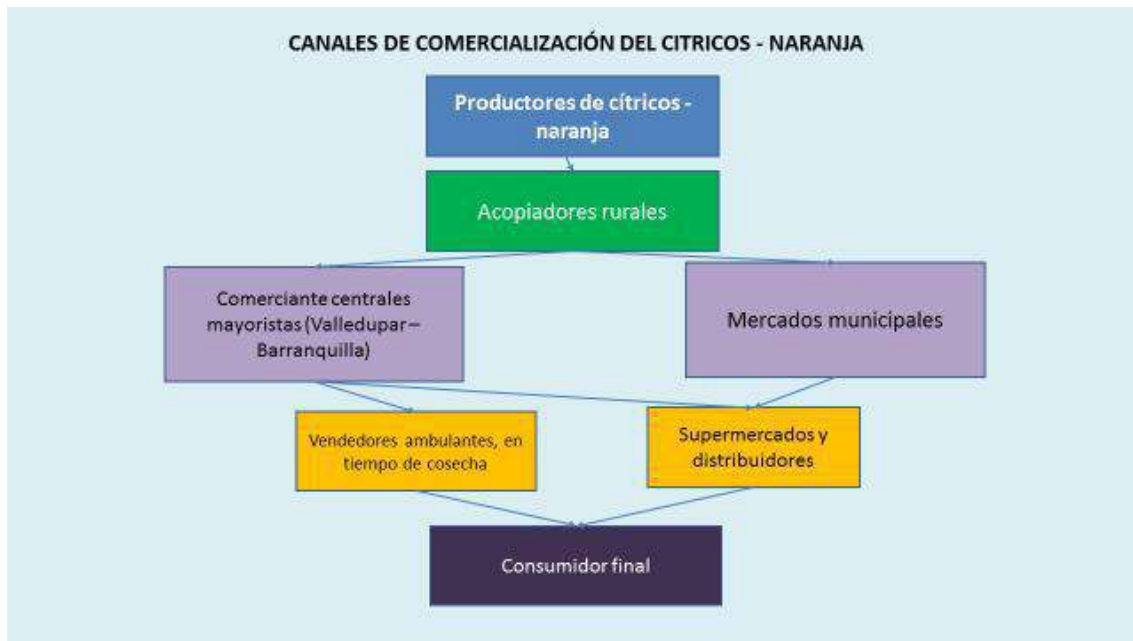
Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

El aguacate es recolectado en la finca y llevado por el acopiador rural a las cabeceras municipales, allí es comprada por un mayorista que trasporta la fruta a granel y es comercializada a las centrales mayoristas de Valledupar y Barranquilla.

Cuando hay cosecha, el aguacate es comercializado en la ciudad de Valledupar por vendedores ambulantes y las cadenas de supermercados.

- Naranja

Figura 30. Comercialización Naranja - Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

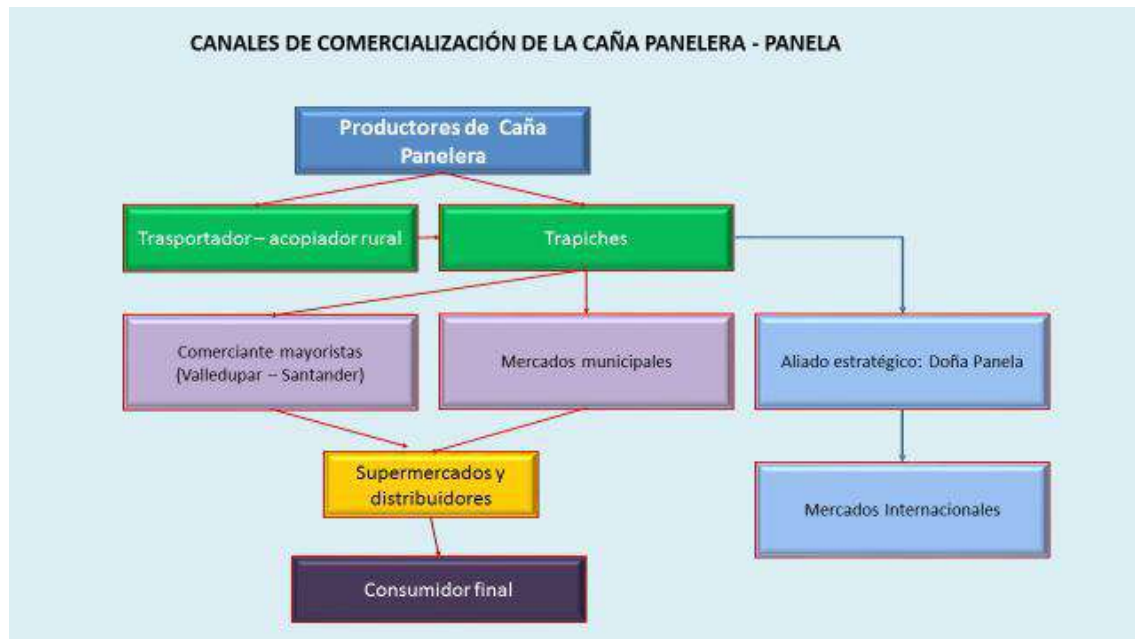
La naranja hace parte de los productos en el agrosistema cítricos- aguacate – plátano de economía campesina y la comercialización tiene las características de esta.

Hay una gran influencia del acopiador rural en la determinación de precio final de los productos. El empaque y el embalaje de los productos no tiene mayor tecnificación, se usan costales y a granel.

En la región no hay agroindustria que absorba la producción y mucha de la fruta se pierde en la finca o se vende a muy bajos precios en los municipios del departamento.

- Caña panelera – panela

Figura 31. Comercialización Panela - Caña Panelera. Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

La caña panelera tiene como destino final los trapiches paneleros, con el fin de obtener la miel y la panela. La caña es cortada y transportada a los trapiches cuando en la finca no hay, entonces se alquila la molienda en un trapiche de la zona. Cuando en la finca hay trapiche no se incurre en el proceso de transporte rural.

En el municipio de Pueblo Bello, la asociación Asoprokia tiene un emprendimiento en asociación con la empresa Doña Panela, para producir panela pulverizada con destino a los mercados internacionales.

- Apicultura – Miel de abejas

Figura 32. Cadenas de comercialización Miel de Abejas Cesar



Fuente: Elaboración propia. Fuente reunión con la cadena productiva

La conformación de la cadena productiva del sector es reciente, lo que indica que hasta el momento se tenía un alto grado de informalidad. Esto se ve reflejado en el proceso de comercialización, el cual consta de los siguientes agentes del mercado: productor-consumidor, en algunas ocasiones hay un establecimiento que hace las veces de intermediario.

3.2.2. Clúster o conglomerados productivos

Tres son las dimensiones del desarrollo: densidad, distancia y división, según la Nueva Geografía Económica, propuesta por el profesor Paul Krugman, premio noble de economía en 2008. “Esta nueva geografía económica se dedica principalmente a explicar economías de aglomeración, que hacen referencia a la proximidad geográfica a un gran mercado que permita reducir costes de transporte, a las ventajas de comunicación que se pueden lograr con unas infraestructuras adecuadas, a los desbordamientos tecnológicos, a la cultura empresarial, a la voluntad de proximidad geográfica entre productores y proveedores”. (Banco Mundial, 2009)

El Informe sobre Desarrollo Mundial: Una Nueva Geografía Económica (Banco Mundial, 2009) hace claridad a los elementos que se deben evaluar al momento de determinar un clúster económico y diseñar políticas públicas para el desarrollo de los mismos.

“Densidad, distancia y división se ilustran mejor con el acceso al mercado, un indicador de oportunidad económica para una ubicación que indica el tamaño de los mercados potenciales en su vecindad y la facilidad de llegar a ellos. El acceso al mercado a través de las escalas geográficas determina dónde puede prosperar la actividad económica, y así dónde se ubicarán las empresas y crecerán las poblaciones. Utilizando este concepto de acceso al mercado, se definen las tres dimensiones como sigue:

- La densidad indica el tamaño del producto económico o poder de compra total por unidad de superficie; digamos un kilómetro cuadrado. Es mayor en las ciudades donde se concentra la actividad económica y mucho menor en las vecindades rurales.*
- La distancia mide la facilidad de llegar a los mercados y determina el acceso a la oportunidad. Las zonas alejadas de los centros económicamente densos en un país tienen más probabilidad de retrasarse.*
- La división surge de las barreras a las interacciones económicas creadas por diferencias en la moneda, aduanas e idiomas, que restringen el acceso al mercado. Es más importante en el contexto internacional.” (Banco Mundial, 2009)*

En este orden de ideas, un clúster está determinado por una serie variables geográficas: oferta ambiental, suelos, disponibilidad de agua, distancias a los centros de consumo y a la fuente de materia prima, movilidad de mano de obra y migración, establecimiento de los centros de consumo, barreras de entrada y movilidad de los productos y las políticas públicas en favor del desarrollo regional y local.

Se presenta a continuación una gráfica que resume las actividades de transformación de la materia prima (productos priorizados) como insumo inicial para determinar la conformación de los clústeres económicos para el departamento del Cesar.

Actividades de transformación y procesamiento de materias primas agrícolas

Cosecha y preparación en finca	Acopio	Agroindustria e industria	Almacenamiento	Distribución y transporte
Cereales: Maíz – Arroz. El maíz se desgrana en la finca.	No hay centros de acopio. El arroz paddy es recibido por los molinos	Cereales: Maíz, no hay agroindustria establecida – Arroz: se trilla y empaqueta en molinos	No hay silos para el maíz. Fedearroz tiene una planta almacenar. Se empaqueta en costales	Transporte por carretera a
Café y Cacao: despulpado, fermentación, secado.	No hay centros de acopio	No hay empresas que trillen el café ni que transformen el cacao	Bodegas de las asociaciones secan el grano. No hay almacenamiento	El transporte es realizado en camiones y el producto transportado en costales
Palma de aceite: corte y transporte a la planta de beneficio	Las empresas anclan técnicamente el fruto	Industria de aceite, plantas extractoras de palma, palmiste y Biodiesel	El aceite se almacena en tanques.	Transporte a granel o contenedor. Destina a los puertos marítimos para exportaciones

Diseño fuente propia: reuniones con las cadenas productivas 2017

Actividades de transformación y procesamiento de materias primas agrícolas

Cosecha y preparación en finca	Acopio	Agroindustria e industria	Almacenamiento	Distribución y transporte
Ganadería bovina y ovino-caprino	No hay centros de acopio del ganado en pie	Dos mataderos, Valledupar Coolesar y Aguachica, Nutresa. No hay empresas de que procesen la carne	No se registran empresas que tengan red de frío para almacenar la carne despostada	El ganado es transportado en pie por carretera al interior del país para su sacrificio.
Yuca-aguacate-platano-cebolla.	No hay centros de acopio	No hay registro de industria o agroindustria	No hay infraestructura para almacenamiento	El transporte es realizado en camiones y el producto transportado en costales
Mango. Selección en finca	No hay infraestructura de acopio	En Aguachica hay una empresa que produce pulpa de mango.	No hay infraestructura para almacenamiento	Transporte se realiza por carretera con destino Barranquilla y Medellín

Diseño fuente propia: reuniones con las cadena productivas 2017

Luego de analizar a la luz de la teoría y evaluar las diferentes variables geográficas y económicas de la región, se propone presentar la Palma de Aceite como el producto que tiene mayores probabilidades de conformar clústeres económicos en el Cesar.

- Palma de aceite

Para determinar la conformación del núcleo palmero, se recurrió a la fuente oficial del sector, Fedepalma. Por medio de la estructuración de los núcleos palmeros y las plantas de extracción, han logrado determinar los clústeres de productivos.

“El cultivo de palma viene incrementando su localización a lo largo del Departamento, en la actualidad (según información de Fedepalma a 2016) ocupa 86.515 ha sembradas. A diferencia del carbón esta actividad de enclave se encuentra distribuida en varios corredores lo que se encuentra produciendo nuevas movilizaciones de población alrededor de dicha actividad de carácter agroindustrial, donde se identifican los principales corredores de producción, ubicados en la zona de influencia de Valledupar, los municipios de Becerril- Codazzi en el norte, Curumaní- Pelaya y La Gloria en el centro y San Martín-San Alberto y Aguachica en el sur.

Fedepalma ha organizado el cultivo de palma de aceite y la agroindustria del aceite de palma, en 10 núcleos palmeros, 6 en la zona norte y 4 en el sur del departamento. Hay 14 plantas para el procesamiento de aceite y palmiste.

Cada núcleo palmero está compuesto por una empresa ancla, la cual es la encargada de producir el aceite y los otros productos, más las Unidades de Asistencia y Auditoría Técnica, Ambiental y Social – UAATAS (programa de asistencia técnica de la Federación) y los productores.

Este clúster palmero genera 26.000 empleos directos e indirectos, agrupa 764 palmeros en 20 municipios del Cesar”. (Fedepalma, 2013).

3.3. POLÍTICA GUBERNAMENTAL DEL MERCADO INTERNO

En el marco de las políticas a favor del desarrollo del sector agropecuario en Colombia está el programa “Colombia Siembra”.

Acerca del programa:

“Colombia Siembra, es la política agropecuaria del gobierno nacional que representa una apuesta por un nuevo renacer del campo colombiano. Esta iniciativa propiciará, entre el 2015 y el 2018, el desarrollo del sector agropecuario.

Se aumentará la oferta de productos agropecuarios para el país y fomentará las exportaciones agropecuarias con valor agregado, a través del aumento del área sembrada y productividad.

Esta iniciativa beneficiará a todos los actores del agro (Agricultura Familiar, Finqueros y Agroempresarios), brindándoles instrumentos financieros adecuados a las necesidades de sus actividades productivas. Colombia Siembra creará un ambiente favorable para impulsar las inversiones que se requieren en las nuevas áreas, paquetes tecnológicos, soluciones de agua, infraestructura, maquinaria, investigación y transferencia tecnológica”. (MinAgricultura, 2017)

Los objetivos de programa se describen a continuación:

- Aumentar la oferta agropecuaria para garantizar la seguridad alimentaria en el país.
- Incrementar el área y los rendimientos destinados a la producción y el fomento de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales.
- Impulsar el desarrollo de los negocios agropecuarios para mejorar los ingresos de los productores.
- Fortalecer el desarrollo tecnológico y los servicios en el sector agropecuario. (MinAgricultura, 2017)

Colombia Siembra le apuesta a 5 áreas del desarrollo rural:

- “Mapa de zonificación agrícola (Optimizar el uso del suelo según la aptitud productiva de cada zona del país).
- Programa de extensión rural y asistencia técnica.
- Programa de administración de riesgos agropecuarios.
- Mejorar el acceso al crédito.
- Escuelas de emprendimiento rural”. (MinAgricultura, 2017)

El departamento del Cesar ha adoptado este programa como la guía para la planificación del sector agropecuario. “Cesar Siembra”, es la política departamental que contiene los lineamientos, estrategias y acciones encaminadas al desarrollo del sector agropecuario de esa región del país.

En el proceso de fortalecimiento de Cesar Siembra, que se articula con el de Colombia siembra del Gobierno Nacional el departamento ha conseguido involucrar las diferentes instituciones del nivel central, dirigentes locales, gremios y asociaciones. Finagro presentó los instrumentos de financiación y los incentivos para impulsar el fomento del sector.

En cuanto al apoyo en los diferentes eslabones de las 10 cadenas productivas: café, cacao, palma de aceite, mango, caucho, silvopastoreo, pesca y piscicultura, aguacate, cítricos y apicultura, que el financiamiento está contemplado desde la producción hasta la transformación, para darle un valor agregado a los productos.

Para el desarrollo exportador del sector agropecuario, el gobierno nacional ha diseñado la “Política Nacional de Promoción de Exportaciones Agropecuarias”, la cual contiene una serie de instrumentos financieros y no financieros para tal fin.

En el informe “Política Nacional de Promoción de Exportaciones Agropecuarias”, realizado por la Misión para la Transformación del Campo, presentado en enero de 2015, (Misión para la Transformación del Campo Departamento Nacional de Planeación. DNP, 2015) Se describen los instrumentos desarrollados por el gobierno, su aplicación y alcance. En líneas generales estos instrumentos son:

- Instrumentos Financieros de Promoción de Exportaciones Agropecuarias de Colombia
 - Crédito Agropecuario Concesional de Exportación, CACE
 - Garantías Móviles, GM
 - Programa de Coberturas Cambiarias, PCC, y Programa de Cobertura de precios, PCP
 - Incentivo al Crédito Exportador, ICE
 - Derivados Financieros
 - Fondo de Inversión Exportador de Finagro, Finexpo
 - Apoyos para Comercialización y Transporte Doméstico

- Instrumentos de Apoyo de Exportaciones Agropecuarias no Financieros de Colombia
 - Proyecciones Agropecuarias Semestrales de Colombia, PAC
 - Inteligencia de Mercados Agropecuarios, IMA
 - Promoción de la Asociatividad Empresarial del Campo, PAEC
 - Desarrollo de Clústeres de Exportación, Clusterex
 - Centro de Excelencia Fitosanitaria de Colombia, CEF-COL

- Banco de Material Vegetal de Exportación, Benexpo
- Plan de Nacional de Semillas de Exportación, Semiexpo
- Premio Nacional de Exportadores Agropecuarios, Panexpo
- Ampliación de la Oferta Exportable Agropecuaria Regional. Apuesta Exportadora 2015-2035. (Mision para la Transformación del Campo Departamento Nacional de Planeación. DNP, 2015)

3.3.1. Identificar las oportunidades y condiciones de acceso al mercado mundial

- Tratados
 - Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia

El TLC-G3 incluyó una importante apertura de mercados para los bienes y servicios y estableció reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, contemplando un programa de desgravación para la mayoría del universo arancelario en un período de 10 años, quedando excluida la mayor parte del sector agropecuario. Actualmente, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel. (Ministerio de Industria y Turismo, 2017)

Las listas de productos desgravados en este tratado lo encuentran en el siguiente link: http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/6744/listas_de_desgravacion_y_reglas_de_origen

- Acuerdo de Libre Comercio Chile-Colombia

“Contando con el 98% de la liberación del comercio, en los 12 años siguientes se firmó el Acuerdo de Libre Comercio el 27 de noviembre de 2006, mediante el cual se profundizan sus disciplinas bajo el marco de la OMC. El ALC se incorporó a la legislación nacional con la Ley 1189 de 2008, fue aprobado por la Corte Constitucional el 27 de enero de 2009 y entro en vigencia el 8 de mayo de 2009”. (Ministerio de Industria y Turismo, 2017; Ministerio de Industria y Turismo, 2017)

El ACE24 fue el primer Acuerdo comercial de Colombia que incluye el universo arancelario en un programa de desgravación arancelaria basado en la complementariedad de sus economías y atendiendo sensibilidades, busca el establecimiento de un espacio económico ampliado entre los países, que permita la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos.

Los programas de desgravación arancelarias en este tratado lo encuentran en el siguiente link: (Ministerio de Industria y Turismo, 2017)

http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/5931/programas_de_desgravacion_arancelaria

- Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. (Ministerio de Industria y Turismo, 2017)

El 12 de octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprobó el Acuerdo, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. Así se dio inicio a la etapa de implementación normativa del Acuerdo en Colombia, el cual tuvo por objeto verificar que se lleven a cabo los ajustes tendientes a garantizar que el Acuerdo es compatible con nuestro ordenamiento jurídico.

Agotada esta etapa, se hace el canje de notas entre los dos gobiernos, lo que se realizó en la pasada VI Cumbre de las Américas en Cartagena de Indias, en el que se estableció la fecha de entrada en vigencia del TLC.

El proceso culmina con la publicación del Decreto 993 del 15 de mayo de 2012, mediante el cual se promulga el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", sus "Cartas Adjuntas" y sus "Entendimientos", la Proclama es un requisito necesario para la entrada en vigor del Tratado. (Ministerio de Industria y Turismo, 2017)

Todo lo relacionado con este tratado lo encuentran en el siguiente link: http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14853/acuerdo_de_promocion_comercial_entre_la_republica_de_colombia_y_estados_unidos_de_america

A continuación se presenta un detallado estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y la Corporación Colombia Internacional, acerca de las condiciones y requisitos fitosanitarios para frutas y verduras.” (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y CCI, 2012)

- Requisitos fitosanitarios para frutas y hortalizas para acceso al mercado de los Estados Unidos

“Al exportar productos agropecuarios a Estados Unidos, se deben cumplir una serie de normas fitosanitarias. Los productos vegetales que ingresan se dividen entre propagativos (Material genético que permite la propagación de la especie) y no propagativos (No permite la propagación de la especie). Para los productos propagativos se solicita el Permiso de Importación que es responsabilidad del importador en Estados Unidos quien deberá tenerlo vigente ante el USDA. Los productos no propagativos, entre éstos la mayoría de frutas y

hortalizas, aparecen en las listas de APHIS y requieren de un intermediario y, en algunos casos, de tratamientos especiales.

Antes de iniciar cualquier proceso de exportación a Estados Unidos es indispensable: revisar la lista de productos frescos admisibles desde Colombia; los puertos por los que se permite la entrada y los productos que no requieren permiso de importación.

Dependiendo del producto, este puede ingresar a los EEUU por diferentes puertos. Esto se debe a que algunas plagas no pueden sobrevivir al clima del norte mientras si podrían hacerlo en las partes del sur. Los principales puertos de acceso son:

ALL (Todos): Todos los puertos de entrada donde estén estacionados funcionarios de PPQ y su área de cubrimiento. (Esta definición incluye Guam, La Comunidad de Naciones de las Islas Marianas del Norte, Puerto Rico y las Islas Vírgenes Estado-Unidenses.)

NA (Atlántico Norte): Puertos del Atlántico Norte al norte de, e incluyendo a Norfolk, VA; Puertos de los Grandes Lagos, Canal de St. Lawrence; Puertos con la frontera del Canadá al este de, e incluyendo Dakota del Norte; Washington D.C. (Incluyendo Dulles) para despachos aéreos.

NP (Pacífico Norte) Puertos en el Pacífico al norte de California, incluyendo Alaska, puertos con la frontera con el Canadá, al oeste de, e incluyendo Montana, Excluyendo Hawaii.

SAG (Atlántico Sur y Golfo) Puertos del Atlántico, al sur de Norfolk, VA. Puertos de EEUU en el Golfo de México, Puerto Rico y las Islas Vírgenes de los EEUU.

Dependiendo del tipo de producto a exportar a Estados Unidos, el exportador debe entenderse con diferentes agencias gubernamentales. Para el caso de los productos agrícolas en fresco y procesados la relación es con las entidades denominadas FDA, USDA y APHIS.” (United States Department of Agriculture, 2017)

Tabla 28. Instituciones involucradas en el proceso

PRODUCTO	AGENCIA
Procesados	FDA
Frescos	USDA-APHIS
Plantas	USDA-APHIS

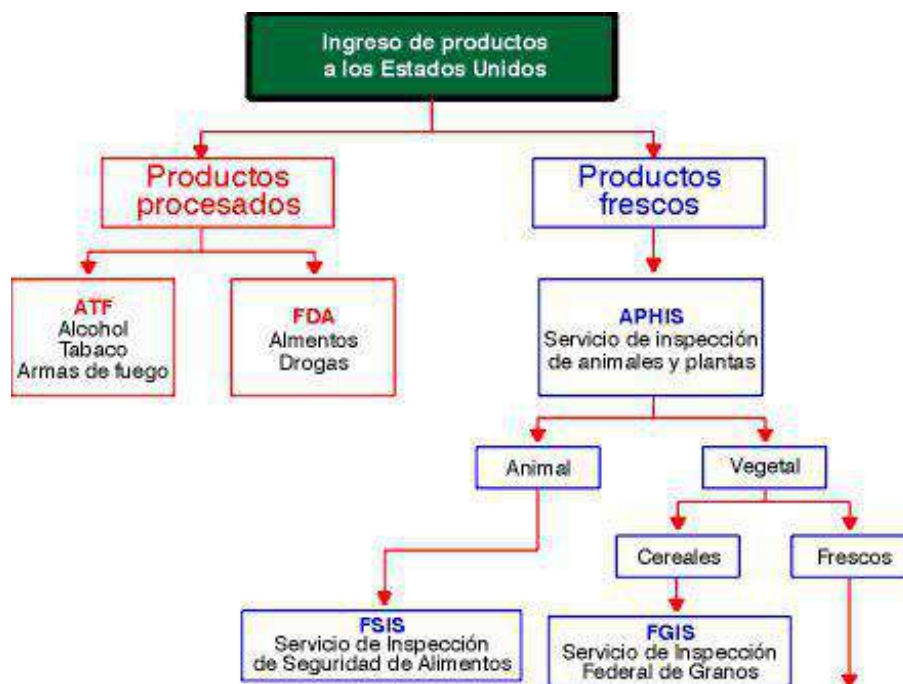
Fuente: APHIS (United States Department of Agriculture, 2017)

USDA: El Departamento de Agricultura de Estados Unidos, se encarga de frutas y vegetales frescos, temas fitosanitarios, normas y estándares, carne y pollo. Se encuentra conformado por APHIS, FSIS, FGIS, AMS y realizan la inspección a través de los funcionarios de PPQ en los puertos de ingreso de Estados Unidos.

APHIS: *Animal and Plant Health Inspection Service*, Servicio de Inspección de Animales y Plantas. APHIS trabaja con el Plant Protección and Quarantine – PPQ- cuyos funcionarios se encuentran en los puertos de ingreso de Estados Unidos. Los inspectores de PPQ examinan minuciosamente los productos presentados para la importación antes de su ingreso al mercado interno. Las restricciones de cuarentena para plantas difieren según sean plantas prohibidas o restrictivas. Las órdenes restrictivas permiten la entrada de productos bajo tratamientos específicos o requisitos de inspección. Las órdenes prohibitivas restringen la entrada de plantas vulnerables a ataques de plagas para las que no exista el respectivo tratamiento.

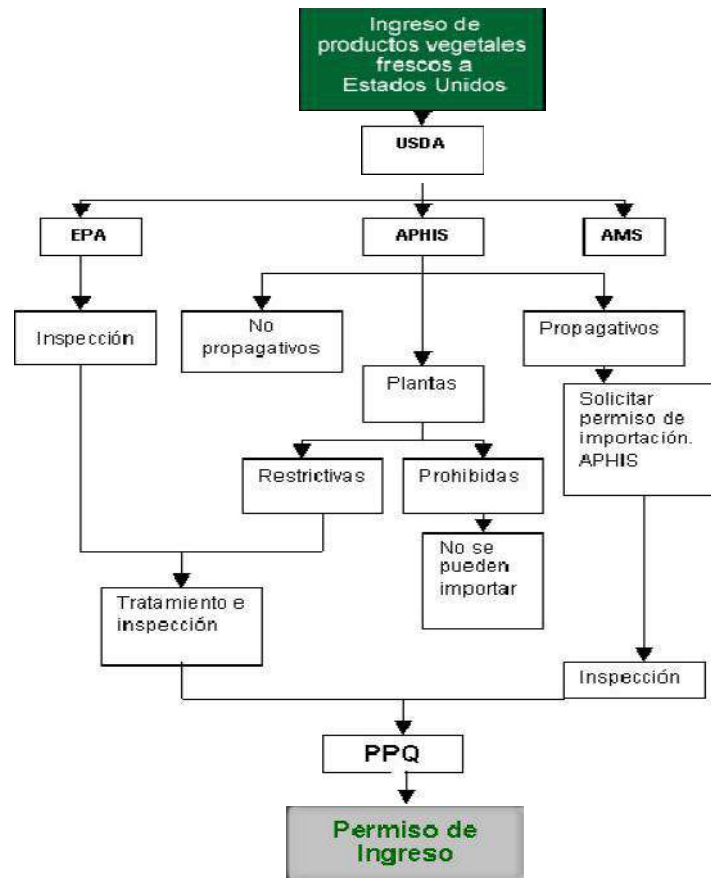
FDA: *Food and Drug Administration*. Su tarea es hacer cumplir la Ley Federal de Alimentos y Cosméticos, Ley de Salud Pública, Etiquetado de Alimentos, mariscos y pescados, y la inspección de residuos de pesticidas en productos procesados.

Figura 33. Ingreso de productos a los Estados Unidos.



Fuente: APHIS

Figura 34. Ingreso de productos frescos a los Estados Unidos



Fuente: (United States Department of Agriculture, 2017)

Con respecto a los pesticidas, la **Environmental Protection Agency (agencia de protección del medio ambiente de Estados Unidos) – EPA-** es la entidad encargada de establecer los límites y tolerancias de pesticidas y residuos químicos y, al igual que APHIS, realiza la inspección a través de los funcionarios de PPQ en los puertos de entrada.

Cuando el producto llega a puerto, es sometido a una inspección y de acuerdo con lo que se encuentre en referencia a plagas, Estados Unidos tiene estandarizados algunos tratamientos para que el producto pueda ingresar. Algunos de ellos son: T107-a Tratamiento de Frío, T107-b Tratamiento de Frío, T107-c Tratamiento de Frío, T101-f-3 Tratamiento con Bromuro de Metilo, T101-p-2 Tratamiento con bromuro de Metilo, T101-d-3 Tratamiento con Bromuro de Metilo, T105-b-4 Tratamiento de Irradiación.

- Requisitos Arancelarios para frutas y hortalizas para acceso al mercado de los Estados Unidos.

Las frutas y hortalizas procesadas colombianas tenían aranceles base hasta del 29%, o aranceles específicos que iban entre 0,1US\$ por Kilo; 6,9US\$ por Kilo, con el TLC firmado entre los gobiernos de Colombia y Estados Unidos en el 2012 la totalidad de las frutas y hortalizas procesadas ingresarán al mercado norteamericano con cero arancel. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y CCI, 2012)

La documentación requerida es:

- 1- Factura comercial o una factura pro-forma,
- 2- Conocimiento de Embarque o Guía Aérea
- 3- Certificado Sanitario o Fitosanitario (cuando proceda);
- 4- Certificado de Origen;
- 5- Formulario 7553 Manifiesto de Despacho (Entry Manifest), o el Formulario 3461 Solicitud y Permiso Especial para Despacho Inmediato (Application and Special Permit for Immediate Delivery) para entrada Inmediata de frutas y verduras o algún otro formulario de despacho de mercancías exigido por el director del distrito.
- 6- Prueba del derecho de ingreso de la mercancía en el país;
- 7- Lista de empaque,
- 8- La declaración de despacho de la mercancía tiene que ir acompañada de la prueba de que se ha pagado una fianza para cubrir posibles gravámenes, impuestos y sanciones.

En los diez días hábiles siguientes a la autorización de entrada de la mercancía, se deberá presentar un resumen de la documentación de despacho, acompañado de una estimación monetaria de los derechos de aduana.

En la aduana se debe tener ingresada la mercancía en el sistema de Interfase Automático con Agentes Aduaneros (ABI) y en el Sistema de Manifiestos Automatizado (AMS). Los documentos de despacho se presentan en los cinco días hábiles siguientes a la llegada del cargamento a cualquiera de los puertos de entrada de Estados Unidos en el lugar indicado por el director del distrito/área.

Ya en la aduana el proceso que se sigue es el siguiente: En primer lugar, el exportador al mandar la mercancía debe mandar una notificación previa a la FDA: 2 horas antes de la llegada por carretera, 4 horas antes por avión o ferrocarril y 8 horas antes por vía marítima. Luego la empresa transportadora notificará al importador o a su agente (customs broker) de la llegada de la mercancía.

A menos que se haya acordado “transporte bajo fianza”¹, el ingreso de la mercancía se hace en el puerto de llegada, donde los inspectores de la Aduana y a veces la FDA revisan los documentos y toman la decisión de realizar una inspección física o no. Esta inspección busca identificar que no haya contrabando, que el producto y la cantidad sean como se indica en los documentos y que el marcado de país de origen sea el correcto; así mismo en la inspección se comprueba si al producto se aplica alguna cuota.

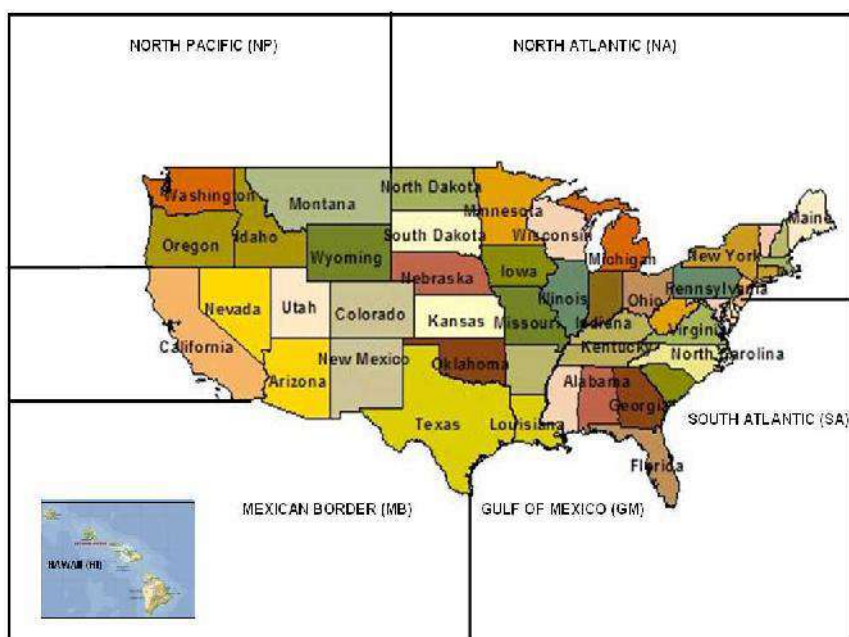
En caso que en la inspección se encuentre alguna posible infracción, documental o física, se podrá enviarla al USDA en el puerto (productos agrícolas frescos y carne y pescado procesados). En este lugar, se ve si el producto cumple con las normas de condición y de calidad y residuos de pesticidas. Se debe considerar que la FDA puede pedir en este lugar una muestra, que se envía fuera del puerto, en donde se revisa que se cumpla con las leyes relacionadas con productos bajos en ácido, de aditivos, ingredientes y empaquetado, de etiquetado, de residuos de pesticidas y de HACCP y Buenas Prácticas en Manufactura.

Es común que para productos procesados también se revise la etiqueta, la lista de ingredientes y el contenido nutricional. Para los productos bajos en acidez o acidificados, los documentos deben llevar el número de Food Canning Establishment (FCE) y de Submission Identifier (SID). Todos los costos de envío, inspección y regreso de la mercancía a la aduana, corre por cuenta del importador y cuando la FDA encuentra infracciones, se puede solicitar un permiso para reacondicionar el producto y reenviar una muestra a la FDA.

- Principales puertos de acceso al mercado de los Estados Unidos.

En el gráfico a continuación se encuentran representadas la designación Geográfica de los puertos de entrada para las Frutas, Hierbas y Vegetales, en procesado o en fresco.

Figura 35. Puertos de Ingreso en Estados Unidos



Fuente: CEF

- Mercado Europeo

- Requisitos de acceso

Para el ingreso de cualquier tipo de producto a la UE es necesario presentar los siguientes documentos:

Tabla 29. Requisitos de acceso - documentos

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Factura comercial	<p>La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando éstas se han puesto a disposición del importador.</p> <p>La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana. No se exige un formato específico. La factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.</p>

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Documentos de transporte	<p>Son proporcionados por la compañía de transporte que el exportador contrate. En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras del Estado miembro de la Unión Europea donde se realiza la importación: -Conocimiento de embarque (marítimo), -Conocimiento de embarque FIATA (es un documento creado por la Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios y Asimilados (FIATA) para el transporte multimodal o combinado y que es negociable.), - Conocimiento aéreo (AWB)</p>
Lista de carga (Packing List)	<p>La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte. Facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.). Es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante. No se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.</p>
Declaración del valor en aduana	<p>La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras (en la UE) cuando el valor de las mercancías importadas excede de €10,000. Debe completarse el impreso DV 1, cuyo modelo figura en el anexo 28 del Reglamento (CEE) nº 2454/93 (DO L-253 11/10/1993), que establece disposiciones de aplicación del Código Aduanero Comunitario, y debe presentarse junto con el Documento único Administrativo (DUA).</p> <p>La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios. El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o por pagar por las mercancías importadas).</p>
Seguro de transporte	<p>El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. El seguro de transporte es de suma importancia porque las mercancías están expuestas a riesgos comunes durante su manipulación, carga y transporte, pero también a riesgos menos frecuentes como disturbios, huelgas o actos de terrorismo. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.</p>

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Documento único administrativo (DUA)	<p>Todas las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992).</p> <p>La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del Estado miembro en el que se lleven a cabo las formalidades.</p>

Fuente: (Trade Export Help, 2017).

Los requisitos ingresar al mercado europeo están asociados con los siguientes aspectos y reglamentaciones:

- Control fitosanitario

La Directiva **2000/29/CE** establece medidas dirigidas a proteger los vegetales y los productos vegetales (frutos, hortalizas, flores, etc.) de los organismos nocivos para ellos, evitando la propagación de estos organismos en la UE. La Directiva prohíbe la presencia de organismos nocivos (bacterias, hongos, insectos, etc.) identificados en los vegetales o los productos vegetales y, para prevenir su propagación, prevé medidas de control y certificación del estado fitosanitario de los vegetales y los productos vegetales que circulan entre los Estados miembros de la UE o que proceden de terceros países.

- Control documental

Consiste en la verificación de los certificados y los documentos que acompañan el envío o el lote, especialmente el certificado fitosanitario, que emite conforme a uno de los modelos establecidos por la Comisión la autoridad competente del país de origen o de reexportación, designada conforme a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Debe certificar que los productos han sido sometidos a inspecciones adecuadas y que los resultados de las mismas son satisfactorios y cumplen las exigencias fitosanitarias para la importación.

- Control de identidad

Consiste en verificar que exista correspondencia entre el envío y los vegetales o productos vegetales declarados en el certificado.

- Control fitosanitario

Consiste en verificar, sobre la base de un examen completo o del examen de las muestras, incluidos, en su caso, los embalajes y los vehículos utilizados para el transporte, la ausencia de contaminación por organismos nocivos y la conformidad con eventuales normas particulares. En función de los resultados, las acciones llevadas a cabo en los PIF serán:

- **Satisfactorias:** en cuyo caso se sustituye el certificado fitosanitario por un pasaporte. A partir de ahí, los vegetales y productos vegetales se consideraran bajo las mismas condiciones que las descritas para el comercio intracomunitario en esa misma Directiva.
- **Insatisfactorias:** en cuyo caso se aplicará una o varias de las siguientes medidas: i) denegación de acceso al territorio de la UE; ii) reenvío a un destino exterior a la UE; iii) retirada de los productos contaminados del envío; iv) destrucción; v) imposición de cuarentena a la espera de pruebas suplementarias, y vi) tratamiento adecuado (esta última medida solo es posible excepcionalmente y en circunstancias muy concretas).

- Regulación de la evaluación, comercialización y uso de plaguicidas

La UE aplica un conjunto de medidas encaminadas a reducir los riesgos para el medioambiente y la salud humana vinculados a la utilización de los plaguicidas. Las medidas propuestas tienen por objeto la intensificación de la vigilancia y la investigación sobre los plaguicidas, la formación y la información de los usuarios, y medidas específicas de utilización de estas sustancias. La estrategia sobre la utilización persigue reducir al mínimo los peligros y los riesgos que presentan los plaguicidas para la salud y el medio ambiente. El Reglamento 396/2005/CE indica los límites máximos de residuos (LMR) permitidos para los productos fitosanitarios. Para conocer los límites máximos permitidos por sustancia ver en: http://ec.europa.eu/sanco_pesticides/public/index.cfm#

- Procedimiento de listado de establecimientos aprobados

Los establecimientos productores de alimentos de origen vegetal registrados por la autoridad competente no requieren estar incluidos en una lista europea de establecimientos aprobados. Solo se requiere que sean reconocidos y registrados por la autoridad competente del tercer país, que sean aceptados por los importadores de alimentos de la UE y que cumplan con las siguientes exigencias:

- a) Cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria.
- b) Cumplimiento del control microbiológico.

- Importación de alimentos de origen vegetal

Los requerimientos relevantes con respecto a la higiene de los alimentos están contemplados en los artículos 3 a 6 del Reglamento **852/2004/CE**

- Obligaciones generales de los operadores de empresas alimenticias de monitorear la inocuidad de los productos y procesos que están bajo su responsabilidad (art.3)
- Cumplimiento de las normas generales en materia de higiene a cumplir por los operadores, para la producción primaria (art. 4.1 y la parte A del anexo I)
- Cumplimiento de las normas generales de higiene a cumplir por los operadores, en las etapas posteriores a la producción primaria (art. 4.2 y anexo II)
- Requisitos de temperatura, cadena de frío y requisitos microbiológicos para ciertos productos (art. 4.3 y el Reglamento **2073/2005/CE** de la Comisión, del 15 de noviembre de 2005, relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios y correcciones sucesivas, así como el Reglamento **441/2007/CE**, que modifica el Reglamento 2073/2005/CE);
- Procedimientos basados en los principios del HACCP (art. 5)
- Registro de establecimientos (art. 6).

Información adicional sobre este tema, se puede consultar:

http://ec.europa.eu/food/index_es.htm

- Procedimientos de importación relacionados con la higiene de los alimentos

Cuando se importa alimentos de origen vegetal, el aseguramiento del cumplimiento de los requisitos de la legislación alimentaria o las condiciones de equivalencia acordadas con la CE recae en el importador. La comida de origen vegetal se somete a los controles oficiales de acuerdo con el plan de control y en función de los riesgos potenciales (art. 15, párrafo I del Reglamento 882/2004/CE. Ciertos alimentos de origen vegetal necesitan ser presentados en un punto designado para ser sometidos a los controles (véase anexo III del Reglamento **882/2004/CE**).

- Procedimientos de importación relacionados con la fitosanidad

Algunas plantas y productos vegetales (listados en la parte B del anexo V de la Directiva **2000/29/CE**) deben venir acompañadas de un certificado fitosanitario emitido por la autoridad competente de sanidad vegetal del país exportador. Antes de entrar en el territorio europeo, el certificado debe ser canjeado por un pasaporte para plantas (para las plantas importadas, productos vegetales u otros objetos que también están listados en la parte A del anexo V de la Directiva **2000/29/CE**). Esas plantas y productos vegetales están sujetas a la inspección sanitaria, control documental y de identidad en vista de asegurar el cumplimiento con los requerimientos generales y específicos de importación, antes de ser liberadas para su

circulación en la UE. Estos controles pueden realizarse en un PIF o, en el caso del control de identidad y sanidad, también en el lugar destino, cuando revista condiciones especiales. El importador de esos bienes debería estar registrado con la autoridad competente del Estado miembro. Las autoridades aeroportuaria y portuaria o los importadores u operadores darán aviso a las oficinas del punto de entrada y a las autoridades oficiales responsables en cuanto estén enterados de la llegada inminente de plantas o productos vegetales. Los Estados miembros podrán solicitar también este aviso al transporte terrestre, en particular cuando la llegada se espere fuera de las horas normales de trabajo de los cuerpos oficiales.

- Alimentos de origen vegetal sujetos a un nivel mayor de control

De acuerdo con el art. 15, párrafo 5 del Reglamento **882/2004/CE**, la Comisión puede establecer una lista de alimentos de origen vegetal (incluidos los alimentos compuestos) que, basado en el conocimiento o el riesgo emergente, deberían ser sujetos a un incremento en el nivel de control para su ingreso a la UE. Para ese tipo de alimento, se

- Selección de un punto particular de entrada (PIF);
- Que los operadores económicos deban dar un aviso previo de la llegada de los bienes de esta naturaleza. El Reglamento **1152/2009/CE** 88 establece condiciones específicas para la importación de determinados productos alimenticios de algunos terceros países debido al riesgo de contaminación de dichos productos por aflatoxinas y deroga la Decisión 2006/504/CE.

- Controles en frontera de entrada a la Unión Europea

La Directiva **2000/29/CE** del Consejo recoge disposiciones relativas a los controles fitosanitarios obligatorios a los que deben someterse determinados vegetales y productos vegetales procedentes de terceros países (enumerados en el anexo V, parte B de la directiva). Se trata de controles documentales (certificados y documentos que acompañan al envío), de identidad (verificación de que el envío se corresponde con los productos detallados en el certificado) y fitosanitarios (verificación que esté exento de organismos nocivos) cuya finalidad es garantizar el cumplimiento de los requisitos generales y específicos de las importaciones en la UE.

- Controles fitosanitarios con frecuencia reducida:

El Reglamento (CE) nº **1756/2004** especifica las condiciones detalladas correspondientes a las pruebas y los criterios exigidos para el tipo y nivel de reducción de los controles fitosanitarios de determinados vegetales y productos vegetales. En la actualidad se recomienda un régimen de controles fitosanitarios con frecuencia reducida para un total de 33 productos.

- Controles de identidad y fitosanitarios en los lugares de destino

La Directiva **2004/103/CE** establece que los controles de vegetales enumerados en la parte B del anexo V de la Directiva **2000/29/CE** del Consejo pueden llevarse a cabo en un lugar distinto

del punto de entrada en la Comunidad o en un lugar cercano. La Directiva 2004/103/CE determina las condiciones relacionadas con dichos controles.

- Tasas fitosanitarias

La tasa de inspección debe ser pagada por el importador o su agente de aduanas en conformidad con la Directiva **2000/29/CE**.

- Medidas aplicables en caso de incumplimiento

La Directiva **2000/29/CE** contempla la aplicación de medidas en caso de incumplimiento en la importación. Estas medidas están descritas en la directiva y pueden ir desde la denegación de entrada, destrucción, cuarentena, etc.

- Certificado fitosanitario o pasaporte fitosanitario

Con el fin de evitar la introducción de organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales y contra su propagación en el interior de la Comunidad, todo embarque de vegetales, productos vegetales u otros (véase el anexo V, parte B, de la Directiva **2000/29/CE**) debe ir acompañado de un certificado fitosanitario. El certificado sanitario debe haber sido confeccionado y firmado por la autoridad competente del país de origen (exportador), el cual podrá ser canjeado una vez ingresado en la Comunidad por un pasaporte fitosanitario para los productos del anexo V, parte A de la Directiva **2000/29/CE**. Los certificados fitosanitarios deben expedirse conforme a los modelos establecidos con arreglo a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria.

Más información se puede consultar en:

<http://www.mapa.es/agricultura/pags/sanidadVegetal/normativa/Reglamento-1756-2004.pdf>

- Entidades de control
- Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores

La Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores (DG SANCO) tiene por misión contribuir a mejorar la salud, la seguridad y la confianza de los ciudadanos europeos. La DG SANCO tiene como responsabilidad mantener la legislación sobre la salud y la protección de los consumidores al día.

- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), creada por el Reglamento 178/2002/CE, tiene como misión fundamental consiste en aportar una ayuda, así como proporcionar dictámenes científicos independientes y crear una red con vistas a una cooperación estrecha con los organismos similares de los Estados miembros. Así mismo,

evalúa los riesgos existentes en la cadena alimentaria e informa al público en general de los riesgos reales y emergentes.

- Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y de Sanidad Animal

El mandato del Comité Permanente de la Cadena Alimentaria cubre toda la cadena de producción alimentaria, desde las cuestiones relativas a la salud de los animales en la granja hasta el producto que llega a la mesa de los consumidores, lo cual refuerza significativamente su capacidad para identificar los riesgos sanitarios, con independencia del momento de la producción de los alimentos en que surjan.

- Oficina Alimentaria y Veterinaria

La Oficina Alimentaria y Veterinaria (OAV) vela por el respeto de la legislación veterinaria y fitosanitaria y de las normas de higiene de los productos alimenticios. Para ello, lleva a cabo auditorías, controles e inspecciones in situ. En concreto, las inspecciones y auditorías tienen por objeto examinar la utilización de sustancias químicas (medicamentos veterinarios, potenciadores del crecimiento, plaguicidas), los residuos de plaguicidas en las frutas y legumbres y los productos de la agricultura biológica, las epidemias (peste porcina, por ejemplo), etc.

- Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores

La Dirección General de la Salud y Protección de los Consumidores (DG SANCO) tiene por misión contribuir a mejorar la salud, la seguridad y la confianza de los ciudadanos europeos. La DG SANCO tiene como responsabilidad mantener la legislación sobre la salud y la protección de los consumidores al día.

- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), creada por el Reglamento 178/2002/CE, tiene como misión fundamental consiste en aportar una ayuda, así como proporcionar dictámenes científicos independientes y crear una red con vistas a una cooperación estrecha con los organismos similares de los Estados miembros. Así mismo, evalúa los riesgos existentes en la cadena alimentaria e informa al público en general de los riesgos reales y emergentes.

- Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y de Sanidad Animal

El mandato del Comité Permanente de la Cadena Alimentaria cubre toda la cadena de producción alimentaria, desde las cuestiones relativas a la salud de los animales en la granja hasta el producto que llega a la mesa de los consumidores, lo cual refuerza significativamente su capacidad para identificar los riesgos sanitarios, con independencia del momento de la producción de los alimentos en que surjan.

- Oficina Alimentaria y Veterinaria

La Oficina Alimentaria y Veterinaria (OAV) vela por el respeto de la legislación veterinaria y fitosanitaria y de las normas de higiene de los productos alimenticios. Para ello, lleva a cabo auditorías, controles e inspecciones in situ. En concreto, las inspecciones y auditorías tienen por objeto examinar la utilización de sustancias químicas (medicamentos veterinarios, potenciadores del crecimiento, plaguicidas), los residuos de plaguicidas en las frutas y legumbres y los productos de la agricultura biológica, las epidemias (peste porcina, por ejemplo), etc". (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y CCI, 2012)

- Principales Puertos de Acceso

Los principales puertos comerciales de acceso al mercado europeo son:

- Rotterdam Holanda.
- Amberes Bélgica
- Hamburgo Alemania
- Marsella Francia
- Algeciras España
- Immingham Reino Unido
- Génova Italia

Los principales aeropuertos comerciales de acceso a Europa son:

- Frankfurt Alemania
- Barcelona España
- Ámsterdam Holanda
- Bruselas Bélgica
- Paris Francia.

3.4. PERSPECTIVAS DEL MERCADO AGROPECUARIO

Plantear las perspectivas del mercado de las apuestas productivas del Cesar implica un reto desde el punto de vista técnico y comercial. No es fácil determinar el futuro del comportamiento de los mercados internacionales de los productos agropecuarios en un ambiente económico tan cambiante.

Sin embargo, y dado el alcance de este estudio, se recurrió a las principales fuentes de este tipo de información, como lo es la FAO y el Ministerio de Agricultura y Finagro, entidades con la reconocida capacidad técnica para elaborar dichos análisis.

A continuación presentamos un compilado de los resultados de estos análisis. Inicialmente se abordan las expectativas de los productos en el mercado nacional e internacional, desde el punto de vista del gobierno nacional y posteriormente el análisis de la FAO haciendo referencia a la tendencia a nivel mundial de la producción agropecuaria y el comercio internacional.

3.4.1. Palma de aceite

“La palma de aceite es un cultivo importante para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 generó 74 mil empleos directos y 112 mil indirectos. El área cosechada a nivel nacional alcanzó las 300 mil hectáreas, lo que permitió producir más de 4,5 millones de toneladas de fruto de palma, siendo el segundo cultivo permanente con mayor producción, y 926 mil toneladas de aceite crudo. Tuvo un rendimiento promedio de 15 toneladas por hectárea. La producción total fue valorada en \$1,7 billones.

La palma de aceite es uno de los nuevos pilares del comercio internacional en Colombia. En 2013 sus exportaciones rondaron alrededor de US\$ 181 millones.

Al ser el principal componente de biodiesel, se espera un crecimiento sostenido de la demanda internacional en los próximos años, razón por la cual el producto se ha destacado tanto en la apuesta exportadora como en el PTP, además se espera que sea de los productos que obtenga un mayor beneficio de los TLC con la Unión Europea y con Corea del Sur.

Si bien la palma es destinada principalmente para la generación de biodiesel, no es su única utilidad. A diferencia de otros insumos de biodiesel, la palma tiene la posibilidad de ser utilizado de diversas formas por múltiples industrias, dentro de las que se destacan la agroalimentaria, la química y la cosmética y de fabricación de detergentes, además de poder ser insumo para la fabricación de comida animal.

Pese al continuo crecimiento de la demanda por biodiesel, Colombia logra no sólo satisfacer la demanda interna por el combustible sino también para alimentación. Una razón para haber logrado lo anterior es el incremento de 100% del área cultivada en la última década. Además, aún cuenta con posibilidades de expansión sin impactar negativamente el medio ambiente.

Una de las principales necesidades de este sector es superar las problemáticas sanitarias, con lo cual pueden aumentar los rendimientos de la producción, lo que también haría necesario mejorar la infraestructura de post cosecha.

Además de desarrollar estrategias tendientes a aumentar los rendimientos, una de las principales necesidades es superar la problemática sanitaria, disminuyendo la incidencia y mitigando el impacto sanitario y económico mediante erradicación, renovación, prevención e investigación en zonas cruciales como Puerto Wilches, Cantagallo y Tumaco. También es requerido que la producción de aceite crudo de palma sea sostenible, haciendo usos de mecanismos como la cobertura de precios. Por último, es necesario incrementar y mejorar la infraestructura de almacenamiento de las plantas extractoras acorde con la expansión de la industria.

En temas de financiamiento, además de contar con ICR, Incentivo al Seguro Agropecuario e incentivo a la cobertura cambiaria, también tiene el apoyo al Plan Mitigación de la Pudrición de Cogollo (PC) y la exención del impuesto a la renta”. (FINAGRO, 2014)

3.4.2. Café

“El café es un producto fundamental para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 fue el cultivo que generó más empleos directos e indirectos, superando los 807 mil y 1,6 millones respectivamente. Fue el cultivo con mayor área cosechada a nivel nacional superó las 778 mil hectáreas, lo que permitió producir más de 500 mil de toneladas, con un rendimiento promedio de 0,6 toneladas por hectárea. La producción total fue la más valorada en 2012, con un valor de \$6,6 billones.

El café también es el principal productor agropecuario de exportación. Según cifras del DANE, el café representó aproximadamente el 10% de las exportaciones del sector en 2013, presentando un crecimiento del 22% frente al año anterior. Además, según la DIAN, se exportaron 548 mil toneladas en 2013, presentando un incremento del 37% frente al año anterior. Su relevancia en temas comerciales le ha valido para hacer parte de la apuesta exportadora del país y ser un producto que puede sacar provecho de los TLC con los principales demandantes de productos agrícolas (Estados Unidos, Unión Europea, Canadá y Corea del Sur).

Se observa una recuperación de la cosecha en 2014 con un retorno a niveles superiores a los 11 millones de sacos. Dentro de las ventajas para la producción de café en Colombia se encuentran la garantía de compra de la cosecha que se ejerce a través de más de 500 puntos de compra de cooperativas de caficultores y el incremento en las exportaciones con valor agregado, que en 2013 alcanzó el 27% de las mismas.

Para continuar con el crecimiento del sector y mantener el reconocimiento internacional del producto, los principales retos que afrontan se basan, entre otros, en mantener la tecnificación de la caficultura, promover la generación de valor agregado en finca y la tecnificación en los procesos de post cosecha.

De especial pertinencia para este sector resulta el ICR, el cual es ampliamente usado por los cafeteros para la renovación de cafetales y la puesta en marcha de beneficiaderos ecológicos". (FINAGRO, 2014)

3.4.3. Maíz

"El maíz es un cultivo importante para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 generó 131 mil empleos directos e indirectos. Fue el segundo cultivo transitorio con mayor área cosechada a nivel nacional, ya que alcanzó las 551 mil hectáreas, lo que permitió producir más de 1,8 millones de toneladas, teniendo la tercera mayor producción de los cultivos de su categoría, con un rendimiento promedio de 3,3 toneladas por hectárea. La producción total fue valorada en \$827 mil millones.

El maíz fue, dentro de todos los productos agrícolas seleccionados, el que presentó un mayor incremento en las exportaciones en 2013. Si bien su valor es relativamente bajo (11 millones de dólares), su crecimiento fue del 52%, mostrando la creciente demanda internacional por este producto. Este aumento en la demanda mundial se debe a que el maíz es una de las principales fuentes para la producción de etanol. Por esta razón, uno de los principales nichos de mercado es Estados Unidos, pese a que este país sea el mayor productor del mundo, su demanda continua incrementando.

De igual modo, el maíz es un producto básico en la seguridad alimentaria del país. Es un cereal con un buen contenido de proteínas y calorías, siendo una fuente de alimento con una alta demanda en África y en América del Sur. Sin embargo, según Abbassian (2006) únicamente el 15% de la producción es destinado al consumo. Esto se debe a que un 65% es destinado a la alimentación de animales, siendo un insumo básico para el sostenimiento de las cadenas pecuarias, especialmente para la ganadería.

Para poder explotar estas oportunidades de mercado, además de fortalecer las etapas de post cosecha, es necesario fomentar la producción en asocio con otros productos (café, palma y ensilaje para ganadería), al fin de sacar el mayor provecho de la tierra.

Además de la existencia del Plan País Maíz, que permite al sector contar con un marco, existe facilidad para conseguir semillas certificadas y los cultivos tecnificados presentan una alta productividad. Igualmente cuenta con ICR e Incentivo al Seguro Agropecuario, tiene línea especial de crédito, incentivo a la comercialización de maíz, incentivo al almacenamiento y cobertura en precios para maíz amarillo". (FINAGRO, 2014)

3.4.4. Cacao

El cacao es un cultivo importante para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 generó 74 mil empleos directos y 59 mil indirectos. El área cosechada a nivel nacional alcanzó las 103 mil hectáreas, lo que permitió producir 50 mil toneladas, con un rendimiento promedio de 0,5 toneladas por hectárea.

La producción total fue valorada en \$483 mil millones. El cacao es una de las nuevas apuestas exportadoras de Colombia. Debido a la calidad de este producto, y ser el insumo principal del chocolate, alimento consumido en todo el mundo pero principalmente en los países desarrollados, el cacao fue tenido en cuenta tanto por la apuesta exportadora como por el PTP, teniendo un mercado potencial fuerte en Corea del Sur. En 2013 sus exportaciones alcanzaron los US\$ 94 millones, aumentando un 25% frente al año anterior.

Debido al crecimiento esperado que se tiene en la demanda por este producto, se deben buscar zonas de expansión para el cultivo, destacándose las opciones que le brinda la altillanura, especialmente en Arauca, donde se presentan unos rendimientos considerablemente por encima del promedio nacional (1,2) en los municipios de mayor producción. Sin embargo, debido a que es un producto que se espera destinar primordialmente para exportación, es necesaria apoyar su comercialización para que efectivamente pueda llegar a mercados internacionales y no se limite al mercado nacional.

Dentro de los productos ofrecidos por el Gobierno Nacional, a través de FINAGRO, para el apoyo al sector se encuentran el Programa de Coberturas Cambiarias, las Líneas Especiales de Crédito, el ICR y el Incentivo al Seguro Agropecuario. (FINAGRO, 2014; FINAGRO, 2014)

3.4.5. Arroz

“El arroz es un producto fundamental para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 generó más de 71 mil empleos directos y fue el cultivo transitorio con mayor cantidad de empleos indirectos, superando los 270 mil. De igual forma, es el segundo cultivo transitorio con mayor área cosechada a nivel nacional, alcanzando las 511 mil hectáreas, lo que le permitió ser el cultivo transitorio con mayor producción, superando las 2,5 millones de toneladas, teniendo el tercer mayor rendimiento dentro de su categoría, con un promedio de 5 toneladas por hectárea. La producción total fue valorada en \$1,8 billones.

Si bien las posibilidades del arroz colombiano de competir en el mercado internacional no son amplias, este es un producto fundamental para la seguridad alimentaria del país y su producción debe orientarse básicamente al consumo local. Según Calpe (2006) el arroz provee en promedio el 20% de la energía de la dieta humana. En esta medida es el producto de consumo cotidiano que más calorías otorga al cuerpo.

El arroz también es útil para el sector de infraestructura. Bernal et al (2012) demuestran que la cascara del arroz, la cual normalmente es utilizada para la producción de abono o es considerada como un desecho, tiene una composición que permite mejorar la resistencia a la corrosión y la comprensión del cemento Portland tradicional.

Debido a la apertura del país a los mercados internacionales, en el mediano plazo el sector arrocero se verá enfrentado a la competencia internacional. Ante esta situación es fundamental incrementar las productividades en Colombia por medio de la adopción de tecnología y la utilización de maquinaria para la adecuación de los terrenos, la siembra del arroz y la recolección de la cosecha. Así mismo, es necesario mejorar la infraestructura de post cultivo, que resulta deficitaria en ciertas zonas del país para el adecuado almacenaje, secado y comercialización del producto.

Dentro de los productos ofrecidos por el Gobierno Nacional, a través de FINAGRO, para el apoyo al sector arrocero se encuentran el ICR para la compra de maquinaria en condiciones especiales para el sector arrocero, la línea especial de crédito (con menores tasas de interés) y el incentivo al seguro agropecuario". (FINAGRO, 2014)

3.4.6. Caña panelera

“La caña de panela es un producto fundamental para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 fue el segundo cultivo permanente que generó más empleos directos, al superar los 282 mil, y fue el tercero con más indirectos, superando los 564 mil. El área cosechada a nivel nacional superó las 201 mil hectáreas, lo que permitió producir cerca de 1,3 millones de toneladas, con un rendimiento promedio de 6,2 toneladas por hectárea. La producción total fue valorada en \$738 mil millones.

En lo que respecta a la panela, si bien todavía no se ha podido posicionar internacionalmente, cuenta con los mismos mercados potenciales que la azúcar. A nivel de consumo, la panela es un producto sustituto para la azúcar, pero con una mayor implicación social, ya que su producción es realizada mayoritariamente en pequeñas explotaciones campesinas mediante procesos artesanales con una alta intensidad de trabajo familiar y una muy baja tasa de introducción de tecnología (Rodríguez et al, 2004).

El crecimiento de la demanda por combustibles alternativos genera presiones expectativas de crecimiento tanto para la caña de azúcar como para la caña panelera. Ambos productos, especialmente la caña de azúcar, tienen la posibilidad de ser transformados en etanol, siendo esta la principal razón de su demanda.

En lo que respecta a la panela, antes de buscar los mercados internacionales, debe consolidarse a nivel local, generando una diferenciación de precios según la calidad del producto. En lo que respecta a mercado internacional, puede incursionar en países de la Unión Europea, especialmente en España, Francia y Alemania.

Sin embargo, para poder sacar un mayor beneficio al comercio, es necesaria la reconversión de trapiches que hayan disminuido su productividad por su edad y disminuir los altos costos de producción.

Dentro de los productos ofrecidos por el Gobierno Nacional, a través de FINAGRO, para el apoyo al sector se encuentran el Programa de Coberturas Cambiarias, las Líneas Especiales de Crédito, el ICR y el Incentivo al Seguro Agropecuario". (FINAGRO, 2014)

3.4.7. Frutales: Mango Keitt y Aguacate Hass

“Los frutales son un producto fundamental para el mercado laboral en el sector agropecuario. En el 2012 fueron el segundo cultivo permanente que generó más empleos directos, alcanzando los 201 mil empleos directos. Además dio más de 401 mil empleos indirectos. Fue el tercer cultivo permanente con mayor área cosechada a nivel nacional, al alcanzar las 248 mil hectáreas, lo que les permitió tener la tercera mayor producción dentro de su categoría con cerca de 3,4 millones de toneladas, con un rendimiento promedio de 13,6 toneladas por hectárea. La producción en 2012 fue la segunda mejor valorada, con un valor de \$3,8 billones.

Las condiciones geoclimáticas de Colombia lo perfilan como un país líder en la producción de frutas. Las nuevas tendencias en la alimentación mundial, sumada a la importancia nutricional y al efecto positivo sobre el control de enfermedades, hacen que las frutas sean un producto relevante para la sostenibilidad alimentaria del país y generan fuertes expectativas de crecimiento debido al aumento de la demanda mundial. La ubicación geográfica facilita cosechar en lo corrido del año, hecho que permitió la triplicación de las exportaciones (superando los US\$ 827 millones en 2013) en los últimos diez años y todavía hay lugar para realizar un incremento tecnológico.

Si bien hay países que presentan una demanda generalizada de los productos, como Corea del Sur, Colombia debe posesionarse en unos productos, con el fin de aumentar rendimiento y calidad y ser líderes del mercado mundial. Con esto en mente, el siguiente cuadro presenta los productos que el Gobierno ha destacado tanto en la apuesta exportadora como en el PTP, y las frutas que pueden sacar mayor provecho de los TLC con Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea". (FINAGRO, 2014).

Tabla 30. Frutas a priorizar según programa del gobierno y TLC

	TLC USA	TLC CANADÁ	TLC UE	APUESTA EXPORTADORA	PTP
Aguacate Hass	x		x	x	x
Feijoa				x	
Fresa		x			x
Granadilla	x		x	x	
Guanábana		x			
Gulupa	x		x		
Lima Tahití	x			x	
Lulo				x	
Mango	x	x		x	x
Maracuyá	x		x	x	
Mora				x	
Papaya	x	x			x
Piña		x		x	x
Pitahaya			x	x	
Tomate de Árbol	x		x	x	
Uchuva	x	x	x	x	

“Algunos de los cultivos se destacan por ser catalogados como exóticos en los mercados internacionales o por ser endémicos del país, sin embargo otros productos se destacan por su alto nivel de calidad, su competitividad y la creciente demanda en países desarrollados, siendo la lima Tahití, el mango Keitt y el aguacate Hass los más destacados.”

En materia general se debe promover la cadena de frío y la integración con la agroindustria. De igual modo se debe fomentar la especialización territorial y la transferencia tecnológica (en especial para productores con extensiones de cultivo pequeños). En lo que respecta a casos específicos, se considera que debe aumentar la producción de aguacate hass, cítricos y mango para la exportación.

Aguacate Hass: Colombia cuenta con condiciones edafoclimáticas favorables para la producción de aguacate has, producto que ha logrado en dos años cambiar la balanza comercial de deficitaria a superávit.

Además de las necesidades generales, en el caso de este aguacate se necesitan unas mejoras tecnológicas de los cultivos establecidos y la siembra de nuevas áreas bajo criterios de calidad y que tengan certificado de Buenas Prácticas Agrícolas - BPA.

Mango Keitt: el mango es un producto que cuenta con un crecimiento de la demanda nacional e internacional, que puede ser producido durante todo el año. Para aprovechar esto y dada la coyuntura de los TLC, se debe empezar a exportar mango fresco desde la región Caribe, zona donde debería incrementar el área cultivable en mil hectáreas.

En este orden de ideas, la FAO presenta el informe “**Perspectivas Agrícolas. OCDE-FAO 2016- 2025**”, donde hacen un exhaustivo análisis de la agricultura y la agroindustria mundial, y las tendencias de producción, consumo y comercio internacional.

“En los últimos decenios, el comercio mundial de productos agropecuarios se ha intensificado. En consecuencia, han aumentado las oportunidades para los exportadores de esos productos. El valor de las exportaciones de productos agropecuarios prácticamente se triplicó entre 2000 y 2012 (OMC, 2013), debido en gran medida a los aumentos de precios descritos. . En cuanto al volumen, las exportaciones se incrementaron alrededor de un 60% en ese período (OMC, 2013). Hay motivos para pensar que el volumen de las exportaciones agrícolas seguirá aumentando. La FAO, por ejemplo, prevé que el comercio de productos básicos agrícolas experimentará un considerable aumento hasta 2050 (FAO, 2009). El comercio de productos agropecuarios como porcentaje de la producción y el consumo internos de esos productos también ha aumentado en los últimos decenios. Entre 1950 y 2010, el volumen de ese comercio aumentó a un ritmo medio aproximado del 4%, superior a la tasa anual de crecimiento de la producción agrícola mundial de 2% (Cheong y Jansen, 2013; Cheong et al., 2013). Esto refleja la mayor integración del sector agrícola en los mercados mundiales.

Para muchos países en desarrollo, la exportación de productos agropecuarios es en la actualidad una fuente importante de ingresos. En los países latinoamericanos, salvo México, las exportaciones de productos agropecuarios representan el 30% de los ingresos totales en concepto de exportación de mercancías (Cheong et al., 2013).

El incremento de la demanda de productos de gran valor y precios altos en los mercados internacionales de alimentos brinda a los países en desarrollo la oportunidad de fomentar su crecimiento económico mediante el aumento de las exportaciones (Maertens y Swinnen, 2014)”. (FAO- Departamento económico y social, 2012)

Cítricos: especialmente para la variedad lima acida Tahití, Colombia cuenta con alta capacidad y calidad de producción, la cual es permanente. Para sacar provecho de esto es necesario lograr el posicionamiento del producto, siendo fundamental dar apoyo en la estructuración de un plan de negocios y construir Packing Houses.

En materia de financiamiento el sector cuenta con herramientas como ICR, línea especial de crédito para cultivos de ciclo corto y exención del impuesto de renta a frutales de tardío rendimiento”. (FINAGRO, 2014)

En los últimos años la FAO y la OCDC han venido analizando el comportamiento de la producción mundial de alimentos y el comercio internacional de los mismos, con el objetivo de reconocer los elementos estructurales y coyunturales que determinan el comportamiento de estos mercados. El equipo de profesionales está a cargo de preparar la investigación que a continuación citamos, como un insumo para el análisis y evaluación de la situación actual de los sectores productivos.

“Los precios de los principales cultivos, ganado y productos pesqueros disminuyeron en 2015, lo que indica que la era de los precios altos probablemente haya llegado a su fin para todos los subsectores. Los precios de la carne cayeron desde niveles máximos históricos en 2014, los precios de los productos lácteos continuaron con los descensos que dieron inicio en 2013 y 2014, mientras los precios de los cultivos disminuyeron aún más de sus niveles máximos de 2012. Los principales factores de estos precios más bajos fueron varios años de crecimiento robusto de la oferta, lo que debilita el crecimiento de la demanda debido a la desaceleración económica global, los precios más bajos del petróleo y una mayor acumulación de las existencias ya abundantes.

“A lo largo del periodo de 10 años de las Perspectivas, se espera que el crecimiento de la demanda de alimentos disminuya progresivamente. El crecimiento de la población mundial, el principal impulsor de los aumentos de la demanda, disminuye, mientras se prevé que el crecimiento del ingreso en las economías emergentes sea más débil. Al mismo tiempo, los consumidores, especialmente en las economías emergentes muy pobladas, muestran una propensión cada vez menor a gastar los incrementos de sus ingresos en el consumo de más alimentos básicos. La demanda de carne, pescado y productos lácteos crecerá relativamente con fuerza, provocando una demanda adicional de forrajes, en particular de cereales secundarios y harinas proteicas. Se prevé que la demanda de productos básicos agrícolas para la producción de biocombustibles se estanque debido a los precios más bajos de energéticos y las políticas de biocombustibles más conservadoras en varios países.

Se prevé que el aumento del consumo en los países en desarrollo reduzca la proporción global de personas subalimentadas de 11% a 8% en los próximos 10 años, y que el número total de personas subalimentadas disminuya de 788 millones a menos de 650 millones.

Se prevé que el incremento en la demanda de alimentos se satisfaga mediante aumentos en la productividad, con cambios moderados en la superficie de cultivo y en los hatos ganaderos. Se espera que las mejoras de rendimiento representen 80% del aumento de la producción de cultivos. Hay ciertas posibilidades de aumentar la superficie agrícola de forma sostenible, principalmente en partes de América Latina y África subsahariana. La mayor parte de la nueva superficie de cultivo en África se destinará a los cereales, mientras que la expansión del área de cultivo en América Latina se centrará en la soya. Se espera que el rendimiento crezca con mayor lentitud en los principales países productores debido a que cada vez es más difícil lograr avances en la frontera tecnológica.

Con la esperada disminución del crecimiento general del mercado, se prevé que el comercio agrícola se expanda más o menos a la mitad de la tasa de la década anterior. Sin embargo, en el caso de la mayoría de los productos básicos, una participación constante de la producción se sigue comercializando en los mercados mundiales. El hecho de que relativamente pocos países cuenten con abundantes recursos naturales significa que el comercio será cada vez más importante para la seguridad alimentaria mundial. Sin embargo, el comercio de productos alimenticios básicos se ve limitado por la búsqueda de políticas de autosuficiencia alimentaria en varios países y por un cambio estructural orientado hacia un mayor comercio de productos de valor agregado.” (OCDE - FAO, 2016)

“Para la mayoría de los productos básicos agrícolas, las exportaciones mundiales se concentran en unos pocos países proveedores clave. En cuanto a todos los productos cubiertos por las Perspectivas, los cinco principales exportadores representarán al menos 70% de las exportaciones totales, y solo dos o tres países dominarán el suministro de algunos productos básicos. Por el lado de las importaciones hay menos concentración, a pesar de que la República Popular China (en adelante, China) sea un mercado importante para algunos productos básicos, en particular para la soya, pero también para los productos lácteos y los cereales secundarios distintos del maíz. Se prevé que se intensifique la dependencia de las importaciones de alimentos de las regiones de escasos recursos, sobre todo en África del Norte y Medio Oriente.

Con cierta igualdad en el crecimiento de la oferta y la demanda, se prevé que los precios agrícolas reales se mantengan relativamente estables. Sin embargo, habrá algunos cambios relativos en los precios que reflejen los ajustes en la composición de la demanda así como las diferencias en las condiciones de la oferta, por ejemplo, la relativa facilidad de aumentar la producción en América Latina respecto de Asia. En general, se espera que los precios del ganado aumenten respecto de los precios de los cultivos y se prevé que los precios de los cereales secundarios y las semillas oleaginosas aumenten en relación con los precios de los alimentos básicos. Es probable que esas tendencias estructurales sean más evidentes en el contexto actual de precios más bajos de todos los grupos de productos básicos”.

- Proyecciones del grupo de cereales

A partir de los precios relativamente bajos durante el periodo base (2013-2015), es probable que las prevalecientes condiciones económicas de lento crecimiento, las grandes reservas, los precios bajos del petróleo y un dólar estadounidense fuerte ejerzan una presión a la baja sobre los precios en el corto plazo. Sin embargo, en el mediano plazo se prevé que los precios del trigo y los cereales secundarios (en términos nominales) tengan el impulso sobre todo de los costos, que aumentan en términos nominales, pero no lo suficiente para mantenerse al ritmo de la inflación, lo que supone ligeros descensos en términos reales. No obstante, incluso en

términos nominales, se prevé que los precios de todos los cereales sean en promedio menores que en la década pasada, aunque muy por encima de los niveles de la década anterior a esa.

Se prevé que la producción mundial de cereales aumente 12% hacia 2025 respecto el periodo base, impulsada principalmente por mejoras de rendimiento a pesar de la expansión limitada de la superficie. En comparación con el periodo base, se prevé que la producción de trigo en 2025 aumente 10% (71 Mt), con una producción de la India de 10 Mt más, la República Popular China (en adelante, China) 7.9 Mt, Argentina 5.6 Mt, Ucrania 5 Mt, la República Islámica de Irán 4.7 Mt, Turquía 4.2 Mt, Unión Europea 3.5 Mt, Federación de Rusia 3.1 Mt, Canadá 1.9 Mt y Estados Unidos de América 1.7 Mt. Se espera que la producción de arroz aumente 14% (69 Mt) y que la mayor parte del aumento (59 Mt) se concentre en los países asiáticos, encabezados por India (20 Mt), Indonesia (8.1 Mt), Vietnam (6 Mt), Bangladesh y China (4 Mt cada uno), así como Tailandia (2.8 Mt). Se proyecta que la producción de maíz aumente 13% (131 Mt), liderada por Estados Unidos de América (27 Mt), Brasil (21.5 Mt), China (21 Mt), Argentina (6 Mt), Unión Europea (5.6 Mt) e Indonesia (4 Mt). Se proyecta que la producción de otros cereales secundarios aumente 8%, o 25 Mt, con los mayores incrementos en Etiopía (5.5 Mt), Argentina (3.1 Mt) e India (2.9 Mt), seguidos de cerca por Nigeria (1.9 Mt).

Se prevé que el uso mundial de los cereales crezca 14%, o 340 Mt, para llegar a 2 818 Mt en 2025. Se espera que el consumo de trigo aumente 11% en comparación con el periodo base y que se siga utilizando en gran medida para consumo humano (69% del uso total durante todo el periodo de proyección). Se prevé un aumento del uso de trigo para forrajes, sobre todo en China, la Federación de Rusia y la Unión Europea, mientras que el uso de trigo para biocombustibles solo representará 1.2% del consumo mundial en 2025. Se prevé que el uso de maíz para forrajes aumente su participación general sobre el uso total de 56% en el periodo base a 60% en 2025. El aumento previsto en la utilización total de maíz (157 Mt) está impulsado en gran parte por el aumento del uso para forrajes (127 Mt), más que nada por la rápida expansión de los sectores ganaderos en los países en desarrollo. Se prevé que el maíz para el consumo humano crezca 21% (28 Mt), sobre todo en los países en desarrollo, en especial los de África, donde el maíz blanco es un alimento básico en varios países. También se espera que aumente el uso de otros cereales secundarios, 11% (31 Mt), impulsado en gran medida por la demanda de alimentos (16 Mt) y seguido de cerca por la demanda de forrajes (14 Mt).

La expansión del uso de los alimentos proviene principalmente de ASS (13 Mt), mientras que China representa la mayor parte de la expansión por forrajes. El consumo humano directo es aún el principal uso final del arroz, como un importante alimento básico en grandes partes de Asia, África, América Latina y el Caribe. Está previsto que el consumo total aumente a 563 Mt en 2025, sostenido principalmente por el crecimiento demográfico. Al considerar los cambios demográficos previstos, se espera que los países asiáticos representen más de 80% del incremento proyectado en el consumo mundial de arroz.

- Proyecciones para el grupo de semillas oleaginosas

La producción mundial de soya en la campaña comercial 2015 (véase en el Glosario una definición de campaña comercial) continuó en aumento, mientras que la producción de otras semillas oleaginosas (colza, semillas de girasol y maní) se redujo en relación con 2014. Los bajos precios del petróleo crudo y de cereales ejercieron presión adicional sobre los precios de las semillas oleaginosas.

La producción de aceite vegetal aumentó más lentamente que la producción de oleaginosas por dos razones. En primer lugar, los rendimientos de aceite de palma disminuyeron en el sudeste asiático como consecuencia del fenómeno El Niño y, en segundo lugar, por el lento crecimiento de la producción de aceites de semillas oleaginosas ocasionado por una mayor participación de la soya (que contiene menos aceite que otras semillas oleaginosas) en el mercado de las semillas oleaginosas. Sin embargo, el crecimiento de la demanda de aceites vegetales disminuyó hace poco por la contracción de la producción de biodiésel a partir de aceites vegetales en 2015 en varios países desarrollados y en desarrollo. Se espera que los precios del aceite vegetal se recuperen dentro del conjunto de semillas oleaginosas debido al actual estancamiento de la producción.

El crecimiento continuo de la demanda de harinas proteicas fue el principal motor de la expansión de la producción de semillas oleaginosas en los últimos años. Esto aumentó la proporción de las harinas proteicas en los rendimientos de trituración de las semillas oleaginosas y más aún de la soya, debido a su alto contenido en proteínas respecto de otras semillas oleaginosas. En comparación con los cereales secundarios y otros ingredientes de forrajes, los precios de la harina proteica disminuyeron en fechas recientes a niveles promedio históricos, lo que significa que los precios de la harina proteica serán de alrededor de 1.5 a 2 veces más que los del maíz.

En términos nominales, se proyecta que todos los precios de las semillas oleaginosas y sus productos aumenten durante el periodo de las perspectivas. Las relaciones de los precios dentro del sector se desplazarán ligeramente a favor del componente harina. Debido a la saturación de la demanda de alimentos per cápita en muchas economías emergentes y a la reducción del crecimiento de la producción de biodiésel a partir de aceites vegetales, los precios del aceite vegetal disminuirán, mientras que los precios de la harina proteica aumentarán un poco en términos reales durante el periodo de las perspectivas.

Durante el periodo de las perspectivas se espera que la producción mundial de soya continúe en expansión, pero a 2.4%, por debajo de la tasa de crecimiento anual de 4.2% experimentada durante la última década. La producción de otras semillas oleaginosas aumentará 1.2% anual durante la próxima década, muy por debajo de la tasa de crecimiento de 3.6% anual en la década anterior. En todo el mundo, la trituración de soya y otras semillas oleaginosas para la producción de harina (pastel) y aceite domina el uso total y aumenta un poco más rápido que

otros usos, sobre todo el consumo alimentario directo de soya, maní y semillas de girasol. En general, en 2025 se triturarán 91% de la producción mundial de soya y 84% de la producción mundial de otras semillas oleaginosas.

El aceite vegetal incluye aceite por trituración de semillas de soya y otras semillas oleaginosas (alrededor de 55% de la producción), palma (36%), y aceite de almendra de palma, coco y semilla de algodón. La producción mundial de aceite vegetal permanecerá concentrada en unos cuantos países en la próxima década. A pesar de una desaceleración de la expansión de la superficie, se mantendrá un crecimiento significativo de la producción en los principales países productores de aceite de palma: Indonesia (2.5% anual frente a 8.1% anual en la década anterior) y Malasia (2.1% anual frente a 2.4% anual). La otra fuente de crecimiento es el aceite de soya a partir del incremento de la producción y trituración. Se espera que el crecimiento de la demanda de aceite vegetal disminuya en la próxima década debido a: a) una reducción del crecimiento del uso alimentario per cápita en los países en desarrollo, de 1.5% anual respecto de 3.0% en la década anterior; y b) un ligero aumento en la producción de biodiesel a partir de aceites vegetales, de 1.5% anual, como resultado del cumplimiento progresivo de las normativas obligatorias de biodiesel.

Proyecciones para el grupo carne

"Una demanda más débil de carne de las economías emergentes y los países exportadores de petróleo, a lo largo de 2015, ejerció una presión a la baja en los precios de la carne. De acuerdo con el índice de precios de la carne de la FAO, los precios en 2015 cayeron a un nivel visto por última vez a principios de 2010. Esta caída contrasta con un largo periodo de aumentos continuos, aunque a veces volátiles, de los precios de la carne que iniciaron en 2002. Solo una vez durante este periodo prolongado, en las secuelas de la crisis financiera 2007-2008, los precios de la carne se redujeron en tal magnitud.

El comercio mundial en 2015 se estancó en términos de volumen. Las exportaciones de carne del continente americano, la región proveedora dominante, cayeron en 2015, lo que refleja el debilitamiento de la oferta hacia el resto del mundo. La disminución de las importaciones de la Federación de Rusia y una pérdida neta de comercio en América del Norte, estimada en cerca de un millón de toneladas, redujeron de manera sustancial los suministros destinados a otras partes del mundo.

Aspectos relevantes de la proyección

Las Perspectivas del mercado de la carne se mantienen favorables. Se espera que los precios de los cereales forrajeros permanezcan bajos durante el periodo de proyección, lo que estabilizará un sector que operaba en un entorno de costos de alimentación, particularmente elevados y volátiles en la mayor parte de la década pasada. Esto es en especial relevante para regiones como el continente americano, Australia y Europa, donde los cereales forrajeros son utilizados con mayor intensidad en la producción de carne.

Se prevé que la producción mundial de carne sea 16% mayor en 2025 que en el periodo base (2013-2015). Esto se compara con un aumento de casi 20% en la década anterior. Se espera que los países en desarrollo representen la gran mayoría del aumento total en virtud de un uso más intensivo de la harina proteica en las raciones de forrajes. La carne de ave es el principal impulsor del crecimiento de la producción total de carne en respuesta a la expansión de la demanda mundial de esta proteína animal, más económica que las carnes rojas. Los bajos costos de producción y los menores precios de los productos contribuyeron a que las aves de corral sean la carne preferida tanto para productores como para consumidores en los países en desarrollo. En el sector de la carne de bovino, varios años de liquidar rebaños de vacas en las principales regiones productoras provocaron una baja producción de carne de vacuno en 2015. Sin embargo, se espera que la producción crezca a partir de 2016, con la disminución en la matanza de ganado compensada por mayores pesos en canal. La producción de carne de cerdo también crecerá después de 2016, impulsada por China, donde se espera que el tamaño del rebaño se estabilice después de años de reducciones sustanciales (un descenso de 25 millones de cerdos entre 2012 y 2015). Otro factor que contribuye a la expansión de la producción de China en los próximos años es una mayor consolidación del sector de la carne de cerdo. También se espera un aumento de la producción en el sector de la carne de ovino, con un crecimiento mundial esperado de 2.1% anual, una tasa más alta que la última década, y encabezado por China, Pakistán, Sudán y Australia.

A nivel mundial, en 2025 se comercializará 10% de la producción de carne frente a 9% en 2015, con la mayor parte del incremento proveniente de la carne de ave. La demanda de importación será débil durante los primeros años del periodo de las perspectivas, debido sobre todo a la disminución de las importaciones, ocasionada por la prohibición de importaciones de la Federación de Rusia y a un crecimiento más lento en China, pero se fortalecerá en la segunda mitad del periodo de proyección por el crecimiento de las importaciones en todos los países en desarrollo. El crecimiento más significativo en la demanda de importaciones se origina en Vietnam, que absorbe una gran parte de las importaciones adicionales de todos los tipos de carne. África es otra región importadora de carne en rápido crecimiento, aunque a partir de una base más pequeña. Si bien todavía se espera que los países desarrollados representen poco más de la mitad de las exportaciones mundiales de carne para 2025, su participación es cada vez menor en relación con el periodo base. Por otra parte, se espera que la participación de Brasil en las exportaciones mundiales aumente a alrededor de 26%, para contribuir con casi la mitad del aumento esperado en las exportaciones mundiales de carne durante el periodo de proyección.

Se espera que los precios nominales de la carne empiecen en niveles similares a los registrados en 2010 y, en la mayoría de los casos, que sigan una tendencia al alza. En 2025, se proyecta que los precios de la carne de vacuno y de cerdo aumenten a alrededor de USD 4 497/t en equivalente de peso en canal (c.w.e.) y USD 1 580/t c.w.e., respectivamente, y que los precios mundiales de carne de ovino y de ave aumenten a alrededor de USD 3 857/t c.w.e. y

USD 1 571/t de peso del producto (p.w.), respectivamente. En términos reales, se espera que los precios de la carne muestren una tendencia a la baja a partir de sus recientes niveles altos.

Proyección para los grupos lácteos y derivados

Situación del mercado

Los precios internacionales de todos los productos lácteos continuaron en declive a partir de sus niveles máximos de 2013, en particular la leche descremada en polvo (LDP) y la leche entera en polvo (LEP). Un factor clave fue la disminución de la demanda de importaciones de China, cuya demanda de LEP se redujo 34% respecto de los niveles de 2014. Esta disminución en la demanda china de productos lácteos se complementó con el crecimiento continuo de la producción en los mercados clave de exportación, entre 2014 y 2015, con una producción total de leche en ascenso en Australia (4%), Unión Europea (2%), Nueva Zelanda (5%) y Estados Unidos de América (1%).

La prohibición de la Federación de Rusia sobre las importaciones aún limita el comercio de productos lácteos. Las importaciones rusas de queso cayeron 62% entre 2013 y 2015, lo que afectó sobre todo las exportaciones de la Unión Europea, Estados Unidos de América y Australia. Por el contrario, Bielorrusia incrementó en gran medida las exportaciones de queso a la Federación de Rusia para complementar la demanda local. Se asume que la prohibición continuará hasta principios de 2017 y también se espera un aumento considerable de las importaciones de queso a medida que el comercio se reanude, provenientes en su mayoría de la Unión Europea y Estados Unidos de América, aunque en niveles más bajos que antes de la prohibición.

La producción en Oceanía enfrenta desafíos: los bajos precios de los lácteos provocaron una reducción del rebaño lechero total, el cual cayó 2.7% en 2015. Además, la sequía y las condiciones climáticas adversas relacionadas con el intenso fenómeno de El Niño restringieron la producción de los sistemas basados en pastura de Oceanía en 2016; se espera que esto reduzca 6.8% la producción en Nueva Zelanda y detenga el crecimiento en Australia.

Los buenos márgenes obtenidos en el pasado, combinados con la eliminación de la cuota láctea de la UE a partir de abril de 2015, promovieron el crecimiento de la producción total de leche en la Unión Europea. Sin embargo, este crecimiento no fue uniforme en todos los Estados miembros. Por ejemplo, las entregas de leche de la campaña comercial 2014 a la 2015 (abril-marzo) aumentaron 18.5% en Irlanda, 3.7% en Alemania, 2.9% en Reino Unido, y 11.9% en los Países Bajos. Con el aumento de la producción de leche y el crecimiento limitado en el consumo interno, se espera que las exportaciones de la UE de los principales productos lácteos aumenten en conjunto 58.5% entre los años base 2013-2015 y 2025.” (OCDE - FAO, 2016)

4. CONSOLIDACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

Se consolidan las situaciones problemáticas y de éxito relacionadas con la oferta y demanda de los bienes agropecuarios que se producen en el territorio en estudio, mediante la construcción de una matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), estas fueron identificadas en la evaluación y caracterización del mercado agropecuario, con base en lo descrito en los capítulos 2 y 3 de la presente documento.

Igualmente se realiza el análisis DOFA para cada apuesta productiva, información que fue obtenida de fuentes primarias, expertos del sector, gremios y productores. Esta información se describe en el Anexo 5.

▪ **Matriz DOFA del mercado**

Se presenta un análisis DOFA del mercado, donde se indican los elementos comunes a cada producto.

• **Debilidades**

1. Falta distrito de riego que permita enfrentar la estacionalidad de las siembras y las épocas de sequía
2. Bajo nivel de asociación y atomización de las asociaciones, no les da capacidad de negociación
3. Atraso tecnológico. No les permite tener los rendimientos esperados y promedios del país
4. Escasa y en algunos casos ausencia de asistencia técnica.
5. Baja productividad y rendimientos inferiores a los nacionales
6. Bajo nivel de escolaridad de los productores (especialmente en los de economía campesina) lo que dificulta la apropiación de tecnología
7. Deficiencia de buenas prácticas de producción y poscosecha.
8. No hay una infraestructura agroindustrial (excepto palma de aceite) que permita la generación de valor para los productos agropecuarios.
9. Los agricultores tienen comprometida la producción con el intermediario que les financia el cultivo. No tienen poder de negociación.
10. No hay capacidad productiva que permita atender la demanda internacional de manera constante con productos homogéneos y cantidad suficiente.
11. No existe infraestructura tecnológica que permita un adecuado manejo poscosecha. (red de frío, almacenamiento y conservación)
12. No cuenta con un sistema de inteligencia de mercados

- **Amenazas**

1. Debilidad del sistema de información y precios del DANE (SISPA), o del gremio, que le permita tomar decisiones frente a la cosecha y la comercialización.
2. No hay bancos de maquinaria y equipos.
3. Incertidumbre relacionada con la propiedad de la tierra y el manejo de baldíos.
4. La combinación de una baja integración de las cadenas productivas agropecuarias y la elevada intermediación observada en nuestro país, comprimen los márgenes operacionales del sector agrícola y pecuario. (Misión para la Transformación del Campo - DNP- , 2015)
5. Incertidumbre frente a las consecuencias de la implementación de los TLC's.

- **Fortalezas**

1. Estructura gremial sólida y representativa (café, cacao, cereales, palma y ganadería)
2. Estos gremios generan información para la toma de decisiones.
3. La agricultura empresarial (café, cacao, cereales, palma y ganadería) presenta alto grado de desarrollo tecnológico.
4. Vocación campesina.
5. Los productos son de gran importancia para la seguridad alimentaria.
6. La producción se realiza en arreglos productivos que permiten la generación de ingresos durante el año.
7. Establecimientos de viveros con semillas adaptadas a la región.
8. Apoyo técnico por parte de las instituciones de investigación de los sectores: Corpoica, Cenicafe, Cenicaña, Fedecacao, CIAT.

- **Oportunidades**

1. Políticas públicas nacionales y departamentales que incentivan la producción: Colombia Siembra y Cesar Siembra.
2. Condiciones favorables para exportación de varios bienes agrícolas y agroindustriales establecidas en los TLCs con EEUU y Europa en temas arancelarios y de aumento de cuotas.
3. Condiciones favorables ambientales en todo el departamento.
4. Investigación en desarrollo de nuevas semillas y paquetes tecnológicos que permitan mayor productividad, mejor adaptabilidad y mayor resistencia a las enfermedades.
5. Interés por los productos de la región en los mercados internacionales.
6. Cercanía a los puertos marítimos y el buen estado del sistema vial nacional 4G, facilitarían el proceso de exportación.
7. Conformación de alianzas productivas.

8. Demanda nacional e internacional que se orienta a productos con mayor valor agregado como los procesados y productos novedosos como nuevas variedades de frutas.
9. Cambios en los hábitos de consumo de fruta en el país, alimentos saludables y orgánicos.
10. Apoyo del Banco Agrario, por medio de crédito de fomento a los sectores productivos.
11. Mejoramiento del orden público- proceso de paz.
12. Devaluación competitiva

4.1.1. Palma de aceite

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: PALMA DE ACEITE	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Baja productividad.	1. Caudales no actualizados (corporación) concesiona más de lo que produce el río y esto incrementa los costos de producción
2. Se ha sembrado palma en suelos no aptos	2. Cambio climático. Largas sequías
3. Problemática sanitaria, pudrición del cogollo y otros	3. Política arancelaria busca disminuir los aranceles del aceite de palma importado.
4. Altos costos de extracción de aceite.	4. Mala propaganda e imagen al cultivo de la palma
5. Bajo nivel de tecnificación de los pequeños cultivadores.	5. Las barreras de entrada al negocio. Alto costo de la tierra, grandes inversiones en infraestructura productiva, intensidad de capital.
6. Uso inadecuado de los recursos agua y suelo.	6. Deficiente prestación de los servicios públicos
7. La producción en pequeñas unidades productivas dificulta la adopción de tecnología y la eficiencia administrativa	7. Altos costos de la energía.
8. Los costos de producción son altos comparados con los productores internacionales	8. Colombia es tomador de los precios internacionales y por ello, los productores de aceite de palma se enfrentan a la alta volatilidad de los mismos
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES

1. El desarrollo de núcleos en la producción de palma de aceite..	1. Eficiente unidad de extensión de Fedepalma y Cenipalma. Comités agronómicos- apoyo en asistencia técnica
2. La organización de esquemas de producción, especialmente en palma de aceite, que podrían corregir las diferencias técnicas y obtener mejores resultados económicos y sociales para los productores.	2. Tener en cuenta a las comunidades indígenas para desarrollos hídricos para beneficiar los palmeros
3. Uso y apropiación de los sistemas de información en palma de aceite.	3. Mejoramiento del ambiente social en temas de seguridad ciudadana y desplazamiento de la población
4. Programa de Cenipalma en investigación y desarrollo.	4. Mecanismos asociativos para integrar, coordinar y hacer viable la producción y la eficiencia económica de los pequeños productores
5. Apoyo en capacitación por parte de los gremios	5. Sostenibilidad ambiental
6. Bueno nivel de integración (horizontal) en la cadena producción- procesamiento-transporte - comercialización	6. El sector está bien representado
7. Fortalecimiento de la logística de exportaciones	7. Eficiente sistema de información de precios y mercados
8. Mejoramiento de los sistemas y técnicas de producción	8. Amplia oferta exportable.
9. Incremento en la eficiencia global de los procesos	9. Producción de energía a partir de la biomasa de palma
10. Procesos para certificarse por la RSPO.	10. Programa de giras técnicas de Cenicaña
11. Aumento de la exportación de aceite refinado. Un 23% más en el 2016	11. Desarrollo tecnológico en riego, usos de la hoja.
12. Buenas prácticas de manejo	12. Investigación para desarrollo de Biogás a partir de la biomasa de la palma de aceite. Aumento de

	la producción de biodisel.
13. Generación de productos y subproductos con mayor demanda en los mercados nacionales e internacionales.	13. Gran variedad de subproductos a partir de la palma de aceite

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.2. Maíz

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: MAIZ TRADICIONAL	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Bajo rendimiento por hectárea. Está por debajo del promedio nacional	1. Desarticulación de la cadena productiva, el productor no llega a los centros de comercio
2. No hay centros de almacenamiento para certificar el bodegaje ni centros de acopio que permitan la autoregulación de los mercados	2. Alto precio de los insumos impacta negativamente en el costo de producción.
3. Escasez de riego tecnificado para el maíz tradicional	3. Devaluación de los países vecinos afecta las ventajas competitivas del precio del maíz nacional.
4. No hay plantas procesadoras de maíz que permitan el desarrollo del sector agroindustrial.	4. No hay banco de maquinaria
5. Baja utilización de semilla certificada	5. Los sistemas de información de precios se centran en el maíz tecnificado.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Se presentan cultivos de maíz tradicional en 24 municipios y en 9 siembran maíz tecnificado	1. El régimen de lluvias en el sur del Cesar el favorece el cultivo
2. 11.000 familias campesinas cultivan maíz como fuente de recursos y como producto fundamental en la seguridad alimentaria.	2. El maíz blanco tiene mejores perspectivas de mercado y mejores precios
3. En el sur del Cesar los productores tiene mayor tecnificación	3. Cercanía a Santa Marta, puerto de embarque de granos y cereales
4. Se presentan dos cosechas al año, lo que permite asegurar recursos económicos para las familias.	4. Mejoramiento del sistema vial nacional 4G
5. Demanda constata del sector industrial; harinas y alimento balanceado para consumo animal.	5. No se está destinando el maíz para silo
6. Sistema de información que registra el comportamiento de los precios de transacción en los principales mercados (maíz tecnificado)	6. La industria de alimentos balanceados para consumo animal, depende, en gran parte de maíz importado.
	7. Incremento de la demanda debido a cambios en los hábitos de consumo y el incremento del uso de maíz para forraje.
	8. Demanda de maíz blanco para harina precocida de Venezuela.
	9. Crédito de fomento por Banco Agrario

	10. Existe una infraestructura instalada que ha quedado de los cultivos del algodón pero no es usada por el maíz.
--	---

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.3. Ganadería – Carne

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: CARNE - GANADERIA VACUNA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. El ganadero va por la moda, cambia a menudo de raza y propósito del ganado	1. Monopolio de las plantas de sacrificio
2. Insuficiente formación técnica y empresarial de los ganaderos	2. Alto costo de la energía
3. No es rentable la cría	3. Escasez de asesores en temas técnico y veterinario
4. Baja especialización regional en actividades cría, levante, ceba, doble propósito-énfasis leche o carne.	4. No hay agua, (se plantea la necesidad de abrir pozos profundos)
5. Las plantas de sacrificio no suplen las necesidades, la capacidad instalada es insuficiente	5. Dificultad para acceder a los créditos a los pequeños ganaderos
6. No hay precio de la víscera del ganado en el Cesar, esa es una de las razones por las cuales se despacha el ganado en pie para Bogotá o la Dorada.	6. 5 meses de disminución de lluvias dic - abril
7. Condiciones de contratación de los trabajadores no cumple con las mínimas exigidas.	7. Reducción de los incentivos crediticios debido a una reducción del presupuesto de Min agricultura
8. Deterioro de la rentabilidad	8. Reducción del ICR 40 al 35
9. Escasa y desarticula oferta tecnológica	9. Pobre infraestructura A
10. Eslabón primario desarticulado: reducida o nula integración horizontal y vertical.	10. Competencia creciente con países líderes en ganadería (MERCOSUR, ESTADOS UNIDOS)
11. Baja cobertura de la red de frío	11. El 8% del crédito se va para el productor y resto para transformación
12. Localización de la infraestructura de procesamiento solo en Valledupar	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Hay cultivos para silo, suplemento alimenticio en épocas de escasez	1. Paquete tecnológico de silo que aporta Fenalce (maíz- sorgo)
2. Se está usando silo para suplir parte de los requerimientos alimentarios en épocas de sequía.	2. Centro de investigación para el mejoramiento genético

3. Arraigada cultura ganadera	3. Asociación para implementar economías de escala
4. Base genética competitiva	4. Reconvertir áreas de agricultura de ciclo corto para silo
5. Institucionalidad Ganadera	5. Cambios en los hábitos de consumo del colombiano en favor de carnes de mejor calidad y con procesos de maduración.
6. Institucionalidad de Cadenas, respaldo del MADR y la gobernación del Cesar.	6. Potencial de crecimiento del mercado interno.
7. Se produce carne de excelente calidad con reconocimiento a nivel nacional.	7. Capitalización de oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales
	8. Implementación de buenas prácticas ganaderas.
	9. Declaratoria de país libre de aftosa, permite que se abran nuevos mercados

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.4. Ganadería - Leche

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: LECHE - GANADERIA VACUNA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. El ganadero va por la moda, cambia a menudo de raza y propósito del ganado	1. Escasez de asesores en temas técnico y veterinario
2. Insuficiente formación técnica y empresarial de los ganaderos	2. Dificultad para acceder a los créditos a los pequeños ganaderos y altas tasas de interés
3. La producción es muy sensible a los cambios climáticos.	3. Alto costo de la energía
4. Condiciones de contratación de los trabajadores no cumple con las mínimas exigidas.	4. Deficiente prestación del servicio de energía ha limitado el uso de enfriadores para el almacenamiento y transporte de leche
5. Escasa y desarticula oferta tecnológica	5. No hay agua, (se plantea la necesidad de abrir pozos profundos). Alta inversión para proveer agua (riego o pozos)
6. Baja especialización regional en actividades cría, levante, ceba, doble propósito-énfasis leche o carne.	6. Pobre infraestructura en la cadena de frío
7. Eslabón primario desarticulado: reducida o nula integración horizontal y vertical.	7. Competencia creciente con países líderes en ganadería (MERCOSUR, ESTADOS UNIDOS)
8. Deterioro de la rentabilidad	8. Disminución en términos reales del precio litro de leche

9. Baja cobertura de la red de frío	9. Países europeos y Estados Unidos tienen fuertes barreras no arancelarias que no han facilitado el ingreso de los productos colombianos a sus mercados ya que estos deben alcanzar ciertos requisitos en términos sanitarios
10. Localización de la infraestructura de procesamiento solo en Valledupar	10. Fluctuación de los precios hace que se pierda competitividad frente a productos lácteos que ingresan del Caquetá y Cundinamarca
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Se está empezando a usar silo de maíz para suplir parte de los requerimientos alimentarios en épocas de sequía.	1. Centro de investigación para el mejoramiento genético
2. Arraigada cultura ganadera	2. Asociación para implementar economías de escala y adquisición de red de frío.
3. Base genética competitiva	3. Reconvertir áreas de agricultura de ciclo corto para silo
4. Institucionalidad Ganadera	4. Cambios en los hábitos de consumo del colombiano en favor de derivados lácteos de mejor calidad y variedad.
5. Institucionalidad de Cadenas, respaldo del MADR y la gobernación del Cesar.	5. Potencial de crecimiento del mercado interno.
6. Se produce leche de excelente calidad con reconocimiento a nivel nacional.	6. Capitalización de oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales
7. Departamento es el líder en el procesamiento de la leche y la elaboración de sus derivados	7. Implementación de buenas prácticas ganaderas y lecheras
8. La capacidad instalada para acopio y procesamiento de leche del Cesar es suficiente para atender la oferta	8. Ubicación estratégica para acceder a los puertos marítimos y fácil acceso por vía terrestre a Venezuela (actual comprador)
	9. Infraestructura agroindustrial disponible para absorber la oferta de leche cruda
	10. Buena imagen y posicionamiento, en el ámbito nacional, de los productos lácteos del Cesar
	11. Demanda constante de leche por parte de las multinacionales de PDA y Nestlé para elaborar Leche en polvo.

4.1.5. Carne Ovino - Caprino

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: OVINO-CAPRINO (CARNE)	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
D EBILIDADES	A MENAZAS
1. Falta asistencia técnica	1. Dificultad para acceder al crédito formal
2. Incipiente estructura organizativa del sector	2. Bajo precio del producto

3. No hay información del ato ovino caprino existente en el departamento	3. Los ganaderos del norte del departamento corren las cercas y toman las tierras comunales de los criadores de ovejas
4. Mucha informalidad tanto en la cría como en la información del número de cabezas	4. Escasez y mala calidad del agua
5. No esta tecnificada la producción. Pastoreo extensivo	5. No hay estadísticas que permitan planificar el sector.
6. No hay rentabilidad debido al número de animales por unidad productora (entre 10 y 20 animales)	6. Cambio climático, en el invierno mueren muchos animales
7. No hay retención de hembras como base del ato ovino	7. La carne que se comercializa en el norte del departamento está siendo decomisándola por la policía porque no pueden presentar la guía de movilización, debido a la falta de registro ante el ICA. Informalidad del sector
8. Problemas sanitarios	8. No hay campañas a nivel nacional que promuevan el consumo de carne de oveja o cabras
9. No hay emprendimiento que permita la producción de productos derivados tanto lácticos como cárnicos.	9. Introducción de razas que no son adaptables a medio
10. Debido al modelo tecnológico de pastoreo intensivo, no se han implementado modelos más productivos.	10. Dificultad en los trámites para concesión de agua por parte de Corpocesar
11. La producción es para subsistencia y autoconsumo	11. Vías de acceso que no permiten ni facilitan la comercialización
12. Aumento de las enfermedades debido a la resistencia a los parásitos, (cruces indiscriminados)	12. Abigeato
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Hay iniciativas para trabajar en genética	1. Convenio con 11 alcaldías del Cesar para banca de oportunidades. Microcréditos individuales.
2. Productores están incorporando tecnología, suplemento mineralizado, algunas siembras para alimento	2. Corpoica inicia programas de investigación tipificación de la cadena ovino caprino.
3. Razo criolla adaptada OPC	3. Coolesar tiene licencia para sacrificar ovinos y caprinos.
4. En el departamento existe la cultura de la cría de los ovinos.	4. Cultura de consumo de carne ovina y caprina.
5. Condiciones ambientales. Todo el depto. tiene potencial	5. Mercado local-regional-nacional - internacional para el cordero.
	6. Desarrollo de agronegocios para el beneficio.
	7. Presencia de comercializadoras de carne ovina, con destino a mercados internacionales.
	8. Nuevos mercados potenciales tanto para el consumo nacional como internacional.

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.6. Cafés especiales

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: CAFÉS ESPECIALES Y EXÓTICOS	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
D EBILIDADES	A MENAZAS
1. La región no cuenta con industria de trilla	1. Mal estado de las vías terciarias
2. Las fincas adolecen de medios para el secado del café	2. Proliferación de asociaciones
3. Obsolescencia de la maquinaria y en mal estado	3. Que se plagie la denominación de origen con cafés de otras regiones
4. Algunas fincas tienen cafetos muy viejos (más de 20 años)	4. Fuerte competencia internacional
5. No se cuenta con riego	5. Algunos predios se encuentran ubicados en zonas de reserva.
6. Deficiente manejo agroecológico	
7. No hay centrales de secado	
8. Precaria infraestructura física para atender la mano de obra durante la recolección	
9. No hay consistencia en la producción	
F ORTALEZAS	O PORTUNIDADES
1. Certificaciones Fair Trade y BCS	1. Proyecto de centros de acopio
2. Reconocimiento como Café de Origen	2. Denominación de origen
3. SICA. Sistema de información cafetera	3. Un mercado especializado en perfiles de tasa en aumento.
4. Aumento del área sembrada	4. Mercado de microlotes en aumento
5. Una gran base de pequeños y medianos caficultores en el Cesar, 11.500 familias.	5. Programas de asistencia técnica por parte de la Federación de Cafeteros
6. Capacidad de negociación, el 90% de los cafeteros están afiliados a la Federación.	6. Apoyo de la gobernación al sector de cafés especiales, conformación de la cadena de cafés.
7. Las asociaciones apoyan a los caficultores en temas de asistencia técnica y acopio del café.	7. Un estructurado canal de comercialización
8. La producción de cafés especiales se concentra en 4 municipios: Pueblo Bello, Valledupar, Codazzi y La Paz.	8. Aliado comercial de los caficultores, Coficosta,

9. Debido a las condiciones climáticas la merma del grano es mínima.

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.7. Cacao

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: CACAO	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. El cultivo de cacao enfrenta la dificultad de contar con una deficiencia de capital humano. La mayoría de los agricultores solo tienen nivel primario de educación. Es por eso que el campesino recibe la capacitación pero no aplica lo aprendido	1. Parte de la producción de cacao del Cesar se contabiliza como si se produjera en Santander, perdiendo la participación en la cuota cacaotera
2. Avanzada edad de los árboles. Esta condición hace que la productividad sea baja.	2. Vías secundarias y terciarias en mal estado.
3. No hay centros de acopio	3. No hay electrificación rural en muchos lugares
4. No se ha generalizado la elaboración de chocolate de mesa, como alternativa de agregar valor y generar procesos agroindustriales	4. No hay políticas de crédito que apoyen al cacaotero
	5. Los recursos no llegan a los beneficiarios, abonos enviados por el gobierno
	6. Industria procesadora del cacao se constituye como un oligopsonio altamente concentrado
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Escuelas cacaoteras. Estas se realizan en fincas demostrativas de Fedecacao en Santander	1. Según Fedecacao hay en el Cesar 40.000 has aptas para el cultivo.
2. Proyecto presentado por la Federación para renovación de 2000 has en el departamento del Cesar	2. Acceso al crédito con Banco Agrario con carta de Fedecacao.
3. Hay disponible un manual de buenas prácticas de la Federación	3. Existe un mercado asegurado nacional e internacional
4. El pequeño agricultor cultiva orgánicamente	4. Fedecacao está comercializando cacao para mercados internacionales
5. Fedecacao tiene proyectado establecer centros de acopio	5. China e India están empezando a consumir cacao
6. 30 asociaciones de productores en el Cesar	6. El precio pagado al productor sigue muy de cerca al precio internacional

7. Establecimiento de tres centros de beneficio (Pueblo Bello, Manaure y La Jagua de Ibirico)	7. La oferta nacional es insuficiente
8. Adopción de modelos de producción que mejoran la calidad y productividad	
9. Producto de economía campesina. Aporta el 75% de los ingresos de la familia campesina	
10. Seguridad ambiental, se cultiva conjuntamente con otras especies vegetales, principalmente café, plátano, frutales y maderables	

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.8. Caña panelera: panela

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: CAÑA PANELERA - PANELA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
D EBILIDADES	A MENAZAS
1. Existen falencias en la infraestructura tecnológica de la producción (pej. No hay planta de mieles)	1. La caña panelera no tiene ICR
2. Baja productividad y rendimientos por hectárea, debido entre otros factores, a que se están cosechando cañas con mucha edad. Sepas muy viejas.	2. Dificultad para acceder al crédito bancario
3. Pérdida del posicionamiento del mercado debido entre otras a la ausencia de marca de panela, se vende genérica	3. Mal estado de las vías de acceso
4. Se necesita repotenciar los trapiches. Están obsoletos.	4. No hay sistema de información que permita planificar el sector
5. Debilidad en la asociación para crear tejido productivo.	5. Muchos intermediarios
6. No hay cadena productiva de panela.	
F ORTALEZAS	O PORTUNIDADES
1. Se cultiva junto a los frutales (cítricos), alternativa de ingresos para el campesino	1. La zona productora puede ser susceptible de la creación de un cluster, debido a la presencia de 42 trapiches en el municipio de Gonzalez.

2. Nuevas variedades caña mas productivas y resistentes a las enfermedades	2. Aumento de las tierras cultivables debido a la extracción de tierras de la zona de reserva forestal en la serranía del Perijá
3. Se está iniciando un banco de semillas como alternativa para mejorar la producción.	3. Conformación y asignación de recursos para la Alianza productiva en el departamento, para la producción y comercialización de panela.
	4. Se busca la certificación del INVIMA para aumentar la comercialización de los productos.
	5. Aprovechar el buen estado de las vías nacionales 4G para la comercialización en los departamentos del Cesar y Santander.
	6. Cercanía entre los municipios de Gonzalez como mayor productor y Aguachica, como centro de comercialización, lo que permite optimizar los costos de transporte.
	7. El Banco Agrario tiene una línea de crédito para la caña.

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.9. Naranja

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: NARANJA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. No hay registro de plantas procesadoras de frutas, que permita el desarrollo del sector agroindustrial.	1. Colombia se ha vuelto importador de cítricos.
2. No se tienen buenas prácticas para el manejo de producto	2. Poco grado de integración entre la agroindustria y la producción
3. No hay adición de valor en los productos, se vende fresco sin valor agregado	3. Dificultad de acceso al crédito debido a la falta de cultura agroempresarial
4. Presencia de muchos agentes de intermediación	4. El precio ofrecido por las agroindustrias, generalmente es menor que el que ofrece los acopiadores rurales
5. Deficiente comercialización interna y externa	5. Excesivo incremento en el precio de los agroquímicos
6. Bajo nivel organizativo	6. Calidad de aguas de los pozos en Astrea presentan alto grado de salobridad

7. Bajos niveles de formación empresarial	7. Mal estado de las vías en épocas de lluvia dificulta la comercialización
8. Limitada capacidad de generación de volumen constante que permita comprometerse con una oferta en el largo plazo.	
9. Falta de gestión empresarial	
10. Escaso desarrollo empresarial	
11. No se producen variedades exportables	
12. No hay formación para el manejo de poscosecha (empaquete, embalaje, transporte, red de frío entre otras)	
13. Bajo grado de asociatividad	
15. No hay un sistema de información	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Cultivos tecnificados del proyecto PARES	1. Hábitos modernos de consumo, cítricos fáciles de pelar “easy peelers”
2. Capacitación de Asohofrucol y Sena	2. Cambios en los hábitos de consumo de fruta en el país, alimentos saludables y orgánicos
3. Avances en los temas asociativos	3. Demanda nacional e internacional que se orienta a productos con mayor valor agregado como los procesados y productos novedosos como nuevas variedades de frutas
4. Conformación de la cadena de cítricos	4. Rehabilitación del mini distrito de riego para 140 has en pueblo bello
	5. Los municipios que hacen parte del núcleo productivo priorizado por el Consejo Nacional Citrícola son: Astrea, Bosconia, Chimichagua, Chiriguana, Curumani, La Gloria, La Jagua De Ibirico, Manaure, Pailitas, Pueblo Bello, San Diego y Valledupar.

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.10. Yuca

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: YUCA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Falta semilla certificada	1. Falta de riego

2. Rápida degradación y pérdida de calidad del producto lo que dificulta su comercialización.	2. Se traen 40.000 ton de yuca de Sucre, Córdoba, Magdalena y Bolívar.
3. No se usan técnicas de conservación con el fin de preservar el producto y agregarle valor	3. Se conforma una estructura de acaparadores, que controlan el precio
4. Bajo rendimiento por hectárea	4. No existe agroindustria que procese la yuca
5. Falta de cultura exportadora	5. En el país no hay una política agraria para incentivar el cultivo de yuca
6. Escasas alianzas estratégicas con los eslabones de la cadena productiva	6. Agotamiento de los suelos afecta la productividad
7. Deficiencia en las buenas prácticas de producción y pos cosecha	7. El TLC desgrava otros cereales que proveen a la industria de alimento animal y son competencia para la harina de yuca
	8. Mal estado de red vial veredal
	9. Dificultad para acceder a créditos bancarios
	10. No hay un mercado formal ni centros de acopio.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. La yuca es un insumo importante en la industria de alimentos, aun los tradicionales de la Costa Atlántica	1. Mejoramiento del orden público Acuerdos para la paz
2. Se puede usar toda la planta de la yuca para el consumo, tanto humano como animal	2. Semillas producidas por los propios agricultores
3. La yuca se cultiva en asocio con cultivos de ciclo más corto para establecer flujo de recursos para la familia campesina	3. Fuerte trabajo de investigación de organismos nacionales e internacionales pej: CIAT, CLAYUCA, CORPOICA y FAO
	4. Mercado internacional para exportar (China, España, Holanda, Bélgica)
	5. Comercio mundial del almidón en crecimiento
	6. Mercado Norteamericano demanda yuca parafinada, en trozos congelados, croquetas y productos procesados y etanol.
	7. En el TLC con EEUU la yuca quedó en clasificación A (arancel 0 desde el primer año)
	8. Se está promoviendo el cultivo de la yuca variedad Amarilla por su mayor contenido de Betacarotenos como alimento fortificado
	9. La yuca es materia prima para Biotetanol.
	10. Mejoramiento del sistema vial nacional, vías 4G

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.11. Aguacate Hass

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: AGUACATE HASS	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. No hay acompañamiento técnico durante la producción aguacate	1. Falta de riego
2. Falta semilla certificada	2. Mal estado de red vial veredal
3. Bajo rendimiento por hectárea	3. Dificultad para acceder a créditos bancarios
4. Falta de cultura exportadora	4. No hay investigación en control fitosanitario para el aguacate, en especial para la variedad Hass
5. Escasas alianzas estratégicas con los eslabones de la cadena productiva	5. Problemas de comercialización- intermediarios - acaparadores.
6. Deficiencia en las buenas prácticas de producción y pos cosecha	6. No hay un mercado formal ni centros de acopio.
7. No hay suficiente oferta exportable de aguacate Hass	7. Fuerte competencia internacional. Chile y México presentan agresivas campañas de penetración en los mercados
	8. Aumento de los fertilizantes
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Condiciones climatológicas favorables	1. Mejoramiento del orden público Acuerdos de paz
2. Establecimiento de viveros	2. Mercado internacional para exportar (China, España, Holanda, Bélgica)
3. Bajos aranceles en los países importadores	3. Mejoramiento del sistema vial nacional, vías 4G
	4. Demanda creciente en el mercado de los Estados Unidos de América.

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.12. Cebolla bulbo – Ocañera

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: CEBOLLA BULBO- OCAÑERA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Falta semilla certificada	1. El subsector de la cebolla está poco estructurado

2. Pérdida de producto en la fase de poscosecha	2. Canales de comercialización poco estructurados
3. No hay desarrollo de la industria procesadora	3. Mal estado de red vial veredal
4. Falta de cultura exportadora	4. No hay un mercado formal ni centros de acopio.
5. Siembra focalizada en un municipio (Gonzalez)	5. Reducida capacidad financiera de los pequeños agricultores que agrava los problemas para acceder al crédito
6. Deficiencia en las buenas prácticas de producción y pos cosecha	
7. Dificultad para acceder a insumos básicos	
8. Escasa mecanización y utilización de herramientas y procesos adecuados	
9. Baja implementación de paquetes tecnológicos.	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. conocimiento de las características del cultivo	1. Mejoramiento del orden público Acuerdos para la paz
	2. Nueva semilla del bulbo, variedad ocañera (Hacaritama el nombre de la nueva variedad), obtenida por la Corporación Colombiana para la Investigación Agropecuaria
	3. Demanda nacional constante
	4. Cercanía a los centros de consumo (departamento de Santander)
	5. Mejoramiento de la red vial 4G

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.13. Apicultura - Miel de abejas

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: APICULTURA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. No hay canales de comercialización definidos.	1. Inseguridad. Robo de colmenas

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: APICULTURA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
2. La asistencia técnica deficiente. Los apicultores no están capacitados para el manejo técnico de la colmena	2. El uso de plaguicidas y la deforestación hacen que disminuya la población de abejas
3. Debilidad de los procesos organizativos	3. instalación de antenas de telecomunicaciones afectan la orientación de las abejas
4. no hay certificación del Invima	4. La competencia desleal- mieles adulteradas y silvestres
5. No hay talleres que fabriquen de equipos y colmenas, beneficios de la cera	5. Los fenómenos climáticos afectan el rendimiento de las abejas. Cuando hay lluvias hay que alimentar
6. No se tiene la capacidad tecnológica para generar otros productos de la colmena	6. La débil estructura gremial
7. no hay una estrategia de mercadeo para el producto	7. Hay desinformación del producto, mitos de la miel
8. informalidad económica (no hay vinculación laboral formal, registros en la Cámara de Comercio etc)	8. el consumidor desconoce el tema de la miel
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Desarrollo de la Marca Cesar	1. Apoyo técnico por medio de Corpoica- para la cadena apícola tiene previsto un proceso de formación técnica
2. Los diversos pisos térmicos permiten producir néctar y polen	2. Oportunidades de alianzas estratégicas con comercializadores "Apiagro" y "Abejas y Miel".
3. Conformación de la cadena de producción	3. Polinización del aguacate por medio de la abeja. Aumenta la producción de aguacate en un 70%
4. alianza público privada para apoyar la producción de miel de abejas y la capacitación de los productores	4. Intercambios de conocimientos, reuniones con otros productores
5. El plan de desarrollo departamental incluye al sector apícola	5. Ayuda técnica del gobierno departamental
6. Rentabilidad del negocio	6. El turismo atrae consumidores

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: APICULTURA	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
7. Se necesita poca cantidad de tierra para establecer el negocio	7. Buena calidad de las aguas
8. Fácil integración vertical	8. Es una actividad que preserva los recursos naturales
9. Generación de valor agregado con otros productos de la colmena	9. Programa de capacitaciones a los campesinos con el apoyo de la Secretaría de Agricultura del Departamento
	10. Hay definida una líneas de crédito del Banco Agrario
	11. Capacitación en buenas prácticas

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

4.1.14. Mango Keitt

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DOFA	
PRODUCTO: MANGO KEITT	
FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. No hay buenas prácticas de producción	1. Las expectativas de exportación puede afectar el precio interno, debido a un aumento de la producción.
3. Informalidad en los canales de comercialización	2. Concentración de las importaciones en ocho países (EE.UU. supone el 26% del comercio mundial).
4. Escasa o nula infraestructura para el manejo de pos cosecha que permitan el almacenamiento del mango y aseguren la calidad que el mercado.	3. Dificultad para conseguir licencia de aguas en Corpocesar
6. Bajo nivel de asociatividad	4. El cambio climático hace varíen los tiempos floración y cosecha.
8. Reducida capacidad financiera de los pequeños agricultores	5. Los costos de energía afectan la rentabilidad (ley 142)
9. Bajos niveles de desarrollo de la industria procesadora	6. Falta política pública para apoyar la producción, comercialización, manejo fitosanitario y exportación del mango
11. Es sector no cuenta con un sistema de información que genere información continua, confiable y oportuna	7. Vías secundarias y terciarias en mal estado.

12. No se puede cubrir con las exigencias de los mercados internacionales en cuanto a volumen oferta, estabilidad, calidad, precio competitivo, garantía legal.	8. Dificultad para cumplir con los requisitos fitosanitarios de los países importadores
13. No hay infraestructura de riego	9. Débil coordinación institucional
14. Los hábitos de consumo nacional determinan un bajo y poco exigente consumo.	
15. Baja utilización de semilla certificada	
16. Alta tasa de interés en los créditos para el pequeño productor	
17. Infraestructura de transporte (vías, puertos y logística) y frío deficiente que penalizan costos y calidad del producto.	
18. Presencia de la mosca de la fruta y otros problemas fitosanitarios	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Vivero certificado	1. Importante concentración del mercado en ocho países y concretamente en EE.UU. que absorbe más del 25% del total de la producción mundial.
2. Se promueve que los nuevos cultivos sean orgánicos	2. Interés de los mercados de Inglaterra, Australia, y Europa por mango fresco.
3. Conformación de la cadena del mango	3. Mercado con precios al alza. Los países importadores presentan esa tendencia en los últimos años.
4. Ya se han hecho desarrollos de registro de marca, es el caso de la marca "Magdalena Valley" para pulpa de mango.	4. Hábitos de consumo con un incremento de la demanda de productos nutritivos o enriquecidos, productos naturales y orgánicos, nuevas líneas de productos verdes, de comida rápida verde o nuevas formas de presentación y envasado.
5. En Aguachica hay una planta para producir pulpa de mango.	5. Acciones de política pública apoyando la producción y el desarrollo tecnológico hortifrutícola.
6. Condiciones ambientales y agrológicas muy favorables para el cultivo del mango que permite	6. Inclusión del mango en el Programa de Transformación Productiva
7. Disponibilidad de mano de obra	7. Posibilidad de adquirir bonos de oxígeno
	8. Los bancos Davivienda y Banco Agrario, ofrecen línea crédito para cultivo de mango
	9. Apoyo del gobierno departamental al incluir el mango como un producto promisorio y destinar recursos para el fortalecimiento del sector
	10. El mejoramiento del sistema vial mejora los tiempos de transporte a los mercados internos y puerto de Santa Marta
	11. Cercanía a los puertos marítimos

	12. Incremento de la demanda en los países emergentes (con capacidad de gasto), convirtiéndose en una nueva opción comercial.
	13. Posición geoestratégica favorable en relación a Perú, Ecuador y Chile (menos días de transporte hacia Europa y Costa Este EE.UU.).
	14. Incremento de la demanda en los países emergentes (con capacidad de gasto), convirtiéndose en una nueva opción comercial.
	Posición geoestratégica favorable en relación a Perú, Ecuador y Chile (menos días de transporte hacia Europa y Costa Este EE.UU.).

Fuente: Diseño propio: consulta con la mesa de productores y gremios. Valledupar 2017

5. REFERENCIAS

Mision para la Transformación del Campo Departamento Nacional de Planeación. DNP. (enero de 2015). <https://colaboracion.dnp.gov.co>. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Promoci%C3%B3n%20de%20Exportaciones%20Agropecuarias.pdf>

Andrade, G. (2015). *Guía para priorizar las alternativas productivas a partir del análisis de la oferta y demanda del mercado*. Bogota: Unidad de Planificacion Rural Agropecuaria - UPRA.

ASOHOFRUCOL. (2012). <http://www.asohofrucol.com.co>. Obtenido de

http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_217:

http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_217_Situaci%C3%B3n%20actual%20y%20perspectivas%20de%20la%20cadena%20Productiva%20del%20Mango%20en%20Colombia.pdf

Bages, F. (1998). Estrategia sectorial de competitividad para la cadena oleaginosas, aceite y grasas. *Palmas*, 19(3). Obtenido de

<https://publicaciones.fedepalma.org/index.php/palmas/article/download/629/629>

Banco Mundial. (2009). *Una Nueva Geografía Económica*. Mayol Ediciones.

BANCOLDEX - UT Crece Federación. (2015). *DOCUMENTO FINAL DE CONCLUSIÓN DE LA METODOLOGÍA, MEMORIAS TECNICAS Y MAPAS POR APTITUD DE USO PARA CULTIVOS COMERCIALES DE MANGO EN COLOMBIA, A ESCALA 1:100.000*. Bogotá. Obtenido de <https://www.ptp.com.co/documentos/MANGO%20ESTUDIO.pdf>

BANCOLDEX. (2013). *Plan de negocio aguacate*. Bogotá. Obtenido de

<https://www.ptp.com.co/documentos/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20AGUACATE%20131211.pdf>

BANCOLDEX. (2013). *Plan de negocio Mango*. Bogotá. Obtenido de

<https://www.ptp.com.co/documentos/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20MANGO%20diciembre.pdf>

BANCOLDEX. (2015). <https://www.ptp.com.co>. Obtenido de

<https://www.ptp.com.co/categoria/sectorpalma.aspx>

BANCOLDEX. (2016). <https://www.ptp.com.co>. Obtenido de

<https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?conID=802&catID=643>

Cesar, P. c. (13 de febrero de 2017). Reunión Cadena Productiva. (J. C. Salazar, Entrevistador) Valledupar.

Corporación Universitaria LaSallista. (2012). *Cítricos: cultivo, poscosecha e industrialización*. Medellín: Editorial Artes y Letras S.A.S. Obtenido de *Cítricos: cultivo, poscosecha e industrialización*: <http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/452/1/citricos.pdf>

DANE. (2014). *Metodología para calcular el Indicador de Importancia Económica Municipal*. Bogota: DANE.

DANE. (2015). *Informe de Coyuntura Económica*. Bogota: DANE.

DANE. (2016). *ENCUESTA DE SACRIFICIO DE GANADO ESAG*. Bogota: DANE.

Díaz, M. A. (2012). *La Yuca en el Caribe Colombiano: Del cultivo ancestral a agroindustrial*. Banco de la República . Cartagena: Banco de la República.

DNP Departamento Nacional de Planeación. (2011). *Visión Cesar Caribe 2032*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

DNP. (2011). *Vision Cesar Caribe 2032*. Bogota: DNP - Imprenta Nacional.

DNP. (2012). *Agenda Interna para la productividad y la competitividad*. Bogota: DNP.

DNP. (2015). *Informe Detallo de la Mision para la Transformacion del Campo*. Bogota: Departamento Nacional de Planeacion.

FAO. (2005). *Articulando los ejes del desarrollo*. Alianzas para el Desarrollo.

FAO- Departamento económico y social. (2012). <http://www.fao.org>. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/004/y3557s/y3557s06.htm>

Fedearroz. (03 de 2017). <http://www.fedearroz.com.co>. Obtenido de <http://www.fedearroz.com.co/new/costos.php>

Fedepalma. (2013). <http://web.fedepalma.org>. Obtenido de

<http://web.fedepalma.org/bigdata/zonaprivada/panoramadelaagroindustriadelapalmadeaceiteencolombiayenzonanorte.pdf>

Federación Nacional de Cafeteros. (2015). <https://www.federaciondecafeteros.org>. Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Comportamiento_de_la_Industria_2015.pdf

FEDESARROLLO. (2007). *Características de funcionamiento del mercado de cacao y sus derivados*. Bogotá: Fedesarrollo.

Fedesarrollo. (septiembre de 2012). <http://www.fedesarrollo.org.co>. Obtenido de http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2013/02/IF-Costos-gropecuarios_FINAL.pdf

FINAGRO. (s.f.).

FINAGRO. (2014). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

FINAGRO. (2014). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

FINAGRO. (2014). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

FONDO NACIONAL DEL ARROZ. (2012). *PLAN ESTRATÉGICO 2011 - 2020*. Bogotá.

Garofoli, G. (1995). Desarrollo económico, organización de la producción y territorio. En A. Barquero, & G. Garofoli, *Desarrollo económico local en Europa* (págs. 113-121). Madrid: Colegio de Economistas.

Guterman, L. (3 de junio de 2014). <http://web.fedepalma.org>. Obtenido de http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/CongresoPalmero_LiaGuterman.pdf

Lombana, J., Martinez, D., & Valverde, M. (2012). *Caracterizacion del sector ganadero de Caribe Colombiano*. Barranquilla: Universidad del Norte.

MinAgricultura. (2017). <http://colombiasiembra.minagricultura.gov.co/>. Obtenido de <http://colombiasiembra.minagricultura.gov.co/>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y CCI. (2012). <https://sioc.minagricultura.gov.co>. Obtenido de

[://sioc.minagricultura.gov.co/Hortalizas/Documentos/005%20-%20Documentos%20T%C3%A9cnicos/005%20-%20D.T%20-%20Proyecto%20CCI%20Competitividad%20Cebolla.docx](https://sioc.minagricultura.gov.co/Hortalizas/Documentos/005%20-%20Documentos%20T%C3%A9cnicos/005%20-%20D.T%20-%20Proyecto%20CCI%20Competitividad%20Cebolla.docx).

Ministerio de Industria y Turismo. (2017). <http://www.mincit.gov.co/>. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/5398/acuerdos_vigentes

Misión para la Transformación del Campo - DNP- . (2015). <https://colaboracion.dnp.gov.co>. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapecuarioforestal%20y%20pesca/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Promoci%C3%B3n%20de%20Exportaciones%20Agropecuarias.pdf>

OCDE - FAO. (2016). <http://www.fao.org>. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/888933406718>

OCDE - FAO. (2016). *www.fao.org*. Obtenido de

http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/web_ES_Outlook_flyer_2016_final_5July2016.pdf.

Ortegon, E. (2008). *Guía sobre diseño y Gestion de la politica publica*. Bogota: Organización del Convenio Andrés Bello, Instituto de Estudios Latinoamericanos.

Ramirez, J., & De Aguas, J. (2015). *Escalafón de la competitividad de los*. Bogota: Oficina de la Cepal en Colombia.

SuperIntendencia de Industria y Comercio SIC. (2012). *CADENA PRODUCTIVA DEL CACAO: DIAGNÓSTICO DE LIBRE COMPETENCIA*. Bogotá.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2013). <http://www.sic.gov.co>. Obtenido de http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Cacao.pdf

Trade Export Help. (2017). <http://exporthelp.europa.eu>. Obtenido de

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2frt_Requirements.html&docType=main&languageId=en

United States Department of Agriculture. (2017). <https://www.aphis.usda.gov>. Obtenido de <https://www.aphis.usda.gov/aphis/ourfocus/importexport>

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

1300 Pennsylvania Avenue, NW

Washington, DC 20523

Tel: (202) 712-0000

Fax: (202) 216-3524

www.usaid.gov

