

**Oportunidades comerciales para el aceite de palma y el arroz Colombiano desde
la región de la Orinoquia**

Hervin Andrés Cardona Ceballos

Natalia María Castañeda Hinestroza

Mario Alberto Santo Domingo Gámez

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2018

**Oportunidades comerciales para el aceite de palma y el arroz Colombiano desde
la región de la Orinoquia**

Hervin Andrés Cardona Ceballos

Natalia María Castañeda Hinestroza

Mario Alberto Santo Domingo Gámez

Director

Diana Marcela Díaz Ariza

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniiana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2018

Resumen

El siguiente proyecto analiza la producción agrícola en la región de la Orinoquia, con el objetivo de generar beneficios para el país y favoreciendo el crecimiento de la región, se realiza una investigación cualitativa-descriptiva sobre las oportunidades que tiene el sector agrícola de la región y se identifica el arroz y el aceite de palma como los productos que han registrado un mayor crecimiento en el tema de exportaciones de los últimos años. Se analiza cómo se comportan estos productos a nivel mundial para, de esta manera, lograr encontrar los mercados objetivos en los que se pueda expandir las fronteras comerciales teniendo en cuenta los factores de mayor incidencia como costos de producción, importaciones y las normas que establece cada país.

Palabras clave: sector agrícola, exportación, Orinoquía.

Abstract

The following research project analyzes the agricultural production in the Orinoquia region of Colombia. The objective is to generate benefits for the country and therefore, increasing its economic growth by conducting a qualitative and descriptive research. Focused mainly on agricultural benefits that derive from products such as rice and palm oil, which are registered with the largest increase in exports in recent years. Analyzing the behavior of these products will allow us to identify the most objective markets to export and trade in, keeping in mind factors such as cost of production, imports and normativity of each country.

Key Words: Agriculture Sector, Exports, Orinoquia

Tabla de contenido

Lista de tablas.....	7
Introducción	8
Planteamiento del problema.....	9
Pregunta problema.....	10
Objetivos	11
General	11
Específicos	11
Justificación	12
Estado del arte	13
Marco teórico	16
Marco de referencia.....	17
Análisis geográfico.....	17
Turismo.....	17
Hidrografía.....	18
Departamentos de la Orinoquia.....	18
Metodología	20
Diagnostico económico y de producción de la región de la Orinoquia.....	22
Análisis Económico	22
Análisis socioeconómico Región Orinoquia	26
Producción de arroz y el aceite de palma en la región de la Orinoquia.....	29
Plan Maestro de la Orinoquia:	29
Oportunidades de negocios a nivel internacional para los principales productos agrícolas de la región de la Orinoquia.....	31
Arroz	31
Aceite de Palma.....	41
Análisis de los mercados y acuerdos en los que se presentan oportunidades de negocio para los productos de la región de la Orinoquia.....	50
Variables a tener en cuenta para el posicionamiento del arroz en la Unión Europea.....	50
Perfil comercial de la UE.....	50
Perfil logístico de la UE	51
Requisitos de ingreso para el Arroz Colombiano al mercado de la UE	52

Perfil del consumidor de la UE	53
Sobre el acuerdo comercial vigente entre Colombia y la UE	54
Variables a tener en cuenta para el posicionamiento del aceite de palma en México.	56
Perfil Comercial de México.....	56
Perfil Logístico de México.....	58
Requisitos para el ingreso de mercancías a México.....	58
Perfil del Consumidor de México	59
Alianza del Pacifico Acuerdo comercial vigente.....	60
Conclusiones.....	63
Recomendaciones	64
Referencias.....	65

Lista de tablas

Tabla 1 Fuentes de información para el desarrollo de los objetivos	21
Tabla 2 Demografía de la región de la orinoquia	19
Tabla 3 Ocupación de la población en la región expresada en miles de habitantes	19
Tabla 4 Principales productos de la región.....	22
Tabla 5 Producto interno bruto per cápita departamental (Orinoquia).....	22
Tabla 6 Empresas inversionistas en esta región	24
Tabla 7 Economía de los departamentos:	27
Tabla 8 Mayores exportadores expresado en miles de toneladas.....	31
Tabla 9 Mayores importadores expresado en miles de toneladas	32
Tabla 10 Costos de producción de arroz por hectárea para los llanos orientales	33
Tabla 11 Ranking precios arroz en USD de mayor a menor costo.....	34
Tabla 12 Costo de producción de arroz, mayores importadores	37
Tabla 13 Factores de éxito para oportunidad comercial.....	38
Tabla 14 La Palma de Aceite en Colombia	41
Tabla 15 Mayores productores de aceite de palma a nivel Mundial	42
Tabla 16 Consumo Mundial de aceite de palma	43
Tabla 17 Costo de producción de aceite de palma	45
Tabla 18 Costo de producción de aceite de palma	46
Tabla 19 Participación por países competidores	47
Tabla 20 Costo de Producción plantación Aceite de palma en México	48
Tabla 21 Principales destinos de exportación 2016	57
Tabla 22 Principales destinos de importación 2016	57
Tabla 23 Datos de la Población.....	59
Tabla 24 Edad de la población (Esperanza de vida en años).....	60
Tabla 25 Gastos de consumo en los Hogares	60

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Colombia - región Orinoquia (Agronegocios 2018)	17
Ilustración 2 costos de producción región Orinoquia (Fedesarrollo,2017)	40

Introducción

La región de la Orinoquia, también conocida como los Llanos Orientales, es una región que basa su economía principalmente en la extracción de petróleo y la ganadería extensiva dejando de lado la producción agrícola.

Partiendo desde este punto analizaremos la producción agrícola de la región para encontrar las mejores oportunidades que podamos tener en este amplio sector con el fin de expandirnos más a las diferentes ofertas que ofrece el comercio mundial.

El trabajo está compuesto por tres capítulos. En el primero analizaremos la región, y lo correspondiente a los aspectos económicos, socioeconómicos y geográficos que comprende la Orinoquia. En el segundo capítulo enfocaremos este proyecto en el cultivo de arroz y la palma de aceite, siendo estos dos las mejores alternativas para competir en el mercado mundial, teniendo claro todo lo que abarcan estos dos productos. El capítulo tres, analizará los diferentes mercados que comprenden estos productos, concluyendo como mejores destinos de comercio la Unión Europea para la exportación de arroz y a México para la exportación de Aceite de Palma procesado, identificando las variables y requisitos necesarios para poder llevar a cabo nuestro proyecto.

Planteamiento del problema

The Economist, afirma que será necesario aumentar la producción de comida entre un 70% y un 100% para el 2050, esto refleja una oportunidad imperdible para el país, teniendo en cuenta que la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación en adelante FAO afirma que Colombia:

“Colombia ha sido priorizada para la 2 “Agricultura Familiar y Desarrollo Territorial Rural para América Latina y el Caribe”, la cual tiene como objetivo reducir la pobreza rural y mejorar la seguridad alimentaria y la nutrición a través del desarrollo territorial rural.” (FAO, 2015)

La región de la Orinoquia es una de las 6 regiones del país, también conocida como los llanos orientales, este nombre se debe a la ubicación de la cuenca del río Orinoco, sus territorios y ecosistema se caracterizan por ser una planicie, esto representa una gran oportunidad teniendo en cuenta las condiciones regionales, como lo ha hecho por ejemplo Argentina, una de las principales potencias agrícolas, en donde se ha encontrado que cuentan con cultivos mono producto (de un solo tipo) en una extensión de hasta 20 millones de hectáreas (Corral, 2011), mientras que en Colombia el mayor cultivo con este mismo tipo de característica es de 1.100.000 hectáreas de café; es por esto que la Orinoquia se convierte en la principal región con potencial agrícola debido a su gran extensión de tierra cultivable, que corresponde al 7.2% del total de tierra cultivable en Colombia, aunque el principal reto que se presenta es lograr una intervención efectiva por parte del estado.

Esto representa una gran oportunidad para Colombia partiendo de su potencial en suelos y ubicación geográfica, los cuales en la actualidad ubican a Colombia en una posición privilegiada siendo el cuarto país con más tierra cultivable y productiva en América latina (Minagricultura, 2016), representadas en casi 114 millones de hectáreas, las cuales pueden ser destinadas para una gran cantidad de oportunidades de la agroindustria; El departamento de la Orinoquia representa el 7,2% del área con posibilidad de utilización agrícola del país, además de esto, según destacó Juan Lucas Restrepo, director de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, en adelante Corpoica, se evidencian oportunidades en esta región para la producción de cultivos de soya, maíz, frutales, algodón, caña de azúcar y café (finagro, 2014).

La economía de esta región del país se basa principalmente en la agricultura y los hidrocarburos, esta región representa un tercio del territorio nacional, la falta de mano de obra e infraestructura son algunos de los principales factores por los cuales el sector agrícola en esta región no ha tenido

un desarrollo prominente y sostenido, por lo que se hace indispensable el planteamiento de políticas que permitan un desarrollo ordenado en los territorios de la región para aprovechar sus tierras.

Hace falta de igual manera, implementar mecanismos efectivos de producción que permitan alcanzar a suplir todas las demandas, y es aquí donde se genera la oportunidad para Colombia como país productor y exportador de productos agrícolas.

Según Carlos Buzio, presidente de CROPLIFE asociación que representa la industria de la ciencia:

“Colombia es un terreno por mostrar en el mercado internacional de productos agropecuarios. Es de los pocos países que aún tienen una importante frontera agrícola, tiene buenos suelos y todos los climas” (Buzio, 2011)

Pregunta problema

¿Qué productos del sector agrícola de la región de la Orinoquia tienen mayores oportunidades en el mercado internacional?

Objetivos

General

Identificar las oportunidades del sector agrícola colombiano en la región de la Orinoquia para posicionarse como una de las grandes despensas alimentarias a nivel mundial.

Específicos

- Realizar una descripción socioeconómica y demográfica de la región de la Orinoquia
- Identificar oportunidades de negocios a nivel internacional para los principales productos agrícolas de la región de la Orinoquia
- Profundizar sobre las características de los mercados en los que se presenten oportunidades de negocio para los productos de la región de la Orinoquia.

Justificación

El presente proyecto tiene como objetivo principal identificar las oportunidades agrícolas que posee la región de la Orinoquia para llegar a convertirse en uno de los principales proveedores a nivel mundial apoyados en los estudios del Ministerio de Agricultura, en adelante Min agricultura, en los cuales expone a la agroindustria como una oportunidad para el desarrollo de los campos colombianos. El presente trabajo se propone como una herramienta para aquellos que cuentan con poco conocimiento de los mercados en los que los productos agrícolas pueden ser ofertados, o cuáles son los mercados a los que pueden tener un fácil acceso debido a la alta demanda de los productos que se dan en dicha región. Es indispensable contar con información exponga de manera sencilla cuáles son esas oportunidades a las que puede acceder Colombia en el exterior, así como cuáles son los mercados a los cuales se pueden dirigir.

La región de la Orinoquia está compuesta por los departamentos de Arauca, Casanare, Meta y Vichada, en donde se encuentra la producción principalmente de arroz, palma de aceite, soya y maíz, productos de consumo masivo los cuales tienen gran oportunidad en el mercado internacional si se ajusta el proceso de producción de manera que sean competitivos los costos de producción.

Este estudio se realiza con la finalidad de servir como fuente de información para la consulta de nuevas posibles alianzas que le permitan a Colombia y la Orinoquia posicionarse a nivel global en el campo de la agricultura

Estado del arte

El sector agrícola colombiano promete ser uno de los principales polos de desarrollo en nuestro país, teniendo en cuenta las nuevas tendencias y necesidades de una creciente población mundial (Junguito, 2014), el aumento de la demanda alimentaria y las ventajas de los suelos Colombianos para para la producción de los diferentes productos del sector agropecuario, pero es necesario también lograr determinar cuáles son aquellos aspectos en los que se requiere un plan de mejoramiento para lograr alcanzar los resultados óptimos.

Colombia se encuentra ubicada geográficamente sobre la línea del trópico, lo que le permite obtener ventajas respecto a otros países, su ubicación sobre la línea del trópico le permite obtener luz solar la mayor cantidad de tiempo en el año, lo que favorece a los cultivos colombianos, adicionalmente los sistemas montañosos del país generan condiciones propicias para la producción en una gran variedad de alturas que permiten tener diversidad en los cultivos.

Teniendo en cuenta la premisa anteriormente mencionada, es fácil decir que Colombia cuenta con las posibilidades de convertirse es una de las principales potencias alimentarias del mundo, pero no solo es suficiente contar con las ventajas comparativas, sino que también se requieren intervenciones de fondo en el sector, intervenciones que afecten no solo a los factores internos, sino también los factores externos. El sector agropecuario en Colombia requiere de la intervención de entes gubernamentales que permitan a obtener un desarrollo favorable enmarcados en una vista al futuro en donde el progreso del sector estará determinado directamente en función de la oferta y la demanda (Jaramillo, 1995), una de las principales causas de retraso de sector en nuestro país es la falta de desarrollo del sector de infraestructura, que le permita a los pequeños productores movilizar y comercializar sus productos, esto impide que el progreso y expansión lleguen al sector se requiere también que el sector cuente con los bienes públicos básicos, dentro de los cuales podemos mencionar los sistemas de irrigación y drenaje, los centros de acopio y comercialización, el suministro de energía, telecomunicaciones y lo más importante la infraestructura, entre otros. (Lozano, 2016).

Pero lograr cumplir con los requerimientos del sector es más que una cuestión de infraestructura, es indispensable el apoyo del gobierno para alcanzar los objetivos, como lo menciona Perfeti (2013), son requeridas políticas que permitan la dinamización de la agricultura, Perfeti además se refiere a 4 focos para el desarrollo productivo:

- i) La agricultura y el desarrollo de los territorios rurales
- ii) Tierra para uso agropecuario

- iii) Capital básico para la agricultura colombiana
- iv) La vinculación de los pequeños productores al desarrollo de la agricultura.

Esto genera unas perspectivas del sector para el futuro, las cuales son positivas, (Finagro, 2014) afirma esta teoría basados en tres factores, el incremento en la demanda mundial de alimentos, la evolución reciente de sector agropecuario y el incremento del gasto del Gobierno Nacional dirigido al sector, pero el desarrollo del sector agrícola no se basa no solo en el aumento de los ingresos generados por estas actividades, el sector agrícola en Colombia también está relacionado con el Desarrollo del crecimiento verde, el cual determina las principales oportunidades para mejorar la eficiencia y la productividad de la economía (Fedesarrollo, 2017), el crecimiento verde para el sector agrícola permite determinar identifica y priorizar las mejores oportunidades de éxito.

Luego de la determinación de estas oportunidades, el desarrollo del sector requiere del fortalecimiento de su oferta exportable, este fortalecimiento debe hacerse, por medio de la identificación de empresas capaces de suplir rápidamente la demanda que se está generando (Fedesarrollo, 2017), para alcanzar el desarrollo del sector también se requiere una diversificación de las exportaciones, el apoyo de entes gubernamentales como Proexport, y la intervención a empresas en la se pueda identificar oportunidades de crecimiento.

El desarrollo del sector agrícola en Colombia también está determinado por varios factores dentro de los cuales uno de los más preocupantes en la problemática de la tierra, según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi:

“la agricultura solo aprovecha el 24 % de los 22 millones de hectáreas con vocación de uso agrícola, 4 millones vocación agroforestal y 15 millones vocación ganadera. Sin embargo, solo 5 millones de hectáreas se utilizan para agricultura y más de 34 millones de hectáreas se utilizan para ganadería.” (Minambiente, 2016)

Se estima que gran parte del territorio disponible para cultivar se encuentra subutilizado (Junguito, 2014), territorios en lo que se podría potencializar la producción, permitirían aumentar de manera exponencial la oferta exportable, pero en muchos de los casos la falta de industrialización y apoyo por parte del gobierno no han permitido obtener un desarrollo sostenido. ¿Pero que determina el éxito o no del sector agrícola en Colombia?

A parte de los factores a favor con los que cuenta Colombia que fueron mencionados anteriormente vale la pena mencionar que en sector agrícola no solo está definido por la cantidad

de ingresos que este genere, sino que también está medido por el bienestar de la población, y el progreso económico del sector en el que se esté desarrollando.

De este modo basados en la teoría, y soportados con metodologías de estudios cuantitativos y cualitativos, logramos observar que para Colombia se presentan oportunidades las cuales pueden ser aprovechadas. El auge del sector agrícola a nivel mundial puede representar el progreso para muchos países en vías de desarrollo como lo es Colombia (Rojas, 2011) también se refiere a otra de las ventajas para Colombia Luis Armando Galvis, en su documento de trabajo sobre economía regional, documento desarrollado para el Banco de la República:

“Las condiciones geográficas de un país o región inciden sobre su desempeño económico a través de la productividad agrícola” (Aponte, 2001)

Sin embargo es necesaria la implementación de procesos industrializados que permitan tecnificar el sector y maximizar la ventajas, para lograr materializar las ventajas competitivas con las que cuenta el entorno geográfico, el Concejo nacional de política económica y social en adelante (Conpes) ha determinado especial intención por impulsar el desarrollo en la región de la Orinoquia teniendo en cuenta que según Finagro, En esta región está cerca del 7,2% del área con vocación agrícola del país y existen grandes posibilidades para el desarrollo de cultivos de soya, maíz, frutales, algodón, caña de azúcar y café.

Permitirle al país enfocarse en una sola región permitirá potencializar el sector agrícola a partir de la especialización en la producción de algunos productos, el sector ha tenido una dinámica de crecimiento del 7.7% en el año 2017 según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, en adelante Dane, y se espera que esta cifra siga en aumento teniendo en cuenta la demanda actual por los productos derivados de este sector de la economía.

El sector agrícola promete ser uno de los principales sectores de crecimiento y desarrollo para el país, así como lo son el sector de la construcción, el turismo y los servicios sociales entre otros. Se hace necesaria la identificación de oportunidades del sector agrícola colombiano para posicionarse como una de las grandes despensas alimentarias a nivel mundial dentro del marco de su ventaja geográfica en la región de la Orinoquia.

Marco teórico

Teniendo en cuenta el eje central de la presente investigación el cual está enfocado en identificar las oportunidades del sector agrícola de la región de la Orinoquia a nivel internacional se hace necesario identificar parámetros que permitan generar bases sólidas conceptuales sobre los cuales se pueda soportar dicha investigación, es por esto que se tomará como referente la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo.

La ventaja comparativa determina la capacidad con la que cuenta un país frente a la producción de algún bien y que, aunque este país no cuente con la ventaja absoluta, los costos de producción para este son relativamente más bajos, David Ricardo en su postulado sobre la ventaja comparativa también agrega que el país deberá especializarse en aquellos bienes para los cuales su ventaja es comparativamente mayor o su desventaja comparativamente menor.

El desarrollo de esta teoría, propone una salida de éxito para aquellos países los cuales no cuentan con especialización respecto a los demás países que cuentan con una ventaja absoluta, es decir, aquellos países cuya cualificación productiva es superior respecto a otros países que produzcan el mismo bien, esto le permitirá a las economías emergentes tener una ventaja sobre los bienes sobre los cuales tengan una ventaja no absoluta pero si relativa (Stiglitz, 2004).

Dentro del desarrollo de la teoría de la ventaja comparativa se deben contemplar los costes relativos mas no los absolutos, es decir que a pesar de que otro país sea más productivo y utilice menos recursos para la producción de algún bien, los costos relativos representan la oportunidad para un determinado país, en otras palabras, éste debe especializarse en aquel o aquellos bienes los cuales representen un menos coste de oportunidad.

El departamento de la Orinoquia cuenta con tres productos los cuales encabezan las listas como sus productos principales: la ganadería, el arroz y el aceite de palma, y aunque en su mayoría los territorios Colombianos se encuentran subutilizados, la Orinoquia no es la excepción, se contempla la posibilidad de lograr el aumento del área cultivable siendo indispensable un cambio técnico y mejoramiento del capital humano (Benavides, 2015), y en síntesis la intervención del estado para fomentar el trabajo y el uso de las tierras de manera que los costos relativos de producción puedan disminuir.

Marco de referencia

Análisis geográfico

La región de Orinoquía se encuentra ubicada por 1,4 millones de personas la cual representa el 3% del total de la población colombiana, la región se encuentra fragmentada por cuatro departamentos: Vichada, Meta, Casanare y Arauca. Limita al oriente y al norte con la Republica de Venezuela, al occidente con la cordillera occidental y al sur con la región amazónica. (DANE, 2017)

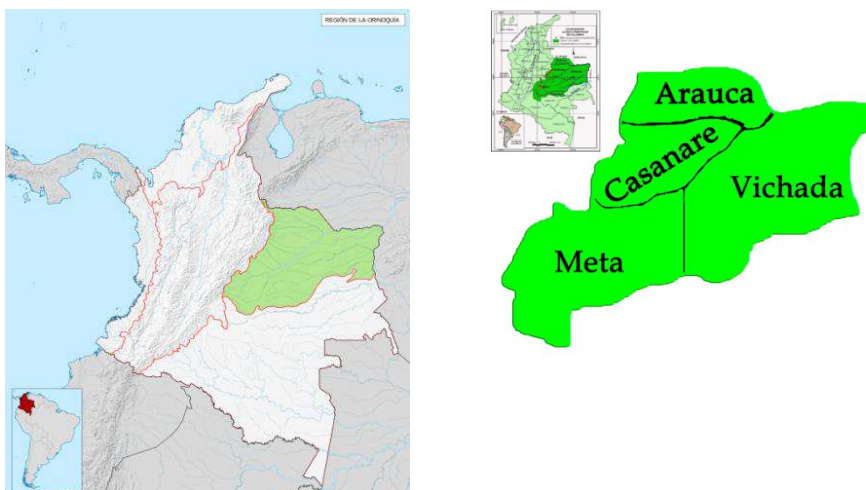


Ilustración 1 Colombia - región Orinoquia (Agronegocios 2018)

Esta región tiene gran extensión territorial, la cual corresponde 15,1 millones de hectáreas. Esta zona representa el 37,6% del territorio nacional, su capacidad poblacional alberga al 4,5% esto significa que tiene gran potencial de aprovechamiento en distintas áreas para la economía como: comercio, forestal, ganadero y agrícola. En la actualidad solo están sembradas 700.000 hectáreas. En esta zona del país se concentra gran parte de la producción de cultivos tales como plátano, cacao, arroz, palma de aceite y el maíz (Dane, 2017).

Clima: La Orinoquia se encuentra a unos 500 metros de altitud, tiene una temporada de lluvias entre los meses de abril y noviembre, por ende, las temporadas secas corresponden a los meses de diciembre a marzo. Temperatura promedio 27° C. Su humedad en zona norte corresponde entre 60% y 80% y la zona sur está en promedio del 75% y el 90%. (mincit, 2018)

Turismo

- Parque natural la Macarena
- Parque Natural Tuparro

Hidrografía

- Río Meta: Ext.1200 km cuadrados. 900 km navegables. Río principal de la región
- Río Guaviare: Extensión 1497 km cuadrados, 630 km navegables.
- Río Vichada: Extensión de 1011 km, su cuenca hidrográfica abarca 26.000 km cuadrados.
- Río Casanare: Su origen se da en la Sierra Nevada del Cocuy, en el área occidental del departamento de Arauca. (mincit, 2018)

Departamentos de la Orinoquia.

Para este trabajo se toma como únicos departamentos la región: Arauca, Casanare, Meta y Vichada, comentado así por autores como Juan Benavidez (2010) y Joaquín Viloria (2009).

Arauca: su capital Arauca es uno de los departamentos más extensos del territorio colombiano, está ubicada en caño limón el cual es un yacimiento petrolífero de Colombia. Limita por el norte con el río Arauca la cual se divide por la república Bolivariana de Venezuela, por el sur con Casanare y vichada y por último en el occidente con el departamento de Boyacá. (republica, 2018)

Casanare: su capital es Yopal este delimita por el norte con el departamento de Arauca, en el oriente con vichada, al sur con los ríos Upia y meta en el occidente con Boyacá. En la actualidad se encuentra una refinería de Cusiana. Este departamento cuenta con una gran riqueza petrolera y ganadera actualmente hay un desarrollo importante en el sector del turismo.

Vichada: su capital es Puerto Carreño, cuenta con una superficie de 100.242 km² con una población de 77.276 corresponde a la región de los llanos orientales. Su gran fuente hidrográfica pertenece al río Meta de 804km con una superficie de 93.800km². Cuenta con gran representación entorno a su economía como la actividad de la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca la cual representa grandes contribuciones al PIB generando 55,8 billones de pesos (DANE, 2017).

Meta: su capital es Villavicencio, este delimita al norte con Cundinamarca al este con Vichada, por el sur Caquetá y al oeste con Huila. Cuenta con una superficie de 85.635km². Su mayor principal fuente de activos gira entorno a la Industria, comercio, petróleo, ganadería y la agricultura. Sabiendo esto, los principales cultivos son arroz, maíz y plátano generando un margen contributivo de los 13,7 billones de pesos (Dane, 2017)

Tabla 1 *Demografía de la región de la Orinoquia*

Departamento	Extensión Territorial	Población	Densidad Poblacional
Arauca	23.818 km ²	261.315 habitantes	10.97 Hab/Km ²
Meta	85.635 km ²	961.334 habitantes	9.02 Hab/Km ²
Casanare	44.640 km ²	325.389 habitantes	7.29 Hab/Km ²
Vichada	98.970 km ²	71.974 habitantes	0.97 Hab/Km ²
Total	253.063 km ²	1.620.012 habitantes	6.40 Hab/Km ²

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (urosario,2015)

Como se puede apreciar en la tabla anterior, Meta es el departamento con más concentración de la población a diferencia de los demás con un total de 961.334 habitantes.

Empleo en la Región: En 2015, el número de personas ocupadas en el total de las 8 ciudades capitales de los departamentos de la Amazonía y Orinoquía fue 159 mil, las personas desocupadas fueron 25 mil y las personas inactivas fueron 85 mil.

Tabla 2 *Ocupación de la población en la región expresada en miles de habitantes*

Población total 8 ciudades capitales	2016	2017
Ocupados	157	159
Desocupados	21	25
Inactivos	84	85
Subempleados Subjetivos	33	34
Subempleados Objetivos	14	15

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (DANE, GEIH,2018)

Metodología

El presente trabajo se realizará siguiendo la investigación cualitativa, por medio de la cual se pretenderá apoyar la recolección de datos de fuentes confiables de información, se buscara abordar las teorías desde varios puntos de vista de tal manera que se logre recolectar la mayor información posible para lograr la creación de nueva información presentando las principales características y más relevantes a la investigación, la metodología investigativa permitirá la comprensión del texto de manera breve ya que se planea recolectar la información para extenderla al lector de una manera más completa, contrastada con otras fuentes, de manera clara y sencilla.

El proceso de recolección de la información se basara en la investigación partiendo desde las características principales hasta las más remotas del sector agrícola en la región de la Orinoquia, el lograr generar nuevas fuentes de búsqueda con información que aborden de manera más global todo el sector de manera confiable (Gomez, 1996), este será el punto de partida para el desarrollo de nueva teoría para el punto a tratar. Sera indispensable para el desarrollo de esta investigación en análisis de los comportamientos del sector en diferentes fragmentos de tiempo.

La investigación cualitativa se divide en 4 etapas, cada una de ellas permite aplicar de manera ordenada al proceso investigativo las herramientas necesarias para el correcto desarrollo:

- Preparatoria: en esta etapa se realiza la recolección de toda la información posible y necesaria desde las distintas fuentes de información, ya sean artículos, libros, revistas, informes, entre otros
- Trabajo de campo: este paso será omitido en la presente investigación por motivos de traslados al campo que está siendo objeto de estudio
- Analítica: luego de contar con toda la información recolectada, se realiza el análisis respectivo de los datos recogidos
- Informativa: generar nuevas fuentes de consulta por medio del análisis y el planteamiento de los nuevos hallazgos luego de la recolección y el análisis

Tabla 3 *Fuentes de información para el desarrollo de los objetivos*

OBJETIVO	FUENTES	ENLACE
-Analizar la situación agrícola actual en la región de la Orinoquia	*informe sobre la situación agrícola de la region	https://ceo.uniandes.edu.co/images/Documentos/El%20desarrollo%20econ%C3%B3mico
	*apoyo del estado a la region	https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Sector-agro-llega-a-los-Llanos-
-Describir mecanismos que permitan avanzar en el tema agrícola en la región	*factores de éxito	http://www.eldis.org/document/A30510 - https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5204602.pdf
nivel internacional para los principales productos	*consumidores en el mundo de arroz	* https://es.statista.com/estadisticas/598940/principales-paises-a-nivel-mundial-segun-el-consumo-de-arroz/
	*consumidores en el mundo de aceite de palma	https://www.palmoilandfood.eu/es/el-consumo-de-aceite-de-palma
	*consumidores de carne en el mundo	https://www.forbes.com.mx/los-paises-que-consumen-mas-carne-al-ano/
	*consumidores de cuero en el mundo	http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s18.htm

Nota: Tabla elaboración propia

Diagnostico económico y de producción de la región de la Orinoquia

En el periodo del 2017 las ramas económicas que aportaron más al área laboral de los ocupados fueron: Comercio, Hoteles y restaurantes; servicios comunales, sociales y personales y construcción. Todas estas equivalen al 73,4% de la población ocupada.

Análisis Económico

La región se sustenta de la cría de ganado y en la agricultura, gracias a las vastas planicies que cubren la región. Al igual que se considera esta región una de las más importantes por sus reservas en gas y petróleo. (mincit, 2018)

Tabla 4 Principales productos de la región.

Producto		Meta	Casanare	Arauca	Vichada
Ganadería	Hectáreas	4,682,016	3,557,129	1,512,443	N/A
	Cabezas	2,656,570	2,135,161	800,000	135,000
Arroz	Toneladas	410,000	326,000	13,989	30
Aceite de palma	Toneladas	222,000	53,319	N/A	N/A

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Benavides,2015)

El sector de la ganadería es el principal en esta región abarcando un gran porcentaje en las actividades económicas de las que la Orinoquia depende como se puede observar en la tabla, seguido por varios productos agrícolas entre ellos el arroz y la palma de aceite, a pesar de que algunos no son predominantes en algunas de los 4 departamentos siguen siendo productos principales.

Tabla 5 Producto interno bruto per cápita departamental (Orinoquia)

Departamento	Precio Corriente
Casanare	33.984.205
Meta	31.134.710
Arauca	17.650.477
Vichada	14.213.530

Nota: Tabla elaboración propia con datos tomados de (DANE, GEIH)

En la anterior tabla se puede observar que Casanare es el departamento con más producto interno bruto per cápita de esta región, cada uno de estos presentó una variación determinada en el último año por sus actividades económicas principales, como Arauca que tuvo un porcentaje del -2.1% PIB que el cual corresponde a -12,8% en construcción y -6,9% en explotación de minas y canteras, tenemos a Casanare con una cifra de -0,6% PIB con un porcentaje del -30,7% en construcción y 0,8% en explotación de minas, Meta con -1,2% PIB, .5,6% en construcción y -14,7% en minas y por ultimo encontramos a Vichada con un porcentaje de 5,7% PIB y sus actividades principales como Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con una cifra del 3,4% y un 65,6% en construcción. (Boletín técnico Dane)

Tabla 6 *Empresas inversionistas en esta región*

Empresas	Perfil comercial
Mónica Colombia	Empresa extranjera, propietaria de los Brasileños Sergio Marchett, Francisco Marchett y Ricardo Cambruzzi. Cuentan con 3 mil hectáreas en Puerto Gaitán, donde siembran maíz y soya, y quiere ampliarse hasta 12 mil.
Agropecuaria Alias S.A	Reúne al grupo Contegral de Medellín y a inversionistas Santandereanos, en total son 28 empresas nacionales. Cuentan con 3 mil hectáreas, aunque quieren ampliar a 35 mil en Puerto Gaitán, para cultivo de soya y maíz.
Inversiones Manuelita	Es la sociedad matriz del grupo Manuelita, de propiedad de la familia Eder. Es uno de los grandes y tradicionales azucareros del Valle de Cauca. Recibieron subsidio de Agro Ingreso Seguro. Una de sus empresas es Aceite Manuelita S.A., que se dedica a la elaboración de biodiesel. Tiene una planta en San Carlos de Guarao en el Meta, que fue inaugurada a mediados de este año y tiene 20 mil hectáreas en Orocuè, Casanare, donde está sembrando palma de aceite.
Grupo Empresarial GPC	En el Meta GPC puso en marcha el Complejo Agroindustrial Cantaclaro, una planta de producción de etanol a partir de yuca. Para esto cuenta con 15 mil hectáreas para cultivar en

	<p>Puerto López, según un informe de la Electrificadora del Meta que les provee la electricidad.</p>
<p>Agro cometa</p>	<p>Agropecuaria y Comercializadora del Meta S.A., es una sociedad de empresarios del Valle del Cauca. Cuenta con 7 mil hectáreas en el municipio de la Cristalina, Meta.</p> <p>La empresa nació hace 7 años en Puerto Gaitán Meta, se actividad principal es el cultivo y comercio de cereales (maíz, soya, arroz) empresa legalmente constituida con registro mercantil en la cámara de comercio de Bogotá.</p>
<p>Ingenio Sicarare</p>	<p>Es una empresa de Arturo Sarmiento Angulo, recibió subsidio de Agro Ingreso Seguro. Tienen tierras cerca de Carimagua donde cultiva soya y arroz, tiene aproximadamente 20 mil hectáreas.</p>
<p>Mavalle S. A</p>	<p>Es una empresa de caucho natural en el Meta, tiene 3.500 hectáreas, en alianza con profesionales de la Bolsa que tienen un fondo privado para invertir en caucho de 2 mil hectáreas en el Vichada y en el Meta. Es la plantación más grande del país en caucho, se encuentra entre Puerto López y Puerto Gaitán. La empresa también hace parte de la Organización Pajonales, una compañía Agropecuaria que desarrolla actividades agrícolas en todo el país.</p>

Refocosta	Trabaja en el desarrollo de actividades en el campo de reforestación, investigación, siembra y explotación y aserradero de especies forestales. Es parte del grupo Volarem, y también del grupo Santo Domingo. En el futuro quieren desarrollarse en el sector de biocombustibles a través de los cultivos. Cuentan con más de 2 mil hectáreas en Casanare
Poligrow	Empresa dedicada al desarrollo de un proyecto agronómico rentable, escalable y benéfico para el desarrollo del municipio de Mapiripán (Meta, Colombia).

Nota: Tabla elaboración propia con datos tomados de (Orinoquia 2015)

Análisis socioeconómico Región Orinoquia

En el periodo 2010-2016 se informó el mayor crecimiento promedio del producto interno bruto entre las demás regiones con un porcentaje del 5,4% gracias a la extracción de hidrocarburos, especialmente en los departamentos de Meta y Casanare.

En el año 2016, la población de la región correspondía a 1.723.446 habitantes, lo cual representaba el 3,54% de la población total colombiana en ese periodo. La fuerte expansión económica presentada por esta región en los últimos años contribuyó a la reducción de la incidencia de la pobreza monetaria que en 2016 fue de 24,5% la segunda más baja entre las regiones del país, después de la región Central. (Fedesarrollo)

La importancia de la explotación de minas y canteras es notable debido a que representan el 56,2% del valor agregado de la región seguido de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con una contribución de 11,2%. La relevancia del sector de explotación de minas y canteras en esta región se evidencia en su acelerado ritmo de crecimiento anual de 6,6% en promedio entre 2010 y 2016. (Fedesarrollo)

Tabla 7 *Economía de los departamentos:*

Departamento	Economía	Productos
Casanare	<p>Depende directamente de la producción ganadera, agrícola y en la explotación petrolera, de estas actividades la principal es la ganadería vacuna la cual es la principal fuente de empleo e ingresos. La agricultura es practicada en áreas piedemonte o llanuras creadas al pie de macizo montañoso de forma comercial.</p> <p>El petróleo también se considera un generador de ingresos importante ya que sus reservas se aproximan a los 2.000 y 2.200 millones de barriles.</p>	Arroz riego, Arroz seco mecanizado, palma africana, plátano, maíz tradicional, café y yuca.
Arauca	<p>Esta economía similar a las de sus departamentos vecinos se basa esencialmente en la explotación petrolera, la ganadería, la agricultura, los servicios y el comercio. La importancia del petróleo se ve reflejado en el aporte del PIB departamental el cual la mayoría de este pertenece a esta actividad. La ganadería se centra en la cría, levante y engorde de vacunos; su comercialización se</p>	plátano, cacao, maíz tradicional, yuca, arroz seco mecanizado, café, caña panelera y frijol.

	dirige hacia Puerto López, Bucaramanga y Cúcuta.	
Meta	La economía de este departamento pertenece básicamente a la agricultura, ganadería, el comercio y la industria. Hay extracción de petróleo y gas en pequeña escala en los campos de Apiay y Castilla. La industria del departamento se ocupa principalmente en la elaboración de bebidas, extracción y refinación de aceite de palma, trilla de arroz, así como, actividad metalmecánica y de productos para construcción.	arroz, palma africana, plátano, maíz, cacao, cítricos y otros frutales.
Vichada	Las actividades básicas de vichada son la agricultura, la ganadería y el comercio. Al igual que en Casanare se destaca la ganadería vacuna la cual se realiza en las superficies cubiertas por sabanas naturales. La agricultura, incipiente, tiene como destino sólo el autoconsumo a causa de las condiciones de aptitud del suelo, limitación de la mano de obra y altos costos de producción y transporte.	algodón, maíz, y plátano.

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (blogurosario 2015).

Como se puede analizar en el cuadro anterior la región Orinoquia posee una variedad de empresas dedicadas a la comercialización de productos agrícolas y a la explotación minera dando grandes posibilidades para competir a nivel nacional e internacionalmente, además del desarrollo económico que estas presentan para el país.

Producción de arroz y el aceite de palma en la región de la Orinoquia

Arroz: En el año 2015 en la región de la Orinoquia el arroz ocupó la mayoría del área cultivada con 136,207 hectáreas; En ese año se produjeron 751,330 toneladas de arroz, lo que corresponde al 30% de la producción total del país. El arroz producido fue secano mecanizado, este se siembra en el Meta y Casanare los cuales conjuntamente representan el 57.9% de la producción total nacional. El rendimiento del arroz en el departamento del Meta en el año 2016 fue de 5.642 toneladas y en el departamento del Casanare fue de 5.791 toneladas; lo que quiere decir que los rendimientos producidos (5.636 ton/ha) por este arroz en Meta y en Casanare fueron muy similares con la producción de arroz con riego (5.233 ton/ha), superiores al promedio nacional de 4.789 toneladas (FINAGRO 2016a). Después del Tolima, Meta ocupa el segundo lugar y Casanare el tercer lugar en producción departamental de arroz. En Colombia, el arroz genera 0.14 empleos por hectárea (CAF2010).

Aceite de palma: La producción de aceite de palma en Colombia genera un valor estimado de producción de 3.7 Billones de pesos abarcando 160 municipios de 21 departamentos en los cuales se destaca la región de la Orinoquia donde en el 2015 se alcanzaron 524.435 toneladas de aceite de palma crudo representando cerca de un 43% de la producción del país.

Meta y Casanare sembraron el 36% del área total, con una producción del 30.1% del total en Colombia en aceite de palma, Los rendimientos de Meta fueron de 2,675 hectáreas y en Casanare 4,492 hectáreas respetivamente. Las diferencias de producción se originan en la calidad de los suelos que posee la región. El Meta, es el primer productor nacional de palma de aceite (FINAGRO 2016b). En Colombia, la palma de aceite genera 0.16 empleos por hectárea (Viloria 2015).

Plan Maestro de la Orinoquia:

La región de Orinoquia presenta un pronóstico ventajoso en cuanto a su economía y desarrollo social, evidenciado en el plan de desarrollo del año 2014 al 2018, siendo la región más importante para el crecimiento agroindustrial y desarrollo humano en comparación de las demás.

Un aspecto notable es la gran inversión que se pretende realizar por parte del plan plurianual de inversiones, con una suma de \$48,5 billones de pesos repartidos entre los departamentos que

conforman la región, siendo el Meta con el mayor valor, equivalente a \$21,6 billones de pesos y Vaupés con el menor siendo solo el 2,3% de la inversión total equivalente a un valor de \$1.1 billones de pesos.

Por medio de la inversión pública y privada se priorizará la competitividad e infraestructuras estratégicas con una suma de \$22,4 billones de pesos equivalente al 43,6% del total, se puede apreciar la gran ventaja que representará la desviación de estos recursos en cuanto a la economía de las empresas y el desarrollo social, por otra parte, tenemos otro aspecto de inversión conocido como buen gobierno siendo el de menor valor, con tan solo 0,1 billones de pesos. (cccasanare.co)

En resumen, se puede afirmar que a pesar de que la economía de la región de la Orinoquia está basada en la producción de hidrocarburos, y una pequeña porción de tierra es utilizada para la producción agrícola, se encuentran oportunidades para el agro como lo es la ganadería, para la obtención del cuero o la carne, así como también aprovechar la experiencia con la que cuenta la región para la producción de maíz, soja, aceite de palma y arroz.

Oportunidades de negocios a nivel internacional para los principales productos agrícolas de la región de la Orinoquia

En el presente capítulo entraremos a analizar la situación actual de los principales productos de la región de la Orinoquia, así como evidenciar las oportunidades para cada uno de ellos en el mercado internacional, enmarcados en la ventaja comparativa con la cual pueda llegar a contar Colombia frente a los de más productores de la región y del mundo.

Arroz

El arroz representa uno de los productos insignia de la región de la Orinoquia, como se puede observar en la tabla 4, el arroz es el segundo cereal más producido después del maíz, y es consumido en la mayoría de cocinas y culturas del mundo, lo que lo convierte en el alimento más popular de todo el mundo (FAO, 2004)

En Colombia la producción del arroz está presente en 211 municipios dentro de los cuales el 45% del total de la producción proviene de los llanos orientales (región de la Orinoquia), para el año 2016 Colombia fue el principal producto de arroz en la comunidad Andina y el segundo productor en Suramérica después de Brasil (Minagricultura, 2017)

Para lograr identificar las posibles oportunidades para el arroz colombiano en el exterior es necesario en primer lugar conocer el comportamiento de este producto a nivel mundial, a continuación, se relacionan los principales exportadores e importadores:

Tabla 8 *Mayores exportadores expresado en miles de toneladas*

Posición	País	2014	2015	2016	2017
1	India	11,046	10,040	12,560	12,800
2	Tailandia	9,779	9,867	11,615	10,500
3	Vietnam	6,606	5,088	6,488	7,000
4	Pakistán	4,000	4,100	3,642	4,300
5	Birmania	1,735	1,300	3,350	3,300
6	Estados Unidos	3,381	3,355	3,349	2,950
7	China	262	368	1,173	1,600
8	Camboya	1,150	1,050	1,150	1,250
9	Uruguay	718	996	1,051	860

10	Brasil	895	641	594	950
----	--------	-----	-----	-----	-----

Nota: Tabla elaboración propia con datos tomados de (COTRISA,2017)

Tabla 9 Mayores importadores expresado en miles de toneladas

Posición	País	2014	2015	2016	2017
1	China	5,150	4,600	5,900	5,500
2	Nigeria	2,100	2,100	2,500	2,600
3	Unión Europea	1,786	1,816	1,985	1,900
4	Costa de Marfil	1,150	1,300	1,350	1,500
5	Irán	1,300	1,100	1,500	1,300
6	Arabia Saudita	1,601	1,260	1,195	1,250
7	Irak	1,000	930	1,060	1,150
8	Senegal	990	980	1,100	1,150
9	Indonesia	1,350	1,050	350	2,000
20	Bangladés	598	35	2,348	1,200

Nota. tabla elaboracion propia con datos tomados de (COTRISA, 2017)

Teniendo en cuenta la información anteriormente expuesta entraremos a evaluar los costos de producción de arroz para Colombia vs los países que más importan, de esta manera podremos identificar oportunidades enmarcados en nuestra ventaja comparativa. En la actualidad para los llanos orientales los costos de producción de una hectárea de arroz están determinados de la siguiente manera en pesos colombianos:

Tabla 10 *Costos de producción de arroz por hectárea para los llanos orientales*

Año	2017
Asistencia Técnica	53,559
Arriendos	1,040,653
Preparación Terrenos	1,044,821
Riego	509,876
Fertilizantes	1,012,468
Protección del cultivo	1,064,846
Recolección	678,025
Otros	549,277
Total	5,953,525

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Fedearroz,2017)

Ahora bien, para los datos recolectados es necesaria realizar la conversión de manera que se permita expresar el costo total en pesos a la unidad de valor utilizada a nivel mundial (USD) para esto se tomara como medida el valor promedio de la trm para el año 2017 el cual fue de \$2.951.32 y este valor dividirá el costo total de producción arrojando el siguiente resultado:

$$\frac{\$5,953,525}{\$2,951} = \$2,017.24 \quad \text{usd}$$

Para el anterior ejercicio se estima que el costo de producción para una hectárea de arroz es de USD\$2.017,24, atendiendo a este resultado se estima que la cosecha de una hectárea de arroz en condiciones óptimas, alcanza una producción de alrededor de los 8.500 kilogramos, es decir que en promedio la producción de una tonelada de arroz como productos final listo para comercialización, puede llegar a costar para los llanos orientales Colombianos alrededor de \$240 USD, este valor corresponde al costo promedio por tonelada para el arroz hasta su recolección.

Ahora bien, teniendo en cuenta el hallazgo de la anterior cifra es necesario comparar los costos de producción de los demás países productores para lograr determinar sobre los cuales existe una ventaja comparativa.

A continuación, se relaciona el listado de precio para el arroz por país, que está a disposición del mercado internacional, cabe resaltar que este valor tiene una variación considerable respecto al

valor anterior hallado teniendo en cuenta que en este último se estiman gastos relacionados de operación necesarios para contar en el producto final disponible en el mercado internacional:

Tabla 11 *Ranking precios arroz en USD de mayor a menor costo*

POSICION	PAIS	PRECIO (KG)	PRECIO (TON)
1	Japan	3.91	3,910
2	United States	3.91	3,910
3	South Korea	3.53	3,530
4	Taiwan	3.22	3,220
5	Norway	3.08	3,080
6	Iceland	3.05	3,050
7	Iran	3.01	3,010
8	Canada	3.00	3,000
9	Switzerland	2.87	2,870
10	Sweden	2.72	2,720
11	Germany	2.39	2,390
12	Italy	2.36	2,360
13	Israel	2.23	2,230
14	Austria	2.20	2,200
15	Belgium	2.16	2,160
16	Puerto Rico	2.15	2,150
17	Hong Kong	2.13	2,130
18	Denmark	2.12	2,120
19	Malta	2.05	2,050
20	Costa Rica	2.03	2,030
21	Finland	2.02	2,020
22	Netherlands	2.00	2,000
23	Greece	1.97	1,970
24	Australia	1.93	1,930
25	France	1.91	1,910

26	Ireland	1.88	1,880
27	Singapore	1.88	1,880
28	Palestinian Territory	1.86	1,860
29	Slovenia	1.85	1,850
30	New Zealand	1.84	1,840
31	Saudi Arabia	1.81	1,810
32	Cyprus	1.76	1,760
33	Croatia	1.76	1,760
34	Lithuania	1.69	1,690
35	Qatar	1.68	1,680
36	United Arab Emirates	1.68	1,680
37	United Kingdom	1.67	1,670
38	Lebanon	1.67	1,670
39	Iraq	1.57	1,570
40	Latvia	1.53	1,530
41	Czech Republic	1.52	1,520
42	Jordan	1.47	1,470
43	Panama	1.46	1,460
44	Chile	1.39	1,390
45	South Africa	1.39	1,390
46	Estonia	1.37	1,370
47	Montenegro	1.36	1,360
48	Venezuela	1.34	1,340
49	Slovakia	1.34	1,340
50	Azerbaijan	1.33	1,330
51	Ecuador	1.32	1,320
52	Morocco	1.26	1,260

53	Uruguay	1.24	1,240
54	Bulgaria	1.23	1,230
55	Bosnia And Herzegovina	1.23	1,230
56	Thailand	1.22	1,220
57	Serbia	1.19	1,190
58	Kosovo (Disputed Territory)	1.18	1,180
59	Turkey	1.16	1,160
60	Albania	1.16	1,160
61	Moldova	1.12	1,120
62	Spain	1.12	1,120
63	Macedonia	1.10	1,100
64	Romania	1.10	1,100
65	Peru	1.09	1,090
66	Hungary	1.03	1,030
67	Portugal	1.02	1,020
68	Dominican Republic	1.02	1,020
69	Pakistan	1.01	1,010
70	Belarus	1.00	1,000
71	Georgia	0.99	990
72	Colombia	0.98	980
73	Algeria	0.97	970
74	China	0.94	940
75	Malaysia	0.94	940
76	Mexico	0.94	940
77	Russia	0.93	930
78	Ukraine	0.92	920

79	Poland	0.88	880
80	Brazil	0.88	880
81	Philippines	0.85	850
82	Indonesia	0.84	840
83	Argentina	0.82	820
84	Vietnam	0.77	770
85	Nepal	0.75	750
86	Kazakhstan	0.71	710
87	India	0.69	690
88	Bangladesh	0.68	680
89	Tunisia	0.61	610
90	Egypt	0.58	580
91	Sri Lanka	0.58	580

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Numbeo, 2017)

En la anterior tabla se relaciona el listado de 91 países, los cuales reportan los precios del arroz colocados al mercado internacional, donde el país en la posición número 1 presenta el mayor costo, y el numero 91 el menor costo. Colombia se encuentra ubicado en la posición número 72 con un costo de producción de \$980 dólares por tonelada, lo que indica que contamos con una ventaja comparativa sobre los 71 países por debajo, para los cuales es más costoso producir el arroz que Colombia, es importante identificar oportunidades en los países en los que se presente una mayor demanda de manera que las exportaciones del producto desde nuestro país puedan ser maximizadas, a continuación se evalúan los precios para para Colombia vs los mayores importadores:

Tabla 12 *Costo de producción de arroz, mayores importadores*

País	precio por kg (usd)	precio por ton (usd)
China	0.94	940
Nigeria	Sin información	

Unión Europea	1.67	1670
Costa de Marfil	Sin información	
Irán	3.01	3010
Arabia Saudita	1.81	1810
Irak	1.57	1570
Senegal	Sin información	
Indonesia	0.84	840
Bangladés	0.68	680
Colombia	0.98	980

Nota. tabla elaboración propia con datos tomados de (Numbeo, 2017)

- En rojo, Países más importadores de arroz para los Cuales es menos costoso producir arroz respecto a Colombia: China, Indonesia, Bangladés.
- En amarillo, Países más importadores de arroz para los cuales el costo de producción es más alto respecto a Colombia: Unión Europea, Irán, Arabia Saudita, Irak, sobre estos países Colombia cuenta con ventaja comparativa para la producción de arroz.
- Los países Nigeria, Costa de marfil, y Senegal no registran información para exportación de arroz

Se realizará el análisis para cada uno de los países sobre los cuales se tiene ventaja comparativa, de manera que se pueda identificar cuál de ellos puede llegar a ser una buena oportunidad para el arroz colombiano.

Tabla 13 *Factores de éxito para oportunidad comercial*

País	Pib per cápita (usd)	Población	Acuerdo actual	Tasa de desempleo
Unión Europea	38,600	508 millones	SI	4%

Irán	4,957	80.28 millones	no	14.60%
Irak	4,609	37,2 millones	no	11.67%
Arabia Saudita	20,028	32.28 millones	no	5.50%

Nota. tabla de elaboración propia

En la anterior tabla se expresan algunos de los factores más importantes a tener en cuenta para lograr identificar la mejor de las oportunidades para el arroz colombiano en el mercado internacional, como se puede observar, de los 4 posibles socios comerciales evaluados, la Unión Europea en adelante UE, es el único aliado con el cual se tiene actualmente suscrito un acuerdo, así como también cuenta con el PIB per cápita más alto de los 4, y la tasa de desempleo más baja, sin dejar a un lado su amplia población, sin embargo en la actualidad existe un acuerdo comercial suscrito entre Colombia la UE, se presentan algunas exclusiones entre ellas el arroz por lo que es necesario investigar el motivo de las exclusiones para lograr acceder a este mercado.

Esto quiere decir que la UE representa una gran oportunidad para el arroz colombiano desde los llanos orientales, teniendo en cuenta que es una gran población con alto poder adquisitivo.

En la actualidad el costo de producción para la UE de una tonelada de arroz es de 1670 usd, mientras que para Colombia es de 980 usd, lo que supone una ventaja comparativa, es necesario también tener en cuenta que la UE cuenta con alrededor de 1.600 acuerdos comerciales vigentes, y en trámite otros tantos acuerdos, dentro de los cuales está contemplado el arroz, y cuyos principales proveedores son Camboya, Birmania y la India (Agronegocios, 2015)

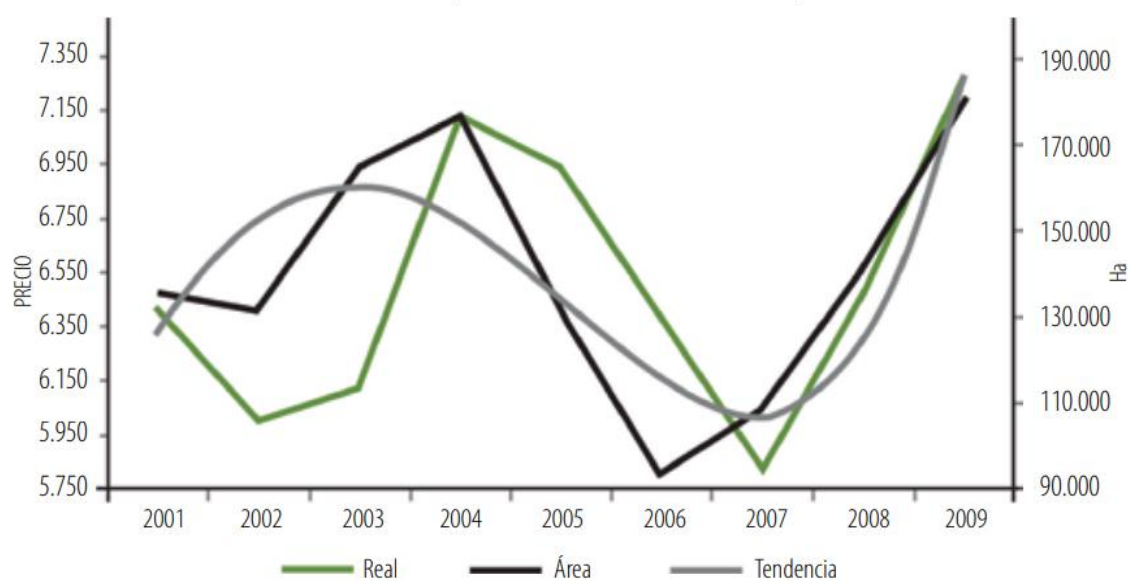
El costo de producción del arroz para Colombia vs el costo de producción del arroz para la UE ratifica la posibilidad de una ventaja comercial con este productos enmarcados en la ventaja comparativa por el costo de producción, y aunque ya cuenta con proveedores los bastante fuertes para entrar a competir, la ventaja comparativa le permitiría a la UE obtener un beneficio en los costos de su producción por medio de la importación de arroz colombiano, y para Colombia representaría un aumento en el rubro de las exportaciones así como la generación de nuevos empleos y el impulso para el sector agrícola, por lo que ambas partes estaría beneficiadas.

Costos de producción en la región de la Orinoquia

Si bien el sector arrocero en Colombia desarrolla gran parte de su producción en la región de la Orinoquia, al realizar el análisis de la región se encuentra que esta región, es la segunda con mayor área sembrada después de la región de la zona centro (Fedearroz, 2011), sin embargo a lo largo de los años ha tenido variaciones considerables en sus costos de producción debido a la evolución de los cultivos de arroz en la región, se logra determinar que a mayor área sembrada de arroz son menores los costos de producción.

A continuación, se muestran los costos de producción para en la región de la Orinoquia, y su relación con el aumento del área cultivada entre los años 2001 al 2009.

Ilustración 2 costos de producción región Orinoquia (Fedesarrollo,2017)



En la anterior tabla se pueden apreciar los costos de producción del arroz en donde se puede determinar que el costo más bajo de producción en esta región fue de \$5.750.000 por hectárea, cuando se contaba con 100.000 hectáreas sembradas. Para el desarrollo de la investigación las hectáreas sembradas para el año 2017 en todo Colombia fue de 616.000 toneladas (Fedearroz,2017) de las cuales se estima que en el mismo año el aporte de la región en producción de arroz fue del 45% del total de la producción nacional , es decir 277.200 toneladas producidas en la región de la Orinoquia, ahora bien teniendo en cuenta la dificultad para el hallazgo de los costos de producción, tomaremos como precio base para el cálculo del costo de producción por tonelada el más bajo

(\$5.750.000), en función de la fórmula de que a mayor hectáreas producidas menor el costo de producción.

Teniendo en cuenta la anterior información realizaremos el cálculo para hallar el valor en dólares por tonelada dispuesta al mercado internacional, en donde resulta la división de 5750000/3000, correspondiente al valor promedio de la trm en lo corrido del año 2018, el resultado arrojado es de 1.916 usd.

La falta de apoyo por parte del estado a la región puede retrasar un poco el desarrollo del sector agrícola en la región, por lo que el precio puede ser inferior en función de que las hectáreas cultivadas sean mayores.

Aceite de Palma

Respecto al aceite de palma, este es el más utilizado en el mundo, por encima del de soja o el de colza, este se produce de los frutos de la palma africana (*Elaeis guineensis*) y poco a poco se ha venido convirtiendo en una de las materias primas más usada a nivel mundial ya que sus usos abarcan desde la industria alimentaria hasta la cosmética.

El cultivo de la palma de aceite es la más eficiente del planeta ya que cada hectárea cultivada genera una producción entre 6 y 10 veces superior a las de otras plantas oleaginosas. Actualmente, Colombia se sitúa en el 4 lugar entre los países productores de aceite de palma en el mundo y en América es el número uno.

La producción de aceite de palma en Colombia genera un valor estimado de producción de 3.7 Billones de pesos abarcando 160 municipios de 21 departamentos en los cuales se destaca la región de la Orinoquia donde en el 2015 se alcanzaron 524.435 toneladas de aceite de palma crudo representando cerca de un 43% de la producción del país.

Tabla 14 *La Palma de Aceite en Colombia*

Departamento	Total empleos	Hectáreas sembradas	Hectáreas en producción	Núcleos palmeros en funcionamiento	Productividad
Bolivar	10.500	33.750	28.675	4	2,4
Casanare	12.530	40.092	33.013	4	3,5
Cesar	26.000	86.515	68.111	10	6,1

Magdalena	17.882	57.222	47.923	7	4,3
Meta	44.085	141.068	116.161	23	10,4
Nariño	5.733	18.346	15.621	4	1,4
Norte de Santander	4.758	15.224	12.880	2	1,2
Santander	28.775	87.095	78.637	7	7,1

Nota. Tabla elaboración propia, fuente Indicadores Fedepalma, 2017

Para poder incursionar en un mercado más competitivo a nivel global, es necesario comenzar a analizar cómo se comporta la producción y el mercado del aceite de palma.

A continuación, resaltaremos los 10 mayores productores de Aceite de Palma a nivel mundial:

Tabla 15 *Mayores productores de aceite de palma a nivel Mundial*

Posición	País	2007	2017
1	Indonesia	17.420	31.160
2	Malasia	15.823	17.683
3	Tailandia	1.050	1.970
4	Colombia	733	1.290
5	Nigeria	825	990
6	Guatemala	130	768
7	Ecuador	396	593
8	Honduras	265	585

9	Papua Nueva Guinea	382	557
10	Ghana	337	490
	Otros	1.664	8.673
	TOTAL	41.032	66.777

Nota. Tabla elaboración propia, fuente Fedepal.org

Por otra parte, para comenzar a realizar nuestro análisis, precisamos observar los principales importadores de Aceite de Palma a nivel mundial y en América:

Tabla 16 *Consumo Mundial de aceite de palma*

Consumo mundial aceite de palma	
País	Cantidad (Miles de toneladas)
Indonesia	9.510
India	9.200
Unión Europea	7.145
China	5.079
Malasia	2.770
Paquistán	2.670

Nigeria	2.448
Tailandia	1.948
Bangladesh	1.460
EE. UU.	1.230
Consumo en América	
EE. UU.	1.230
Colombia	1.020
Brasil	779
México	636
Ecuador	221
Otros	1.379

Nota. Tabla elaboración propia, fuente Fedepal.org

Teniendo la información correspondiente al consumo a nivel mundial del aceite de palma se logra identificar que los mayores consumidores a nivel mundial son Indonesia, India, Unión Europea y China y por su parte en América el principal consumidor es Estados Unidos.

Para el desarrollo de este proyecto es necesario revisar los costos de producción del aceite de palma en Colombia para poder así hacer un análisis comparativo y lograr encontrar cual es el principal prospecto para la exportación

A continuación, muestran los costos para nuevo cultivo de Palma de Aceite Africana de aceite en condiciones normales (\$/ha):

Tabla 17 Costo de producción de aceite de palma

Concepto	Material Palma de Aceite Africana	Adicional con material híbrido OxG Alto Oleico
Estudios topográficos y de suelos	81.840	
Previvero y vivero	1.270.593	149.087
Preparación del terreno	1.402.517	
Infraestructura (vías, canales, bancales)	1.118.197	
Siembra	595.579	-32.664
Mantenimiento años 1-3	6.199.982	-44.969
Mantenimiento año 4		2.005.695
Polinización año 4		844.000
Cosecha y transporte	168.410	168.410
Sistema de riego		
Asistencia técnica	474.750	158.250
Subtotal	11.311.867	3.247.809
Venta fruto	791.250	1.582.500
Total	10.520.617	12.977.176

Nota. Tabla elaboración propia, fuente Costos para el establecimiento y renovación de Palma, Finagro

Tabla 18 *Costo de producción de aceite de palma*

Concepto	Siembra nueva con material híbrido oxg alto oleico	Renovación con material híbrido OxG Alto Oleico
Estudios topográficos y de suelos (1)	81.840	-
Previvero y vivero	1.419.680	1.419.680
Erradicación de palma	-	678.893
Preparación del terreno	1.402.517	1.402.517
Infraestructura (vías, canales, bancales)	1.118.197	1.118.197
Siembra	562.915	562.915
Mantenimiento años 1-3	6.155.013	6.155.013
Mantenimiento año 4	2.005.695	2.005.695
Manejo sanitario PC	1.856.800	1.856.800
Polinización año 4	844.000	844.000
Cosecha y transporte	336.819	336.819
Asistencia técnica	633.000	633.000
Subtotal siembra nueva	16.416.476	
Subtotal renovación		17.013.529

Venta fruto	1.582.500	1.582.500
Total siembra nueva	14.833.976	
Total renovación		15.431.029

Nota. Tabla elaboración propia, fuente Costos para el establecimiento y renovación de Palma, Finagro

Tomando como base el costo de producción total de los cultivos en renovación (\$15.431.029), lo ideal es hacer la conversión a dólares con la tasa representativa del mercado promedio del 2017 (2.951) siendo esta una moneda base a nivel mundial, lo cual nos da un costo de producción de 5.229 USD por hectárea.

Ahora al analizar cuáles son los países importadores en los cuales podríamos tener ventajas comparativas para lograr hallar un mercado en el cual logremos incursionar:

Tabla 19 *Participación por países competidores*

% Participación por países competidores							
PAIS DESTINO	País	Importaciones 2016	México	Costa rica	Guatemala	Indonesia	Malasia
	Italia	1.522				64.02%	30.28%
	España	1.504		0.20%		71.74%	13.42%
	Alemania	1.376			6.68%	13.72%	10.29%
	Estados Unidos	1.298	0.14%	0.01%	0.05%	54.82%	43.37%
	Japón	0.647				7.67%	72.14%
	Turquía	0.602				1.17%	98.35%
	Malasia	0.533				90.62%	0.02%
	Corea del Sur	0.472				44.61%	55.15%
	Bélgica	0.46			0.04%	2.59%	12.19%
	Francia	0.382				12.28%	16.70%
	Brasil	0.237	0.00%			68.42%	8.24%

Nota. Tabla elaboración propia, fuente datos Comtrade 2017

Tabla 20 Costo de Producción plantación Aceite de palma en México

	Concepto	Unidad	Costo unitario (\$)	Cantidad	Costo total (\$)
Terreno	Renta terrena	ha	170	1	170
	Preparación de la tierra	jornal	2,6	3	7,8
	Trazo y estacado	jornal	2,6	5	13
Plantación	Semillas	ha	0,07	130	9,1
	Germinación	jornal	2,6	5	13
	Trasplante	jornal	2,6	5	13
Control malezas	Limpia de calle	jornal	2,6	18	46,8
	Herbicidas	ha	33	9	297
	Aplicación	jornal	2,6	3	7,8
	Cajetero manual	jornal	2,6	6	15,6
Poda	Poda sanitaria	jornal	2,6	3	7,8
	Poda normal	jornal	2,6	3	7,8
Control plagas	Agroquímicos	l	80	2	160
	Aplicación	jornal	2,6	1	2,6
Fertilización	Triple 17	kg	1,2	200	240
	Otro fertilizante	l	1,1	12	13,2
	Aplicación	jornal	2,6	10	26
Cosecha	Corte y acarreo	jornal	2,6	20	52
Total, en miles de pesos mexicanos					\$ 1.103

Nota. Tabla elaboración propia, fuente SAGARPA Planeación Agrícola Nacional, México 2017

Analizando la anterior tabla logramos identificar que México, Costa Rica y Guatemala se encuentran hasta hace poco incursionando en el mercado del Aceite de Palma, al ser este tan eficiente, cada vez crece más, por lo tanto, es necesario analizar los costos de producción de estos,

para lograr identificar así en cuales tenemos ventaja y de este modo los podemos postular como nuestro objetivo de mercado:

Concluyendo este capítulo, determinamos como mejor opción para el arroz colombiano cultivado en la región de la Orinoquia, enmarcados en la ventaja comparativa sobre los costos de producción para Colombia Vs Unión Europea.

En lo que respecta al Aceite de Palma nos enfocaremos en México como el país objetivo, teniendo como base los costos de producción, Colombia tiene una menor inversión para la producción del aceite de palma lo cual a México le beneficia incrementar las importaciones colombianas, siendo este un excelente destino para incrementar la exportación de este producto por las siguientes razones:

- México es un pequeño exportador de aceite y la producción interna solo cubre el 20%
- No exportan de Malasia o Indonesia debido al alto costo en fletes.
- Tienen gran cantidad de empresas mexicanas y multinacionales las cuales necesitan de este aceite como materia prima.
- México tiene una población cercana a los 126 millones, lo cual lleva al alto consumo interno.
- Produce materias primas y alimentos terminados para EE. UU.
- Las ganancias en exportaciones alcanzaron el año pasado los 1.983 millones de pesos mexicanos
- Las proyecciones de crecimiento del cultivo de aceite de palma son muy pocas.

Análisis de los mercados y acuerdos comerciales en los que se presentan oportunidades de negocio para los productos de la región de la Orinoquia

En el presente capítulo profundizaremos sobre los mercados en los cuales se encontró en el capítulo anterior una oportunidad para la comercialización de los productos colombianos desde la región de la Orinoquia.

- Arroz en la Unión Europea
- Aceite de palma en México

Variables a tener en cuenta para el posicionamiento del arroz en la Unión Europea.

Perfil comercial de la UE

El comercio en la UE representa uno de los grandes ejemplos de alianzas comerciales a nivel mundial, sus países miembros disponen para los demás agentes económicos una gran cantidad de bienes y servicios los cuales son comercializados dentro de un sistema simplificado, el cual permite la libre circulación también de las personas y los capitales.

El sistema de comercio de la UE se ubica en la el primer lugar a nivel mundial, aportando un 16.5% del total de operaciones de impo y expo; el éxito de su sistema se basa en uno de sus principios “el libre comercio entre sus países miembros”, es importante tener en cuenta que la UE se encuentra comprometida con la liberalización del comercio mundial. (Europea, 2016)

Pero esta comunidad no solo representa el desarrollo para sus países miembros, la UE simboliza un importante elemento en la cadena del comercio internacional, siendo este el principal importador para casi 100 países, convirtiéndose así en un gran impulsor de las políticas comerciales internacionales y acuerdos de libre comercio, lo que representa una importante evolución para nuevos mercados en el resto del mundo.

El tamaño económico de la UE es mayor que la economía estadounidense, el PIB para el 2017 de la UE fue de 15.3 billones de euros, es importante tener en cuenta que a pesar de que la UE alberga únicamente el 6,9% de la población mundial, aportaron el 16.5% al total de operaciones de comercio a nivel mundial, de las cuales solo sus exportaciones representaban el 15.6% de las operaciones a nivel mundial. (Europea U. , 2017)

Su principal socio comercial es Estados Unidos con operaciones de comercio por un valor de 610 mil millones de euros, seguido de China con 515 mil millones de euros, Suiza con 264 mil millones de euros, Rusia, Turquía y Japón con 191mil, 145 mil y 125 mil millones de euros respectivamente. (press.es, 2017)

Los principales aliados para importaciones de la Unión Europea son China, con una participación del 20% del total de sus importaciones, seguido de Estados Unidos con el 14%, Suiza y Rusia con 7% de participación cada uno. (press.es, 2017)

Perfil logístico de la UE

El desarrollo económico de los países miembros en la Unión Europea ha permitido un importante avance en lo que al desarrollo de infraestructura se refiere, la UE cuenta con fondos estructurales y de inversión europeos (ESIF), por sus siglas en inglés, por medio de los cuales, todos y cada uno de los países miembros recaudan y administran sus fondos por medio de acuerdos de asociación en colaboración con la Comisión Europea, y se acuerda en qué periodo serán utilizados dichos fondos (Comission, 2016)

Estos fondos son distribuidos en diferentes sub- fondos para el desarrollo de la infraestructura dentro de la UE, estos fondos son:

- Fondo de desarrollo regional europeo
- Fondo social europeo
- Fondo de cohesión
- Fondo de agricultura europeo para el desarrollo rural
- Fondo europeo marítimo y de pesca

La implementación de estos fondos permite avances importantes en la infraestructura de la Unión Europea, las inversiones de estos fondos favorecen el intercambio de bienes y servicios entre los países miembros, en la actualidad la UE cuenta con 10.5 millones de kilómetros de carreteras pavimentadas, 230.548 kilómetros de líneas ferroviarias y 53.384 kilómetros de vías navegables (Procolombia, 2016)

Adicionalmente a esto la política de transportes para la UE se enmarca en un objetivo principal establecido por la comisión europea: “desarrollar y promover unas políticas de transporte eficientes”, esta política se refleja en muchos de los avances para el transporte dentro de la UE:

- Transporte por carretera: Los camiones tienen permitido prestar servicios de transporte fuera de sus países de matriculación lo que aumenta la competencia y mejora el servicio
- Transporte aéreo: el desarrollo de estrategias como “cielo único europeo” y “cielos abiertos” permiten una gran variedad de rutas y conexiones entre países, haciendo más fácil la movilización de bienes y personas.

- Transporte ferroviario: toda empresa que cuente con licencia podrá prestar servicios para el transporte ferroviario haciendo uso de sus vías de alta velocidad.
- Transporte marítimo: el desarrollo de la actividad comercial de la unión europea con otros países se realiza en un 75% por vías marítimas, mientras que el transporte europeo de mercancías se realiza en un 40% por este medio, se estima que alrededor de 400 millones de pasajeros cada año hacen uso de las vías navegables para transportarse. (comission, 2013)

En lo que a la actividad portuaria se refiere, la Unión Europea es una de las regiones con mayor densidad portuaria del mundo con más de 1.200 puertos comerciales, entre los cuales se movilizan no solo mercancías si no también pasajeros, los 70.000 kilómetros de costas representan un amplia variedad de puntos de ingreso para el comercio internacional (comission, 2013), entre los principales puertos de la unión europea encontramos los de Antero (Bélgica), Barcelona (España), Hamburgo (Alemania), Copenhague (Dinamarca) (Procolombia, 2016), sin mencionar según la comisión europea, “319 puertos marítimos europeos que son esenciales para el buen funcionamiento del mercado interior y de la economía europea” (comission, 2013)

Requisitos de ingreso para el Arroz Colombiano al mercado de la UE

El comercio internacional requiere de unos altos estándares de calidad y más cuando se trata de alimentos, y para la UE no es la excepción.

La UE ha establecido una normativa apuntando a la seguridad de todos los consumidores, animales y en general para el medio ambiente, la autoridad europea de seguridad alimentaria (EFSA) por sus siglas en inglés, establece los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, dentro de los cuales se presentan los requerimientos sanitarios y fitosanitarios para los países que quieran exportar a la UE.

Para la exportación de alimentos está reglamentada bajo el cumplimiento de normas generales relativas a la higiene de los productos alimenticios dentro de esta norma se establecen entre otros, los siguientes objetivos higiénicos:

- Los locales y los equipos destinados para la producción
- Las condiciones de transporte
- Los desperdicios de productos alimenticios
- El suministro de agua
- La higiene del personal
- El envasado y el embalaje

- El proceso de tratamiento térmico.

Los anteriores son normas establecidas para dar cumplimiento a requisitos mínimos de salubridad para los productos alimenticios que sean exportados hacia la UE, adicionalmente a esto las empresas deberán cumplir con el reglamento “Codex alimentarius” o código de alimentación internacional dentro del cual se comprenden directrices, códigos de comportamiento y recomendaciones en materia alimentaria; dicho código fue establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) que es el más alto organismo en materia de normas alimentarias (FAO, 2017).

Dentro del cumplimiento de sus objetivos, todos los exportadores deberán cumplir con la norma de la trazabilidad certificada por su país de origen, en donde se garantiza que en el proceso de producción no se estará incurriendo en explotación infantil, así como también se deben cumplir con las normas de plaguicidas y todos los requisitos respectivos a la comercialización y etiquetado. (Comission, TRADE HELPDESK, 2017)

La UE vela por altos estándares de calidad en los productos para sus consumidores (Europea U. , 2017), es por esto que protege sus intereses desde áreas como: prácticas comerciales justas, publicidad engañosa y comparativa, indicación y etiquetado de precios, cláusulas contractuales abusivas, venta a distancia y a domicilio, multipropiedad y vacaciones combinadas, derechos de los viajeros (vacaciones o negocios). (Europea U. , 2016)

Perfil del consumidor de la UE

El consumidor de la Unión Europea es un consumidor con un alto poder adquisitivo, por lo que en la mayoría de los casos no escatimará en costos siempre y cuando lo que estén consumiendo o buscando cumpla con sus expectativas, cuentan con un importante grupo de consumidores superior a los 45 años, y una amplia variedad en las culturas de sus habitantes teniendo en cuenta la composición de la UE que son 28 países (Procolombia, 2017). Dentro de las principales características de los consumidores encontramos que:

- están interesados en productos debidamente certificados en calidad y aceptación ambiental como lo son la ISO9000 y 14000
- prefieren productos de origen orgánico
- prefieren el comercio justo y se preocupan por las condiciones laborales y el trabajo infantil, así como conocer el origen de los alimentos
- buscan alimentos libres de modificación genética (OGM)

- preocupados por el bienestar animal
- interesados en alimentos orgánicos
- se preocupa por su salud

Sobre el acuerdo comercial vigente entre Colombia y la UE

El acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea busca potencializar la demanda de los productos colombianos, y pretende aprovechar el amplio nicho de mercado de más de 500 millones de habitantes en la UE por medio de un trato preferencial a los productos y servicios allí comprendidos. Este acuerdo permitirá generar más opciones de empleo en Colombia, mientras que para la UE ofrecerá la posibilidad de una gran cantidad de productos de origen colombiano, y de esta manera el acuerdo busca un beneficio recíproco para ambas partes. (MINCIT, 2018)

A pesar de que ya existía un sistema de sistema generalizado de preferencias (SGP) este acuerdo solo estuvo vigente hasta el año 2013 y comprendía preferencias transitorias, mientras que en el acuerdo comercial todo lo negociado es respetado por las partes y por término indefinido, lo que ofrece una mayor estabilidad para las empresas en la proyección de sus negocios. (MINCIT, 2018)

Este acuerdo en uno de sus apartes menciona la exclusión de algunos productos: el maíz, el arroz, la avicultura y la carne de cerdo (MINCIT, 2017), puntualmente ahondaremos en caso del arroz, para entender a qué se debe la exclusión de este producto dentro de lo contemplado en el acuerdo.

Se evidencian algunas situaciones las cuales forzaron al acuerdo entre la UE y Colombia para retirar el arroz de los productos a comercializar:

- exceso de importaciones, demasiada oferta del producto
- bajos precios de otros proveedores
- competencia desleal entre proveedores
- amenaza a los cultivos locales por saturación

Según informes, el 60% del arroz que es importado a la UE cuenta con arancel 0, mientras que el 40% solo paga 30 euros por tonelada (Agronegocios, 2015) lo que supone una gran facilidad de ingreso al mercado para este productos desde las grandes potencias agrícolas en la producción de arroz, como lo son Camboya, Birmania, o la India, quienes en su afán por acaparar la mayor parte del mercado en la UE han incurrido en prácticas de competencia desleal, lo cual va en contra del principio de transparencia y liberalización del comercio de la UE, reflejado también una saturación del mercado.

Ahora bien, teniendo en cuenta las anteriores causales de exclusión del arroz del acuerdo comercial con la UE, se deriva una necesidad de diseñar una estrategia que permita en primer lugar, competir con sus principales proveedores, y en segundo lugar un acuerdo que nos permita ingresar al mercado europeo con este producto, por lo anterior, y teniendo en cuenta las tendencias de consumo en la unión europea, en búsqueda de productos debidamente certificados y que aporten a la salud, se genera una amplia posibilidad de arroz orgánico o eco etiquetado, producido en Colombia, el cual podría tener una gran aceptación en el mercado de la UE, gracias a sus certificados ECOCERT y CALADIRIS.

Existe un sello o eco etiqueta que respalda a los productos que son producidos, procesados y certificados bajo una normativa nacional orgánicas y es el caso de USDA Organic (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos).

Ya que este eco etiqueta tiene una cobertura internacional, constantemente verifica que el centro de manipulación en cualquier parte del mundo cumple con la normativa para poder vender sus productos como orgánicos.

Los productos que se certifican son:

- Cultivos
- Ganadería
- Productos procesados
- Cultivos silvestres

Órganos certificadores de este sello:

- Mayacert S.A
- EcoCert S.A
- CERES Colombia
- Control Unión Colombia Ltda.
- BCS Colombia

Los requisitos más importantes para que los productos lleven el sello verde y blanco de USDA Organic son:

- Ser certificado por uno de los 50 agentes acreditados por la USDA
- Contener al menos un 95%de ingredientes producidos orgánicamente (sin contar el agua y la sal).

- Asegurarse de que en la tierra donde se cultiva no han utilizado sustancias prohibidas durante los últimos 3 años.

Este sello es uno de los más prestigiosos y con más respaldo a nivel internacional, por lo tanto, presenta una gran ventaja en la comercialización del arroz orgánico en los mercados destino, otro punto a favor es que en los mercados y puestos de frutas y verduras donde existe oferta de productos orgánicos con costos menores debido a que el transporte cuesta menos y no existe vendedor de por medio, el consumidor no tiene una garantía de que ese producto que está comprando sea completamente orgánico por la cual se genera una desconfianza.

Uno de los beneficios de mayor importancia es que el productor al someterse a la normativa y estándares de certificación percibe una reducción de costos de no calidad, por haber implementado controles y reducir riesgos.

Una de las grandes problemáticas que se presentan es el estricto proceso de certificación ya que los entes certificadores son muy meticulosos en los detalles para obtener dicho sello.

Ahora bien, el proceso de eco-etiquetado representa un aumento o implementación de nuevos procesos dentro de la cadena de desarrollo del producto, lo que implica que esta estrategia puede representar un aumento de costos, sin embargo, gracias a la calidad y la certificación de cada uno de los procesos esto hará que sea muy amigable para el perfil del consumidor de la UE, quienes gracias a su alto poder adquisitivo piensa primero en la calidad y luego en el precio.

Variables a tener en cuenta para el posicionamiento del aceite de palma en México.

Perfil Comercial de México

México es uno de los países latinoamericanos con una economía fuerte ocupando el segundo lugar entre estos y perteneciendo a las 15 grandes economías mundiales, a pesar de depender directamente de Estados Unidos siendo el socio comercial más importante que tiene este país, el cual es el destino del 80% de sus exportaciones.

Una de las fuentes que más genera ingreso para la demanda interna y a su vez empleo es la agricultura que equivale al 3,8% del PIB. Los productos agrícolas con mayor producción en México son café, azúcar, maíz, naranja, aguacate y lima a nivel mundial. (santandertrade, 2017)

Algunas tendencias del comercio en México son la clara dependencia con países líderes del mercado, un bajo interés en las importaciones de las empresas nacionales ya que se tienen 44 tratados comerciales en el mundo, siempre tienen en cuenta el cambio de proveedor si es más ventajoso en aspectos como costos, logística, entre otros. (Proexport, 2011).

Para el 2016 los productos que tomaron prioridad en las exportaciones de México fueron automóviles con \$34.000 millones de dólares, seguido por piezas o repuestos con un valor de \$27,700 millones de dólares, camiones de reparto con una cifra de \$25.100 millones de dólares, computadores con \$22.000 millones de dólares y por último teléfonos con un valor de \$17.900 millones de dólares.

Por otro lado, las importaciones más importantes fueron piezas y repuestos con un valor total de \$22.800 millones de dólares, refinado de petróleo \$16.900 millones de dólares, circuitos integrados \$14.200 millones de dólares, computadoras \$10.800 millones de dólares y por último automóviles con un valor de \$10.200 millones de dólares. (atlas. media,2016)

Tabla 21 *Principales destinos de exportación 2016*

Países	Valor en miles de millones (dólares)
Estados Unidos	289
Canadá	23
China	7,42
Alemania	5,5
Japón	5,38

Nota. Tabla elaboración propia fuente (atlas. media,2016)

Tabla 22 *Principales destinos de importación 2016*

Países	Valor en miles de millones (dólares)
Estados Unidos	179
China	63,7
Japón	15,5
Alemania	13,2
Corea del Sur	12,3

Nota. Tabla elaboración propia fuente (atlas. media,2016)

Perfil Logístico de México

Acceso Marítimo: En la lista mundial de los países con más funcionalidad o rendimiento logístico, México ocupó el puesto 50 en el periodo 2014, posee una gran estructura portuaria que da vía a sus operaciones comerciales, tiene 22 puertos situados sobre el océano Atlántico y Pacífico.

Los puertos de mayor prioridad en la circulación marítima de mercancías y descargue son:

- Puerto Altamira
- Puerto Veracruz
- Puerto Manzanillo
- Puerto Lázaro Cárdenas
- Ensenada

Desde la costa Atlántica colombiana funcionan siete servicios de tránsito con destino a los puertos Altamira, Veracruz y Progreso con rutas relacionadas con los puertos de Jamaica, Panamá y Bahamas que conforman 4 navieras con un tiempo estimado de circulación de 10 a 24 días, desde Buenaventura con destino al golfo. El servicio va relacionado con dos navieras las cuales realizan transbordos en Panamá y Jamaica con un tiempo de circulación entre 13 y 22 días. Por último, desde la costa Atlántica con destino a los puertos de la costa pacífica mexicana, existen 3 navieras que ofrecen el servicio para un tiempo de 6 y 9 días. (procolombia, 2014).

Acceso Aéreo: México posee la infraestructura y organización aérea más grande de América Latina con 48 aeropuertos con servicio aduanero de los 82 que tiene en total. La ruta comercial para la carga de mercancías entre Colombia y México pertenece esencialmente al Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

La IATA (International Air Transport Association) es la encargada de poner las tarifas a las aerolíneas, el no cumplimiento de estas da paso a una sanción. (procolombia,2014)

Requisitos para el ingreso de mercancías a México

Envíos comerciales:

- Para envíos solicitan la factura original y tres de la factura comercial con la firma del vendedor.
- Una de las facturas comerciales debe estar firmada e ir dentro del paquete, y las demás anexadas a la guía aérea.
- Si la información de la factura comercial no está completa se debe agregar a la lista de empaque.

- Certificado de inspección, SGS. (procolombia,2014)

Documentos principales requeridos:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Despacho aduanal
- Certificación de calidad
- Cuantificación de mercancías. (procolombia,2014)

Perfil del Consumidor de México

El comportamiento del consumidor mexicano se ha transformado gracias a que el país ha crecido a gran escala económicamente, gracias a esto tienen un buen poder adquisitivo, pero escasos de tiempo, por lo tanto, el objetivo es encontrar un producto con buena calidad, que sea económico y les permita ahorrar tiempo. Debido a esto el consumidor busca una relación con la marca inclinada directamente a la comodidad y al servicio al cliente, este es punto clave en el mercado mexicano ya que tiene gran influencia en la decisión de compra.

Un dato curioso del mercado mexicano es que tan solo el 2,5% de las ventas en el periodo del 2016 se realizaron por internet, a pesar de ser un país en el cual las ventas por internet móvil se han intensificado.

El poder adquisitivo del ciudadano promedio en México ha aumentado de forma considerable, gracias a esto se ha visto la influencia de Estados Unidos en mucho de estos consumidores en los hábitos de compra, aunque gran parte de la población vive en un bajo nivel económico. Todo lo relacionado con el comercio informal en México conforma un cuarto del PIB del país además de generar empleos a más de la mitad de la fuerza laboral.

Uno de los instrumentos financieros que más usa el mexicano por este movimiento de gran demanda en el mercado es el crédito bancario, gracias a esto el servicio financiero que ofrece una empresa es fundamental para la adquisición de nuevos clientes. (Santander.trade,2016)

Tabla 23 *Datos de la Población*

Población total	127.540.423
Población Urbana	79,5%
Población Rural	20,5%
Densidad de la población	66 hab./km ²

Población Masculina en %	48,8%
Población Femenina en %	50,2%
Crecimiento natural	1,30%
Edad media	26,0

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Santander.trade,2017)

Tabla 24 *Edad de la población (Esperanza de vida en años)*

Hombre	74,7
Mujer	79,5

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Santander.trade,2017)

Tabla 25 *Gastos de consumo en los Hogares*

Gastos	2015	2016	2017
Gastos de consumo hogar (millones de USD, precio constante de 2000)	785.229	813.959	838.352
Gastos de consumo hogar (Crecimiento anual, %)	3,4	3,7	3,0
Gastos de consumo hogar per cápita (USD, precio constante de 2000)	6.548	6.640	n/a
Gastos de consumo de hogar (% of GPD)	66,6	66,3	n/a

Nota. Tabla elaboración propia con datos tomados de (Santander.trade,2017)

Alianza del Pacífico Acuerdo comercial vigente

Este tratado multilateral conformado por Chile, Colombia, México y Perú se creó con el fin de innovar en las negociaciones del continente, su objetivo es integrar las 4 economías para que puedan ser altamente competitivas y tengan un crecimiento colectivo dando prioridad a la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

Uno de los principales objetivos del acuerdo no solo es avanzar en la economía de sus países integrantes si no también convertir todo el bloque en una potencia mundial extensa de oportunidades, uno de los grandes mercados globales que desean incursionar es el litoral asiático del Pacífico, además de tener presencia en ferias promocionales de ámbito internacional y compartir embajadas con países africanos y asiáticos. (alianzapacifico,2018)

El acuerdo de la alianza del pacífico entre Colombia y México se realiza con el fin de otorgar un beneficio a sus consumidores al igual que a los empresarios o exportadores de los dos países con unas de las disciplinas más ventajosas que son el acceso a mercado y la inversión en la parte comercial, por tanto, la facilidad de incursionar en el mercado mexicano es factible ya que el tratado prohíbe barreras no arancelarias solo para productos como café, azúcar, carne de cerdo, avicultura, lácteos, verdura, cereales, esto se realiza con el fin de proteger al productor nacional.

Los Retos y estrategias a partir del Plan competitivo de la región de la Orinoquia que favorezcan el aceite de palma y al arroz colombiano.

La Orinoquia cuenta con una amplia capacidad agropecuaria, sin embargo, es necesario la implementación de un plan de desarrollo que permita potencializar las capacidades productivas de sus tierras, y llegar a ser más competitivos frente a otras potencias mundiales productoras de arroz y de aceite de palma, productos estudiados en el presente documento.

Se estima que en la Orinoquia se cuenta con el 7.2% de las tierras agrícolas del país, de las cuales solo están utilizadas el 2.2%, y gran cantidad de estas tierras cultivables son utilizadas para la ganadería (Benavides, 2015).

Se plantea entonces como estrategias de desarrollo para la región de la Orinoquia los siguientes aspectos indispensables para lograr un nivel de producción eficiente y sostenible

- Aumento sostenible de los terrenos cultivables
- Innovación en los procesos y mejora genética de los productos
- Ocupación de los ecosistemas especiales
- Enfocar los esfuerzos en los productos más rentables, como lo son el arroz y el aceite de palma
- Invertir en la investigación y desarrollo de la región en el sector agrícola
- Implementar nuevas alternativas productivas, (tecnología)

Para el caso del arroz en la UE teniendo en cuenta las razones de la exclusión de este producto del acuerdo, es necesario ofrecer para la unión europea el arroz colombiano teniendo en cuenta

nuestra ventaja comparativa sobre el arroz producido en la UE, negociar con la UE, le entrada en primer lugar de una pequeña cuota del arroz colombiano, exportar para la UE el arroz de la más alta calidad producido desde en Colombia, así como aprovechar las tendencias de consumo de productos debidamente certificados, para la exportación de arroz orgánico; proponer para la UE un precio favorable respecto al ofrecido por la competencia, y mantener estándares de calidad en la producción, así como garantizar una competencia sana y transparente entre los proveedores.

La facilidad comercial que presentan el mercado de los países integrantes de la Unión Europea y México es evidente en su demanda de nuevos negocios y su visión de incursionar nuevas economías, productos como el arroz y el aceite de palma son altamente viables para su exportación a dichos países ya que no pertenecen a un catálogo de productos agrícolas con una barrera arancelaria fuertemente definida, por ende el consumidor siempre buscará vincularse a nuevas marcas importadas que presenten una reducción de sus costos y les generen comodidad en la forma de adquisición como observamos en los consumidores mexicanos.

Conclusiones

Es evidente lo viable que puede ser internacionalizar un producto agrícola proveniente de la región Orinoquia, su gran diversidad climática y su dependencia de la agricultura lo convierten en un fuerte productor en comparación de las demás regiones de Colombia, además se ha convertido en un mercado prometedor para grandes empresas inversionistas que hacen cada vez de la Orinoquia una región más competitiva sin embargo, la falta de aprovechamiento de las tierras y la sub-utilización de las mismas no ha permitido un desarrollo que evolucione y avance en la medida que los mercados las demandas internacionales lo requieren.

Se ha demostrado que productos como el arroz y el aceite de palma son originados en la mayoría de departamentos que conforman la región, además de estar respaldados por programas que incentivan su producción como el plan maestro de la Orinoquia.

Mercados como el de México y la Unión Europea se convierten en grandes oportunidades para la exportación, por su gran facilidad comercial y sus bajas restricciones por tratados de libre comercio vigentes, además países como México que han tenido antecedentes en el intercambio de bienes y servicios con Colombia lo convierten en un destino mucho más factible, teniendo en cuenta esto y el perfil que posee el consumidor de ambos mercados, con un fuerte poder adquisitivo y tendencia de buscar nuevas marcas, convierten la exportación de arroz y aceite de palma un negocio más atractivo.

Recomendaciones

El desarrollo del presente proyecto implicó un análisis cualitativo y cuantitativo de las cifras de exportación e importación de los principales productos de la región de la Orinoquia, sin embargo, se han mencionado algunas de las principales dificultades que presenta el sector de la agricultura para un óptimo desarrollo, es necesario entonces implementar un plan de investigación el cual permita proponer alternativas de solución para las falencias del sector, como lo son la tecnificación del , y la participación del estado en la mejora y apoyo de este.

Otra recomendación sería enfocar los esfuerzos de producción en el país para exportar a países en los cuales sea viable la aplicación de la ventaja comparativa, para de esta manera no entrar a competir con otras potencias productoras las cuales cuentan con una ventaja absoluta.

Referencias

Agronegocios. (2015). *Agronegocios* . Obtenido de <https://www.agronegocios.es/un-60-del-arroz-que-importa-la-ue-de-paises-terceros-no-paga-arancel/>

Aponte, L. A. (2001). *Qué determina la*. Cartagena de indias.
asociacion de fiduciarias de colombia . (s.f.). Obtenido de
 file:///C:/Users/hecardon/Downloads/CARTILLA.pdf

B, C. A. (18 de 04 de 2011). *Organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura* .
 Obtenido de FAO: <http://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/506607/>

Benavides, J. (2015). *El desarrollo económico de la orinoquia*. Obtenido de
<https://ceo.uniandes.edu.co/images/Documentos/El%20desarrollo%20econ%C3%B3mico%20de%20la%20Orinoquia.pdf>

comision, E. (2013). *Los puertos marítimos de Europa en el horizonte de 2030: retos futuros*. Obtenido
 de http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-448_es.htm

Comission, E. (2016). *European structural and investment funds*. Obtenido de
https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/funding-programmes/overview-funding-programmes/european-structural-and-investment-funds_en

Comission, E. (2017). *TRADE HELPDESK*. Obtenido de
<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/requisitos-sanitarios-y-fitosanitarios>

Corral, J. J. (24 de FEBRERO de 2011). *EL COLOMBIANO*. Obtenido de
http://www.elcolombiano.com/historico/desarrollo_agropecuario_de_la_orinoquia-NGEC_123583

COTRISA. (2017). *COTRISA* . Obtenido de
<https://www.cotrisa.cl/mercado/arroz/internacional/importadores.php>

[noticias/actualidad/poblacion-mundial-superara-los-10000-millones-siglo-articulo-575920](https://www.cotrisa.cl/mercado/arroz/internacional/importadores.php)

Europea, U. (2016). Obtenido de https://europa.eu/european-union/topics/consumers_es

Europea, U. (2016). *Temas de la Union Europea* . Obtenido de https://europa.eu/european-union/topics/trade_es

Europea, U. (2017). *consumidores*. Obtenido de https://europa.eu/european-union/topics/consumers_es

Europea, U. (2017). *La UE en cifras* . Obtenido de https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/economy_es#tab-0-0

FAO. (2004). *el arroz*. Obtenido de <http://www.fao.org/newsroom/es/focus/2004/36887/index.html>

FAO. (2015). *Organizacion de las naciones unidas para la alimentacion y la agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/colombia/fao-en-colombia/colombia-en-una-mirada/es/>

FAO. (2017). Obtenido de <http://www.fao.org/noticias/1999/codex-s.htm>

Fedearroz. (2017). Obtenido de <http://www.fedearroz.com.co/new/costos.php>

FEDESARROLLO. (2017). Obtenido de EVALUACION DE POTENCIAL DE CRECIMIENTO VERDE : http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3346/LIB_2017_EPCV_Completo.pdf?sequence=2&isAllowed=y

FEDESARROLLO. (2017). *Evaluacion de potencial de crecimiento verde* . Obtenido de http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3346/LIB_2017_EPCV_Completo.pdf?sequence=2&isAllowed=y

finagro. (2014). *Perspectiva del sector agropecuario Colombiano* . Obtenido de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

Gomez, G. (1996). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA*. Obtenido de media.utp.edu.co/.../metodologia...investigacion-cualitativa/investigacioncualitativa.do...

JAIR, R. C. (2011). <http://repository.unimilitar.edu.co>. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/3241>

Jaramillo, c. (1995). Documento de trabajo sobre economi regional Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER19-ProductividadAgricola.pdf>

Junguito, r. (03 de 2014).Desarrollo de la agricultura Colombiana. Obtenido de http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/151/CDF_No_48_Marzo_2014.pdf?sequence=3&isAllowed=y

lozano. (06 de 2016). *El papel de la infraestructura rural en el desarrollo agrícola en Colombia*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11445/3351>

Minagricultura. (06 de septiembre de 2016). *ministerio de agricultura*. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/La-agroindustria-es-una-oportunidad-para-el-campo-colombiano.aspx>

Minagricultura. (2017). El Sector Arrocero en colombia. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Puoi6FfkjMAJ:https://sioc.minagricultura.gov.co/Arroz/Documentos/002%2520-%2520Cifras%2520Sectoriales/002%2520-%2520Cifras%2520Sectoriales%2520-%25202017%2520Diciembre%2520Arroz.pptx+%&cd=25&hl=es&ct=cl>

Minambiente. (2016). *Sistema de informacion ambiental de colombia*. Obtenido de <http://www.siac.gov.co/sueloscolombia>

MINCIT. (2017). ABC del acuerdo comercial con la union eurpea. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones/6847/abc_del_acuerdo_comercial_con_la_union_europea

mincit. (junio de 2018). Obtenido de mincit: <http://www.mincit.gov.co>

Mincomercio. (20 de Marzo de 2018). *MIncomercio* . Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/imprimir/40217/colombia_exporta_arroz_por_primera_vez_cana_nada_el_destino

Numbeo. (2017). *Numbeo.Price Ranking By conutry*. Obtenido de https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_price_rankings?itemId=115

Perfeti, J. (ABRIL de 2013). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Obtenido de http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/61/LIB_2013_Pol%C3%ADticas%20para%20el%20desarrollo%20de%20la%20agricultura_Completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

PORTAFOLIO. (AGOSTO de 2017). *PORTAFOLIO, SECCION ECONOMIA*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/area-cultivada-en-colombia-durante-el-2016-508508>

press.es, I. (2017). Exportaciones e importaciones de la union europea. Obtenido de http://www.latinpress.es/importaciones_y_exportaciones_de_la_ue.html

Procolombia. (2016). Acuerdo comercial Colombia Union Europea Obtenido de <http://ue.procolombia.co/logistica>

Procolombia. (2017). características del consumidor europeo. Obtenido de <http://ue.procolombia.co/conozca-la-ue/caracteristicas-del-mercado-y-el-consumidor>

SALUD, O. N. (s.f.). *ORGANIZACION NMUNDIAL DE LA SALUD* . Obtenido de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/diet/es/>.

SEMANA, R. (26 de Junio de 2016). *El agro: una oportunidad de oro*. Obtenido de Colombia podría convertirse en una potencia alimentaria en el transcurso de las próximas dos décadas

Stiglitz, J. E. (2004). *MACROECONOMIA*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=j64uUExRDyMC&pg=PA75&dq=ventaja+comparativa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwibONSut6LdAhVDtIkKHQLvCXcQ6AEIXDAJ#v=onepage&q&f=false>

TIEMPO, E. (23 de mayo de 2016). *La Tierra en Colombia No se Aprovecha* . Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16601436>

Unidas, N. (2015). *NACIONES UNIDAS*. Obtenido de <http://www.un.org/es/sections/issues-depth/population/index.html>

(08 de 2015) Boletín No. ¿Cómo vamos en las regiones? Región de la Orinoquía. Obtenido de <http://www.urosario.edu.co/Home/Principal/boletines/Ediciones-OPIP-Regionales/Edicion01-Regiones/Como-vamos-en-las-regiones-Region-de-la-Orinoquia/>

(04 de 2018) Mercado laboral de las ciudades capitales de los departamentos de la Amazonía y Orinoquía. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_nvros_dptos/bol_cc_dptos_amazonia_orinoquia_17.pdf

(06 de 2018) Producto Interno Bruto (PIB) Departamental 2017 preliminar. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2015/Bol_dptal_2017preliminar.pdf

Pardo, Luisa REGIÓN DE LA ORINOQUIA [Entrada de Blog]. Recuperado de <http://rncorinoquia.blogspot.com/>

(01 de 2018) PROYECCIONES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA REGIONAL. Obtenido de https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3608/Reporenero_2018_Delgado_y_P%C3%A9rez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(09 de 2016) Plan Maestro de la Orinoquia. Obtenido de <http://cccasanare.co/wp-content/uploads/2017/02/Plan-Maestro-de-la-Orinoquia-2016.pdf>

(2017) México: Política y economía. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/mexico/politica-y-economia>

(09 de 2011) Perfil Comercial de México - Triángulo Norte. Obtenido de <http://www.procolombia.co/mcromexico/perfil-comercial-de-mexico>

(2016) México. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/mex/>

(2018) Alianza del Pacífico. Obtenido de <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>