

**ANÁLISIS DE LA REGIÓN DEL CATATUMBO PARA LA SELECCIÓN DE
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EXPORTABLES HACIA LA UNIÓN EUROPEA**



SARAY YELITZA CALA CAMACHO

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA**

2018

**ANÁLISIS DE LA REGIÓN DEL CATATUMBO PARA LA SELECCIÓN DE
PRODUCTOS AGRÍCOLAS EXPORTABLES HACIA LA UNIÓN EUROPEA**



SARAY YELITZA CALA CAMACHO

ASESOR METODOLÓGICO:

MG SERGIO PEÑARANDA GARCÍA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA**

2018

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por permitirme culminar esta etapa tan importante en mi vida y por todas las bendiciones recibidas, a mis padres que han dado todo el esfuerzo y apoyo durante este camino con su constante motivación y amor. De igual manera mi sincero agradecimientos al Ejercito Nacional principalmente a los integrantes de la oficina de Acción Integral por haber hecho una práctica enriquecedora y un ambiente muy agradable y a mi tutor de proyecto quien con su conocimiento y guía fue pieza clave para que pudiera desarrollar con éxito este proceso.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	8
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	9
Reseña histórica.....	9
Objeto social.....	10
Misión.....	10
Visión.....	10
Organigrama.....	11
Portafolio de productos.....	11
OBJETIVOS	12
Objetivo general.....	12
Objetivos específicos.....	12
JUSTIFICACIÓN	13
MARCO REFERENCIAL	14
Marco Teórico.....	14
Marco Conceptual.....	17
Marco Contextual.....	18
Marco Legal.....	18
INFORMACIÓN DE LA PRACTICA	20
Descripción de la dependencia en la que se realizó la práctica.....	20
Informe de Funciones.....	20
Informe.....	24
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES	48
LISTA DE REFERENCIAS	49

Listas especiales

Lista de figuras

<i>Figura 1 Organigrama. Elaboración propia</i>	12
---	----

Lista de ilustraciones

<i>Ilustración 1 Tendencia de Consumo de frijol en Italia. Fuente propia</i>	33
<i>Ilustración 2 Tendencia de consumo de frijol en España. Fuente propia</i>	33
<i>Ilustración 3 Tendencia de consumo de frijol en Alemania. Fuente propia</i>	34
<i>Ilustración 4 Tendencia de consumo de frijol en España. Fuente propia</i>	34
<i>Ilustración 5 Tendencia de consumo de frijol en Países Bajos. Fuente propia</i>	35
<i>Ilustración 6 Tendencia de consumo de maíz en España. Fuente propia.</i>	35
<i>Ilustración 7 Tendencia de consumo de maíz en Países Bajos. Fuente propia</i>	36
<i>Ilustración 8 Tendencia de consumo de maíz en Italia. Fuente propia.</i>	36
<i>Ilustración 9 Tendencia de consumo de maíz en Alemania. Fuente propia.</i>	37
<i>Ilustración 10 Tendencia de consumo de maíz en Francia. Fuente propia.</i>	37
<i>Ilustración 11 Tendencia de consumo de Cebolla en Alemania. Fuente propia.</i>	38
<i>Ilustración 12 Tendencia de consumo de cebolla en Países Bajos. Fuente propia.</i>	38
<i>Ilustración 13 Tendencia de consumo de cebolla en Francia. Fuente propia.</i>	39
<i>Ilustración 14 Tendencia de consumo de cebolla en Italia. Fuente propia.</i>	39
<i>Ilustración 15 Tendencia de consumo de cebolla en España. Fuente propia.</i>	40
<i>Ilustración 16 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Alemania. Fuente propia.</i>	40
<i>Ilustración 17 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Francia. Fuente propia.</i>	41
<i>Ilustración 18 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Países Bajos. Fuente propia.</i>	41
<i>Ilustración 19 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Italia. Fuente propia.</i>	42
<i>Ilustración 20 Tendencia de consumo de Tomates frescos en España. Fuente propia.</i>	42

Lista de tablas

<i>Tabla 1 Funciones. Elaboración propia.</i>	24
<i>Tabla 2 PESTEL Municipio Convención. Por Alcaldía de Convención.</i>	26
<i>Tabla 3 PESTEL Municipio El Carmen. Por Alcaldía de El Carmen.</i>	27
<i>Tabla 4 PESTEL Municipio Hacarí. Por Alcaldía de Hacarí.</i>	28
<i>Tabla 5 PESTEL municipio Teorama. Por Alcaldía de Teorama.</i>	30
<i>Tabla 6 PESTEL Municipio Ocaña. Por Alcaldía de Ocaña.</i>	31
<i>Tabla 7 Variación de consumo en cantidades porcentuales. Trademap. Indicadores.</i>	43

Resumen

El presente informe se elaboró durante la realización de la práctica profesional en la Oficina de Acción Integral de la Segunda División del Ejército Nacional, en la que se afianzaron conocimientos relacionados con Negocios Internacionales priorizando una región que para Acción integral es de vital importancia como lo es la región del Catatumbo en el departamento de Norte de Santander, realizando un previo análisis del macro entorno y posteriormente una selección de productos agrícolas que hacen parte de la economía de la región para ser exportados hacia la unión europea.

Palabras claves: Oficina de Acción Integral, Segunda División, Catatumbo, macro entorno, productos agrícolas.

Abstract

This report was prepared during the performance of the professional practice in the Office of Integral Action of the Second Division of the National Army, in which knowledge related to International Business was strengthened prioritizing a region that for Integral Action is of vital importance as it is the Catatumbo region in the department of Norte de Santander, making a preliminary analysis of the macro environment and then a selection of agricultural products that are part of the economy of the region to be exported to the European Union.

Keywords: Integral Action Office, Second Division, Catatumbo, macro environment, agricultural products.

Introducción

La oficina de acción integral se encarga de direccionar toda clase de esfuerzos y recursos tendientes a consolidar el control territorial, en los lugares más recónditos del territorio colombiano y brindarle a la población civil una protección estratégica, todo ello con el fin de generar unas condiciones necesarias para alcanzar la paz, desarrollo y prosperidad democrática. Es por esto, el interés de impulsar en las zonas donde el estado no ha tenido presencia y han estado influenciadas o controladas por actores armados, la ejecución de programas que colaboren con el progreso de las comunidades afectadas por el conflicto.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente informe tiene como finalidad la descripción de los factores que impiden el desarrollo y el progreso de la región del Catatumbo principalmente en los municipios de Convención, El Carmen, Teorema, Hacarí y Ocaña en el departamento Norte de Santander; así mismo la selección de posibles productos con miras a ser exportados teniendo en cuenta las condiciones necesarias para ser llevados hacia la Unión Europea.

1. Presentación de la Empresa

1.1 Reseña histórica

La Segunda División del Ejército Nacional, desde el año 1983 conduce operaciones militares en su jurisdicción, con el fin de derrotar militarmente las organizaciones narcoterroristas, doblegar su voluntad de lucha, forzar su desmovilización, asegurar la cobertura terrestre sobre la frontera con Venezuela, para garantizar la seguridad y el desarrollo de la región.

Durante sus 34 años de lucha, la segunda división ha conseguido resultados altamente positivos representados en bajas en combate, capturas a disposición de las autoridades competentes, reinserciones, recuperación de material de guerra e intendencia, lucha contra el narcotráfico, incautación de insumos y destrucción de campamentos subversivos y para el procesamiento de alucinógenos; carteles de la gasolina, y contrabando. Han llevado la tranquilidad a amplias zonas azotadas y deprimidas al aniquilar a grupos asesinos, secuestradores y extorsionistas.

Su operación ha llegado a cada rincón del territorio de su jurisdicción, incluyendo a los municipios de la región del Catatumbo, quienes se encuentran inmersos en su inmensa selva, rodeada por sus montañas y ríos.

Esta región golpeada por la acción criminal por parte de diferentes grupos, tales como FARC, ELN, por mencionar tan solo algunos, junto con otros factores como el abandono estatal a lo largo de los años, ha generado entre sus habitantes un atraso social que se debe ser reparado en conjunta colaboración de los diferentes actores como lo son gobierno nacional, departamental, municipal, sector privado y en mayores intenciones con los grupos armados desmovilizados, en este caso los

ex combatientes de las FARC, quienes fueron acogidos en algunos territorios de esta región, con la esperanza de que el desarrollo llegaría en el marco de la implementación de los acuerdos de paz.

1.2 Objeto social

El ejército nacional de Colombia tiene como objeto social la protección de la soberanía nacional, sus habitantes, sus territorios y riquezas de todo enemigo interno o externo que pretenda atentar contra ellos.

Información de contacto

Dirección: Carrera 33 calle 14 Esquina Barrio San Alonso, Bucaramanga

Correo electrónico: prensadiv02@ejercito.mil.co

Jefe inmediato: CP. Janier Aragón

1.3 Misión

El Ejército Nacional conduce operaciones militares orientadas a defender la soberanía, la independencia y la integridad territorial y proteger a la población civil y los recursos privados y estatales para contribuir a generar un ambiente de paz, seguridad y desarrollo, que garantice el orden constitucional de la nación.

1.4 Visión

En el año 2030, el Ejército Nacional continuará siendo la fuerza de acción decisiva de la Nación, con capacidad de conducir operaciones autónomas, conjuntas, coordinadas y combinadas, en forma simultánea en dos teatros de operaciones, uno externo y/o uno interno.

1.5 Organigrama

- Presidente de la republica
- Ministro de defensa
- Comandante de las fuerzas militares
- Comandante del ejército nacional
- Comandante de la segunda división
- Mayor, oficial del batallón de inteligencia militar
- Capitán, oficial del batallón de inteligencia militar
- Cabo primero, suboficial del batallón de inteligencia militar

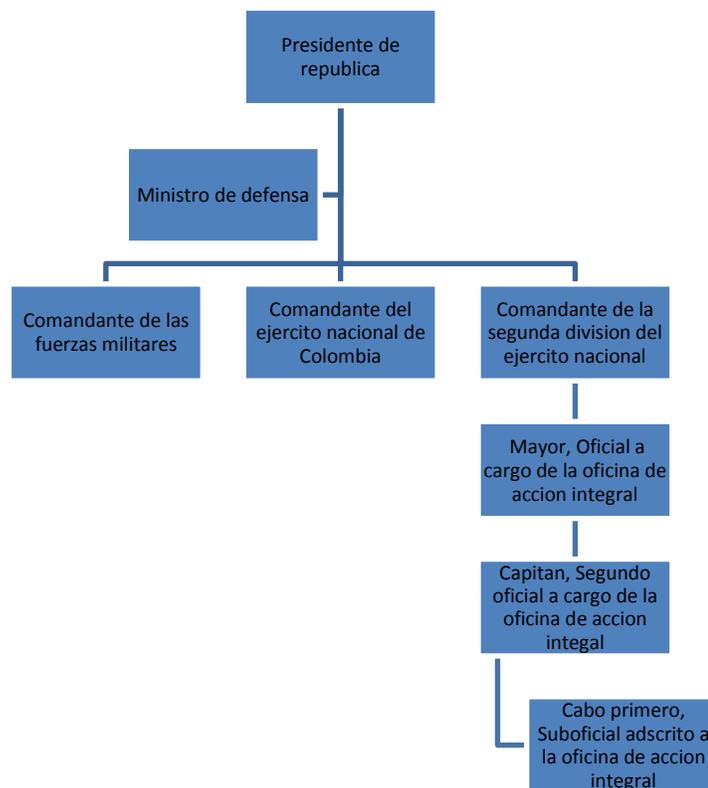


Figura 1 Organigrama. Elaboración propia

1.6 Portafolio de productos y/o servicios

El ejército nacional como organización militar conduce operaciones que estén orientadas a defender la soberanía territorial, proteger la población civil, los recursos privados y estatales, al mismo tiempo que busca consolidar desde su acción integral su acercamiento a las comunidades con el fin de ser percibidos como una institución que busca el bienestar de la población civil más allá del ámbito militar.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Análisis del macro entorno de los municipios de la región del Catatumbo para la selección de productos agrícolas con potencial exportador hacia la unión europea.

2.2 Objetivos específicos

- Describir los factores del entorno externo a través de la herramienta PESTEL de los municipios Convención, El Carmen, Teorema, Hacarí y Ocaña ubicados en la región del Catatumbo, Norte de Santander.
- Seleccionar los productos exportables para los municipios anteriormente mencionados en la región del Catatumbo.
- Identificar las condiciones de acceso y las limitaciones de los productos con potencial exportador para el mercado europeo.
- Definir las normas de origen, los requisitos sanitarios, fitosanitarios y demás consideraciones que se deben tener en cuenta para poder ingresar a la Unión Europea.

3. Justificación

La práctica empresarial realizada durante el segundo semestre del año 2017 como requisito académico del programa de Negocios Internacionales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, en la oficina de Acción Integral de la Segunda División del Ejército Nacional, estuvo encaminada al desarrollo de actividades que representan valor agregado en la formación como profesional, como lo fue la elaboración de este informe que data hechos reales de factores que no permiten el libre desarrollo de las comunidades, generan atraso e impide la competitividad específicamente en la región del Catatumbo. Una experiencia enriquecedora, pues se desarrollaron competencias de trabajo en equipo y se realizaron investigaciones que fueron importantes para la toma de decisiones dentro de la jurisdicción y así mismo permitió tener un espectro más amplio acerca de los factores que afectan el crecimiento de una economía.

4. Marco Referencial

4.1 Marco Teórico

- **La Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo:** “es lógico para un país debe especializarse en la producción de aquellos bienes que pueda producir de manera más eficiente y adquirir los que no conserven esta relación, el libre comercio ilimitado resulta en un incremento de la producción mundial y la apertura de un país al libre comercio estimula el crecimiento económico, generando un incremento en las ganancias”. (HILL, Negocios Internacionales, 2007)
- **El modelo de Heckser-Ohlin** afirma que “el patrón del comercio internacional está determinado por las diferencias en la dotación de factores. Además, esta teoría predice que los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de factores localmente abundantes e importarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de factores localmente escasos.” (CEPAL, 1989)
- **El Modelo de Geo – negocios** plantea que cuando se tiene por objeto actividades rentables estas tienden a expandirse. Se refiere a la relación entre geografía y la política internacional. Tiene tres tipos de variables: Las condicionales que nos indican si existe o no posibilidad para los negocios internacionales, basado en las características del producto, determinando las posibilidades de que los beneficios sean mayores a los costos. Las motivaciones indican si la empresa tiene algo que ganar ofreciendo el producto a nivel internacional y su grado de motivación, basado en el horizonte geográfico, acceso a los recursos y su situación de ventaja o desventaja competitiva en el mercado. Por último las variables de control basadas

en acciones restrictivas o potenciadoras por parte de los países, como impuestos y programas de incentivos. (HIDALGO, 1993)

- **El modelo de Porter** Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

2. La rivalidad entre los competidores: Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

3. Poder de negociación de los proveedores: Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

4. Poder de negociación de los compradores: Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (HILL, Negocios Internacionales, 2007)

- **Modelo OLI** por las siglas en inglés de “Ownership” (propiedad), “Locational” (localización) e “Internalization” (internalización). Esta teoría como modelo de la inversión extranjera directa (IED), defendida por el economista británico **John H. Dunning** afirma que “además de los diversos factores que influyen en la decisión de que una compañía realice IED, propone a las ventajas de la ubicación que explican la naturaleza y destino de IED”. Con la expresión ventajas de la ubicación, Dunning se refiere a las ventajas de aprovechar los recursos o activos propios de determinado lugar en el extranjero y que a una empresa le resultan valiosos para combinar con sus propias ventajas exclusivas (como

conocimientos tecnológicos, de marketing o administrativos). (HILL, Negocios Internacionales, 2007)

- **Investigación de mercados según Phillip Kotler:** En su libro Fundamentos de Marketing define la investigación como “el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes para una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa”. (Kotle & Armstrong, 2008)
- **Investigación de mercados Kinnear y Taylor:**La investigación de mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información en el proceso de toma de decisiones por la gerencia de Marketing. (Taylor, 1998)
- **Investigación de mercados según William Zikmund:** La investigación de mercados conduce al desarrollo de nuevos productos, el mejoramiento de los productos y servicios existentes o a la realización de cambios en la estrategia de mercadotecnia. (Zikmund, 1998)

4.2 Marco Conceptual

Exportación: Mercancías o productos que se elaboran en un país y se comercializan fuera del mismo.

Competitividad: Capacidad de enfrentarse a otros similares con la posibilidad de liderar por desempeño.

CI3MO2: Centro Integrado de Información de Inteligencia Militar Operacional #2

Segunda División: División del ejército nacional de Colombia, la cual tiene presencia en la jurisdicción, encargada de la protección y vigilancia por la paz.

Oficina de Acción Integral: Unidad del Ejército Nacional de Colombia encargada de afianzar la presencia institucional por medio del fortalecimiento de las relaciones cívico – militares desde el punto de vista social.

Jurisdicción: Territorios en donde la **potestad** es ejercida, es decir, donde un estado desempeña su autoridad.

Catatumbo: Región perteneciente al departamento de Norte de Santander y la cual está Conformada por los municipios de Abrego, Convención, El Carmen, El Tarra, Hacari, Ocaña, Teorama, San Calixto y Tibú.

Cultivos Ilícitos: Cultivos utilizados con fines ilegales, principalmente en la actividad de narcotráfico, en Colombia los cultivos de este tipo están conformados por marihuana, coca y amapola.

Requisitos fitosanitarios: Hacen referencia a las medidas específicas impuestas por un país importador a los envíos de productos de origen vegetal que se movilizan hacia el mismo, con la finalidad de mantener el nivel de protección necesaria para evitar el ingreso de plagas al país.

Fuerzas Militares: son el conjunto de instituciones castrenses que se encargan de la defensa de la extensión territorial colombiana en cuanto a su parte aérea, terrestre y marítima que hacen parte de la república de Colombia.

PESTEL: Es un instrumento de planificación estratégica para definir y analiza factores del macro entorno como: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos. Es una herramienta estratégica útil para entender el crecimiento o decrecimiento del mercado, la posición del negocio, el potencial y la dirección de las operaciones.

4.3 Marco Contextual

Dentro de las Fuerzas Militares La acción integral es contemplada dentro de la Política Integral de Seguridad y Defensa Nacional como una estrategia encaminada a desarticular los grupos al margen de la ley, mediante el apoyo constante a la intervención militar; de ahí que se encargue de direccionar toda clase de esfuerzos y efectuar un apoyo constante por el Estado en aquellos lugares vulnerables y así mismo poder brindarle a la población civil una protección estratégica, todo ello con el fin último de generar unas condiciones necesaria para alcanzar la paz y el desarrollo de la región.

4.4 Marco Legal

Dentro del marco legal corresponde ilustrar la normatividad y reglamentación aplicable para el proyecto, en las que aplican:

- Constitución Política de Colombia
- Ley 6 de 1991: Ley marco de aduanas
- Ley 7 de 1991: Ley marco del comercio exterior
- Ley 48 de 1983: Ley marco – criterios generales que orientan las regulaciones sobre comercio exterior.
- Decreto Ley 444 de 1967, artículos 46,48 y 50. Libertad de exportación y regulación de la misma.
- Ley 2420 de 1968, artículos 11, 43, 44, 47, 48, 59, 60 regulación técnica del ministerio de la agricultura.
- Decreto 2375 de 1970 – sanidad agropecuaria.

- Decreto 2811 de 1974, artículos 32, 240, 261, 265, 274 y 299, protección al medio ambiente.
- Decreto 2685 de 1999 artículos 1 inciso 38, y del 260 al 352, exportación de bienes – trámites aduaneros.
- Decreto 2681 de 1999 – registro nacional de exportadores de bienes y servicios.
- Acuerdo de 1994 – obstáculos técnicos al comercio mundial agropecuario.
- Acuerdo de 1994 – medidas sanitarias y fitosanitarias
- Acuerdo de 1994 - Declaración de Marrakesh – comercio
- Reglamento (CEE) n° 315/93 del Consejo, de 8 de febrero de 1993, por el que se establecen los procedimientos comunitarios para los contaminantes en los alimentos (DO L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315)
- Reglamento (CE) n ° 1881/2006 de la Comisión, de 19 de diciembre de 2006, por el que se fijan niveles máximos para determinados contaminantes en los productos alimenticios (DO L-364 20/12/2006) (CELEX 32006R1881)
- De conformidad con el Reglamento de Ejecución (UE) no 1308/2013 de la Comisión (DO L-347 20/12/2013) (CELEX 32013R1308), las frutas y hortalizas destinadas a la venta al consumidor solo pueden comercializarse si son sanas, justo y de calidad comercializable y si el país de origen está indicado.

5. Información de la práctica

5.1 Descripción de la dependencia en la que se realizó la práctica

La oficina de acción integral de la Segunda División del Ejército Nacional de Colombia tiene como misión institucional el consolidar la presencia del Ejército Nacional ante la población civil con el fin de apoyar su misión de lograr territorios en paz, con seguridad y desarrollo. Desde allí, se planea y lidera de forma coordinada todo proyecto que pueda atender áreas estratégicas dentro de la jurisdicción (Boyacá, Santander, Norte de Santander, Sur de Cesar, Sur de Bolívar y Yondó (Antioquia) de la Segunda División en la temática social.

5.2 Informe de Gestión

5.2.1 Informe de Funciones

- Seguimiento a medios abiertos (periódicos en formato digital) con el propósito de recopilar información de carácter político, económico y social dentro de la jurisdicción (Norte de Santander, Santander, Boyacá, Sur del cesar, Sur de Bolivia y Yondó – Antioquia).
- Análisis del macro entorno por medio de la herramienta PESTEL en la región del Catatumbo principalmente en los municipios de convención, El Carmen, Hacarí, Teorama y Ocaña
- Identificación de productos agrícolas con potencial exportador.

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos Empleados	Impactos/Resultados Obtenidos
Seguimiento a medios abiertos (periódicos en formato digital) con el propósito de recopilar información de carácter político, económico y social dentro de la jurisdicción (Norte de Santander, Santander, boyaca, Sur del cesar, Sur de Bolivia y Yondó – Antioquia).	Identificación por redes sociales (Facebook y twitter) y medios abiertos (periódicos en formato digital) de actividades sociales que tengan un impacto político, económico, social dentro de la jurisdicción de la Segunda	Duración de la práctica empresarial (6 meses)	Periódicos digitales, redes sociales.	Afianzar los conocimientos que pueden estar interrelacionados con el área de los Negocios Internacionales.

	<p>División del Ejército Nacional de Colombia, la cual corresponde a Santander, Norte de Santander, Boyacá, Sur de Bolívar, Sur del Cesar y Yondo (Antioquia).</p>			
<p>Análisis del macro entorno por medio de la herramienta PESTEL en la región del catatumbo principalmente en los</p>	<p>Elaboración de la herramienta que evalúa los aspectos Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico y</p>	<p>Duración de la práctica empresarial (6 meses)</p>	<p>Información recopilada de las diferentes alcaldías y planes de desarrollo de los municipios priorizados</p>	<p>Conocer el impacto que generan estos indicadores en la región.</p>

municipios de convención, El Carmen, Hacarí, Teorama y Ocaña.	Legal, permitiendo así las mejora en la toma de decisiones.		de la región del Catatumbo.	
--	---	--	-----------------------------------	--

Identificación de productos agrícolas con potencial exportador	Se recopila información del sector económico de cada municipio, para así identificar los productos con mayor potencial.	Duración de la práctica empresarial (6 meses)	Esta información es extraída por medio de las alcaldías y planes de desarrollo para luego graficar los datos en la base de TRADEMAP.	Se obtuvieron los productos: Cebolla, Maíz y Tomates Frescos.
--	---	--	--	--

Tabla 1 Funciones. Elaboración propia.

5.2.2 Informe

La siguiente información fue obtenida por medio de las páginas web de las diferentes alcaldías de los municipios de Convención, El Carmen, Hacarí, Teorama y Ocaña y los planes de desarrollo con el propósito de describir los factores del entorno externo a través de la herramienta PESTEL.

CONVENCIÓN

Político	Alcalde: Hermes Alfonso García Quintero, Partido Conservador Colombiano
Económico	Es un municipio de costumbres y de economía campesina sus actividades económicas están sustentadas en la agricultura, la ganadería, Las actividades agrícolas más importantes son la caña panelera, el café, cacao, yuca, plátano, tomate, cebolla, cebollina, fríjol, maíz. Convención tiene un área total cultivada de 9.290 hectáreas
Social	Cuenta con 16.605 habitantes . Baja calidad en la educación: 65% de analfabetismo, escasa infraestructura educativa, Pocos centros educativos, desnutrición de los niños en edad escolar, Insuficiencia de personal para la atención en salud, Baja cobertura en seguridad social, Insuficiencia en baterías sanitarias, Déficit de viviendas para la población, Baja cobertura en programas de atención de la población vulnerable, Cobertura insuficiente de servicio de energía, Escasez elevada de oportunidades de empleo.
Tecnológico	Escasez infraestructura tecnológica educativa, Dificultad de acceso al transporte escolar, Escasez de materiales didácticos de aprendizaje y equipos de cómputo, Carencia de sistemas de riego tecnificado, Mal estado de vías para el transporte,

	Baja cobertura de Internet y dificultad de la señal, Baja cobertura de la telefonía celular, Escasos medios de comunicación
Ecológico	Convención cuenta con selvas vírgenes en el sector norte y gracias a ellas mantiene una gran cantidad de quebradas que conservan la parte hídrica del municipio y su fauna está compuesta por animales como: conejos, armadillos, guartinajas, venados, osos de
Legal	*Ley 101 de 1993 " Ley general para el desarrollo agropecuario " * Ley 1450 de 2011 " * Ley 152 de 1994 " Ley de plan de desarrollo" Por el cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral a víctimas del conflicto armado interno" * Decreto ley 896 de 2017 "Por el cual se crea el Plan Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos" * Decreto Ley 902 de 2017 " Implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el acuerdo final " * Decreto - Ley 893 de 2017 " Por el cual se crean los programas de desarrollo con enfoque territorial – PDETS

Tabla 2 PESTEL Municipio Convención. Por Alcaldía de Convención.

EL CARMEN

Político	Edwuin Humberto Contreras Chinchilla, Partido Liberal Colombiano
Económico	Las actividades económicas del municipio, están sustentadas en la agricultura: café, cacao, yuca, plátano, tomate, cebolla, cebollín, frijón, maíz, caña, frutales y sin desconocer la presencia de cultivos ilícitos, la ganadería y la explotación minera en menor escala

<i>Social</i>	Cuenta con 16.351 habitantes . Un grupo étnico importante en el Municipio es el indígena Motilón Barí ubicados en el Parque Nacional Natural Catatumbo Barí (zona del Catatumbo) Elevada tasa de analfabetismo, Escasez elevada de oportunidades de empleo perdida de tradiciones ,Pocos centros educativos, Pocas oportunidades para acceder a la educación superior, poca gestión en programas para el desarrollo de la población víctima.
<i>Tecnológico</i>	Escasez de tecnología e infraestructura, deficiencia en el servicio de conexión a internet, Mal estado de vías para el transporte, Dificultades en la conectividad y cobertura telefónica, Escasos medios de comunicación
<i>Ecológico</i>	Tala y Quema de Bosques, contaminación a las fuentes hídricas con residuos sólidos.
<i>Legal</i>	Resolución 102 del 28 nov. / 1988 es un resguardo indígena *Ley 101 de 1993 " Ley general para el desarrollo agropecuario " * Ley 1450 de 2011 " * Ley 152 de 1994 " Ley de plan de desarrollo" Por el cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral a víctimas del conflicto armado interno" * Decreto ley 896 de 2017 "Por el cual se crea el Plan Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos" * Decreto Ley 902 de 2017 " Implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el acuerdo final " * Decreto - Ley 893 de 2017 " Por el cual se crean los programas de desarrollo con enfoque territorial - PDETS

Tabla 3 PESTEL Municipio El Carmen. Por Alcaldía de El Carmen.

HACARI

Político	Milciades Pinzon Pinzon, Movimiento Alternativo Indígena Y Social "Mais"
Económico	Es una región netamente agrícola y ganadera
Social	Cuenta con 10.657 habitantes , Deficiencia en los procesos administrativos, Falta de legalización de predios, Deficiente cobertura de servicios públicos, Población escolar distante a la institución educativa, Desnutrición en niños, Aumento de casos de violencia intrafamiliar, Altos índices de analfabetismo, Consumo de sustancias Psicoactivas, Embarazos en menores de edad, Falta de apoyo gubernamental, Falta de asistencia técnica deportiva, Deterioro en vías urbanas y rurales, Falta de señalización.
Tecnológico	falta de implementos logísticos y personal en la administración, Escasez infraestructura tecnológica educativa, deficiencia en el servicio de conexión a internet, Dificultades en la conectividad y cobertura telefónica, deficiencia en la infraestructura y dotación de salud, Escasos medios de comunicación
Ecológico	Uso inadecuado de los suelos, implantación de cultivos en áreas inapropiadas, poco o nulo acceso a créditos blandos, Inadecuado manejo de sustancias químicas.
Legal	*Ley 101 de 1993 " Ley general para el desarrollo agropecuario " * Ley 1450 de 2011 " * Ley 152 de 1994 " Ley de plan de desarrollo" Por el cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral a víctimas del conflicto armado interno" * Decreto ley 896 de 2017 "Por el cual se crea el Plan Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos" * Decreto Ley 902 de 2017 "

Implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el acuerdo final "
 * Decreto - Ley 893 de 2017 " Por el cual se crean los programas de desarrollo
 con enfoque territorial - PDETS

Tabla 4 PESTEL Municipio Hacarí. Por Alcaldía de Hacarí.

TEORAMA

Político	Jesus Leid Montaguth Montejo, Autoridades Indígenas De Colombia "Aico" - Polo Democrático Alternativo
Económico	Productos como la piña, el café, cacao, caña panelera, fríjol, maíz y plátano, frutas como cítricos (naranja y mandarina). 12.015 Hectáreas destinadas a pastos que atiende una población de 3.435 reses, porcinos, ganado caballar, mular, asnal, caprino y cunicula
Social	Cuenta con 21.524 habitantes , Elevada tasa de analfabetismo, Deficiente cobertura de servicios públicos, Pocos centros educativos, Déficit de viviendas para la población, Poca implementación en la cobertura de servicios públicos, Falta de programas para la atención a la Primera infancia, infancia, adolescencia y jóvenes, Violencia contra la mujer. El municipio cuenta con 7 comunidades indígenas de la etnia Barí: Shubacbarina, Yera, Sacacdu, Brubucanina, Ocbabuda, Suerera y Asabaringcayra
Tecnológico	Carencia de sistemas de riego tecnificado, Mal estado de vías para el transporte, Baja cobertura de Internet y dificultad de la señal, Baja cobertura de la telefonía celular, Escasos medios de comunicación.

Ecológico	Inadecuada gestión de los recursos naturales, excesiva producción de desechos.
Legal	*Ley 101 de 1993 " Ley general para el desarrollo agropecuario " * Ley 1450 de 2011 " * Ley 152 de 1994 " Ley de plan de desarrollo" Por el cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral a víctimas del conflicto armado interno" * Decreto ley 896 de 2017 "Por el cual se crea el Plan Nacional Integral de Sustitución de Cultivos Ilícitos" * Decreto Ley 902 de 2017 " Implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el acuerdo final " * Decreto - Ley 893 de 2017 " Por el cual se crean los programas de desarrollo con enfoque territorial - PDETS

Tabla 5 PESTEL municipio Teorama. Por Alcaldía de Teorama.

OCAÑA

Político	Miriam Del Socorro Prado Carrascal, Partido Conservador Colombiano
Económico	Producción agrícola: cebolla Ocañera, fríjol, tomate, café, frutales y pastos. Producción Pecuaria Ganadería, Avicultura Cuenta con 98.992 habitantes , Aumento de casos de violencia intrafamiliar, baja participación de los jóvenes en los pocos procesos democráticos, limitado acceso y sostenibilidad en la educación superior, Deterioro en vías municipales, Elevada tasa de mortalidad por accidentes de tránsito, baja cobertura en la prestación de servicio de acueducto y alcantarillado en el sector rural, Mujeres menores de edad en embarazo, desarrollo tecnológico inapropiado y poca viabilidad en procesos de

Social	emprendimiento, La falta de un censo real, El municipio cuenta con dos bienes declarados como patrimonio histórico, que son el Templo de San Francisco y La Columna de los Esclavos
Tecnológico	Mal estado de infraestructura de algunas instituciones educativas
Ecológico	El porcentaje del territorio de Ocaña declarado como reserva y protección del medio ambiente y bosques protegidos es del 8.02% porcentaje de bosques protegidos productor es de 0.68% baja capacidad de recursos hídricos para la población rural la Destrucción de bosques a causa de ampliación de la frontera agrícola y pecuaria.
Legal	*Ley 101 de 1993 " Ley general para el desarrollo agropecuario " * Ley 1450 de 2011 " * Ley 152 de 1994 " Ley de plan de desarrollo" Por el cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral a víctimas del conflicto armado interno" * Decreto ley 896 de 2017 "Por el cual se crea el Plan Nacional Integral de sustitución de Cultivos Ilícitos" * Decreto Ley 902 de 2017 " Implementación de la Reforma Rural Integral contemplada en el acuerdo final " * Decreto - Ley 893 de 2017 " Por el cual se crean los programas de desarrollo con enfoque territorial – PDETS

Tabla 6 PESTEL Municipio Ocaña. Por Alcaldía de Ocaña.

Análisis: de la anterior información se puede concluir que el factor social es el principal problema que genera riesgo en esta región, pues la dinámica del conflicto que ha permeado durante varios años ha generado un elevado índice de vulnerabilidad territorial, impidiendo el desarrollo de la misma.

Por otro lado, debido a factores como la humedad, clima y altitud cuentan con un alto potencial de productos agrícolas, siendo esta su base económica, pero que por falta de apoyo al campesino, Infraestructura, tecnología, el uso inadecuado de los suelos, el pésimo estado de las vías de comunicación y la falta de canales de comercialización no hacen competitivos estos municipios.

Selección de productos exportables para los municipios Teorama, Hacarí, El Carmen, Convención y Ocaña.

Para la selección de productos se tuvo en cuenta:

- Cultivos altamente rotatorios en la región del Catatumbo según información recopilada de las alcaldías y los planes de desarrollo de cada municipio; en este caso el frijol, maíz, cebolla y tomates.
- Por medio de la base de datos Trademap se determinaron los principales países importadores y el comportamiento de los productos anteriormente mencionados en los últimos **cinco años**.

0713 Hortalizas de vaina secas desvainadas, incl. “silvestres”, aunque estén montadas o partidas (frijol)

Italia

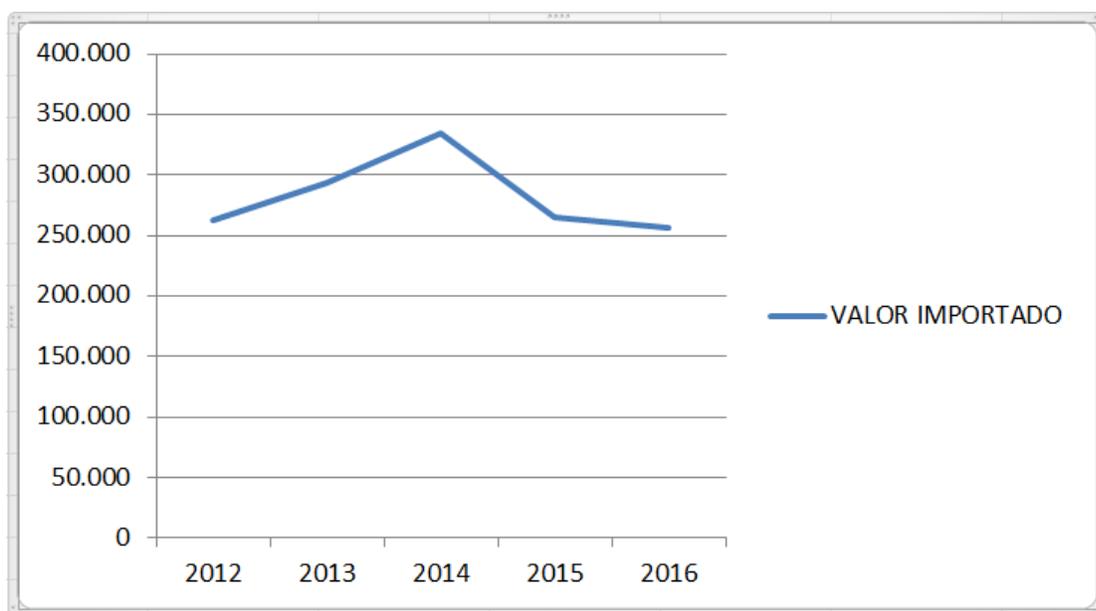


Ilustración 1 Tendencia de Consumo de frijol en Italia. Fuente propia

España

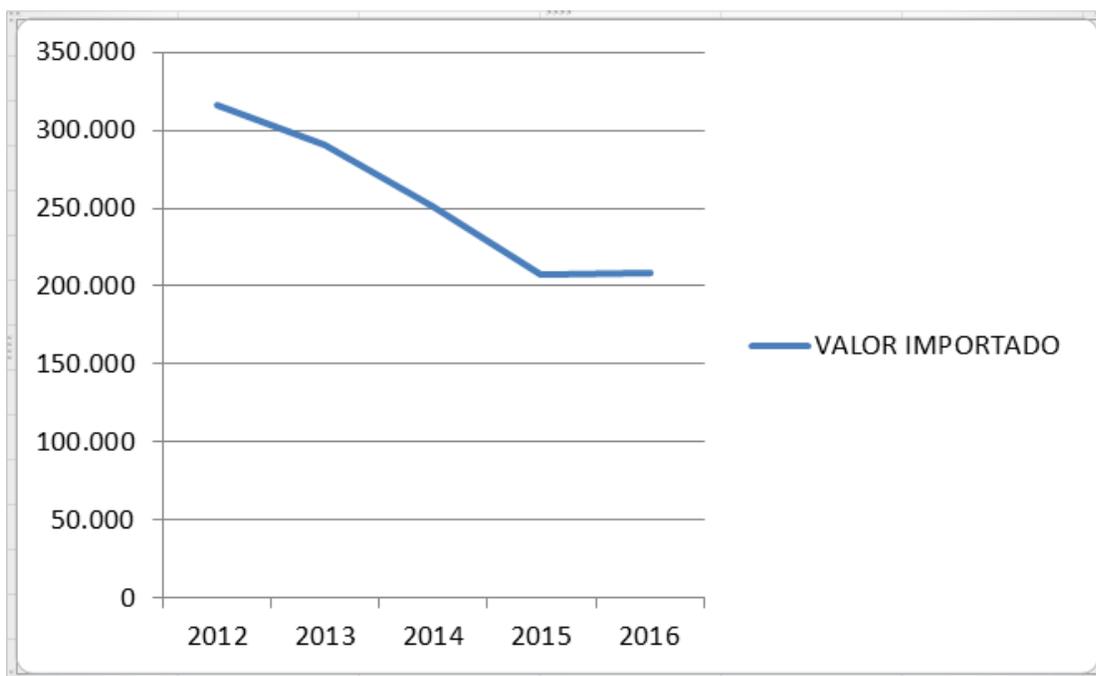


Ilustración 2 Tendencia de consumo de frijol en España. Fuente propia

Alemania

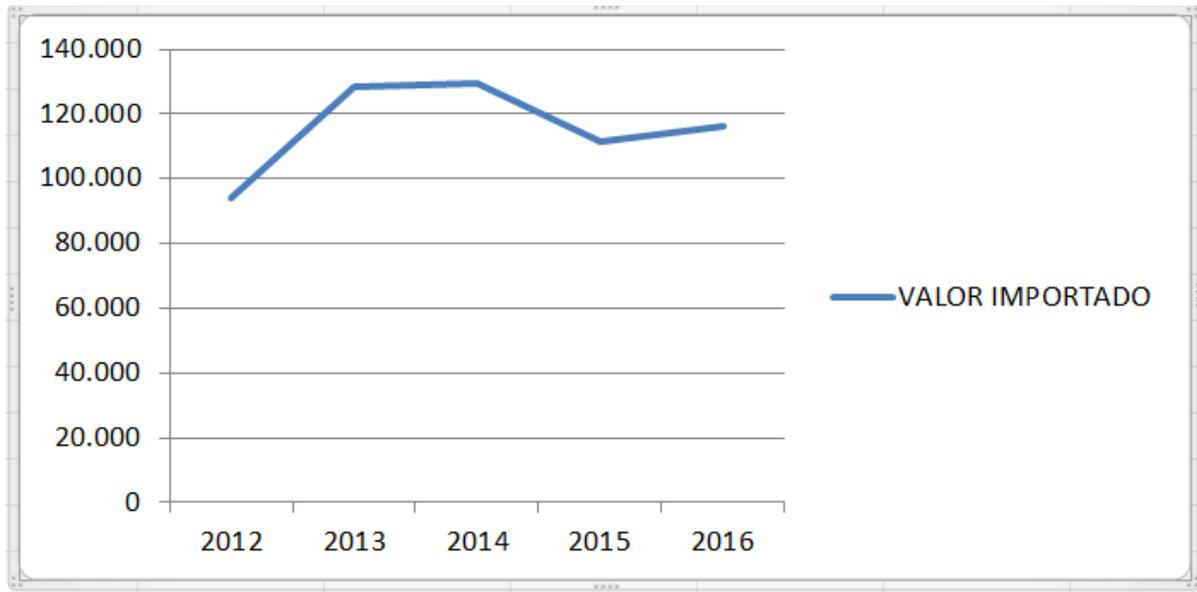


Ilustración 3 Tendencia de consumo de frijol en Alemania. Fuente propia

Francia

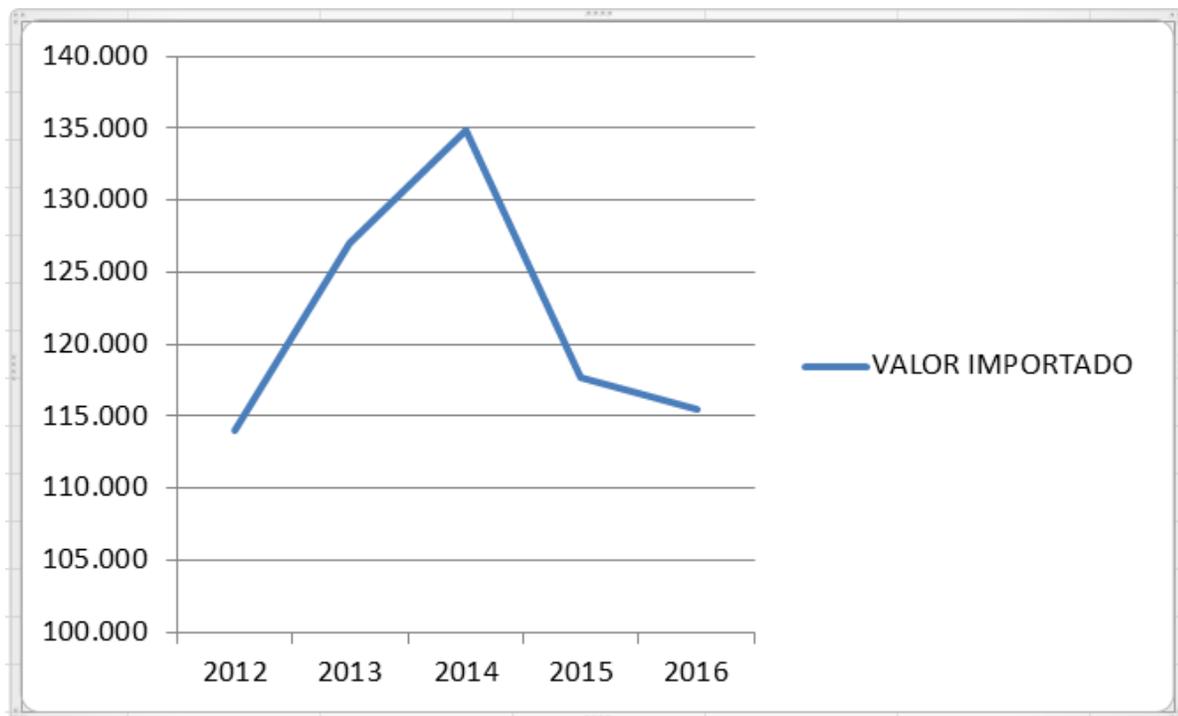


Ilustración 4 Tendencia de consumo de frijol en España. Fuente propia

Países bajos

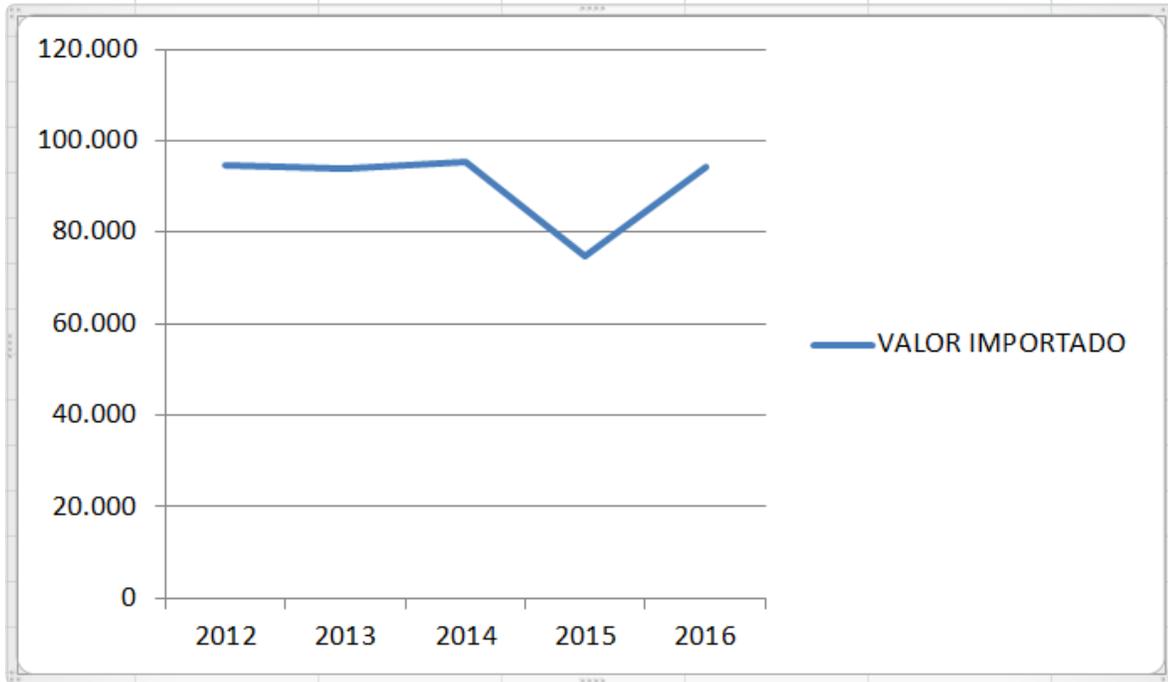


Ilustración 5 Tendencia de consumo de frijol en Países Bajos. Fuente propia

Maíz amarillo duro 10059011

España

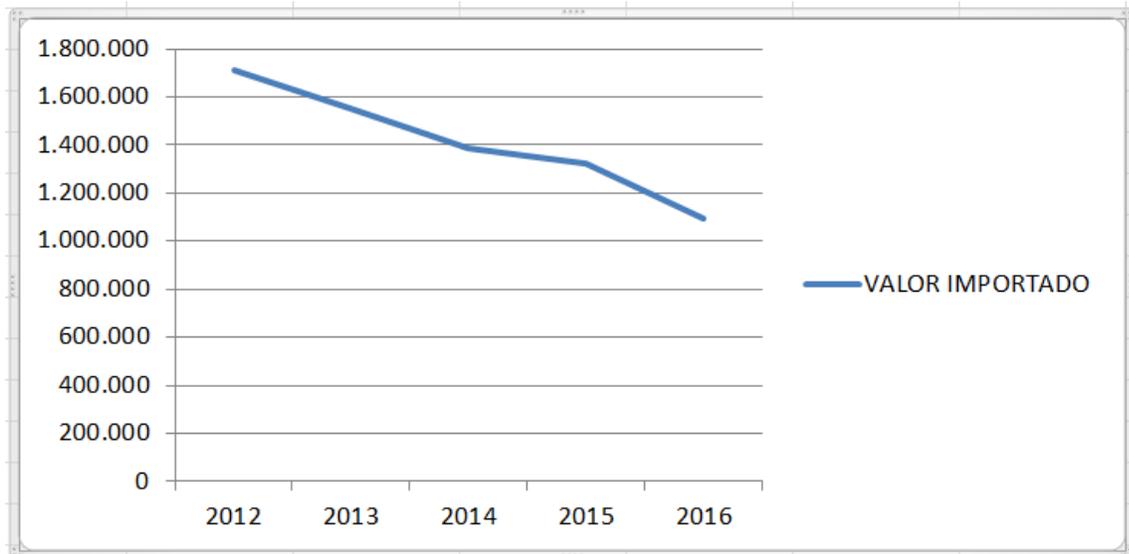


Ilustración 6 Tendencia de consumo de maíz en España. Fuente propia.

Países bajos

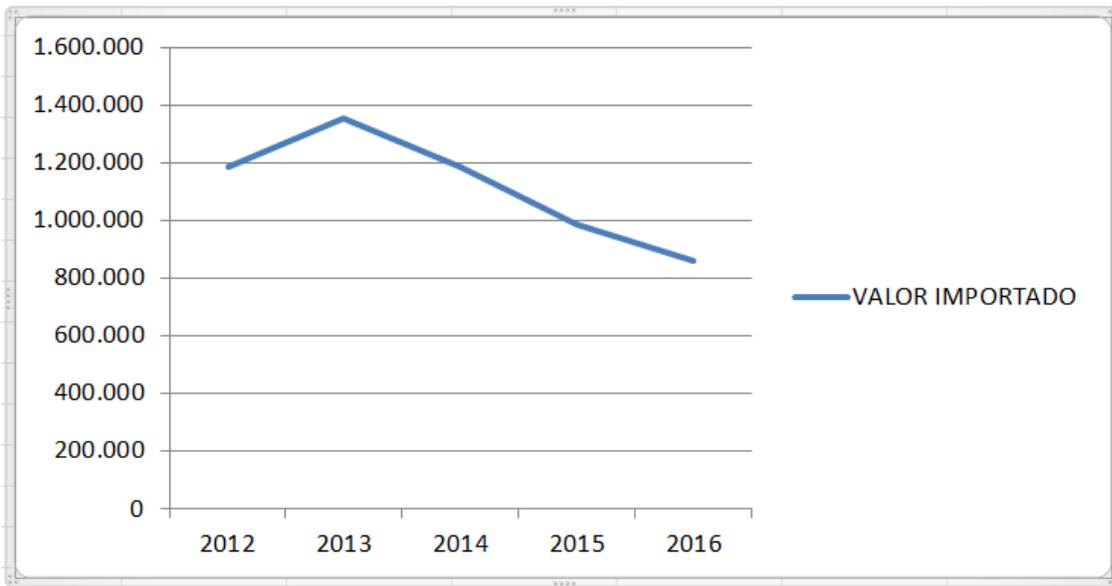


Ilustración 7 Tendencia de consumo de maíz en Países Bajos. Fuente propia

Italia

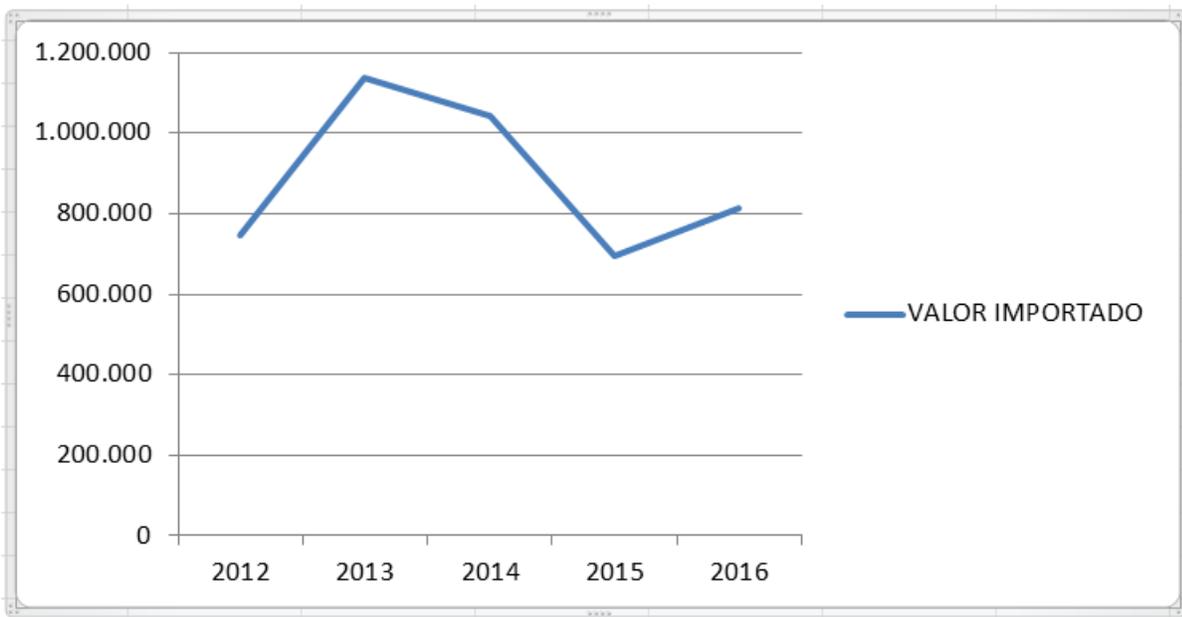


Ilustración 8 Tendencia de consumo de maíz en Italia. Fuente propia.

Alemania

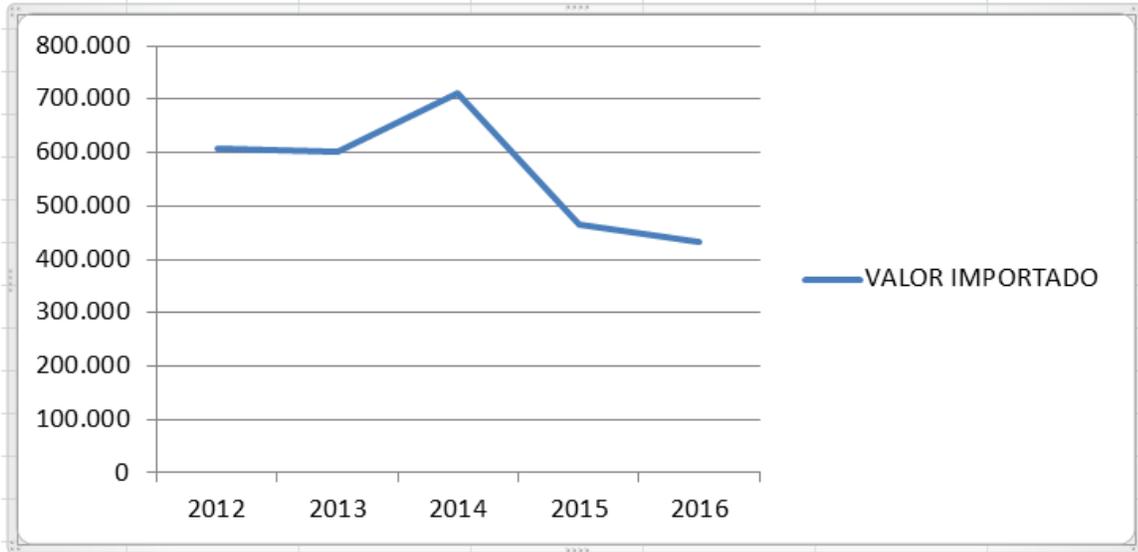


Ilustración 9 Tendencia de consumo de maíz en Alemania. Fuente propia.

Francia

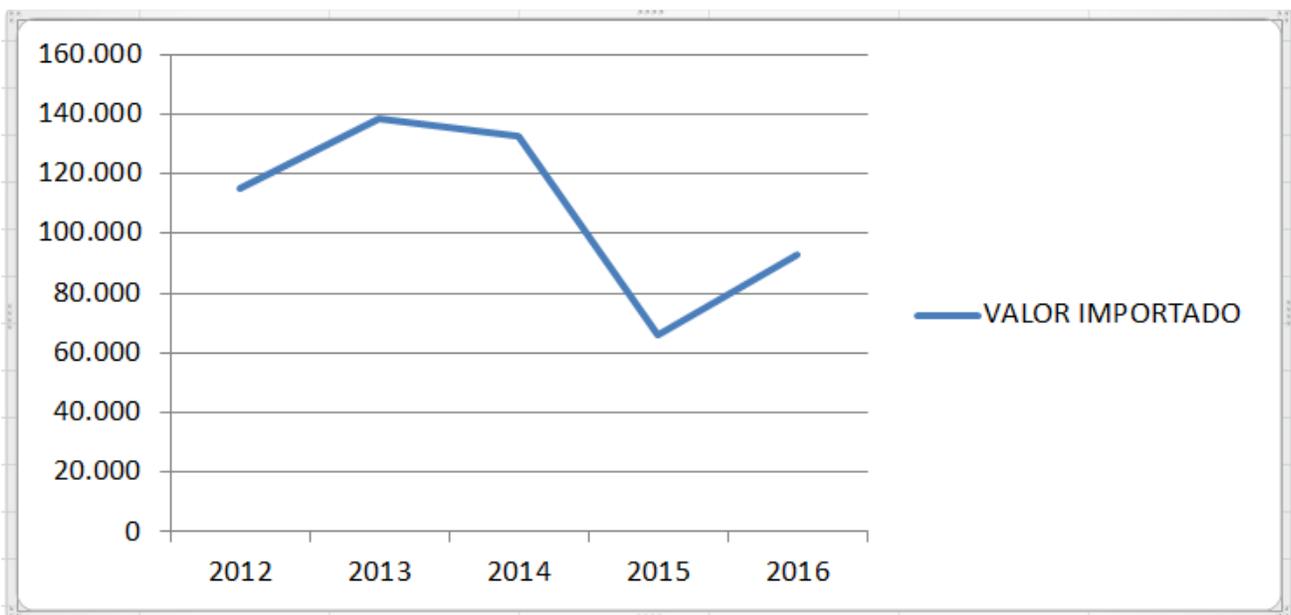


Ilustración 10 Tendencia de consumo de maíz en Francia. Fuente propia.

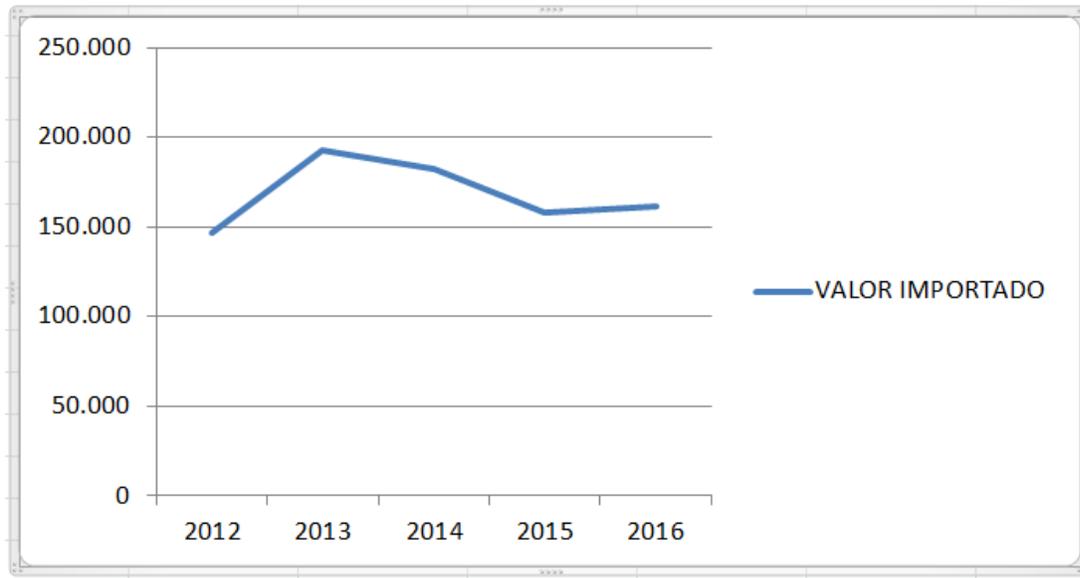
070310 cebolla y chalotes, frescos o refrigerados**Alemania**

Ilustración 11 Tendencia de consumo de Cebolla en Alemania. Fuente propia.

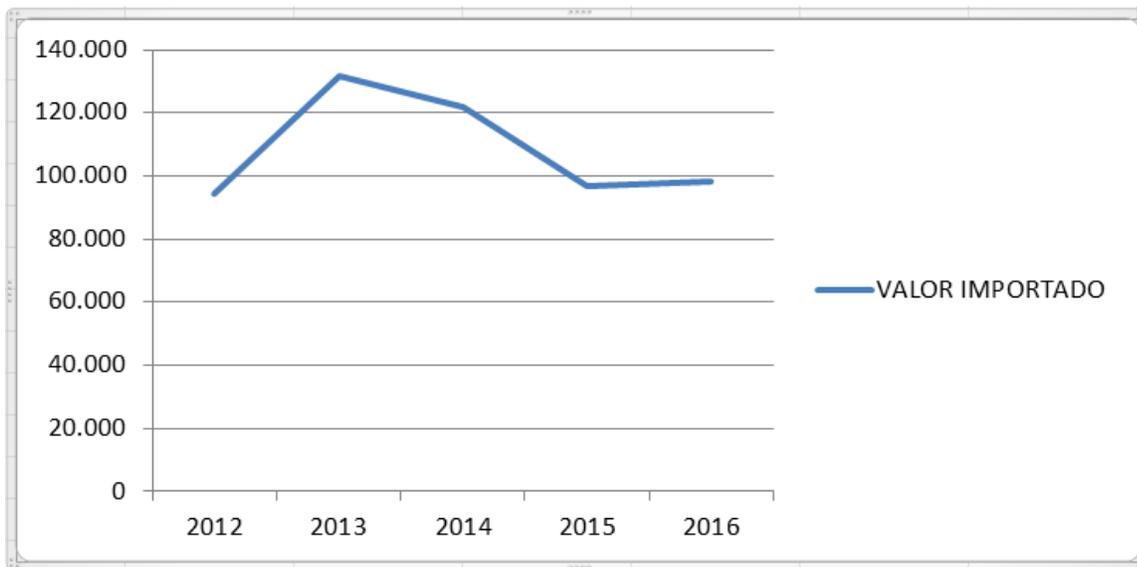
Países bajos

Ilustración 12 Tendencia de consumo de cebolla en Países Bajos. Fuente propia.

Francia

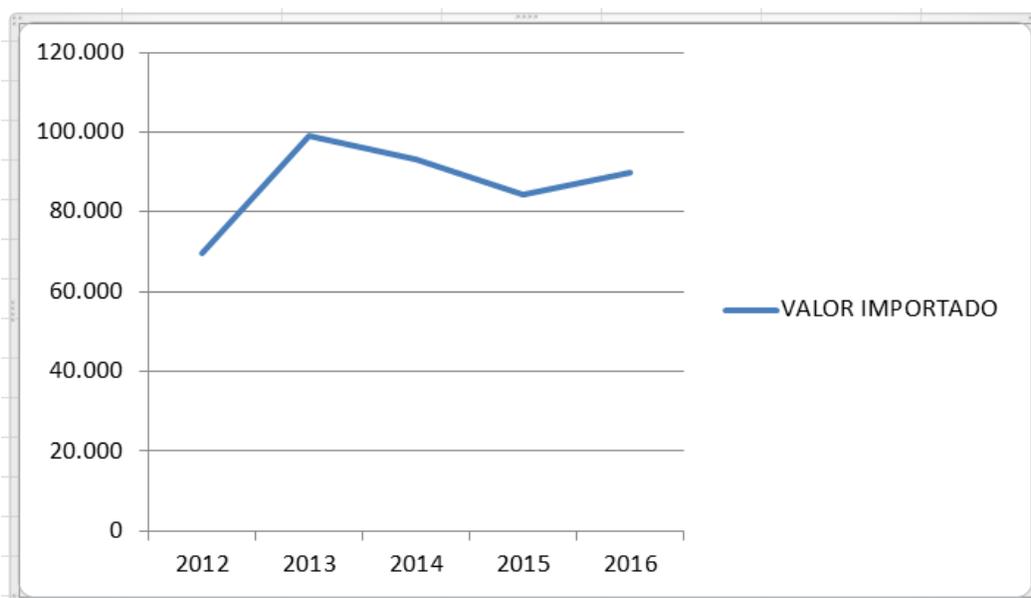


Ilustración 13 Tendencia de consumo de cebolla en Francia. Fuente propia

Italia

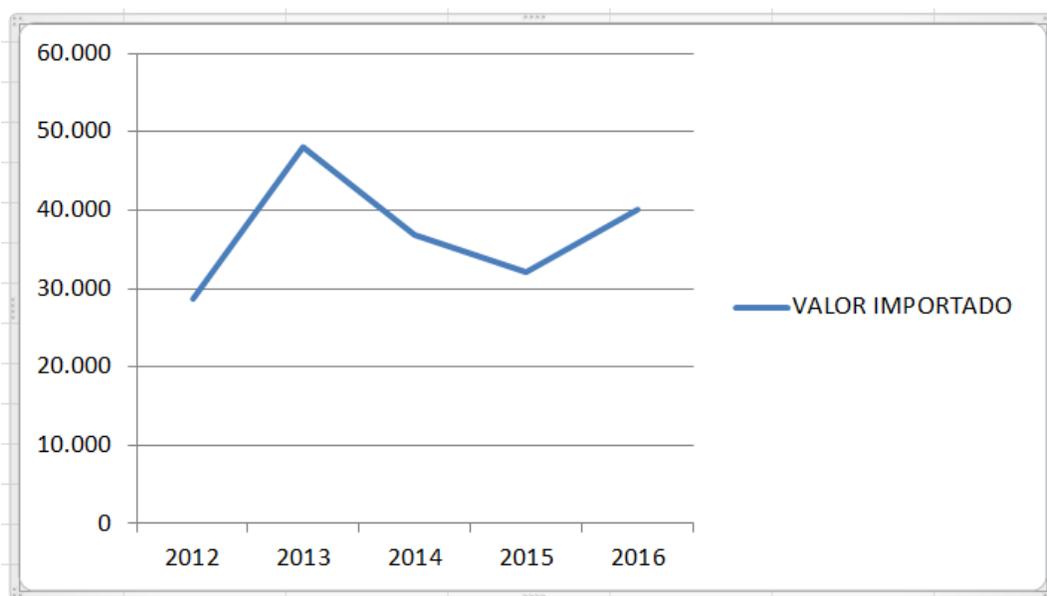


Ilustración 14 Tendencia de consumo de cebolla en Italia. Fuente propia.

España

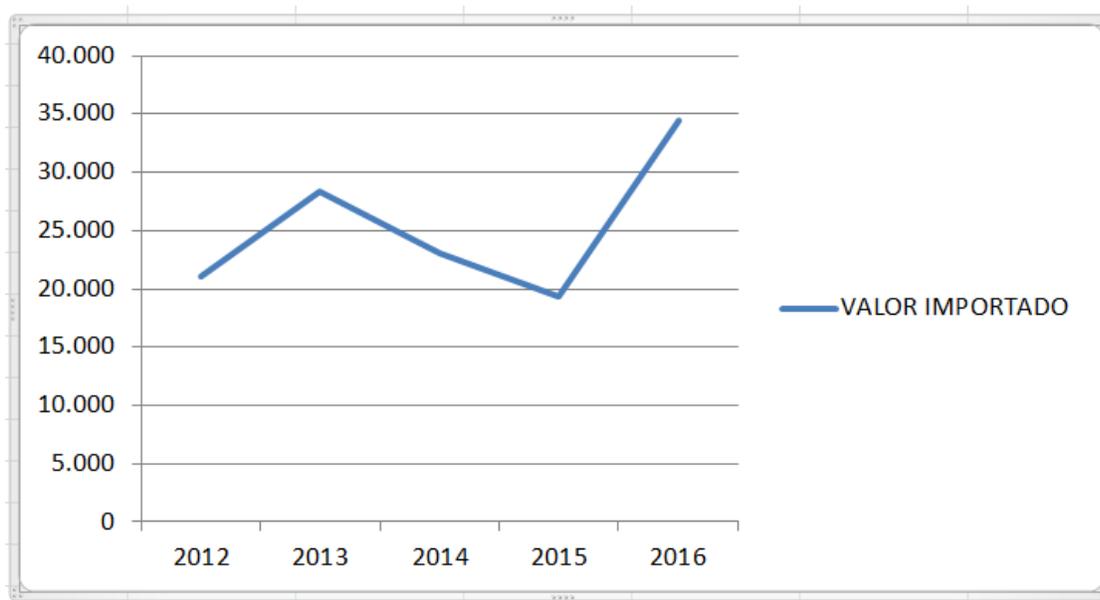


Ilustración 15 Tendencia de consumo de cebolla en España. Fuente propia.

070200 tomates frescos o refrigerados

Alemania

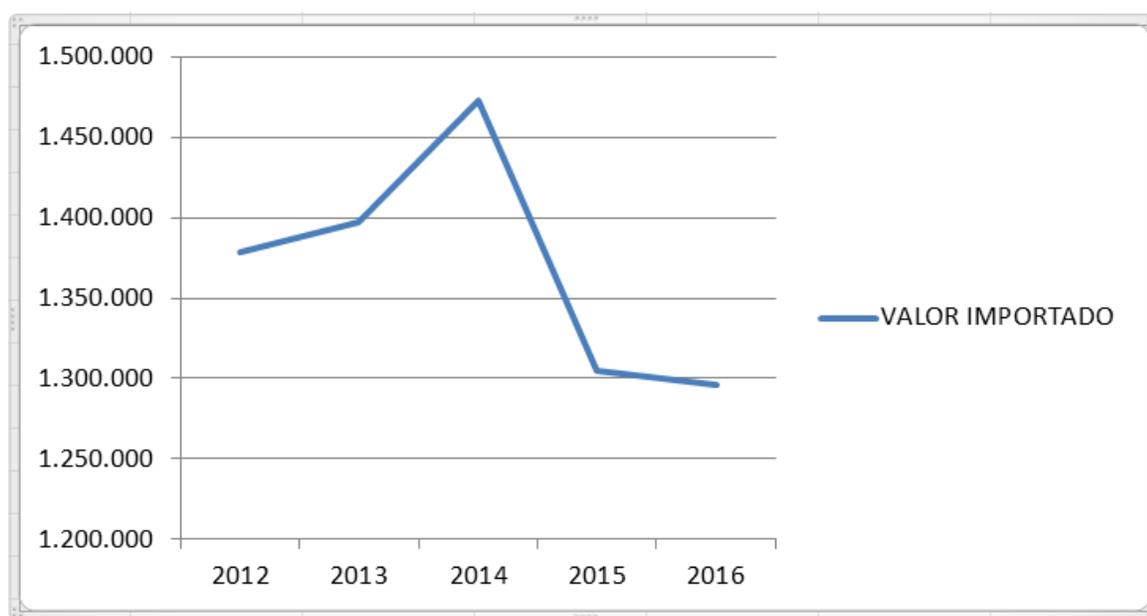


Ilustración 16 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Alemania. Fuente propia.

Francia

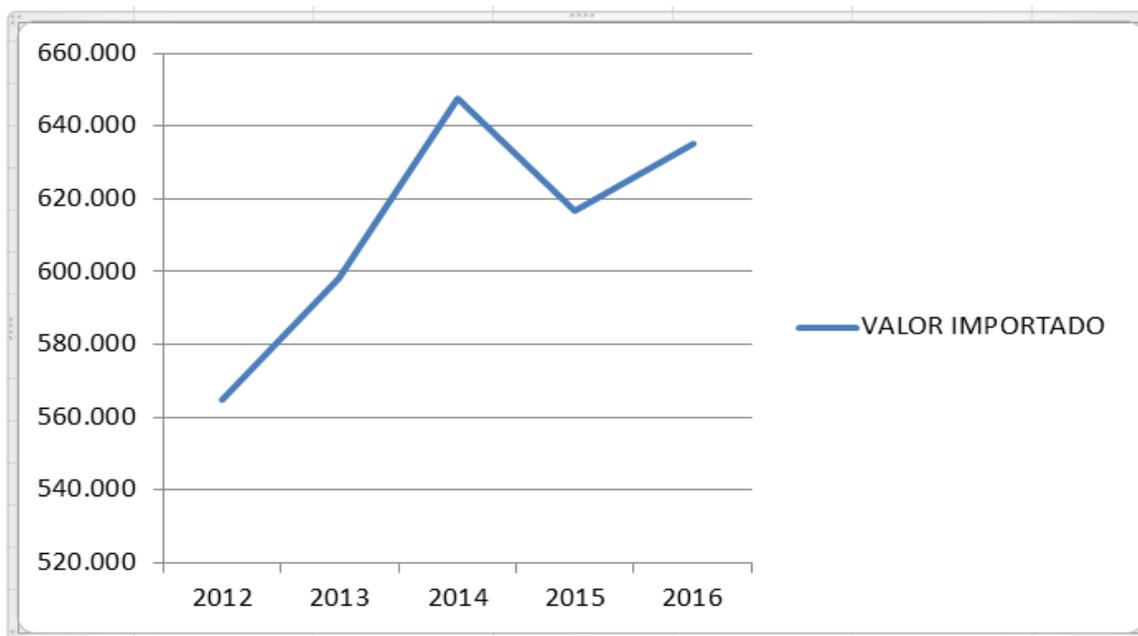


Ilustración 17 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Francia. Fuente propia.

Países Bajos

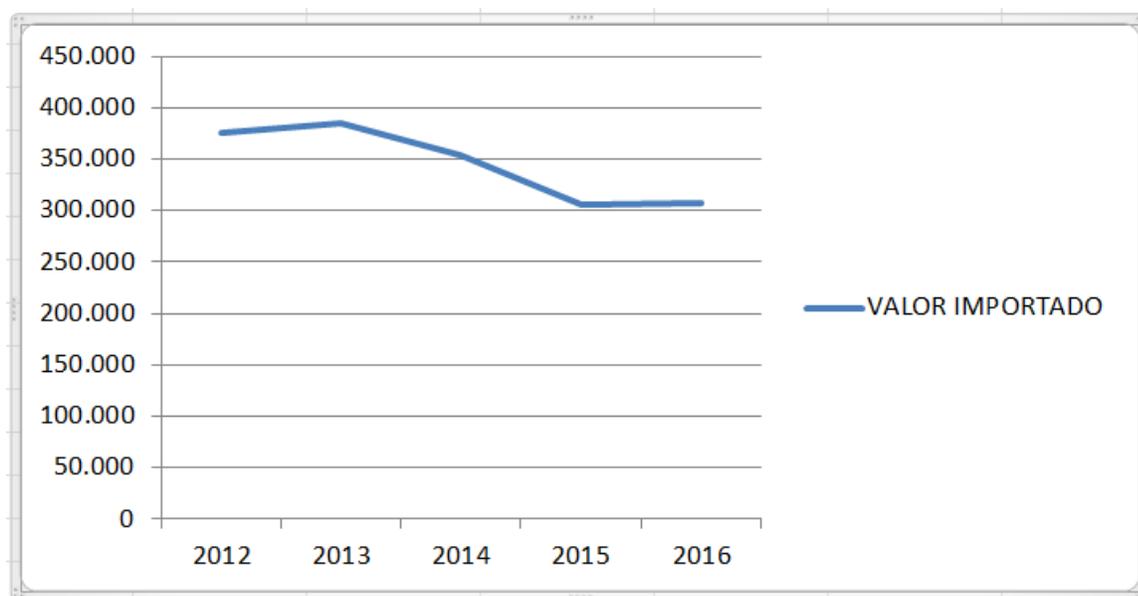


Ilustración 18 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Países Bajos. Fuente propia.

Italia

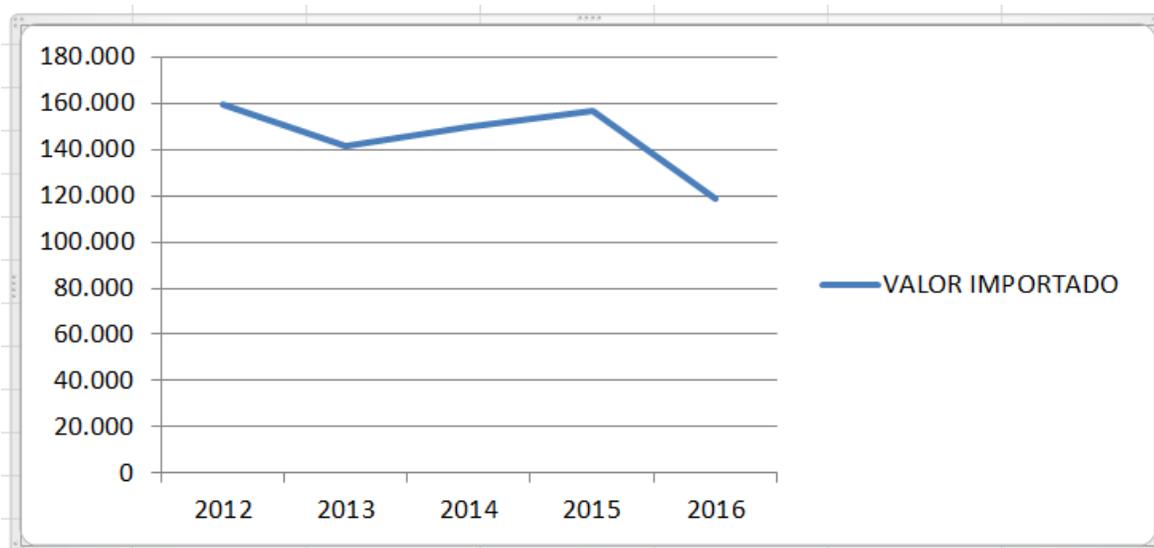


Ilustración 19 Tendencia de consumo de Tomates frescos en Italia. Fuente propia.

España

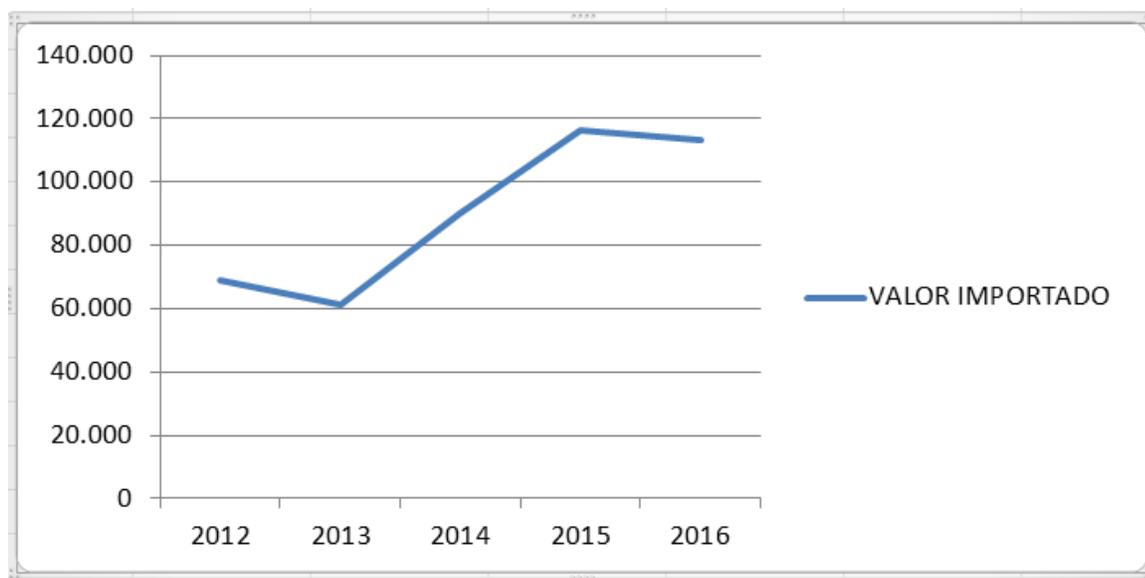


Ilustración 20 Tendencia de consumo de Tomates frescos en España. Fuente propia.

La siguiente tabla muestra el crecimiento en cantidades porcentuales entre los años 2012 – 2016

		Variación anual en cantidades entre (2012-2016) %
ALEMANIA	Tomates frescos	1%
	Cebollas	1%
	frijol	3%
	maíz	2%
ITALIA	Tomates frescos	0%
	Cebollas	3%
	frijol	3%
	maíz	10%
PAISES BAJOS	Tomates frescos	-2%
	Cebollas	3%
	frijol	-7%
	maíz	2%
FRANCIA	Tomates frescos	-1%
	Cebollas	5%
	frijol	6%
	maíz	-2%
ESPAÑA	Tomates frescos	14%
	Cebollas	2%
	frijol	-14%
	maíz	2%

Tabla 7 Variación de consumo en cantidades porcentuales. Trademap. Indicadores.

La anterior información permitió determinar que los productos seleccionados con miras a ser exportados, teniendo en cuenta la tendencia de crecimiento de los últimos cinco años son:

PRODUCTO 1	CEBOLLA
PRODUCTO 2	MAIZ
PRODUCTO 3	TOMATES FRESCOS

Normas de Origen, requisitos sanitarios, Fitosanitarios y demás consideraciones

Control de contaminantes en productos alimenticios:

Para garantizar un alto nivel de protección del consumidor, las importaciones en la Unión Europea (UE) de productos alimenticios deben cumplir con la legislación de la UE diseñada para garantizar que los alimentos puestos en el mercado sean seguros para comer y no contengan contaminantes a niveles que puedan amenazar salud. Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos (incluidas frutas y verduras, carne, pescado, cereales, especias, productos lácteos, etc.) como resultado de las diversas etapas de su producción, envasado, transporte o conservación, o también pueden ser el resultado de la contaminación ambiental.

Etiquetado de productos alimenticios:

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las normas de etiquetado de la UE, que tienen como objetivo garantizar que los consumidores obtengan toda la información esencial para tomar una decisión informada mientras compran sus productos alimenticios.

Disposiciones de etiquetado aplicables a los productos alimenticios:

Disposiciones específicas para ciertos grupos de productos:

- Etiquetado de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos
- Etiquetado de productos alimenticios con fines nutricionales particulares
- Etiquetado de aditivos alimentarios y aromatizantes
- Etiquetado de materiales destinados a entrar en contacto con alimentos
- Etiquetado de determinados productos alimenticios”

Certificación para productos agrícolas



Orgánico, Global Gap, Rainforest Alliance, International ILO standards, Fair Trade

Oportunidades y limitaciones

Existen limitaciones en este mercado ya que la unión europea lleva un control riguroso de los bienes importados por parte de sus países miembros, estos bienes necesitan cumplir con los principios que están establecidos dentro de los requisitos para ingresar mercancías perecederas porque de lo contrario se dará una restricción en el comercio con la Unión Europea.

La economía Colombiana es la cuarta economía más grande de Latinoamérica tras las de Brasil, México y Argentina, se basa fundamentalmente en la producción de bienes primarios para la exportación. Durante el primer semestre del 2017 las actividades con mayor crecimiento fueron: **la agricultura**, ganadería, caza, silvicultura y pesca; establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas. En el segundo trimestre de 2017 el valor agregado de la rama Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca aumentó en 4,4%. El aumento de cultivos de otros productos agrícolas se explica principalmente por el crecimiento en la producción de los cultivos transitorios en 23,8%. Colombia cuenta con una situación privilegiada para incrementar su producción agrícola. El país puede convertirse según la FAO en una de las grandes despensas del mundo, pues es uno de los siete países en Latinoamérica con mayor potencial para el desarrollo de áreas cultivables. Cada peso que se invierte en el agro se

traduce en empleo e invertir en el desarrollo de la competitividad, promoción de la asociatividad, apertura de mercados internacionales, desarrollo empresarial, formalización y mayor productividad al integrar buenas prácticas agrarias, es fundamental. El potencial productivo de Colombia es muy promisorio por la amplia disponibilidad de tierras con vocación agrícola, pues la implementación del acuerdo de paz con las FARC permite que las regiones que más se han visto afectadas por la violencia y la siembra de cultivos ilícitos se beneficien con la implementación del mismo para erradicar estos cultivos y generar un mayor crecimiento en estas regiones y traer consigo un mayor crecimiento en la economía colombiana.

6. Conclusiones

- El Catatumbo es una región con amplia capacidad de producción agrícola, que requiere de intervención del estado y así mismo la elaboración de propuestas que mitiguen aquellos factores que impiden el desarrollo.
- Se debe incentivar y educar al campesino a la comercialización legal de productos agrícolas.
- Sin la implementación de políticas públicas oportunas para esta región en temas de educación, infraestructura y demás, no se podrá generar competitividad.
- La Unión Europea es el segundo socio comercial de Colombia que a su lleva un control riguroso de los bienes importados en este caso los productos agrícolas perecederos, lo que dificultaría un poco su comercialización.

7. Recomendaciones

Se recomienda el desarrollo futuras prácticas profesionales en la sección de Inteligencia para la Acción Integral del CI3MO2, debido a que posee el potencial de conocimiento e información de una región en la que los practicantes de Negocios Internacionales podrían generar ideas de negocios con enfoque a la internacionalización de productos y de esta manera aportar al desarrollo de las comunidades.

Lista de referencias

Segunda División del Ejército Nacional. (2015). Historia. Enero 28, 2018, de Segunda División del Ejército Nacional, Sitio web:

https://www.segundadivision.mil.co/segunda_division_ejercito_nacional/conozcanos/historia

Ejército Nacional. (2015). Conózcenos. Enero 28, 2018 de Ejercito Nacional, Sitio web:

https://www.ejercito.mil.co/conozcanos/mision_vision_362168

Trade Helpdesk, Mi exportación, Requisitos y legislación Sitio web:

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/legislacion-de-productos>