

Oferta potencial agrícola de Colombia en un nuevo entorno de mercado

Juan José Perfetti¹

I. Introducción

Las transformaciones que han ocurrido en los mercados agrícolas mundiales durante las últimas décadas así como el dinamismo que estos exhiben, han abierto y ampliado las oportunidades de exportación. Muchos países en desarrollo han sabido explotar estas oportunidades al punto que el sector externo se ha convertido en un importante motor del desarrollo de sus agriculturas. Colombia, a pesar de disponer de una amplia base de recursos naturales, la cual, con un adecuado aprovechamiento, le permitiría impulsar de manera importante el desarrollo de los sectores agropecuarios y rurales, no ha sacado mayor provecho de las oportunidades crecientes que ofrecen los mercados agropecuarios internacionales. Su desempeño exportador agrícola se ha centrado en los productos tradicionales, como el café, el banano, el azúcar y las flores, no obstante que el país dispone de tierra suficiente para impulsar una canasta amplia y diversificada de productos no tradicionales. Estos productos se caracterizan por tener claras ventajas comparativas, ser intensivos en el uso de mano de obra, además de que en muchos de ellos los pequeños productores participan activamente.

El presente estudio tiene como objetivo conocer el potencial exportador de la agricultura colombiana en productos no tradicionales. El estudio se

¹ Investigador Asociado de Fedesarrollo. El autor del estudio agradece los comentarios y las sugerencias recibidas de parte de Mauricio Reina y Sandra Zuluaga, así como el invaluable apoyo de Sandra Oviedo y Wendy Bermúdez, personas todas vinculadas a Fedesarrollo.

divide en siete partes, siendo esta introducción la primera. En la segunda parte se revisan dos estudios recientes sobre el potencial agropecuario para la exportación y se define una canasta de productos agropecuarios no tradicionales con potencial exportador. En la siguiente sección se analiza el estado de la competitividad de los principales productos agropecuarios. En la cuarta parte se examina la disponibilidad de recursos naturales, como el suelo, para la producción agropecuaria, el uso de mano de obra de los productos con potencial exportador, la vinculación de pequeños productores a los mismos y su impacto regional. En la quinta parte se analiza la situación de los mercados agrícolas mundiales en términos de dos indicadores claves, su dinamismo y tamaño. En la siguiente sección se indaga acerca del desempeño reciente de las exportaciones agropecuarias de Colombia. En la parte final se muestra cómo la apertura a los mercados externos y la vinculación a los mismos es un factor común en los recientes casos de agriculturas exitosas a nivel mundial y se hacen algunas reflexiones sobre el tipo de política pública que el país debe seguir para impulsar el sector agroexportador.

2. Potencial exportable agropecuario y agroindustrial de Colombia

Históricamente, el desarrollo de la agricultura colombiana ha tenido en las exportaciones agropecuarias un puntal importante. De otra parte, en los ejercicios de visión de futuro de la agricultura colombiana también se reconoce el papel estratégico que las exportaciones pueden tener para el desarrollo del sector². No obstante dicho papel, su dinámica no ha trascendido más allá de la consolidación de las exportaciones de productos tradicionales.

² En la propuesta de visión de futuro de la agricultura colombiana de AgroVisión Colombia 2025 (Ministerio de Agricultura, 2001) se señala, entre otras cosas, que para dicho año "la agricultura colombiana ha aumentado su participación en el PIB total, situándose por encima de los patrones internacionales, gracias a que ha desarrollado una estructura dinámica, flexible, diversificada y plenamente integrada a los mercados globales, que produce bienes tropicales orientados, principalmente, a la exportación".

Estos resultados contrastan con el gran potencial exportador que se le reconoce a la agricultura colombiana, potencial que se fundamenta en sus evidentes ventajas comparativas y en la amplia disponibilidad de tierras no utilizadas o considerablemente subutilizadas (Norton & Balcázar, 2003).

Dos estudios recientes reafirman el potencial exportador del sector agropecuario. Un primer estudio fue el adelantado por Mauricio Reina y Sandra Zuluaga (2003), investigadores asociados de Fedesarrollo. El otro es la "Apuesta Exportadora Agropecuaria 2006-2020" (2006), iniciativa promovida por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR).

El estudio "Bases para un modelo agroexportador para Colombia", realizado por Reina y Zuluaga (2003) para la Corporación Colombia Internacional, tiene como propósito fundamental "ofrecer los elementos esenciales para el diseño de una nueva estrategia para desarrollar un sector agroexportador sólido y sostenible en el país". En dicho trabajo se examinan las oportunidades de exportación que se le abren a la agricultura colombiana como consecuencia de las transformaciones que ha sufrido el mercado mundial de productos agrícolas y se analizan las bases necesarias para la consolidación de una oferta exportable. Adicionalmente, se esbozan los lineamientos básicos para diseñar una estrategia agroexportadora para Colombia.

Para adelantar su trabajo, los autores consideran, para un conjunto de productos no tradicionales en cuyos mercados internacionales ha competido o puede competir la oferta agropecuaria nacional, aspectos relacionados con las características de dichos mercados; las condiciones de producción y competitividad a nivel nacional de este grupo productos; y el grado de penetración de estos bienes en los mercados internacionales.

La conjunción estos criterios permite identificar un número importante de productos agropecuarios no tradicionales, 53 específicamente, en los que Colombia tendría posibilidades de consolidar una oferta exportable considerable. Dicha oferta se caracteriza por su amplitud y diversidad de productos.

El segundo estudio que destaca el potencial exportable agrícola de Colombia lo constituye la "Apuesta Exportadora Agropecuaria 2006-2020"

(2006), propuesta institucional que fue puesta a consideración del país en el año 2006 por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR).

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura³, con la realización de la Apuesta Exportadora se esperaba "contar con una estrategia exportadora de largo plazo, que oriente los esfuerzos de los sectores público y privado a los productos agropecuarios más competitivos". La Apuesta Exportadora se concibe como "una visión compartida por todos los actores involucrados, que contempla tanto las ventajas con las que contamos, como las necesidades que deben ser atendidas para asegurar el acceso real de nuestros productos a los mercados internacionales".

Para la formulación de la Apuesta Exportadora, el Ministerio adelantó un proceso de consultas y concertación con diferentes entidades del sector y del orden regional, y con gremios de la producción. Como producto de este proceso se identificaron: diez grupos de productos agropecuarios promisorios que tienen el mayor potencial para la exportación; las regiones de Colombia que ofrecen las mejores condiciones para su producción; y los instrumentos de política necesarios para asegurar su competitividad y el ingreso a los mercados externos.

Los productos seleccionados en la Apuesta Exportadora son 36 y representan una variedad amplia de grupos de productos incluidos los forestales y algunos tradicionales.

Con el propósito de seleccionar, a partir de los dos estudios antes reseñados, una canasta única de productos agropecuarios no tradicionales⁴ que exprese el real potencial exportador de la agricultura colombiana se

³ Las razones que motivaron al Gobierno Nacional la realización de la Apuesta Exportadora fueron: la creciente apertura de la economía colombiana a los mercados externos; el importante potencial productivo agropecuario que tiene el país y el cual sobrepasa la capacidad de absorción de dicha producción por parte del mercado interno; y la necesidad que existe de que la agricultura colombiana avance en la especialización creciente en los productos en los que se es más competitivos.

⁴ Con el fin de concentrar el análisis en los productos no tradicionales, de los dos estudios se excluyeron algunos productos. Así, no se incluyen los productos tradicionales, excepto el banano, los forestales y los biocombustibles.

consideraron, de manera conjunta, los productos seleccionados por cada uno de los estudios. De esta manera se configura una canasta constituida por 68 productos (Cuadro 1). En 23 productos hay coincidencia entre las propuestas. Para los restantes 45 productos que componen la canasta, 35 los aporta el estudio de Reina y Zuluaga y 10 la Apuesta Exportadora. Esto hace que la canasta resultante sea amplia en número de productos con potencial exportador y diversificada en términos de grupos de productos además que se tienen bienes con diferentes grados de transformación. Adicionalmente, es importante tener en cuenta que muchos de estos productos se producen actualmente en Colombia, bien para el mercado interno o para el externo, y que en algunos casos actualmente se presentan algunas exportaciones o

Cuadro 1. Canasta de productos no tradicionales con potencial exportador

Grupos	Productos
Frutas	Aguacate, Bananito, Plátano, Coco, Curuba, Feijoa, Fresa, Granadilla, Guanávana, Guayaba, Higo, Lima tahíti, Limón, Lulo, Macadamia, Mandarina, Tángelo, Mango, Maracuyá, Marañón, Melón, Mora, Papaya, Piña, Pitahaya, Sandía, Tomate de árbol, Uchuva, Uva, Pulpas de frutas tropicales, Frutas exóticas de segunda generación
Hortalizas, Tubérculos y especias	Alcachofa, berenjena, Brócoli, Cardamomo, Coliflor, Cebolla (bulbo), Espárrago, Finas hierbas, Guisantes verdes (arvejas), Lechuga gourmet, Champiñones, Papa, Papa criolla, Papa congelada, Pimentón, Tomate, Ñame, Yuca, Ají.
Pecuarios	Leche en polvo, Derivados lácteos, Huevos, Carne bovina
Acuicultura	Camarón de cultivo, Tilapia
Harinas de Cereales	Almidón de maíz, Harina de maíz
Otros	Tabaco, Caucho, Algodón, Cacao, Palma de aceite, Panela, Plantas aromáticas, Plantas medicinales, Palmitos

Fuente: MADR (2006), Apuesta Exportadora Agropecuaria, y Reina y Zuluaga (2003), Bases para un Modelo Agroexportador para Colombia.

se han tenido experiencias anteriores de exportación. Esto determina que para la realización de muchos de estos potenciales el país no parte de cero sino que, aunque con muy disímiles grados de desarrollo, se dispone de capacidades, experiencias, procesos, contactos y desarrollos productivos y comerciales que constituyen una valiosa plataforma de arranque.

Como se observa en el Cuadro 1, los grupos en los que se pueden clasificar los productos no tradicionales que hacen parte de la canasta agroexportadora son: frutas; hortalizas, tubérculos y especias; pecuarios; acuicultura; harinas de cereales; y otros.

El grupo de frutas está compuesto por 31 productos que expresan, de manera clara, la riqueza y la diversidad de la oferta potencial agrícola de Colombia. En la canasta hay productos muy propios de las condiciones naturales del país, como la uchuva y las frutas exóticas de la Amazonía. También están los representantes de cada uno de los diferentes pisos térmicos. Así, por ejemplo, están la piña, el coco, la sandía y la papaya, que se producen en las tierras bajas; los cítricos, el maracuyá, la guayaba y el bananito que ocupan las tierras de clima medio; y la mora, la fresa, el lulo y el tomate de árbol, que son más propias del clima frío. Finalmente, no sólo se concibe el potencial en el mercado en fresco sino que se considera la posibilidad incursionar en el mercado cada vez más amplio de bienes transformados, como las pulpas de frutas tropicales.

El grupo de hortalizas, tubérculos y especias, también evidencia la diversidad natural en clima y suelo, como es el potencial que ofrecen productos que se dan en condiciones naturales muy diferentes, como la yuca y el ñame, en las tierras bajas, y la papa, en la tierra fría. Igualmente, expresa la viabilidad de desarrollar una oferta amplia de productos con usos potenciales muy diversos pues se tienen los más finos o sofisticados, como la alcachofa y la lechuga gourmet, al tiempo que se consideran productos de consumo masivo, como la cebolla y el tomate.

Un país como Colombia que tiene un número importante de hectáreas de suelo con vocación para la producción ganadera y una tradición

histórica en su producción, expresa, a su vez, dicho potencial en la posibilidad de exportar algunos bienes pecuarios, como la carne bovina, la leche en polvo y los derivados lácteos. En estos casos el potencial exportador considera la posibilidad de hacerlo bajo diferentes grados de transformación de los productos, lo que no sólo representa un impulso a la producción de la materia prima básica, carne o leche, sino también a la agroindustria de transformación. En el grupo de pecuarios del Cuadro 1 también aparece un producto avícola, los huevos, lo que representa un reconocimiento al avance que esta industria ha tenido en Colombia durante las últimas décadas. Muy seguramente estas oportunidades están en los mercados de los países andinos vecinos, algunos centroamericanos y en los del Caribe.

Otro de los subgrupos en los que el país tiene potencial exportador es el de la acuicultura. En particular, las oportunidades de exportación están en el camarón de cultivo y la tilapia. En el primer producto el país tiene, además de un potencial derivado de las condiciones naturales, unas capacidades desarrolladas y una experiencia exportadora que data de varios años atrás, lo que representa un importante activo para que el potencial identificado se convierta en una dinámica exportadora más sólida. Por su parte, el potencial exportador de la tilapia permite que diferentes regiones del país participen de la producción para el mercado externo.

En el subgrupo de harinas de cereales se tiene potencial exportador en dos derivados del maíz, almidón y harina. Ambos productos implican un proceso de transformación del maíz, con lo que se estimula el desarrollo del sector agroindustrial.

Finalmente, el subgrupo de *Otros* está conformado por algunos productos de consumo directo, como la panela, las plantas aromáticas y las medicinales, y los palmitos, y ciertas materias primas utilizadas por diversas agroindustrias de transformación, como el tabaco, el caucho, el algodón, el cacao, la palma de aceite y el fique. En algunos de estas materias primas los potenciales procesos de transformación y usos son muy variados.

3. Competitividad agropecuaria en Colombia

Uno de los aspectos fundamentales que determinan la viabilidad económica de llevar a cabo los emprendimientos de los productos agropecuarios exportables no tradicionales que hacen parte de la canasta propuesta es su capacidad competitiva. Estudios recientes (Norton & Balcázar, 2003) y (Norton & Argüello, 2007) muestran que, contrario a lo que generalmente se cree, es en las actividades exportables donde se encuentran las ventajas comparativas de la agricultura colombiana y, por ende, este grupo de productos es el que exhibe los mayores niveles de competitividad.

El Cuadro 2 presenta los resultados de ventaja comparativa del estudio de Norton y Balcázar (2003) para un grupo de productos transables agropecuarios. Para establecer los niveles de competitividad de estos productos dicho estudio utiliza la metodología del Costo Doméstico de los Recursos⁵ (CDR). En el Cuadro 2 se presentan, a partir de los CDR por departamento y por producto estimados en el estudio original, los niveles mínimo y máximo departamentales y el respectivo promedio nacional de los CDR⁶ para un grupo amplio de productos. Lo que muestra dicho cuadro es que las ventajas comparativas de la agricultura colombiana se encuentran, esencialmente, en los productos exportables tradicionales, como el café y la caña de azúcar, y en los exportables no tradicionales, como la pitahaya, el espárrago, y el lulo, y que, por el contrario, el país no es competitivo en la mayoría de los productos importables, como son el arroz, la cebada, la soya y el trigo.

Como se muestra en el Cuadro 2, los productos importables presentan, en general, niveles de CDR por encima de uno lo que significa que no son

⁵ El índice de CDR mide el costo de oportunidad de los recursos domésticos que se asignan para la producción de un bien determinado.

⁶ En el Cuadro 4, un producto que tengan un valor del índice de CDR inferior a uno indica que el país tiene ventaja comparativa en la producción de este bien y, por ende, es competitivo.

Cuadro 2. Indicador de ventaja comparativa (CDR) en la producción agropecuaria 2001

	Mínimo	Promedio	Máximo		Mínimo	Promedio	Máximo
Arroz secoano	20,1	5,33	9,34	Cacao	0,39	0,66	1,01
Cebada	1,68	5,033	8,98	Granadilla	0,33	0,64	0,85
Soya	1,79	2,92	3,84	Leche	0,6	0,63	0,66
Maíz blanco	1,38	2,64	4,98	Café	0,49	0,6	0,68
Arroz negro	1,69	2,49	5,63	Palma Africana	0,49	0,56	0,66
Trigo	1,44	2,13	2,88	Caña de azúcar	0,55	0,55	0,55
Maíz amarillo	1,3	1,88	2,41	Pollo	0,42	0,52	0,62
Yuca industrial	0,78	1,78	2,53	Papa	0,43	0,49	0,55
Sorgo	0,96	1,61	2,18	Huevo	0,31	0,44	0,56
Cerdo (ceba)	0,75	1,11	1,37	Tabaco rubio	0,33	0,39	0,53
Frijol tradicional	0,79	1,1	1,41	Lulo	0,23	0,35	0,46
Algodón	0,57	1,02	1,69	Mango	0,29	0,29	0,3
Frijol tecnificado	0,83	0,83	0,83	Plátano	0,22	0,29	0,3
Carne de vacuno	0,74	0,82	0,91	Tabaco negro	0,21	0,27	0,31
Pitahaya	0,76	0,82	0,88	Cítricos	0,21	0,26	0,29
Papa industrial	0,79	0,79	0,79	Papaya	0,15	0,18	0,2
Cerdo (ciclo completo)	0,65	0,76	0,88	Maracuyá	0,14	0,17	0,19
Espárrago (verde)	0,73	0,73	0,73				

Nota: La línea punteada separa los productos con ventaja comparativa (CDR <1) de los sin ventaja comparativa (CDR >1).

Fuente: Estudio sobre fuentes y determinantes de la competitividad agrorural en Colombia, 2003.

competitivos. Por el contrario, el grupo de exportables presentan niveles por debajo de uno, confirmando el hecho de que las ventajas comparativas del país están precisamente en este grupo de productos. El cuadro revela, además, que los diferentes productos que hacen parte de la canasta seleccionada de productos no tradicionales con potencial agroexportador son altamente competitivos. Es decir, no sólo los criterios de potencial productivo y condiciones de los mercados externos sustentan las posibilidades de desarrollo exportador de este grupo de productos sino que, además, ello se soporta en la capacidad competitividad de los mismos en los mercados externos.

El cuadro dejar ver, además, el hecho claro de que en el grupo de productos importables hay valores del CDR tan altos que hacen imposible pensar que sin una revolución tecnológica radical o unos precios internacionales muy altos, se pueda competir con la producción externa. Igualmente, aún en los CDR relativamente más bajo en estos productos, el país no es competitivo. En los exportables no tradicionales, por el contrario, lo que muestran las cifras es que los diferentes productos tienen claras ventajas comparativas.

El Cuadro 2 también confirma cómo la agricultura colombiana tiene potenciales competitivos para incursionar en los mercados externos con una gran diversidad de productos que va desde materias primas industriales, como la palma africana y el tabaco, a una gama muy variada de alimentos que incluye los productos pecuarios, como la carne, la leche y los avícolas, los tubérculos, como la papa y el plátano, y las frutas y las hortalizas entre las que están los cítricos, el mango, la granadilla y el espárrago verde.

4. Disponibilidad y uso de recursos para la producción agropecuaria

a. Disponibilidad de recursos naturales

Un asunto determinante que debe tenerse en cuenta al considerar la viabilidad productiva del potencial exportador de la canasta seleccionada de productos no tradicionales es la disponibilidad de tierra suficiente para, sin

generar grandes conflictos de uso con otras actividades, adelantar la producción de estos bienes. Es conocido que de las 21,5 millones de hectáreas con vocación para uso agrícola, el país sólo utiliza 4,2 millones (Malagón, 2002). Esto implica que sólo se emplea el 20 por ciento del potencial agrícola.

Según Malagón (2002), "el potencial agropecuario del país se aproxima al 37% del territorio y comprende tanto los sistemas tradicionales (18%) como los integrados con el bosque, es decir silvopastoriles, silvoagrícolas y agrosilvopastoriles (19%)". Con base en estas cifras, Malagón concluye que el país tiene un importante potencial productivo el cual "aseguraría la demanda de alimentos del país y, si se utilizan ventajas comparativas asociadas a su localización intertropical y ecuatorial, ganancias importantes vinculadas a la exportación de productos competitivos internacionalmente". Más adelante señala que Colombia "dispone de suficientes suelos y tierras que, mediante la planificación y el ordenamiento territorial, pueden consolidar su seguridad alimentaria y producir, con creces, recursos para la nación".

Vélez, Campos, Córdoba y Anzola (2010), en un informe reciente, *Invierta en Colombia*, que promociona la inversión en el sector agroindustrial colombiano, indican que este sector constituye una gran oportunidad para invertir en razón, entre otras cosas, a "amplias alternativas de producción agropecuaria gracias a [...] sus características geo y disponibilidad de recursos". Estas características están asociadas a su condición de país tropical, ubicado en plena zona ecuatorial, lo que le permite beneficiarse de una luminosidad permanente durante todo el año; y a la gran variedad de pisos térmicos que van desde los nevados hasta las sabanas de la Orinoquía en el oriente y del Caribe en el norte del país.

En dicho documento, en el que funcionarios de la SAC y Proexport figuran como los editores del mismo, se reitera que sólo el 3 por ciento del territorio nacional está siendo utilizado para fines agrícolas. Además se señala que, de acuerdo con la FAO, entidad que, a partir de un estudio que evalúa el potencial de expansión del área agrícola en el mundo sin afectar el área de bosque natural, ubica a Colombia en el puesto 25 entre 223 países, lo que hace del país una de las naciones con mayor potencial

de expansión de tierras para uso agrícola en el mundo. Adicionalmente, el documento destaca cómo Colombia tiene uno de los índices de utilización de la tierra arable más bajos de América Latina, con sólo el 8 por ciento de utilización del potencial de tierra arable. Finalmente, se subraya el hecho de que la disponibilidad de recursos hídricos en Colombia es una de las más altas del mundo con cerca de 45.402 metros cúbicos per cápita año. El país se ubica por encima de regiones como Norte América, Europa, Asia, África SubSahara, y Medio Este.

En consideración a lo anterior, se puede decir que la disponibilidad de suelos aptos no constituye un limitante para la promoción del desarrollo agroexportador identificado, sino que, por el contrario, representa una fortaleza para el mismo. En este orden de ideas, se puede afirmar que Colombia dispone de suficiente tierra y demás recursos naturales, como el agua, los bosques y el clima, para adelantar nuevos emprendimientos agroexportadores muchos de los cuales se pueden llevar a cabo adentro de la actual frontera agrícola, lo que representa una gran ventaja pues se puede hacer uso de la infraestructura disponible, de las capacidades desarrolladas y de las experiencias productivas y comerciales que se han tenido o que se tienen actualmente. Esto hace que el país no tenga que esperar a que se disponga de todos estos desarrollos, que toman tiempo en concretarse, para hacer realidad los importantes potenciales de exportación que se tienen.

b. Uso de mano de obra en los productos con potencial exportador

Uno de los aspectos importantes a tener en cuenta para el desarrollo exportador en un país que como Colombia tiene un número importante de personas que viven en las zonas rurales, 11,160,000 según las cifras del DANE, y que tienen en las actividades agropecuarias su principal sustento de vida (CRECE, 2006; Perfetti, 2009), es la capacidad de generación de empleo de las actividades con potencial exportador.

Ello, además, es de vital importancia frente a la problemática social y laboral que existe en el campo colombiano. Efectivamente, uno de los pro-

blemas sociales que por décadas ha padecido la gran mayoría de hogares rurales es el de la pobreza rural. Hoy en día la incidencia de la pobreza rural es del 64,3 por ciento y la pobreza extrema o nivel de indigencia es de 29,1 por ciento (DANE & DNP, 2010). Adicionalmente, los niveles de subempleo⁷ e informalidad en el campo son mayores que los que se registran en los sectores urbanos de la población. Esto pone de presente que, como lo señala el estudio del CRECE (2006) para la Misión para la reducción de la pobreza y la desigualdad-MERPD, la vía para reducir y combatir la pobreza en el sector rural es la generación de empleo masivo. Esto implica, según dicho estudio, crear las condiciones para impulsar las actividades que son intensivas en el uso de mano de obra.

De acuerdo con las cifras de Balcázar (s.f.), las actividades no tradicionales con potencial exportador son, junto al café, las más intensivas en el uso de mano de obra por hectárea (Cuadro 3). Por el contrario, las actividades importables son las que ocupan menor cantidad de mano de obra en los procesos productivos.

Las diferencias que se presentan en el uso de mano de obra entre ambos grupos son muy apreciables. En el Cuadro 3, donde se presenta el uso de mano de obra en jornales por hectárea para una serie de actividades agropecuarias transables, se muestra cómo en la producción de espárrago verde, que es el exportable que más empleo utiliza, se usa 8,5 veces más empleo que en el maíz blanco que es el importable que más empleo genera.

No debe perderse de vista el hecho de que la intensidad en el uso de mano de obra a la que nos referimos está relacionada con las labores propiamente agrícolas, y que no se consideran las actividades de acondicionamiento o transformación de los productos que, como lo muestran diversos estudios (CRECE, 2006), son tanto o más intensivas en el uso de mano de obra. Esto hace que en muchos países del mundo donde la actividad agroex-

⁷ Según el DANE (2011), a mayo de 2011 el subempleo objetivo era de 9,9 por ciento y el subjetivo era de 30,8 por ciento.

portadora es importante, ésta se convierta en fuente dinamizadora de las regiones donde se llevan a cabo las mismas, gracias al gran aumento en las oportunidades de trabajo no agrícola que se generan con unas mayores exportaciones agroalimentarias (Banco Mundial, 2008).

Finalmente, alrededor del desarrollo de los cultivos no tradicionales con potencial exportador hay un aspecto de gran importancia para lograr el mejoramiento de las condiciones de vida de los hogares rurales y la movilidad y la transformación social en el campo. Ello consiste en el hecho de que en la producción de estos bienes intervienen de manera importante los pequeños productores. Según Salgado (Machado, Salgado & Vásquez, 2004) a principios de la pasada década, los cultivos predominantemente campesinos ocupaban el 67,2 por ciento del área agrícola y participaban con el 61 por ciento del valor de la producción agrícola.

De esta forma, el impulso a los productos no tradicionales con potencial exportador sería, en razón a la capacidad competitiva que estos productos pueden exhibir en los mercados mundiales, una decisión eficaz en términos productivos y de penetración de mercados. Igualmente, dada la alta utiliza-

Cuadro 3. Uso de mano de obra por actividad productiva 2001

Cultivo	Jornales/Ha	Cultivo	Jornales/Ha	Cultivo	Jornales/Ha
Espárrago verde	339,4	Plátano	96,9	Trigo	20,6
Café	249,7	Cítricos	87,9	Soya	18
Granadilla	220,8	Mango	84,4	Cebada	15
Tabaco rubio	214,2	Frijol	75,9	Sorgo	13,4
Pitahaya	208,9	Azúcar	65,1	Pollo*	8,78
Tabaco negro	196,3	Algodón	49,9	Leche*	7,3
Maracuyá	166,2	Maíz blanco	39,8	Carne bovina*	12,8
Cacao	121,7	Palma	35,2	Huevo*	2,9
Papaya	116,4	Arroz riego	33,4	Cerdo*	12,8
Lulo	104,6	Maíz blanco	23,3		
Papaya	97,4	Arroz	22		

Nota: en los productos con asterisco (*) el uso de mano de obra está en Jornales/Ton.

Fuente: Balcazar (s.f.).

ción de mano de obra y la presencia importante de pequeños productores en su producción, sería una decisión de política que enfrentaría de manera efectiva los problemas de subempleo, informalidad y pobreza que afectan al sector rural colombiano y que hasta al presente el enfoque de desarrollo y las políticas públicas no han podido resolver.

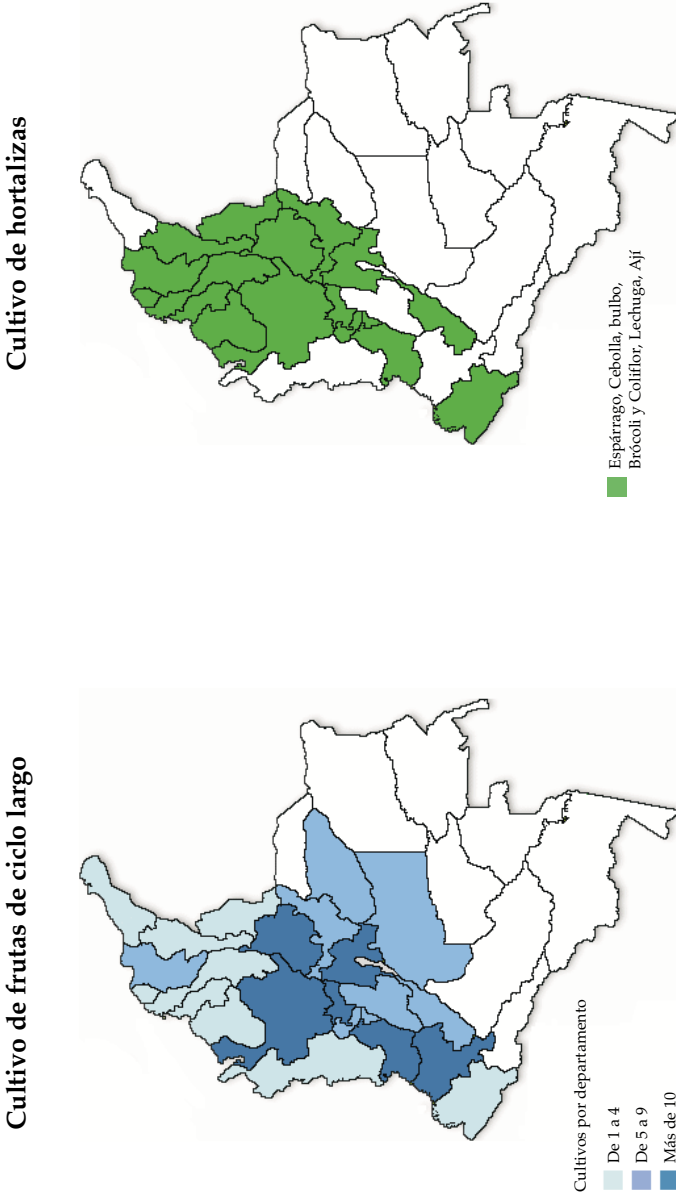
c. Potencial exportable por departamento

La disponibilidad de suelos para diferentes usos- agrícola, agroforestal, ganadería, forestal y conservación-, no se encuentra concentrada en determinadas regiones o departamentos, sino que, en general, se haya bastante dispersa por toda la geografía colombiana. Esto, aunado al hecho de que muchos departamentos del país disponen, dentro de su geografía, de diferentes pisos térmicos y de condiciones agroecológicas diversas, determina que las posibilidades de producción de los distintos bienes no tradicionales que conforman la canasta agroexportadora se presenten en diferentes partes del territorio nacional.

Ello hace que, como se evidencia en el Gráfico 1, para el caso de los cultivos de frutas de ciclo largo y de hortalizas, estos bienes se puedan producir en un gran número de departamentos del país y, además, en muchos de ellos se pueden cultivar varios de estos productos. El Gráfico ilustra cómo hay diez departamentos en donde se pueden cultivar de uno a cuatro tipos de frutas de ciclo largo; en seis departamentos se pueden producir de cinco a nueve tipos de frutas; y en seis departamentos se pueden producir más de diez tipos. Por su parte, los cultivos de hortalizas, como el espárrago, la cebolla, el brócoli, la coliflor, la lechuga y el ají, se pueden cultivar en 17 departamentos.

De esta forma, dada la gran diversidad de pisos térmicos y de condiciones agroecológicas con que cuenta el país, en la gran mayoría de departamentos se tienen condiciones para adelantar las actividades no tradicionales con potencial agroexportador. Más aún, y como lo ilustra el caso de las frutas de ciclo largo, muchos de los departamentos tienen potencial productivo

Gráfico 1. Departamentos priorizados por la apuesta exportadora para el cultivo de frutas de ciclo largo y cultivo de hortalizas



Fuente: Apuesta exportadora 2006.

para que en ellos se lleven a cabo varias de las actividades que conforman la canasta propuesta. De hacerse realidad el desarrollo planteado, el impulso y la consolidación de la producción y la comercialización de los bienes no tradicionales de exportación contribuirían de manera importante al necesario equilibrio regional que el país demanda.

5. Comercio mundial de los productos con potencial exportador

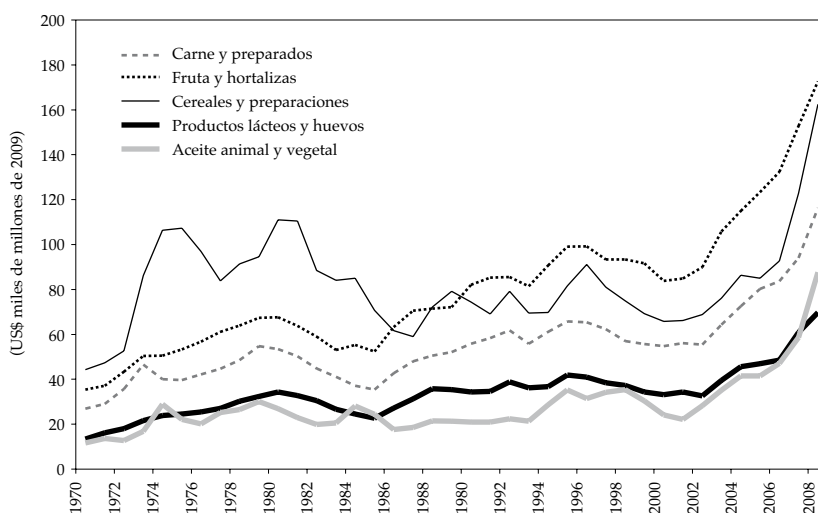
A través del tiempo, los mercados mundiales de bienes agropecuarios han sufrido grandes cambios, lo que significa la creación constante de nuevas e importantes oportunidades de producción y comercio para los agricultores y los empresarios del campo (Banco Mundial, 2008). De acuerdo con el Banco Mundial, el incremento en los ingresos, la mayor urbanización, un comercio más libre, la inversión extranjera creciente y el avance de la tecnología son factores que explican el aumento acelerado que durante las últimas décadas se ha presentado en la demanda por los productos primarios y procesados de alto valor. Esto ha favorecido, por ejemplo, que las dietas alimentarias se estén globalizando, lo que determina que los gustos y las preferencias de los consumidores están siendo cada vez más influenciados por las tendencias internacionales. Las nuevas oportunidades y los nuevos mercados que se han creado para los distintos bienes agropecuarios se caracterizan por sus mayores y altas exigencias, como son los estrictos estándares de calidad e inocuidad, la entrega oportuna de las mercancías y las economías de escala (Banco Mundial, 2008).

Otra de las tendencias de los mercados agropecuarios es la diferenciación de algunos productos tradicionales, lo que abre alternativas de mercado para productos con mayor valor. Este es el caso, por ejemplo, de los denominados cafés especiales. Otros casos de diferenciación de productos tradicionales los constituyen los productos orgánicos, los productos con denominación de origen o indicaciones geos y los de Comercio Justo.

De esta forma, las exportaciones agrícolas se han diversificado significativamente en las dos últimas décadas, particularmente hacia los productos

frescos y procesados de alto valor (Ver Gráfico 2). Por tal motivo, distintos productos agropecuarios y pesqueros, como las frutas y los vegetales frescos y procesados, los pescados y los productos de pescado, la carne, las nueces, las especias y la floricultura, representan alrededor del 47 por ciento de las exportaciones sectoriales de los países en desarrollo (Banco Mundial, 2008). En particular, y de acuerdo con Aksoy y Ng (2010), las hortalizas, los vegetales y las flores frescas constituyen casi el 20 por ciento de las exportaciones de los países en desarrollo; los productos de las zonas templadas, como los granos, las carnes y la leche, representan el 30 por ciento de dichas exportaciones; las exportaciones de bebidas y otros alimentos procesados constituyen el 25 por ciento; y las de productos tropicales tradicionales, como el café, el cacao, el té, etc., sólo el 16 por ciento. Los cambios en la composición de las exportaciones agropecuarias de los países en desarrollo ha determinado, por ejemplo, que las solas exportaciones de frutas y hortalizas sean mayores a las exportaciones totales de los productos tropicales.

Gráfico 2. Evolución real del comercio mundial de los principales grupos de productos agropecuarios, 1970-2008



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos de la FAO.

Al tiempo que se presentan todos estos cambios, el comercio mundial de bienes agropecuarios ha mostrado una importante dinámica de crecimiento. En particular, durante el período 2001- 2009, mientras el comercio total a nivel mundial creció a una tasa anual de 5,8 por ciento, el comercio agropecuario no sólo siguió la tendencia del comercio total sino que, además, creció a una tasa algo mayor, 6,8 por ciento.

Con el propósito de indagar acerca de las características del mercado mundial de los productos que hacen parte de la canasta seleccionada de bienes agropecuarios no tradicionales con potencial exportador, a continuación se analiza el dinamismo del comercio de cada uno de estos productos así como su tamaño.

a. Dinamismo del comercio mundial de productos con potencial exportador

Para determinar el dinamismo del comercio mundial de los distintos productos que hacen parte de la canasta agroexportadora seleccionada, a partir de la información de comercio contenida en la base UN-Comtrade se calculó, para el período 2001-2009, la tasa de crecimiento anual equivalente del comercio mundial para cada uno de los productos que tienen registro estadístico en dicha base.

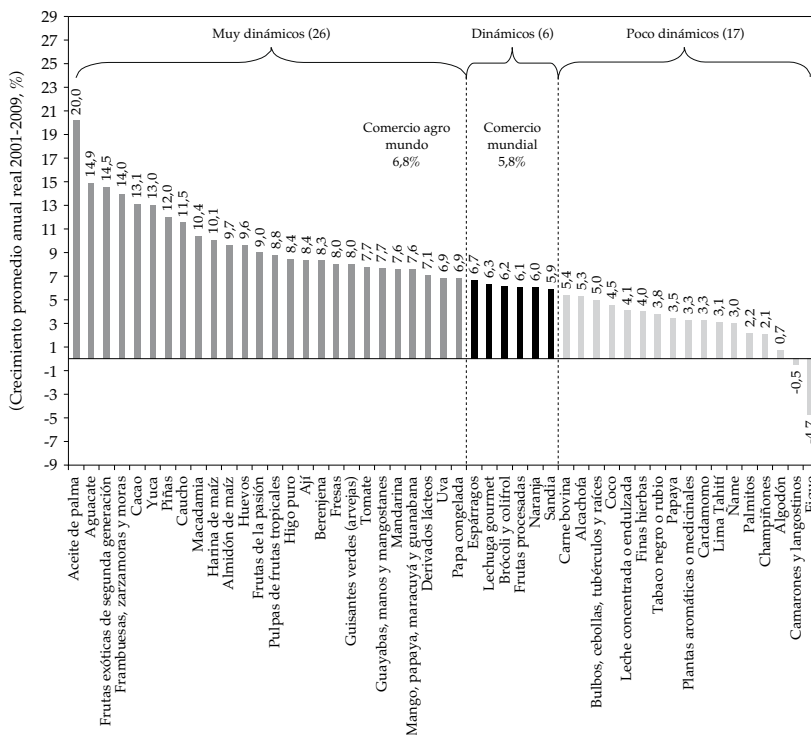
A partir de estos cálculos y considerando las tasas de crecimiento del comercio agropecuario mundial (6,8 por ciento) y del comercio mundial total (5,8 por ciento), los productos con potencial exportador se clasificaron en tres grupos: muy dinámicos, dinámicos y poco dinámicos (Gráfico 3). El grupo de *muy dinámicos* presenta tasas por encima de la del comercio agropecuario mundial. El de *dinámicos* crece a tasas por encima de la del comercio mundial pero por debajo de la del comercio agropecuario. Finalmente, el grupo de poco *dinámicos* crece por debajo de la tasa de crecimiento del comercio total.

Como lo ilustra el Gráfico 3, el grupo de *muy dinámicos*, o sea los que crecen por encima del 6,8 por ciento anual, es el que más productos con potencial exportador congrega, 26 en total. Este grupo está conformado por muy diversos tipos de productos, como el aceite de palma, el cacao,

las pulpas de futas tropicales, los derivados lácteos, distintas frutas (como mora, piña, mandarina, mango, papaya, fresa y uva), la yuca, el caucho, los huevos, el tomate y el ají, los que a su vez se caracterizan por tener diversos grados de procesamiento y un uso diferente, consumo directo o transformación industrial. Esto lo que muestra es que las oportunidades de comercio agropecuario a nivel mundial son muy variadas, no se concentran en ciertos tipos de productos y que, en muchos casos, presentan una dinámica de crecimiento muy alta.

Como lo ilustra el Gráfico 3, el grupo de *dinámicos* está compuesto por seis productos entre los que hay frutas, como la naranja y la sandía, algunas

Gráfico 3. Dinamismo del comercio mundial de productos con potencial exportador



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos UN-Comtrade.

hortalizas, como los espárragos, la lechuga gourmet, el brócoli y la coliflor, y las frutas procesadas. Este grupo de productos con potencial exportador está concentrado en el sector hortofrutícola y en productos frescos, e, igualmente, presenta tasas de crecimiento relativamente altas pues crecen por encima del comercio mundial total.

Finalmente, el grupo de *poco dinámicos*, que está conformado por 17 productos, también incluye diversos tipos de bienes, como la carne bovina, la leche concentrada, la papaya, el ñame, los camarones y los langostinos, el tabaco negro y el rubio, y la alcachofa, y con diversos grados de transformación y diferentes usos. Hay que anotar que sólo dos productos presentan tasas de crecimiento negativas, los camarones y los langostinos, -0,5 por ciento, y el fique, -4,7 por ciento. Los demás bienes tienen tasas de crecimiento positivas (Gráfico 3).

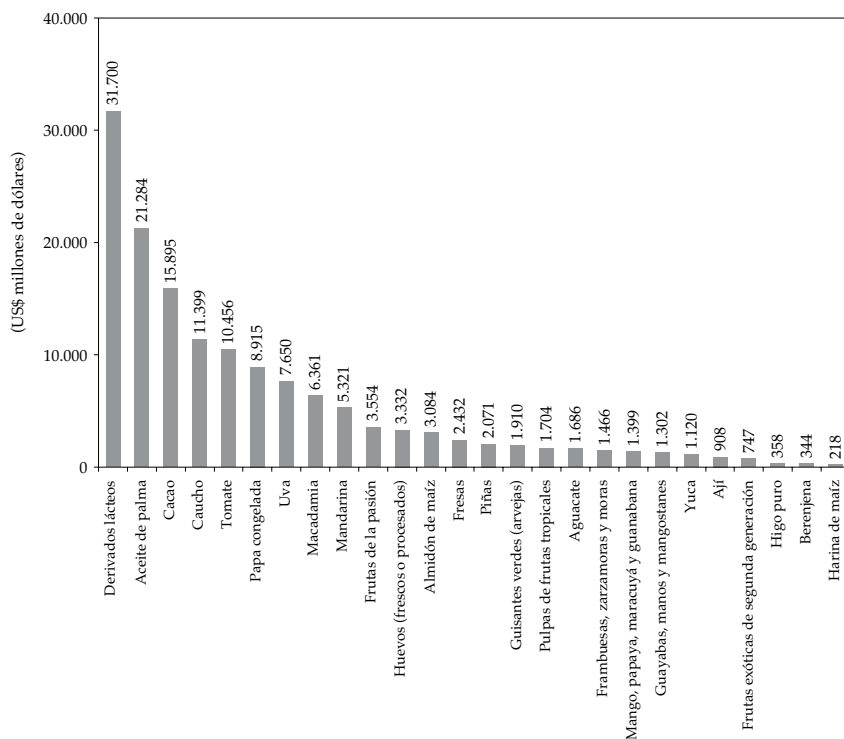
b. Tamaño del comercio mundial de productos con potencial exportador

En lo que tienen que ver con el tamaño del comercio mundial de los productos con potencial exportador, en el Gráfico 4 se presenta, para el año 2009, el valor del comercio mundial de cada uno de los productos que conforman el grupo de *muy dinámicos*.

Como se ve en dicho gráfico, el tamaño de los mercados de cada uno de los productos que hacen parte de este grupo de *muy dinámicos* varía mucho entre productos. El tamaño más grande es el de derivados lácteos que tiene un comercio de \$31.700 millones de dólares anuales. Otros productos que tienen tamaños de mercado relativamente grandes, mayores a \$10.000 millones de dólares anuales son, de menor a mayor, tomate, caucho, cacao y aceite de palma. Luego vienen tamaños de mercados que, aunque más reducidos, representan oportunidades comerciales de gran importancia y magnitud para el sector agroexportador del país. El mercado de menor tamaño es el de harina de maíz con \$218 millones de dólares.

En el caso de los productos que hacen parte del grupo de *dinámicos*, el tamaño del comercio mundial de cada uno de estos productos, como lo

Gráfico 4. Tamaño del comercio mundial de los productos con potencial exportador: muy dinámicos, 2009

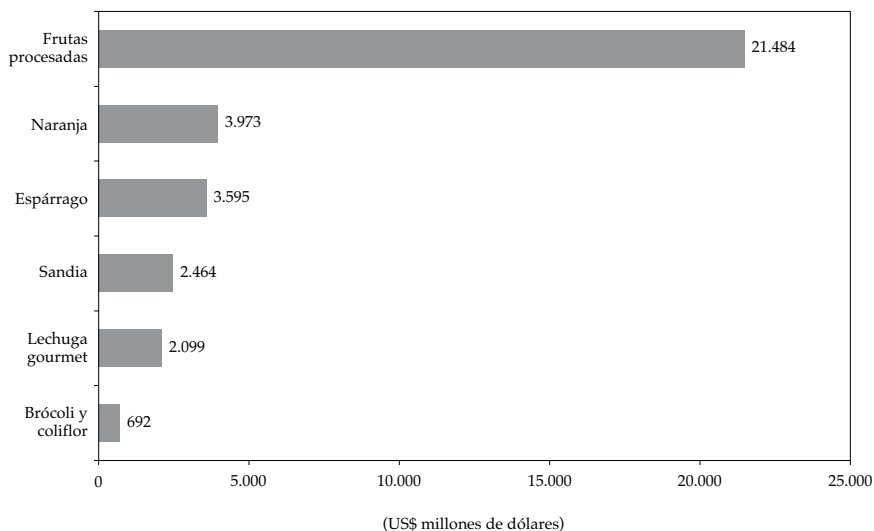


Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos UN-Comtrade.

ilustra el Gráfico 5, es de magnitudes importantes pues, con excepción del brócoli y la coliflor, el mismo es mayor a \$2.000 millones de dólares anuales, lo que señala que, aún con participaciones menores en cada uno de los mercados, el nivel de exportaciones potenciales es de gran significancia. Resulta importante señalar que, en la actualidad, el mercado de frutas procesadas es tan grande como el de mercados con mayor tradición, como el de la carne bovina y el del aceite de palma, corroborando las tendencias crecientes a la diversificación del consumo y el comercio agropecuarios a nivel mundial.

Finalmente, respecto al tamaño del comercio mundial de los producto con potencial exportador que hacen parte del grupo de *poco dinámicos*

Gráfico 5. Dinamismo del comercio mundial de productos con potencial exportador: dinámicos, 2009

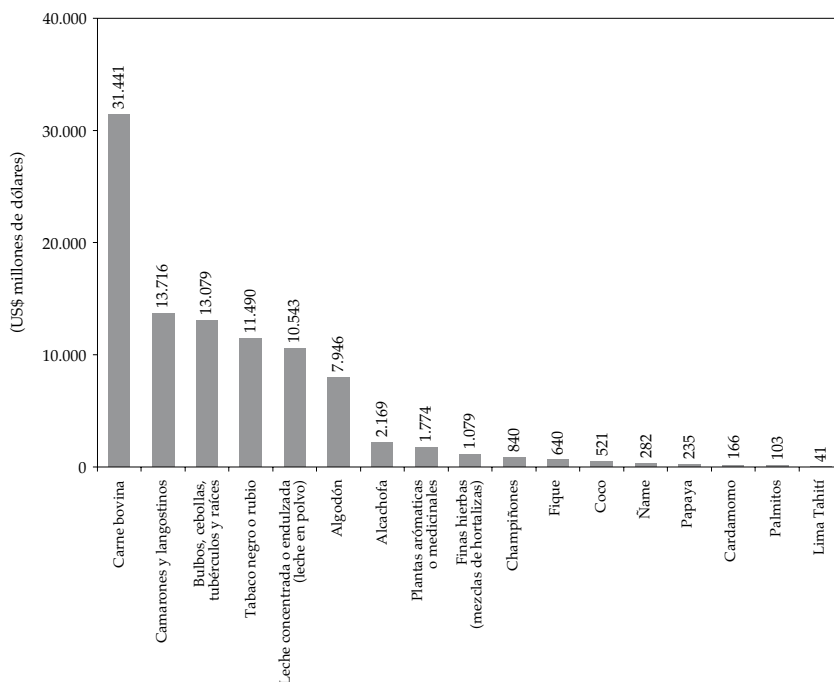


Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos UN-Comtrade.

(Gráfico 6), se encuentra que hay una serie de productos, como la carne bovina, los camarones y los langostinos, los tubérculos, el tabaco, la leche concentrada y el algodón, que tienen mercados mayores a 8.000 millones de dólares anuales. Luego vienen mercados de tamaños más reducidos pero que, cuando se considera que se trata de productos que no tienen la tradición comercial de otros, se entiende el potencial que tienen.

Las cifras del comercio mundial agropecuario respecto al dinamismo y al tamaño de los mercados mundiales de los distintos productos agropecuarios no tradicionales con potencial exportador indican, claramente, que las oportunidades comerciales que se presentan en dichos mercados para la canasta seleccionada son prometedoras pues los tamaños de los mismos son, en una gran cantidad de productos, de magnitudes importantes e, igualmente, su dinamismo a través del tiempo es alto. Dichas cifras ponen en evidencia cómo, gracias a los cambios y las transformaciones que han

Gráfico 6. Tamaño del comercio mundial de los productos con potencial exportador: poco dinámicos, 2009



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos UN-Comtrade.

sufrido los mercados mundiales agropecuarios, éstos representan grandes oportunidades para diversos productos en los que Colombia tiene claras ventajas comparativas.

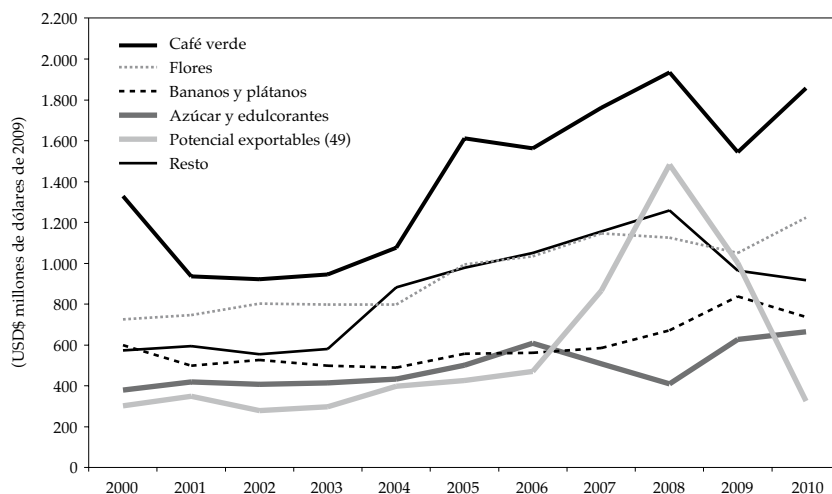
6. Desempeño exportador en productos no tradicionales con potencial

Frente al gran potencial productivo que exhibe la agricultura colombiana, el cual se expresa en la canasta de productos no tradicionales, y dadas las oportunidades crecientes que representan los mercados externos y el comercio internacional de bienes agropecuarios, en esta sección se quiere

conocer cómo Colombia ha explotado tanto su potencial exportador como las oportunidades comerciales. Para ello se revisa, para la pasada década, el desempeño exportador del país en estos productos.

En el Gráfico 7, se presenta la evolución del valor de las exportaciones de los principales productos agropecuarios de exportación del país y su participación relativa al principio y al final de la pasada década.

Gráfico 7. Valor real de las exportaciones agropecuarias de Colombia



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con datos UN-Comtrade.

Dicha muestra cómo durante buena parte de la década pasada el valor de las exportaciones del grupo de 49 productos no tradicionales con potencial exportador estuvo por debajo de las exportaciones de los principales bienes agropecuarios tradicionales de exportación, como son el café, el banano, el azúcar y las flores. Entre los años 2007 y 2009 las exportaciones del grupo de no tradicionales presentaron un comportamiento excepcional gracias al crecimiento que tuvieron, principalmente, las exportaciones de carne bovina a Venezuela y las de palma africana, aunque a este aumento también ayudó, en mucha menor proporción, el mejor desempeño de algu-

nos productos, como los huevos, el cacao y la leche concentrada. Cuando se cerró el mercado de Venezuela y el país puso en marcha una política de producción de biodiesel a base de palma africana, las exportaciones de estos productos se redujeron abruptamente y las del grupo de no tradicionales retornaron a su nivel histórico.

7. Reflexiones finales

Distintas experiencias exitosas de desarrollo de la agricultura en algunos países⁸ guardan en común una serie de elementos que resulta importante resaltar. El primer elemento, y el más distintivo de ellos, es que como norma general el modelo de desarrollo de la agricultura es abierto, esto es, el mismo está sustentado en unas políticas comerciales que promueven el libre comercio de bienes agrícolas. Esto hace que el comercio exterior, en particular las exportaciones de bienes agropecuarios y agroindustriales, se convierta en la principal fuente de crecimiento sectorial lo que, en algunos casos, especialmente en las economías más grandes, como China, India y Brasil, no niega que el mercado interno juegue un papel de gran importancia. La política comercial generalmente va acompañada de un gran esfuerzo por conseguir abrir nuevas oportunidades comerciales para impulsar la producción nacional.

El segundo rasgo en común que comparten estos países consiste en que la política sectorial está dirigida a apalancar y potenciar el aprovechamiento efectivo de las nuevas oportunidades comerciales que se abren en los mercados internacionales. Estas políticas se complementan con la promoción de los capitales físico, humano y social del sector rural.

La tercera característica tiene que ver con el hecho de que la gran mayoría de estos países, gracias a las políticas comercial y sectorial implementadas,

⁸ Entre estos países se encuentran los casos de Nueva Zelanda, China, Vietnam, Chile, Brasil, Costa Rica, México, Guatemala, Perú e India.

además de lograr abrir crecientes oportunidades de empleo en el campo, adelantan agresivas iniciativas que buscan hacer más equitativa la repartición de los frutos del progreso entre el sector rural. De esta manera, casi todos estos países muestran cómo en unos pocos años la pobreza rural ha disminuido drásticamente.

Desde hace varios años, especialistas del Banco Mundial⁹ y del IFPRI¹⁰, al analizar las características de los casos exitosos de producción y comercialización externa de bienes agropecuarios, han identificado la necesidad de promover e institucionalizar mecanismos que soporten e impulsen dichos desarrollos en los territorios. Entre los mecanismos más eficaces están los sistemas regionales de innovación y los sistemas competitivos por producto. En ambos sistemas, la cooperación entre agentes y sectores, el liderazgo del sector privado y el decidido apoyo del sector público son de vital importancia.

De otra parte, de tiempo atrás, en Colombia se han adelantado diversos estudios, proyectos de cooperación internacional e iniciativas productivas y comerciales centrados en la identificación y la promoción de posibilidades de exportación de productos no tradicionales. En este sentido, durante las últimas dos décadas la Corporación Colombia Internacional (CCI), ha emprendido diversas iniciativas en esta dirección. Igualmente, desde la Administración Gaviria, a principios de la década de los noventa del siglo pasado, los distintos gobiernos han venido realizando anuncios de política en el sentido de impulsar las exportaciones agropecuarias (Perfetti, 2010). Fruto de ello es, por ejemplo, la iniciativa de la Apuesta Exportadora Agropecuaria a la que se ha hecho referencia anteriormente.

No obstante que a nivel de los planes de desarrollo y del discurso general se ha pregonado la importancia estratégica de las exportaciones agrope-

⁹ Gordon, P. & Jaffee, S. (1992). The World Bank. Austin, J.E. (1981).

¹⁰ Minot, N. & Ngigi, M. (2003).

cuarias no tradicionales, las decisiones y las acciones públicas adelantadas en esta dirección han sido pocas, limitadas y desarticuladas, pues las prioridades de la política sectorial y la asignación de los recursos públicos se han destinado a otras actividades (Olivera, 2010), poniendo de presente que, como ha venido ocurriendo durante las últimas décadas con la política agropecuaria, al final se impone la estructura de protección, incentivos y subsidios provista por la política sectorial, que hace que los recursos no fluyan hacia las actividades no tradicionales con potencial exportador. Esto ha llevado a que los pocos avances que se tienen en materia de exportaciones de estos productos respondan, entonces, más a esfuerzos individuales de productores o de comercializadores que a un propósito deliberado y robusto de la política sectorial. Sin lugar a dudas, dichos esfuerzos son, desde todo punto de vista, muy meritorios, pero infortunadamente no le suman decisivamente al desarrollo del sector.

Como se ha señalado, desde el punto de vista del mercado internacional de bienes agropecuarios, de la capacidad competitiva de la agricultura colombiana y del potencial productivo que exhibe el sector agropecuario, están dadas las condiciones para que la denominada "locomotora agropecuaria" reciba el impulso y la potencia que le pueden transmitir los productos agropecuarios exportables no tradicionales. Es claro que, como ha ocurrido en diferentes países en desarrollo, la apertura de la agricultura y la promoción de las exportaciones sectoriales constituyen una opción de política eficaz en términos de crecimiento y desarrollo sectoriales. Las decepcionantes cifras de crecimiento del sector agropecuario colombiano de los últimos años evidencian la necesidad que se tiene de recurrir de manera más intensa a la potencia que el sector exportador no tradicional le puede imprimir a la agricultura colombiana pues la capacidad de crecimiento del mercado interno, no obstante las transformaciones que se han venido dando en los últimos años, se muestra limitada.

Para hacer de las exportaciones agropecuarias y en especial de las exportaciones de productos no tradicionales con potencial el principal motor que impulse el crecimiento y el desarrollo de la agricultura colombiana,

se necesita disponer de un ambiente más neutro de política comercial e incentivos, de tal forma que los recursos fluyan hacia los productos exportables no tradicionales.

La implementación de un nuevo enfoque de desarrollo de la agricultura colombiana requiere que el Estado adopte, entre otras cosas, una serie de acciones que le den otra dinámica a su intervención en el sector. Entre estas está un cambio en la institucionalidad del sector agrícola y rural y en los instrumentos de intervención de tal forma que se asegure la competitividad de las diferentes actividades agropecuarias; un redireccionamiento del gasto público hacia la creación de bienes públicos, productivos y sociales; de un incremento en la calidad de la inversión pública; del perfeccionamiento y el mejoramiento de los mercados agrícolas de bienes y factores; y de una decidida política social y de manejo del medio ambiente.

Ello debe ir acompañado de intervenciones específicas en los asuntos directamente relacionados con el impulso a los productos exportables no tradicionales, como son la investigación, el desarrollo tecnológico y, especialmente, la innovación; la identificación y el desarrollo de productos y mercados de exportación; y la puesta en marcha de sistemas de información e inteligencia de mercados externos.

Referencias

- Aksoy, M.A. & Ng, F. (2010). *The evolution of agricultural trade flows*. World Bank Policy Research Working Paper N. 5308.
- Balcázar, A. (s.f.). *Modelo institucional y desarrollo rural en Colombia*. Recuperado el 4 de junio de 2011 de la página web <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBoQFjAA&url=>
- Banco Mundial. Austin, J.E. (1981). *Agroindustrial Project Analysis*. United States of America: International Bank for Reconstruction and Development.
- Banco Mundial. (2008). *Informe sobre el desarrollo mundial 2008: Agricultura para el desarrollo*. Colombia: Banco Mundial y Mayol ediciones S.A.
- CRECE (2006). *Pobreza rural: Diagnóstico y evaluación de las políticas nacionales*. Manizales.
- DANE & DNP (2010). *Resultados cifras de pobreza, indigencia y desigualdad 2009*. Recuperado el 5 de junio de 2011 de la página web <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=Crk3ZivixSk%3D&tabid=337>
- DANE (2011). Boletín de Prensa. Publicado el 30 de junio.
- Gordon, P. & Jaffee, S. (1992). *Exporting High-Value Food Commodities*. Washington D.C.: The International Bank for Reconstruction and Development.
- Malagón, D. (2002). Los suelos de Colombia. *Revista de la academia de ciencias geos*, 46, (135).
- Ministerio de Agricultura (2001). *Agrovisión Colombia 2025*. Bogotá.
- Ministerio de Agricultura (2006). *Apuesta exportadora agropecuaria Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 2006-2020*.
- Minot, N. y Ngigi, M. (2003). Conference Paper No. 7 Are Horticultural Exports a Replicable Success Story? Evidence from Kenya and Cote d'Ivoire. Presentado en la conferencia de la InWest, IFPRI, NEPAD y CTA "Successes in African Agriculture". Recuperado en el mes de junio de 2009, del sitio web de la IFPRI: <http://www.ifpri.org/events/conferences/2003/120103/papers/paper7.pdf>
- Norton, R.D. y Balcázar, A. (2003). A study of Colombia's agricultural and rural competitiveness. Estudio desarrollado para la FAO, el Banco Mundial y USAID.
- Norton, R.D. y Argüello, R. (2007). *La competitividad agrícola y forestal de Colombia, Tomo I*. Estudio preparado para proyecto MIDAS.

- Olivera, M. (2010). El gasto público en el sector agropecuario (PNUD). Informe de consultoría para el PNUD.
- Perfetti, J.J. (2009). *Crisis y pobreza rural en América Latina: El caso de Colombia*. Documento de trabajo No 43, Programa Dinámicas Territoriales Rurales, Rimisp, Santiago, Chile.
- Perfetti, J.J. (2010). Análisis de las políticas y la institucionalidad del sector agropecuario (PNUD). Informe de consultoría para el PNUD.
- Reina, M. & Zuluaga, S. (2003). *Bases para un modelo agroexportador para Colombia*. Estudio de Fedesarrollo.
- Salgado, C. (2004). Economías campesinas. En Machado, A., Salgado, C. & Vásquez, R. (2004). *La academia y el sector rural 1*. Bogotá: Esfera editores.
- Vélez, A., Campos, A., Córdoba, S. & Anzola, J.F. (2010). *Invierta en Colombia: Sector agroindustrial colombiano Vol I*.