

Agenda Interna-Plan Regional de Competitividad del Huila



GOBERNACIÓN DEL HUILA



Convenio de asociación, apoyo, colaboración
y financiación N° 040 de 2015 celebrado entre
el departamento del Huila y
la Cámara de Comercio de Neiva

Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila



DIRECCIÓN GENERAL

CARLOS MAURICIO IRIARTE BARRIOS

Gobernador
Departamento del Huila

ARIEL RINCÓN MACHADO

Presidente Ejecutivo
Cámara de Comercio de Neiva

LUIS FERNANDO ROJAS GÓMEZ

Jefe de la oficina de Productividad
y Competitividad
Gobernación del Huila

ÓSCAR CHÁVARRO ARIAS

Director de Competitividad e Innovación
Cámara de Comercio de Neiva

Equipo Investigador

GERMÁN PALOMO GARCÍA, Coordinador General del Proyecto
ÓSCAR FERNANDO VARGAS, Apuesta Agroindustrial (Fase I)
VICTOR HUGO PÉREZ GÓMEZ, Asistente Apuesta Agroindustrial (Fase I)
EDUARDO GUTIÉRREZ ARIAS, Coordinador Apuesta Agroindustrial (Fase II)
HERNANDO PASCUAS PINZÓN, Apuesta Agroindustrial (Fase II)
GUSTAVO SILVA PARGA, Consultor Especial Apuesta Agroindustrial (Fase II)
ALBEIRO CASTRO YEPES, Coordinador Apuesta Turística
HUGO ANDRÉS RIVERA COLLAZOS, Apuesta Turística
RICARDO VERA TORRES, Coordinador Apuesta Piscícola
ANDERSON MEDINA DUSSÁN, Coordinador Apuesta Minera (Fase I)
LUIS FERNANDO TÉLLEZ JARAMILLO, Coordinador Apuesta Minera (Fase II)
CARLOS ALBERTO ROA VARGAS, Apuesta Minera (Fase II)
MAURICIO TOBAR GUTIÉRREZ, Coordinador Apuesta Energética
GERMÁN ANDRÉS MOSQUERA VÁSQUEZ, (fase I),
GONZALO HOYOS MÁRQUEZ, (Fase II) Apoyo logístico Cámara de Comercio de Neiva
CARLOS VALBUENA ACOSTA, Asistente de la Coordinación General

Agradecimientos:

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a todos los que hicieron posible la compilación exitosa de los temas atinentes a los propósitos del estudio pero, particularmente a:

Dr. Ariel Rincón Machado, Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Neiva, excelente respaldo institucional

Dr. Óscar Eduardo Chávarro Arias, Director de Competitividad e Innovación de la Cámara de Comercio de Neiva por su decidido compromiso con el cumplimiento de los objetivos del proceso que se reflejó en todos los funcionarios de la entidad.

Dr. Luis Fernando Rojas Gómez, Director de Competitividad de la Gobernación del Huila y sus asistentes

Ing. Huber Bermeo Rodas, experto en TIC's, quien hizo un valioso aporte para la Apuesta Productiva Economía Creativa

Dr. Luis Alberto Tamayo Manrique, Director Regional del SENA en el Huila

Dr. Calixto Yucumá Gutiérrez, Presidente de la Junta Directiva Nacional de FEDEPANELA

Dra. Luceni Muñoz Bermeo, Gerente del Comité de Ganaderos del Huila

Dr. Jorge Montenegro Polanía, Gerente del Comité de Cafeteros del Huila

Dr. Julio Alberto Gómez Martínez, Gerente de la Electrificadora del Huila y a sus asistentes técnicos.

Dr. Camilo Ospina Martínez, Secretario de Agricultura y Minería del Huila

A los profesionales asistentes y personal de apoyo en las distintas reuniones adelantadas, especialmente al economista Carlos Valbuena Acosta.

Contenido

PRESENTACIÓN	16
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES	21
1.1. La Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, AIPC	23
1.1.1. Descripción general	23
1.1.2. Las estrategias definidas	24
CAPÍTULO 2. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL HUILA EN LA AIPC PERIODO 2005-2014	35
2.1. Consideraciones generales	37
2.1.1. La línea base	37
2.2. La AIPC, 10 años después (diagnóstico)	54
2.2.1. Resultados	54
2.2.2. Desempeño económico del Huila, según comportamiento del PIB en el periodo 2005-2013	59
2.2.3. Las Apuestas Productivas: su situación actual. Desempeño y diagnóstico	66
2.2.4. El marco gubernativo para la AIPC: los planes departamentales de desarrollo	120
2.2.5. Resumen desempeño del Huila en Agenda interna	121
2.2.6. Consideraciones sobre estas realidades	121
FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA AGENDA INTERNA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL HUILA	123
CAPITULO 3. CONTEXTUALIZACIÓN	125
3.1. El concepto de valor agregado	128
3.1.1. Niveles de agregación de valor	129
3.2. El concepto de Apuesta Productiva y sus implicaciones	133
3.2.1. El papel de la institucionalidad	134
CAPITULO 4. DEFINICIÓN DE LA CONTINUIDAD DE LAS ACTUALES APUESTAS PRODUCTIVAS	135
4.1. El escenario macroeconómico actual	137
4.1.1. El entorno global y su efecto en Colombia	137
4.1.2. Las expectativas para el corto plazo	139
4.1.3. El Huila en el actual contexto	140
4.1.4. Conclusiones	142
4.2. Apuesta Productiva “Agroindustria de base tecnológica”	143
4.2.1. Fundamentos básicos para la continuidad de la Apuesta	143
4.2.2. Lo que exige la continuidad de la Apuesta Agroindustrial	147
4.2.3. Cambios en la Apuesta Productiva Agroindustrial	151
4.3. Apuesta Productiva Turística	159
4.3.1. Fundamentos básicos para la continuidad de la Apuesta	159
4.3.2. Lo que exige la continuidad de la Apuesta Turística	164
4.3.3. Cambios en la Apuesta Productiva Turística	177
4.4. Apuesta Productiva Piscícola	178
4.4.1. Fundamentos básicos para la continuidad de la Apuesta	178
4.4.2. Lo que exige la continuidad de la Apuesta Piscícola	181
4.5. Apuesta Productiva Minera	185
4.5.1. Fundamentos básicos para la continuidad de la Apuesta	185
4.5.2. Lo que exige la continuidad de la Apuesta Minera	189
4.5.3. Cambios en la Apuesta Minera	191
4.5.4. Conclusiones	199

4.6.	Apuesta Productiva Energética	200
4.6.1.	Fundamentos básicos para la continuidad de la Apuesta	200
4.6.2.	Lo que exige la continuidad de la Apuesta Energética	202
4.6.3.	Cambios en la Apuesta Productiva Energética	206
CAPITULO 5. LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA AIPC		207
5.1.	Estrategias transversales para el éxito de las apuestas productivas definitivas	210
5.1.1.	Estrategia transversal 1: Implementar un modelo de gestión del Plan Regional de Competitividad	210
5.1.2.	Estrategia transversal 2: Atracción de capitales foráneos, para incrementar la formación bruta de capital en el sector empresarial	215
5.1.3.	Estrategia transversal 3: Adopción de un plan estratégico de reconversión productiva fuertemente soportada en la CT+I y con sostenibilidad ambiental.	218
5.1.4.	Estrategia transversal 4: Promover el control y la reducción del costo región, factor clave para la competitividad regional	220
5.2.	Planes, programas y proyectos por Apuestas Productivas	224
5.2.1.	Apuesta Productiva Agroindustria de base tecnológica	224
5.2.2.	Apuesta Productiva Turística	231
5.2.3.	Apuesta Productiva Piscícola	242
5.2.4.	Apuesta Productiva Minera	255
5.2.5.	Apuesta Productiva Energética	266
5.2.6.	Resumen inversiones aproximadas	269
CAPITULO 6. NUEVAS APUESTAS PRODUCTIVAS		271
6.1.	La Economía Creativa como nueva Apuesta Productiva	274
6.1.1.	Definiciones	274
6.1.2.	Justificación	275
6.2.	Selección de renglones priorizados en la nueva Apuesta Productiva	278
6.2.1.	Tic´s y arte digital como renglón priorizado en la Apuesta Productiva Economía Creativa	278
6.2.2.	Componentes del renglón priorizado TIC´s y arte digital	281
6.2.3.	Artesanías como renglón priorizado en la Apuesta Productiva Economía Creativa	281
6.2.4.	Danza y música como renglón priorizado en la Apuesta Productiva Economía Creativa	284
6.2.5.	Conclusiones	286
CAPITULO 7. LA RESPUESTA INSTITUCIONAL PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA AGENDA INTERNA: LA CRECI HUILA		287
7.1.	Antecedentes	290
7.1.1.	El Huila en productividad y competitividad	291
7.1.2.	Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación, PECTI	293
7.1.3.	A manera de resumen	295
7.2.	Mejorando la gestión de la AIPC del Huila a partir de los mecanismos de coordinación y representación regional ante el Gobierno Nacional según PND 2014-2018	297
7.2.1.	Justificación	297
7.3.	Modelo de gestión sugerido	299
7.3.1.	Para los considerandos	299
7.3.2.	Para las decisiones	300
7.3.3.	Funciones de la CRECI	300
7.3.4.	En cuanto a su estructura	301

Índice de Tablas y Gráficas

Tablas

Tabla 1. Metas proyectadas en productividad	24
Tabla 2. Inventario de sitios naturales de interés turístico Huila 2005.	26
Tabla 3. Metas AP Energética	31
Tabla 4. Potencial hidroeléctrico del Huila	32
Tabla 5. Costos generación (millones de pesos) al 2007	33
Tabla 6. Proyecciones eléctricas Colombia	33
Tabla 7. Impacto social y externalidades	33
Tabla 8. Indicadores macroeconómicos año base y año crisis mundial	38
Tabla 9. Escalafón global de competitividad 2006	40
Tabla 10. Nivel de competitividad del Huila por factores - 2006	40
Tabla 11. Línea base Apuesta Agroindustrial.	41
Tabla 12. Línea base Apuesta Turística.	44
Tabla 13. Línea base Apuesta Piscícola.	46
Tabla 14. Línea base Apuesta Minera.	48
Tabla 15. Línea base Apuesta Energética.	50
Tabla 16. Principales indicadores macroeconómicos país	54
Tabla 17. Efecto de la crisis y su recuperación en los sectores de la Agenda Interna en Colombia (crecimiento de los sectores 2013)	55
Tabla 18. Huila-FBKF y comparativo con nacional	55
Tabla 19. Productividad laboral (per cápita) miles de pesos (2005)	56
Tabla 20. Nivel de competitividad Huila	56
Tabla 21. Evolución del nivel de competitividad global del Huila*	57
Tabla 22. Nivel de competitividad por factores en Huila	57
Tabla 23. Huila índice departamental de competitividad 2014	58
Tabla 24. Crecimiento (%) PIB Huila vs. nacional y otros referentes	59
Tabla 25. Aportación PIB Huila al nacional y comparativo con deptos. referentes	60
Tabla 26. PIB Huila por sectores y %/sector a nivel nacional	61
Tabla 27. PIB Huila desagregado por sectores y %/sector nacional	62
Tabla 28. Participación Agroindustria al PIB del Huila 2013	66
Tabla 29. Participación por rubros de cultivos en la agroindustria Huila en ton 2013	67
Tabla 30. Participación por rubros de cultivos según transformación en la Apuesta Agroindustrial del Huila (en ton) 2013	69
Tabla 31. Principales departamentos productores de cacao en Colombia 2013	70
Tabla 32. Producción de cacao en el Huila, 2005 - 2013	70
Tabla 33. Área sembrada en hectáreas de frutales departamento del Huila	71
Tabla 34. Metas de la AIPC proyectadas al 2020	72
Tabla 35. Cumplimiento de requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Agroindustrial	74
Tabla 36. Agroindustria en Colombia	75
Tabla 37. Principales exportadores e importadores mundiales de los productos priorizados dentro de la apuesta agroindustrial en la AIPC del Huila, 2013	77
Tabla 38. Oportunidades según acuerdos comerciales.	79
Tabla 39. Número estimado de turistas/año 2005-2013	83
Tabla 40. Productos turísticos estructurados.	83
Tabla 41. Eventos realizados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera según tipología 2008-2012	84
Tabla 42. Áreas Naturales para el ecoturismo en el departamento del Huila	85

Tabla 43. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Turística	87
Tabla 44. Turistas internacionales llegados a Colombia	87
Tabla 45. Motivo de viaje turistas extranjeros a Colombia	87
Tabla 46. Origen de turistas internacionales a Colombia año 2012	88
Tabla 47. Diez países líderes en turismo receptivo en 2013	89
Tabla 48. Producción piscícola en el Huila (en toneladas)	90
Tabla 49. Aporte al PIB subsector piscícola 2005-2013	90
Tabla 50. Producción de proteína animal en el departamento del Huila	92
Tabla 51. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Piscícola	94
Tabla 52. Producción de pesca y acuicultura en Colombia	95
Tabla 53. Producción piscícola en Colombia (en Toneladas)	96
Tabla 54. Producción mundial de productos pesqueros 2007-2012	97
Tabla 55. Comportamiento de los minerales no metálicos en el Huila 2005-2013	102
Tabla 56. Cumplimiento de las metas y objetivos de la Apuesta Minera	103
Tabla 57. Resumen cumplimiento Apuesta Productiva Minera en los factores no analizados en situación actual	103
Tabla 58. Balanza comercial minerales no metálicos de Colombia 2005-2013	106
Tabla 59. Valor de las exportaciones e importaciones de roca fosfórica en Colombia (en miles de US\$) 2005-2012	106
Tabla 60. Composición del mercado de los fertilizantes fosfatados en Colombia según origen	107
Tabla 61. Valor de las exportaciones e importaciones de los fertilizantes fosfatados en Colombia (cifras en Miles de US\$)	107
Tabla 62. Estadísticas mundiales por continente en miles de toneladas	108
Tabla 63. Comportamiento de variables Energéticas 2005-2013 en el Huila	112
Tabla 64. Evaluación del cumplimiento de metas/ Apuesta Energética	113
Tabla 65. Apuesta Energética/ cumplimiento necesidades/requerimientos y acciones	115
Tabla 66. Sector energía Colombia 2005/ 2009/ 2013	117
Tabla 67. Sector energía Latinoamérica y el Caribe 2005/ 2009/ 2013	118
Tabla 68. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad.	121
Tabla 69. Crecimiento real anual del PIB por ramas de actividad económica	138
Tabla 70. Formación de talento humano requerida	161
Tabla 71. Oferta académica para formación en turismo	163
Tabla 72. Las estrategias de posicionamiento para el turismo rural:	171
Tabla 73. Actividades de aventura desarrolladas en el departamento del Huila 2014	174
Tabla 74. Pago de regalías de minería e hidrocarburos 2004 y 2012	189
Tabla 75. Producción histórica de oro (kilogramos)	192
Tabla 76. Producción de oro por departamento (kilos)	193
Tabla 77. Variación del precio promedio de compra de oro por gramo	194
Tabla 78. Producción del Huila por municipio (gramos)	197
Tabla 79. PCH's viables en el Huila	203
Tabla 80. Potencial energético de los residuos agroindustriales del Huila	205
Tabla 81. Análisis comparativo costo país vs. costo región	221
Tabla 82. Resumen planes, programas, proyectos e inversiones aproximadas	269
Tabla 83. Contribución de la economía creativa a la producción nacional y el empleo.	276
Tabla 84. Productos artesanales según municipios.	281
Tabla 85. Exportaciones del sector artesanal nacional 2014	283

Gráficas

Gráfica 1. Ventaja comparativa geográfica.	32
Gráfica 2. Participación % del sector “agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca” en el PIB del Huila, de Colombia y del mundo.	76
Gráfica 3. Composición del sector del procesamiento en términos de valor añadido	77
Gráfica 4. Origen de eventos en Centro de Convenciones	85
Gráfica 5. Producción piscícola en Huila vs. producción piscícola nacional	91
Gráfica 6. Situación de la pesca y la acuicultura en Colombia	95
Gráfica 7. Evolución de la producción piscícola de Colombia	96
Gráfica 8. Evolución de la acuicultura en el mundo.	98
Gráfica 9. Participación de Colombia en el mercado de filete fresco de tilapia USA	99
Gráfica 10. Oportunidades comerciales para la tilapia – Tratados de Libre Comercio	100
Gráfica 11. Comportamiento histórico de los precios de los commodities.	108
Gráfica 12. Comportamiento variables energéticas Huila 2005-2013	112
Gráfica 13. Influencia del Río Paéz en la zona y su posible solución	114
Gráfica 14. Interconexión Ecuador-Colombia.	115
Gráfica 15. Energía colombiana 2005/ 2009 / 2013	116
Gráfica 16. Energía Latinoamérica y el Caribe 2005/ 2009/ 2013	118
Gráfica 17. Matrices energéticas al 2014	119
Gráfica 18. Contenido tecnológico en actividades del Huila.	129
Gráfica 19. Productos con valor agregado en diferentes niveles – cacao.	130
Gráfica 20. Productos con valor agregado en diferentes niveles - frutales.	130
Gráfica 21. Productos con valor agregado en diferentes niveles – café.	131
Gráfica 22. Productos con valor agregado en diferentes niveles – piscícola	131
Gráfica 23. Productos con valor agregado en diferentes niveles - turismo	132
Gráfica 24. Productos con valor agregado en diferentes niveles – oro	132
Gráfica 25. Productos con valor agregado en diferentes niveles – energía	132
Gráfica 26. Departamentos con crecimientos menores al total nacional	140
Gráfica 27. Variación del PIB per cápita de los departamentos entre 2012 y 2013	141
Gráfica 28. Cifras de subempleo, formalidad e informalidad.	142
Gráfica 29. Turismo de salud y bienestar	167
Gráfica 30. Turismo de naturaleza	170
Gráfica 31. Productos de naturaleza priorizados	171
Gráfica 32. Efecto del aumento de un peso en el valor de producción del sector minero	188
Gráfica 33. Comportamiento histórico de la producción de oro en el país	192
Gráfica 34. Comportamiento del pib minero	193
Gráfica 35. Colombia - exportaciones de oro	194
Gráfica 36. Variación del precio de compra del oro 2010 – 2015	194
Gráfica 37. Huila producción de oro por municipio (gramos).	197
Gráfica 38. Contribución de las actividades culturales sobre el total sector (2007)	276
Gráfica 39. Distribución del subsector artesanal, según la técnica de producción	282
Gráfica 40. Actividades culturales en Neiva	284

Descripción de términos y siglas

AIPC: Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila
ACTI: Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación
AP: Apuesta Productiva
APA: Apuesta Productiva Agroindustrial
APT: Apuesta Productiva Turística
APP: Apuesta Productiva Piscícola
APM: Apuesta Productiva Minera
APE: Apuesta Productiva Energética
CODECTI: Comité Departamental de Ciencia Tecnología e Innovación
CRECI HUILA: Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila
DNP: Departamento Nacional de Planeación
EDEI: Estrategia De Especialización Inteligente
FAO: Organización de Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura
FNCER: Fuentes No Convencionales de Energía Renovable
FEDEPANELA: Federación Nacional de Productores de Panela
FENALCE: Federación Nacional de Cerealistas
MADR: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
MADS: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
PCH's: Pequeñas Centrales Hidroeléctricas
PECTI: Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila
PIB: Producto Interno Bruto
PND: Plan Nacional de Desarrollo
p.p.: Puntos Porcentuales
PRC: Plan Regional de Competitividad del Huila
VA: Valor Agregado



Carlos Mauricio Iriarte Barrios
Gobernador del Huila

ACTUALIZACIÓN DE LA AGENDA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL HUILA

Desde el año 2005, el departamento del Huila adoptó la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, priorizando sectores económicos denominados Apuestas Productivas, como guía de su desarrollo económico y social.

La Administración Departamental entendiendo la importancia de hacer una revisión de este instrumento, propuso en su Plan de Desarrollo “Huila Competitivo” la meta de “Actualizar la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila”, realizando una alianza estratégica con la Cámara de Comercio de Neiva, con quienes definimos una metodología participativa e incluyente que se desarrolló en dos fases.

La primera de ellas consistió en determinar una línea base y un diagnóstico, en el que se concluyó que el avance en las cinco Apuestas Productivas priorizadas era inferior al esperado en los diez años de puesta en vigencia de la Agenda. Esto nos generó la expectativa de construir una respuesta adecuada al desempeño del departamento en dichas apuestas, con la participación de empresarios, instituciones públicas y privadas, academia y sociedad civil; hoy representados en la Comisión Regional de Competitividad e Innovación – CRECI Huila-.

En la segunda fase de actualización, se presentó la consolidación de algunas apuestas productivas ya definidas, y la incorporación de nuevas en sustitución de las que, según el análisis realizado, quedaron rezagadas, asumiendo compromisos tanto en la construcción, gerenciamiento, seguimiento y evaluación a partir de la adopción de indicadores de gestión y su aplicación a través de un Sistema de Gestión de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila.

Como Gobernador del Huila, me complace presentarles una nueva propuesta de Agenda Integrada de Competitividad, con el eje principal de “generación de valor agregado”, que incluye los temas de Ciencia, Tecnología e Innovación, en articulación con el artículo 179 del Plan Nacional de Desarrollo 2014 - 2018 “Todos por un nuevo país”, y la actualización de las Apuestas Productivas, de tal manera que podamos mostrar resultados diferentes a los alcanzados hasta el momento, entendiendo que la competitividad seguirá siendo un propósito claro que debe traducirse en mayor bienestar para los huilenses.

Este documento será de consulta obligatoria para definir los lineamientos de los nuevos planes de desarrollo y como protagonistas del mismo, los invito a que construyamos entre todos esta nueva guía a partir de una visión colectiva de competitividad que nos hemos propuesto los huilenses para al año 2032.



Ariel Rincón Machado
Presidente Ejecutivo Cámara de
Comercio de Neiva

HACIA UN HUILA MÁS COMPETITIVO

La Gobernación del Huila y la Cámara de Comercio de Neiva presentan a la opinión pública y comunidad en general la actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del departamento del Huila, hoy Plan Regional de Competitividad.

Este documento, que es la ruta de trabajo para los próximos cinco años (2020), excluye, incluye y reforma renglones y apuestas productivas que habían sido determinadas en el año 2005; su revisión y actualización comprende también temas transversales como la infraestructura, la tecnología, y especialmente, la educación, como pilares fundamentales para el desarrollo de las apuestas y la región.

El Plan Regional de Competitividad sin duda ha sido una construcción colectiva, fruto de la articulación público-privada, esquema de trabajo que siempre caracterizó a las administraciones del doctor Carlos Mauricio Iriarte Barrios, gobernador del Huila, y del Ingeniero Pedro Hernán Suárez Trujillo, Alcalde de Neiva, con quien se construyó igualmente el Plan Municipal de Competitividad. Ahora, la invitación es para los municipios de Pitalito, Garzón y La Plata -con sus áreas de influencia- para que también construyan sus propias agendas alineadas con las apuestas productivas departamentales. Y para los nuevos mandatarios para que lideren la ejecución de los compromisos del nuevo Plan Regional de Competitividad.

Estoy seguro que si todos estamos sintonizados y ‘jalonamos’ para el mismo lado, en el año 2020 tendremos un mejor desempeño, una región más competitiva.

Por último, debo referirme y reconocer al equipo de trabajo que hizo posible este Plan Regional de Competitividad, el cual fue moldeado por personas expertas, quienes hicieron una investigación rigurosa, liderados por el economista Germán Palomo García, a quien agradecemos toda su experiencia y sus aportes. Esperamos que este documento sea de total utilidad para todos nosotros.

PRESENTACIÓN

El presente documento resume las acciones emprendidas para sentar las bases para la Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, AIPC Huila hoy Plan Regional de Competitividad, de acuerdo con los objetivos trazados por el gobierno departamental encabezado por el Dr. Carlos Mauricio Iriarte Barrios y la Cámara de Comercio de Neiva liderada por el Presidente Ejecutivo, Dr. Ariel Rincón Machado. Incluye, también, la formulación e implementación de la AIPC revisada. Se integran, en este documento, las dos fases en las que se dividió el proceso de actualización: La fase de diagnóstico y la fase de formulación e implementación que, con base en los resultados del diagnóstico y los análisis complementarios realizados en la segunda fase, se abordan las propuestas para enmarcar la actualización de la AIPC Huila en la estructura definitiva producto de la evaluación de todos los factores involucrados en un marco que comprendió alternativas como:

- Continuar con las actuales Apuestas Productivas con las mismas prioridades
- Mantener las actuales Apuestas Productivas modificando renglones prioritarios y estrategias
- Incorporar otras actividades, productos, servicios o sectores que en el actual escenario demuestren cumplir con los objetivos trazados por el Departamento Nacional de Planeación-DNP para la implementación de las Agendas Internas como guías del desarrollo regional hacia la productividad y competitividad ya como Apuestas Productivas o como renglones priorizados.
- Excluir algunas de las Apuestas Productivas o renglones priorizados actuales de acuerdo con el comportamiento mostrado

Luego de siete (7) meses de labores (tres en la fase uno y cuatro en la fase dos) del grupo de profesionales conformado para adelantar las actividades programadas, con amplio conocimiento de los renglones comprendidos en las Apuestas Productivas y bajo mi dirección, periodo en el que, además de la utilización de fuentes de información secundarias, se acudió a la consulta a protagonistas de la AIPC HUILA, públicos y privados, tanto en forma directa por los profesionales responsables mediante entrevistas y cruce de conceptos, percepciones y opiniones además del suministro de los datos que sustentan sus aseveraciones como en la asistencia a los talleres coordinados por la Cámara de Comercio de Neiva, excelente apoyo administrativo y logístico para el cumplimiento de este proceso, particularmente los adelantados en la fase dos de formulación e implementación que se hicieron previo al documento definitivo lo que permitió un mayor enriquecimiento del proceso, el cual se consigna en esta publicación. Vale anotar que la participación de los huilenses no se limitó a la ciudad de Neiva sino que abarcó las subregiones del departamento mediante talleres en las sedes de La Plata, Garzón y Pitalito, cabezas de las mismas.

Este documento está estructurado en siete capítulos: cuatro correspondientes a la fase uno (Antecedentes, Justificación de las Apuestas Productivas seleccionadas en el 2005, determinación de la línea base y el diagnóstico) y tres que contienen la formulación e implementación.

Con relación a los resultados, en una apretada síntesis y a manera de resumen ejecutivo destacamos:

1. El cumplimiento en la atención de las necesidades y la realización de las acciones comprometidas en la AIPC es, en términos globales, realmente bajo. En todas las Apuestas Productivas las cifras de cumplimien-

to están por debajo de, o bordeando el, 50%. Esto debe convertirse en un acicate para apurar el ritmo de su implementación (ver la tabla resumen de necesidades/requerimientos y acciones).

2. Lo anterior explica en mucho los preocupantes resultados en productividad y competitividad, dos factores clave en la AIPC Huila y en todo proceso de desarrollo económico en el actual mundo globalizado y razón de ser del proceso de construcción de las Agendas Internas. Los retrocesos en productividad mostrados en el análisis (especialmente en Formación Bruta de Capital Fijo, FBKF, que demuestra el bajo nivel de inversión en las actividades productivas en el departamento) tienen que llevar al empresariado y a las instituciones (academia y gobiernos territoriales) a revisar las formas de operación de la fuerza laboral para hacerla más productiva en condiciones de bienestar, ergonomía y adecuado clima de trabajo. Los muy escasos avances en competitividad, con la meritoria excepción de los cafés especiales y la piscicultura en menor grado, están limitados por el peso negativo de dos variables estratégicas utilizadas en la calificación de los departamentos en los rankings de competitividad: La fortaleza empresarial y la Ciencia y Tecnología. Las instituciones que elaboran estos escalafones, CEPAL y CPC-CEPEC (Consejo Privado de Competitividad - Universidad de El Rosario) coinciden en calificar como muy bajo el desempeño del Huila en estos factores. Pero es en la construcción real de la AIPC Huila donde está la solución. La primera cuestionada es la propia AIPC del Huila. Su argumento al adoptarla fue convertirse en guía del desarrollo socioeconómico del departamento del Huila. Por tanto, el que los evaluadores de la competitividad regional nos clasifiquen en los lugares “en el fondo de la tabla” es una crítica directa sobre el papel de la AIPC Huila. En una visión más optimista, tendríamos que aceptar que la AIPC Huila no se ha construido tal como se estructuró.

3. Tal como se reconoce en cuanto a los resultados del diagnóstico, estos se generaron (en los primeros 10 años de vigencia de la AIPC) por la baja capacidad de realización de las acciones definidas como estratégicas. La solución está en elevar este nivel de gestión para lo cual, la nueva institucionalidad impulsada por la Ley del Plan 2014-2018 nos parece de la mayor importancia como un instrumento de fortalecimiento de la gestión de la AIPC por lo que el grupo consultor bajo mi dirección hace énfasis en mejorar la capacidad de gestión diseñando una estructura de la Agenda Interna revisada que facilite su implementación que es el fin último del proceso de actualización, ver numeral 7 de esta presentación.

4. Lo anterior se estructuró respetando fielmente la metodología acordada con la Cámara de Comercio de Neiva, entidad ejecutora previo convenio con la Gobernación del Huila. Adicionalmente, como en las diferentes reuniones con los actores de las apuestas productivas notamos la existencia de diferentes interpretaciones para los conceptos valor agregado y Apuesta Productiva por lo que se introdujo un capítulo de contextualización para lograr una definición común para estos conceptos, fundamentales porque sustentamos el análisis de la continuación de las apuestas y sus exigencias en la generación de valor agregado como factor clave para mejorar los resultados de la economía huilense. El segundo concepto no puede seguir haciendo carrera el que solo se hará lo que se consigne en la Agenda Interna. Una Agenda Interna define renglones líderes no excluye ninguna actividad como se mal interpreta.

También se muestra el escenario global particularmente en este 2015 y lo que estará vigente para el 2016, el primer año de la iniciación de la Agenda Interna actualizada, hoy Plan Regional de Competitividad. Esto lo presentamos como abre bocas del capítulo 4 del presente documento.

El esquema presentado se fundamentó en lo planteado en la temática de la fase dos del proceso de actualización de la Agenda Interna del Huila, es decir, dar respuesta a dos interrogantes como columna básica de la metodología: Uno, ¿deben continuar las actuales apuestas productivas? Dos, ¿En qué condiciones deben continuar? Refiriéndose este último cuestionamiento a que su gestión, una vez definida su continuación, debe garantizar resultados completamente diferentes a los comprobados en la evaluación de la fase Uno. Simultáneamente, era necesario complementar el ejercicio con la observación del comportamiento de actividades con posibilidades de ser considerados renglones o actividades con capacidad de ser líderes de la economía departamental para calificarlas como nuevas apuestas productivas.

5. Bajo el marco metodológico descrito, en las AP Agroindustria de base tecnológica y Minería se incluyen nuevos renglones productivos. En la primera, se presentan varias reformas que vale la pena referir: En primer lugar, se excluye el renglón priorizado de tabaco y a los rubros lulo y tomate de árbol con argumentos

que se exponen en la parte pertinente en este documento (capítulo 4) y se incorporan dos nuevos renglones (el panelero y el de cereales, leguminosas y oleaginosas (arroz, maíz, frijol, soya). Al mismo tiempo, acudiendo a la guía metodológica del CONPES 3297 de 2004, se considera como renglón en transición a los derivados cárnicos y lácteos por los esfuerzos orientados a mejorar el desempeño de esos rubros pero que aún no alcanzan la calificación de renglones priorizados, lo cual se estima lograr en el mediano plazo. A los dos años de acogido, se evaluará su desempeño especialmente en cuanto hace a la generación de valor agregado y su aporte a la sustitución de importaciones. En este sentido, el análisis se amparó en el nuevo escenario de devaluación severa y reducción de los precios internacionales de los bienes básicos producto de un modelo económico que no ha estimulado los procesos de agregación de valor y que, hoy, el gobierno quiere enmendar con la estrategia Colombia Siembra y estimular los procesos de industrialización. Este nuevo escenario fortaleció las consideraciones sobre cereales, leguminosas y oleaginosas.

En la Apuesta Minera, limitada a los minerales no metálicos, se considera al oro, mineral metálico, como un renglón priorizado por la existencia del mineral en suelo y subsuelo huilenses y, muy particularmente, por la existencia de esfuerzos importantes para su aprovechamiento dentro de los términos sostenibles y sustentables y como un importante renglón de exportación con gran valor agregado.

Especial referencia vale hacer sobre la Apuesta Turística. Su cambio más notorio es identificar renglones priorizados al igual que las otras apuestas productivas pues la focalización de las acciones en los cuatro clústers mencionados no produjo los resultados esperados. La actualización prioriza cinco renglones clave para el sector: Turismo cultural (arqueológico, Paleontológico y Astronomía); Turismo rural y Agroturismo, Turismo Náutico y de Aventura, Turismo de salud y Termalismo y turismo corporativo que no son nuevos, se insiste, sino que se hacen más visibles para definir sus compromisos con los resultados del sector como un todo.

Para fortalecer el turismo, se genera una Apuesta Productiva nueva, Economía Creativa que procura especializar y profesionalizar las artesanías, las TIC's y la danza y la música como actividades con organización propia y futuro que pueden construir con mayor autonomía sin depender totalmente del turismo y menos de la temporalidad definida por el festival del Bambuco como único promotor de tales actividades pero que, finalizado el festival, todo se aquieta. En el capítulo sexto se plantea en profundidad la implementación de esta estrategia.

En la apuesta piscícola, de mejor resultado en el diagnóstico (fase uno), sin cambios por obvias razones (es una apuesta focalizada que pertenece a la agroindustria pero que por sus especiales condiciones hace diez años se le dio tratamiento exclusivo) su continuidad la lleva a adelantar una estrategia de reconversión productiva con énfasis en la recuperación de la sostenibilidad y la definición de un nuevo escenario de producción: Estanques en tierra como se recomendó diez años atrás pero que no se hizo con el nivel esperado. Esta reconversión debe apoyarse fuertemente en la Ciencia y Tecnología, que afortunadamente se tiene para lograr diversificación de la producción, de mercados y de nuevas líneas en la tilapia especialmente para aumentar la agregación de valor.

Finalmente, la Apuesta Energética, que sin duda se mantiene, enfrenta un escenario distinto y desfavorable por las dificultades generadas por el manejo dado al proyecto Hidroeléctrico El Quimbo. No obstante, la solución no proviene del mantenimiento de la estructura de la original apuesta energética del 2005 (las dos fases, microcentrales y grandes centrales) sino de la conformación de una matriz diversificada de generación de energía con tres fuentes: Hidrogeneración, Energía Solar y Biomasa.

6. En el capítulo 5 se recogen dos componentes fundamentales: el primero, las llamadas Estrategias Transversales, es decir, comunes a todas las apuestas productivas. En este componente se inscriben la gestión, incluido el monitoreo, seguimiento y evaluación del desempeño oportuno¹; la atracción de capitales, la transferencia de tecnología y la sostenibilidad ambiental en pleno fenómeno de cambio climático y obli-

¹ Este ejercicio bien pudo hacerse en los primeros cinco años de vigencia de la AIPC Huila. La razón estriba en que estos análisis tienen gran valor en dos de los componentes del acrónimo PODER, utilizado en planeación estratégica: evaluar y redireccionar. En todo caso, como la AIPC Huila se proyectó al 2020, aún tenemos cinco (5) años por recorrer para su implementación definitiva, aunque algunos proyectos superarán este plazo por razones técnicas.

gación de reducir los gases de efecto invernadero, GEI. El segundo componente se conforma con los planes, programas y proyectos por cada Apuesta Productiva, un cambio muy importante frente a la original Agenda Interna que priorizó acciones pero sin metas claras y, muchas veces, solo con objetivos. En este documento, se presentan de manera articulada los planes, sus instrumentos de ejecución, programas y proyectos, con la línea base, las metas por plan, programa y proyectos y los respectivos indicadores de gestión. Esta estructura, como se anota en el acápite correspondiente, facilita el monitoreo, el seguimiento y la evaluación, todo de conformidad con los principios de la buena administración y gestión de planes de desarrollo.

En total, se sugieren 9 Planes, 22 programas y 61 Proyectos para las cinco apuestas productivas que demandan inversiones aproximadas por 2.0 billones de pesos cuantificados parcialmente, pues no se incorporan los valores finales de los proyectos energéticos y solo aparecen los costos de los estudios para definir la incorporación de la biomasa y la energía solar. Como se dice en el documento, estos planes, programas y proyectos son indicativos y nacen de la lectura que como consultores hacemos de las posibilidades de implementación de la nueva Agenda Interna actualizada. Por tanto, no son camisa de fuerza ni excluyen otros planes, programas y proyectos que los mismos protagonistas de las apuestas pueden adelantar si los sustentan y definen adecuadamente.

7. Coherentes con la interpretación de las causas de los bajos resultados de la AIPC en los primeros años de vigencia y aprovechando las decisiones del PND 2014-2018 tal como lo analizamos al comienzo de esta presentación, creemos que el fortalecimiento de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila es el mayor argumento para aumentar la capacidad de gestión de la Agenda Interna Actualizada. De ahí que el capítulo de cierre contenga la propuesta de reorganización de CRECI Huila orientada a gestionar las apuestas productivas bajo el nuevo marco del Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación que explicamos ampliamente en este aparte del documento final. Al respecto, vale anotar que esta propuesta se apoya en un extenso recorrido por los antecedentes, tanto nacionales como locales, que se han generado en procura de mantener al departamento a tono con las decisiones nacionales en materia de productividad y competitividad.

En julio 7 y en agosto 22, se socializó la propuesta de ajuste de la CRECI Huila buscando, que su adopción sea producto de un consenso de sus integrantes antes que de una visión unilateral de nuestra parte.

8. Un punto importante para aclarar es el plazo para la implementación de la Agenda Interna Actualizada. En la Agenda original, el plazo para implementar los programas y las acciones fue de 15 años desde el 2005 empezando en el 2006. Es decir, al 2020. Cuando se adoptó el Plan Regional de Competitividad, PRC, en 2010 se incorporaron las apuestas productivas manteniendo el mismo horizonte al 2020 a pesar de que la visión del plan se señaló al 2032 al igual que para el Plan Estratégica de Ciencia, Tecnología e Innovación, PECTI, creándose una dicotomía por calendario que no causa ningún trauma pero que tampoco puede desconocer los plazos iniciales. En este documento hemos mantenido las fechas al 2020 respetando el PRC pero entendiendo que proyectos de largo plazo como los de generación de energía no pueden constreñirse a ese plazo sino, objetivamente, definirse para un plazo razonable, en este caso, al 2032. Pero, teniendo en cuenta que hay metas y acciones que pueden cumplirse en los próximos cinco años como los estudios que se sugieren para definir la incorporación de la energía solar y la biomasa pero que su ejecución, obvio, va más allá del 2020. Hay otros casos que aparecen en los planes, programas y proyectos. Por tanto, los analistas e interesados en general encontrarán este tratamiento de los plazos para la implementación de lo establecido.

En suma, esperamos que este Documento se convierta en una guía para el desarrollo del Huila como una reiteración de las potencialidades y realidades de nuestro departamento. Pero, una vez más, debe llevarse a la práctica para empezar a registrar en las cuentas económicas regionales su impacto real que no dudamos en calificar de altamente positivo. No puede verse como un interesante panorama de fortalecimiento del desarrollo del Huila sino como un verdadero instrumento de construcción de futuro que, como se escribió en la visión al 2001, “el futuro está señalado”, serán los huilenses y solo los huilenses los que definan su futuro. Y, parodiando, otra vez a Karras, no se logra lo que se merece sino lo que se negocia; lo que se construye, agregará.

Es imperativo, entonces, pasar de la planeación a la acción que es una brecha frecuente en nuestro suelo. En las reuniones convocadas por la Cámara de Comercio de Neiva para recoger aportes de los protagonistas de las apuestas productivas se escuchó, una vez más, el estribillo de “no más diagnósticos: necesitamos acción”. La crítica apunta a la no puesta en práctica, en términos de empresas u obras, de lo ya estudiado detalladamente.

Econ. Germán Palomo García

Coordinador del proceso

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1. LA AGENDA INTERNA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL HUILA, AIPC

1.1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El departamento del Huila, al igual que 25 departamentos más de Colombia, decidió en el 2005, promover un acuerdo de voluntades para construir su Agenda Interna de Productividad y Competitividad para contribuir al logro de dos objetivos fundamentales:

1. Aportar a la construcción de la Agenda País como la sumatoria de las Agendas Internas de los departamentos y regiones participantes en una visión desde la periferia, contraria a la tradicional estructuración del Plan de Desarrollo Nacional.
2. Participar en el proceso de internacionalización de la economía en el que todos los departamentos aprovecharían el comercio ampliado según lo definido en las Agendas Internas de Productividad y Competitividad, AIPC.

En realidad, el eventual Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos fue el “detonante” para que el país adoptara dicha estrategia como garantía de adecuada presencia en el entorno global.

El Departamento Nacional de Planeación, DNP, dirigió este ejercicio interdisciplinario ambicioso, incluyente y participativo como requisito sinequanon para que las propuestas de desarrollo tuvieran la representatividad suficiente para que su puesta en práctica se atendiera como un compromiso claro para gobernantes (nacional y territoriales) y la llamada sociedad civil (empresarios, academia, sindicatos y políticos) con Confecámaras como facilitador del proceso, con el apoyo de la OEA y la cooperación internacional de los Estados Unidos USAID, (programa “Sociedad Civil y TLC”)²

La participación del departamento del Huila en la construcción de su AIPC se apoyó en estudios anteriores que mostraron las principales falencias del aparato productivo departamental, las deficiencias institucionales pero también señalaron a la Agroindustria y al Turismo como alternativas ciertas de desarrollo económico³. En realidad, el Huila y la región Surcolombiana, al inicio del proceso de Agenda Interna, AI, ofrecía más potencialidades que realidades⁴ por lo que el ejercicio AIPC para el Huila significaba una oportunidad para revertir estas realidades para transformar sus potencialidades en ventajas competitivas.⁵

Al comienzo del 2004, el gobernador Rodrigo Villalba Mosquera incorporó a su Plan de Desarrollo Huila unido para construir futuro 2004-2007, dos programas: Empleo Productivo y Buen Gobierno; el primero como estrategia para fortalecer la economía en los sectores identificados como estratégicos y el segundo para garantizar un clima empresarial que estimulara alcanzar mejores niveles de competitividad. Este Plan de Desarrollo, por su coincidencia cronológica, se convirtió en el marco institucional y gran respaldo para la construcción de la AIPC del Huila.

² Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad. Resultados del proceso y propuestas iniciales. Departamento Nacional de Planeación, Bogotá, D.C. Agosto de 2005 Documento presentado en la 42 Asamblea General de Confecámaras, Agosto 8 y 9 de 2005, Medellín, Colombia.

³ El Plan de Ordenamiento Territorial (1997-98) El Estudio de Competitividad del Huila (1999-2001), La visión de futuro del Huila (2001) promovidos todos por el DAP HUILA del gobierno seccional con amplia participación de las entonces llamadas fuerzas vivas.

⁴ Agenda Interna del Huila para la Productividad y Competitividad. departamento del Huila, 2005. Primera Edición 2007, Editora Surcolombiana, Pág.10.

⁵ Agenda Interna del Huila para la Productividad y la Competitividad Óp. Cit. Pág.10

1.1.2. LAS ESTRATEGIAS DEFINIDAS

Después de seis meses de análisis, (Octubre 2004-Marzo 2005), constitución de nueve mesas de trabajo y la participación de 245 personas, el Huila concluyó en cinco (5) Apuestas Productivas Estratégicas:

1.1.2.1. APUESTA PRODUCTIVA ESTRATÉGICA 1:

AGROINDUSTRIA DE BASE TECNOLÓGICA EN CAFÉS ESPECIALES, FRUTALES, CACAO Y TABACO

PROPÓSITO:

“Implantación y desarrollo de la agroindustria de base tecnológica en cafés especiales, frutales⁶, cacao y tabaco que permita convertir al Huila en emporio nacional de estas cadenas”

OBJETIVOS:

- » Consolidar al Huila como primer productor agroindustrial de base tecnológica
- » Implementar el sistema de cadenas productivas en los renglones priorizados
- » Generar productividad y valor agregado mediante integración producción-comercialización
- » Garantizar investigación e incorporación de tecnologías en cada cadena
- » Respetar las fronteras ambientales mediante la adopción de producción más limpia (P+L)
- » Posicionar el sello o marca Huila en el mercado internacional

METAS:⁷

Alcanzar los niveles de productividad de los estándares internacionales en cada renglón (ver Tabla 1).

Tabla 1. Metas Proyectadas en Productividad⁸

PRODUCTO	Área Sembrada (Has.)		Rendimiento (Ton/Ha)		Producción (Ton)	
	Actual (05)	Nueva	Actual	Aumento (p.p)	Actual	Incremento
Cafés especiales	31.250,0	14.773,68	1,60	0,48	50.000,0	31.563,0
Frutales						
Granadilla	20.000,0	18.692,0	1,2	0,1	24.000,0	22.613,5
Lulo	2.500,0	919,0	10,0	1,5	25.000,0	11.561,5
Maracuyá	2.000,0	691,0	22,5	2,6	45.000,0	18.924,7
Cholupa	1.000,0	865,0	15,0	3,0	15.000,0	13.380,0
Mora	1.555,6	697,6	9,0	1,0	14.000,0	7.118,8
Tomate de Árbol	1.578,9	619,7	9,5	0,2	15.000,0	6.041,1
Uva	480,0	221,5	12,5	3,6	6.000,0	3.704,5
Cacao	15.000,0	5.282,0	1,2	0,7	18.000,0	13.558,9
Tabaco	8.166,7	5.120,7	3,0	0,5	24.500,0	16.796,7
TOTAL	83.531,17	47.882,15	NA	NA	236.500,00	145.262,71

Fuente: Agenda Interna del Huila. Óp. Cit.

⁶ Los frutales priorizados fueron frutales de exportación: granadilla, lulo, maracuyá, cholupa, mora, tomate de árbol y uva.

⁷ Desafortunadamente, todas las metas no están definidas en cifras como lo exige la metodología. Las cifras hacen la gran diferencia entre metas y objetivos. No obstante, se respeta la fuente tal como aparecen.

⁸ Al parecer, los incrementos corresponden a las áreas nuevas y no se aplican los mejoramientos en productividad a las áreas actuales que se supone se mantendrán. No obstante se conservan los datos de la fuente original.

- » Ofrecer productos eco orgánicos en los mercados nacional e internacional
- » Mejorar rendimientos y calidad
- » Incrementar áreas de producción en los renglones priorizados dentro de la frontera agrícola actual
- » Alcanzar procesamiento industrial (generación de valor agregado) así:
 - En tabaco: producción de bienes intermedios como picadura, tabaco desnervado.
 - En cacao: producción de chocolate de mesa (ya existente) y aceites para uso en repostería y producción de helados
 - En café: elaboración de productos finales incluida comercialización
 - En frutales:
 - 1) Oferta de frutas frescas a partir de aplicaciones tecnológicas.
 - 2) Transformación de frutas de acuerdo con demanda del mercado internacional
- » Orientación de la Apuesta Productiva: mercado internacional excepto el cacao orientado al mercado nacional⁹

JUSTIFICACIÓN DE LA APUESTA:

POR PROPIEDADES DEL (LOS) PRODUCTO (S)

Café: condiciones de microclima y regiones que permiten mejor sabor, aroma y presentación del producto; cultura cafetera (se produce en 35 de los 37 municipios del Huila; calidad del café cultivado: 81.4% de la producción recibe la calificación de “café especial” y reconocimiento internacional).

Cacao: tradición y cultura cacaotera.

Tabaco: condiciones climáticas específicas para la preservación de la hoja de tabaco con el primer curado; disponibilidad de tierras.

Frutales: calidad y diversidad: posicionamiento de las frutas regionales en el mercado nacional. La cholupa se califica como “fruta exótica” y es promisoría.

POR CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

MERCADO POTENCIAL

Café: USA: 34.1%; Alemania: 17.4%; Japón: 14.7%; Canadá: 5.4%; Otros: 28.3% (del total exportado entre 2001-2003 según Agenda Interna).

Cacao: Cundinamarca a nivel nacional. Países Bajos y USA si las condiciones del mercado internacional cambian (Balanza comercial negativa para Colombia en este renglón).

Frutales: Singapur, Canadá, Antillas Holandesas, Arabia, China, Chile, Europa, USA y Japón.

Tabaco: Actuales destinos: Alemania, Antillas Holandesas, Aruba y USA.

Mercados potenciales atractivos: Rusia, Países Bajos, Uruguay, México.

POR IMPACTO SOCIAL

Empleo adicional generado por cosecha: 84.7% del existente al 2003¹⁰

⁹ El cacao no tenía posibilidades de acceder a los mercados por dificultades de precio y porque el Chocolate de mesa, una exclusividad colombiana, no tiene gran aceptación a nivel internacional excepto en las comunidades inmigrantes en EEUU y Europa. Además, el contenido graso del chocolate dificulta su colocación en el mercado internacional. Sin embargo, este aspecto se analizará más en profundidad en la evaluación del desempeño del renglón cacao con base en los cambios producidos en el mercado mundial que son muy frecuentes.

¹⁰ El incremento elevado se presenta porque los empleos en los procesos agroindustriales no aparecían registrados al 2003 por lo que la totalidad de los 66804 estaban vinculados a la actividad primaria, según AI.

Cafés Especiales.	12.363
Frutales	24.102
Cacao	15.189
Tabaco	4.925
TOTAL EMPLEOS	59.579

1.1.2.2. APUESTA PRODUCTIVA ESTRATÉGICA 2: TURISMO

PROPÓSITO:

“Convertir al Huila en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural para el mercado nacional e internacional, con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad.”

OBJETIVOS:

- » Distribuir el territorio (enfoque territorial) en cuatro clúster turísticos¹¹
- » Estructurar la Apuesta Turística con base en el desarrollo del turismo rural, la gastronomía local, la eco aventura y la astronomía
- » Posicionar a Neiva como un centro empresarial, de negocios y eventos
- » Convertir al departamento en un modelo territorial para el ecoturismo
- » Aprovechar las aguas termales para participar del turismo medicinal (termalismo) en el mundo.

METAS:

- » Captación de 2.2 millones de turistas/ año al 2020
- » Mínima estancia del turista en el departamento: 2 noches con gastos promedio de \$100.000 turista/día, teniendo como referencia el valor del peso al año 2005.

JUSTIFICACIÓN DE LA APUESTA

POR PROPIEDADES DEL (LOS) ATRACTIVO (S)

- » Recursos naturales que se pueden convertir en productos turísticos así (ver tabla 2):
- » Las tradiciones autóctonas de los huilenses de indudable atractivo nacional e internacional
- » Las artesanías con reconocimiento nacional
- » Un patrimonio cultural de indudable interés turístico (El Parque Arqueológico de San Agustín-Isnos; el Sitio de La Venta, el Observatorio astronómico, ubicados ambos en el Desierto de La Tatacoa) y los huilenses universales Jorge Villamil Cordovéz y José Eustasio Rivera como íconos de nuestras letra y música a nivel internacional.
- » Sitios de peregrinación religiosa (Nátaga, Gallardo, Palermo, El Caguán)
- » El posicionamiento nacional e internacional del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco

Tabla 2. Inventario de sitios naturales de interés turístico Huila 2005.

No.	SITIO NATURAL DE INTERÉS TURÍSTICO	ESTADO		ACTIVIDADES PROSPECTADAS
		RECURSO	ATRACTIVO	
1	Macizo Colombiano			Ecoturismo, Aventura
2	Río Magdalena			Aventura
3	Río Páez			Aventura
4	Río Suaza			Aventura
5	Río Cabrera			Aventura
6	Desierto de La Tatacoa			Ecoturismo, Aventura, Astronomía

¹¹ Clúster Eco Arqueológico; Clúster Neiva ciudad región; Clúster Desierto de la Tatacoa y su área de influencia y Clúster Yaguará, Betania.

No.	SITIO NATURAL DE INTERÉS TURÍSTICO	ESTADO		ACTIVIDADES PROSPECTADAS
7	PNN* Cueva de Los Guacharos			Ecoturismo, Aventura
8	PNN* Puracé			Ecoturismo, Aventura
9	PNN* Nevado Del Huila			Sin explorar
10	PNN* Sumapaz			Sin explorar
11	PNN* Picachos			Sin explorar
12	PRN° Paramo de Miraflores			Ecoturismo, Aventura
13	PRN° Serranía de Las Minas			Ecoturismo, Aventura
14	PRN° Serranía de Peñas Blancas			Sin explorar
15	PRN° Serranía de Las Nieves			Sin explorar
16	PRN° Cerro Banderas			Sin explorar
17	PRN° La Siberia			Sin explorar
18	PMN• Cerro de San Jacinto			Sin explorar
19	Fuente Termal de Rivera			Balneario
20	Fuente Termal de Sicana			Balneario
21	Fuente Termal de Puracé			Balneario
22	Caverna Caja de Agua			Espeleología
23	Caverna Cueva El Tigre			Espeleología
24	Caverna El Fraile			Espeleología
25	Caverna Santa Clara			Espeleología
TOTAL		68%	32%	

*Parque Nacional Natural °Parque Regional Natural • Parque Municipal Natural

POR CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

» Tendencia creciente del turismo de naturaleza y cultura en el mundo contemporáneo. El turismo alternativo ya ha logrado captar el 38% de las motivaciones de viaje¹².

» Para el año 2020, 282 millones de turistas viajarán por las américas que crecerán a tasas del 4.1% anual como destino. Colombia recibió menos del 1% del total de turistas internacionales que visitaron las américas en los años 2005-2007 con un promedio de gasto durante su estancia de US\$1.391 y ocupó el puesto 17 entre los 22 países encuestados. Estados Unidos, México y Canadá son los líderes. La dinámica propia de la actividad garantiza una permanente demanda cuyo resultado dependerá de la capacidad de atracción de Colombia y el Huila de turistas¹³.

POR IMPACTO SOCIAL

» El turismo representará el 9% del PIB mundial, generará en el mundo uno de cada once empleos y representará el 6% de las exportaciones del mundo; el turismo doméstico movilizará 6.000 millones de turistas.

¹² Fuente: OMT- Barómetro edición 2005

¹³ El documento de prospectiva elaborado por la Organización Mundial del Turismo con horizonte al año 2032, prevé que por el mundo viajarán 1.800 millones de turistas, 240 millones más que los proyectados para el 2020.

1.1.2.3. APUESTA PRODUCTIVA ESTRATÉGICA 3: PISCICULTURA

PROPÓSITO:

“Consolidación de la cadena piscícola (producción de semilla, engorde, procesamiento y comercialización de los productos piscícolas) en el departamento del Huila con una gestión de manejo de los recursos naturales en forma integral”.

OBJETIVOS:

- » Fortalecer la producción de proteína animal con destino al mercado nacional e internacional.
- » Desarrollar los eslabones industrial y de comercialización.
- » Posicionar nuevos productos en el mercado exterior¹⁴.
- » Producir bajo condiciones ecológicas que permita el acceso a nuevas plazas y nichos en el mercado mundial.
- » Orientar la distribución en el mercado interno hacia las ciudades intermedias, hoy desabastecidas.

METAS:

- » Exportar más del 50% de la producción.
- » Fortalecer los sistemas de producción como sistemas de recirculación SRA, en estanques como en jaulas¹⁵.
- » Incrementar la producción departamental al año 2020 a 25.000 toneladas/año¹⁶.
- » Ampliar el espejo de agua en sistema de estanques, a través de la utilización de áreas y suelos considerados como no aptos para la agricultura por sus condiciones biofísicas.
- » Involucrar a la cadena el eslabón de obtención del concentrado necesario para alimentar a los peces, a través de la producción de materias primas viables de cultivar en la región dinamizando el sector agropecuario.
- » Incrementar los márgenes de rentabilidad por la generación de valor agregado en productos.
- » Fortalecer y establecer plantas de beneficio que apliquen Buenas Prácticas de Manufactura y HACCP que posean redes de frío.

JUSTIFICACIÓN DE LA APUESTA

POR CARACTERÍSTICAS DE LAS POTENCIALIDADES

- » La abundancia y riqueza hídrica del departamento facilita el mantenimiento de la biomasa en condiciones ideales de temperatura, limpieza de los cuerpos de agua y oxigenación de agua.
- » El Huila tiene una temperatura promedio ambiental de 24°C y unas precipitaciones promedio de 1680 mm, que junto con la estabilidad de las aguas hace de esta un cuerpo de agua ideal para el cultivo de especies de peces tropicales.
- » La Tilapia tiene un rápido crecimiento, amplia tolerancia a variedad de condiciones ambientales, es resistente al estrés y consecuentemente a enfermedades, es fácil de reproducir en cautividad. Es un pez magro, apenas 2% de grasa, carne firme y blanca, con apenas 98 kcal en 100 gramos y rico en DHA¹⁷ y proteínas de alto valor biológico¹⁸.

¹⁴ Nuevos productos: filete, filete apanado en canal y en trozos, entre otros.

¹⁵ El sistema SRA permite mediante una serie de tratamientos del agua de cultivo, garantizar una calidad de agua suficiente y adecuada para el mantenimiento de los organismos acuáticos en sus diferentes estadios (reproducción, larvario, pre-engorde o engorde). Se genera un ahorro de agua nueva al sistema (renovación de entre un 5 y un 10 % de todo el volumen de cultivo al día).

¹⁶ Cifra definida en el Plan de Ordenamiento Pesquero y Acuícola de Incofer, fundamentada en el aprovechamiento de la capacidad instalada de la Represa de Betania.

¹⁷ DHA: Es un ácido graso perteneciente a la familia de los Omega 3, que contribuye a mejorar el desarrollo cardiovascular, ayuda a la visión, brinda una óptima comprensión lectora en los niños, potencia el desarrollo cerebral del feto en su proceso de formación y hasta regenera el desarrollo cognoscitivo del adulto mayor.

¹⁸ Revista mundo Acuícola, edición 90.

- » La mortalidad del cultivo en jaulas es menor comparado con otros centros productores de tilapia del país.
- » Mayores niveles de productividad en jaulones que en estanques en tierra.

POR CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

- » Un valioso y eficiente instrumento para obtener proteínas, de gran relevancia en un mundo donde la desnutrición afecta a cientos de millones de personas.
- » La Tilapia Roja como principal especie actualmente en producción del Departamento es comercializada en el mercado interno, siendo distribuida en grandes centros de consumo como Bogotá (55%), Medellín (12%), Eje Cafetero (5%), Cali (5%), Costa Atlántica (5%), Bucaramanga (3%) y Florencia (3%).
- » Dentro de los mercados potenciales están Estados Unidos, Canadá, Kuwait y China. Estos cuatro países importan de la producción mundial de Tilapia (es la especie más transable en la actualidad) el 99% (China presenta un crecimiento del 25,49% en sus importaciones).
- » Las exportaciones a los Estados Unidos a partir del año 2002 las han constituido la tilapia y los filetes congelados. Para el caso de esta Apuesta Productiva, la Tilapia es el mercado más importante.

POR IMPACTO SOCIAL

- » Genera 3584 empleos.

1.1.2.4. APUESTA PRODUCTIVA ESTRATÉGICA 4: MINERÍA

PROPÓSITO:

“Consolidar el proceso de industrialización sostenible en fosfatos, arcillas y mármoles”

OBJETIVOS:

- » Consolidar al departamento del Huila al año 2020 en la industrialización de las potencialidades en los recursos mineros: roca fosfórica, arcillas y mármoles (rocas calcáreas)
- » Realizar un aprovechamiento sostenible de los recursos mineros: roca fosfórica, arcillas y mármoles (rocas calcáreas)¹⁹
- » Aplicar alta tecnología que le permitirá al departamento llegar con productos de calidad, a importantes mercados a nivel nacional e internacional.

METAS²⁰:

- » Triplicar la producción de ácido fosfórico del 2005 (alrededor de 34.200 toneladas) para elaborar 14.752 toneladas de superfosfato triple y 25.000 toneladas de fosfato bicálcico
- » Producir anualmente 3.000.000 de piezas artesanales y el desarrollo de productos industrializados para la construcción, especialmente en el Valle de Laboyos, teniendo en cuenta que se tiene una tradición en la producción.
- » El departamento pasará de ser el principal productor de calizas, con una meta de 25.000 toneladas/año, a transformar desarrollando productos de mayor valor agregado con la calidad para disminuir sensiblemente las importaciones y acceder a mercados internacionales.

¹⁹ Caliza: toda piedra o roca compuesta de carbonato de calcio. Dolomita: roca semejante a la caliza, formada por el carbonato doble de cal y magnesio. Mármol: piedra caliza que ha sufrido metamorfosis, de textura compacta, susceptible de pulimento, mezclada con sustancias que le dan colores, manchas o vetas. Texto tomado de: Historia de la actividad marmolera en el Huila. Andrade N. Juan Manuel. USCO. 2012.

²⁰ Desafortunadamente, todas las metas no están definidas en cifras como lo exige la metodología. Las cifras hacen la gran diferencia entre metas y objetivos. No obstante, se respeta la fuente tal como aparecen y, para efectos del diagnóstico se reclasificarán las metas sin cifras como objetivos.

JUSTIFICACIÓN DE LA APUESTA

POR PROPIEDADES DE LAS REALIDADES/POTENCIALIDADES

- Reservas.- El Huila tiene importantes yacimientos de rocas fosfóricas por calidad y cantidad, cuantificadas en unos 123 millones de toneladas con contenidos de fósforo desde el 8% hasta el 31% de P2O5, lo que le permitiría auto abastecer el consumo nacional durante varios años según las estadísticas de la FAO y sustituir totalmente la importación de productos transformados con fuente de fósforo.
- En arcillas existen estudios parciales de reservas en el sector de Pitalito.
- En minerales calcáreos se estiman unas reservas de alrededor 900 millones de toneladas.

POR PROPIEDADES DE (LOS) PRODUCTO (S)

- » De los análisis químicos de la roca fosfórica se tiene un tenor promedio de 25% de P2O5, contenido fosfórico que la ubica entre las de mejor calidad en Colombia, lo cual, junto con su alta reactividad agronómica²¹ con bajo porcentaje de contaminación, la habilitan para su comercialización internacional, condiciones susceptibles de ser mejoradas por procesos de beneficio incrementando la concentración de P2O5²².
- » Las arcillas del departamento tienen un muy buen grado de plasticidad, lo que les hace aptas para el moldeado en la industria alfarera y en la producción de insumos para la construcción. Las artesanías de Pitalito son reconocidas por su gran calidad artesanal.
- » Los mármoles huilenses tienen variados colores para la construcción y decorado.
- » Importante existencia de materiales calcáreos que sufren procesos de transformación para la agroindustria y otras aplicaciones.

POR CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

MERCADO POTENCIAL

- » Las fosforitas del Huila tienen el potencial para producir fertilizantes a base de fósforo que actualmente se importan y son demandados en el mercado mundial, lo cual posibilita la participación del Huila en el mercado internacional, uno de los objetivos de la AIPC. El mercado objetivo inicial es Huila y Colombia. En la exportación se tienen identificados países de Centro y Suramérica. En los primeros se presenta un déficit de roca fosfórica.
- » Las artesanías tienen un mercado importante asociado al turismo. Al 2004, las exportaciones de artesanías del Huila eran el 5% de las exportaciones totales de artesanías del país²³. La construcción debido al gran auge de este sector se convertirá en un importante consumidor de productos derivados, tales como productos de gres, aparatos, cerámica de alta calidad, materiales para pisos, etc.

Los diferentes productos calcáreos podrían abastecer mercados como el de los cementeros, construcción y decoración, agroindustria ecológica, acondicionamiento de suelos, fertilizantes, industria en general, entre otros²⁴. La industria a nivel internacional demanda grandes cantidades de calcáreos especiales en calidad diferenciada. Esta demanda se da en países como la India, que se están posicionando fuertemente a nivel internacional.

POR IMPACTO SOCIAL

- » Se ha identificado un potencial de generación de 400 empleos nuevos en los procesos de explotación

²¹ Efectividad agronómica de las rocas fosfóricas, guía de estudio. Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT. 1982

²² Agenda Interna del Huila para la Productividad y Competitividad. Op. Cit. Pág.221

²³ Factibilidad de la creación de una comercializadora internacional de artesanías colombianas con fines de exportación. Amezcua C. Claudia P, Martinez R. Paola S. Universidad de la Sabana. Bogotá D.C. 2004.

²⁴ Industrial minerals & rocks: commodities, markets, and uses. Jessica Elzea Kogel, 2005

y transformación de roca fosfórica. En el caso de las arcillas se estima una creación de 2.400 nuevos empleos, más los que se deriven del desarrollo de productos industriales para la construcción. De igual forma se prevé un aumento de empleos en el sector de la explotación y transformación de materiales calcáreos entre 100 a 200 empleos.

» A precios de 2005 se esperan unos ingresos derivados de la planta integrada superiores a 38.000 millones de pesos. Por las 3 millones de piezas artesanales se generarían ingresos por más de 16.000 millones de pesos y por la transformación de 25.000 toneladas de materiales calcáreos se esperan unos ingresos bruto de 25.000 millones, para un total de aproximadamente 80.000 millones, todas cifras proyectadas al 2020.

1.1.2.5. APUESTA PRODUCTIVA ESTRATÉGICA 5: ENERGÉTICA

PROPÓSITO:

“Aprovechar el potencial hidrológico del departamento del Huila para la generación de energía eléctrica, teniendo en cuenta las condiciones del crecimiento de la demanda nacional y la interconexión con los países vecinos, lo cual permite prever la conformación de un mercado regional que unirá, a través de Colombia, a los países de la comunidad andina de naciones con Centroamérica”.

OBJETIVOS:

- » Primera fase: construcción y operación de micro centrales
- » Segunda fase: explorar el desarrollo de proyectos hidroeléctricos de envergadura y en la medida en que las condiciones del mercado lo permitan.

METAS:

Tabla 3. Metas AP Energética

No.	FASE	DESCRIPCIÓN	MERCADO	METAS (MW)			
				2006	2013		
1	Primera	Microcentrales	Electrificadora ²⁵ del Huila	160 ²⁶ MW	236 MW		
No.	FASE	DESCRIPCIÓN	MERCADO	METAS (MW)		CAPACIDAD (MW)	PRODUC. (GWh- Año)
				2013	2018		
2	Segunda	Grandes Centrales	Colombia / Países Interconectados	850 MW	1.800 MW	400	2216

JUSTIFICACIÓN DE LA APUESTA

POR PROPIEDADES DE POTENCIALIDAD

- » Existencia de ventajas comparativas geográficas e hidrológicas propicias en las Cuencas del Alto Magdalena, el Páez y sus afluentes (ver gráfica 1).

²⁵ La Electrificadora puede ejecutar las funciones de generación, transmisión y distribución, estando en capacidad de realizar todos los proyectos de microcentrales. la idea es desarrollar nuevas empresas de economía mixta que solo ejecute una de las funciones como generación.

²⁶ Demanda actual Electrificadora de Huila es del orden de 160 MW y genera solo 11 MW, es decir, produce el 6.87% de sus necesidades.

Gráfica 1. Ventaja Comparativa Geográfica.



RIO MAGDALENA:
Caida 3.105m en 380 km/ en el Huila

Esa fuerte caída viabiliza gran cuenca del RÍO PÁEZ, y las de los otros afluentes en el Huila:

- Naranjos
- Guarapas
- Bedón
- La Plata
- Narváez
- Yaguará
- Neiva
- Las Ceibas
- Baché
- Aipe
- Venado
- Cabrera

VENTAJA COMPARATIVA HIDROELÉCTRICA

Tabla 4. Potencial hidroeléctrico del Huila

No.	CUENCA	POTEN. ELÉC. (MW) ICEL 1983	DESARROLLADO (MW)	POR DESARROLLAR (MW)	%
1	Alto Magdalena (Incluyendo Betania)	2.486	951.17 / Betania y Quimbo / Iquira I,II y La Pita	1.534,83	39%
2	Río Páez	1.487	0	1.487	37%
TOTALES		3.973		3.022	76%

» El departamento del Huila tiene un potencial mayor al de los proyectos totales identificados en Ecuador y Panamá sumados. El potencial huilense, vs. los proyectos colombianos de generación hidroeléctrica radicados en la UPME, equivale al 42.68%. descontados los proyectos que operan en el país, el Huila se erige como el departamento de mayor potencial hídrico y físico para la generación de energía en Colombia.

VENTAJAS COMPETITIVAS

- Menores costos de generación (ver Tabla 5)

Tabla 5. Costos generación (millones de pesos) al 2007

No.	FUENTE	COSTO GENERACIÓN USCent/Kwh	COSTO GENERACIÓN COP/GWH	% SOBRECOSTOS
1	Hidroeléctricas	\$ 0,0425	\$ 85.000.000,00	100%
2	Térmicas Carbón	\$ 0,0447	\$ 89.400.000,00	105%
3	Térmicas Gas	\$ 0,0557	\$111.400.000,00	131%
4	Eólica	\$ 0,0677	\$135.400.000,00	159%
5	Térmicas Combustóleo	\$ 0,0724	\$144.800.000,00	170%

FUENTE: Adaptado de ESMAP. World Bank, 2007

- Regulación de caudales.
- Encadenamiento de proyectos.
- Hidrologías todo el año a diferencia resto de Colombia.
- Interconexión con otros países.

POR CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

» El mercado de energía eléctrica se encuentra en permanente expansión derivada del desarrollo comercial, industrial y el crecimiento de la población. Si Colombia mantiene tasas de crecimiento del PIB de 4-4.5% en los próximos 15 años, la demanda(GWh) y la capacidad(MW) respectiva necesaria, se proyectan:

Tabla 6. Proyecciones eléctricas Colombia

AÑO	2010	2013	2018
DEMANDA (GWh)	59.817	67.056	80.995
CAPACIDAD (MW)	10.751	12.052	14.557

» En otras palabras, hay suficiente mercado para la nueva capacidad generada prevista en el Huila.

POR IMPACTO SOCIAL (ver Tabla 7)

Tabla 7. Impacto social y externalidades

No.	IMPACTO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1	Empleos directos e indirectos	Estudios por verificar	Referencia Betania 2500
2	Ingresos o divisas		
	Microcentrales	Inversiones US\$105 millones ingresos US\$38 millones año	Inversiones por KW entre US\$500-us\$2.000 2006-2013
	Grandes centrales	Inversiones US\$412.7 Millones	
3	Multiplicador en la economía regional	Inversiones en el montaje y la operación de los proyectos	Comercio, servicios, transporte, producción de materiales para la construcción, minas y canteras, etc.
4	Espejo de agua adicional	Primer departamento en la producción de peces en estanques y jaulas flotantes	Potencial para aumentar los volúmenes de producción en esta industria
5	Desarrollo de turismo	Parte integral de la apuesta que se está seleccionando	
6	Sinergias importantes	Todo el ciclo de la economía regional a través del encadenamiento de estos procesos	

CAPÍTULO 2

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL HUILA EN LA AIPC PERIODO 2005-2014

2.1. CONSIDERACIONES GENERALES

2.1.1. LA LÍNEA BASE

Diez años después de su adopción como guía del desarrollo del Huila, resultaba absolutamente necesario evaluar el desempeño del departamento entendido este como un todo representado por sus instituciones, academia, empresariado y sociedad civil, frente a los objetivos señalados en la propuesta para su desarrollo hacia el 2020. Para ello, y a partir de la estructura de la AIPC dentro del marco metodológico definido por el DNP presentada en el capítulo anterior, el grupo consultor para la formulación de una Agenda Interna actualizada para los cinco (5) años que quedan del horizonte previsto en el 2005, estableció las condiciones metodológicas necesarias para adelantar el diagnóstico.

El fundamento del diagnóstico fue la definición de la línea base, clave, según la teoría, “para permitir comparar los logros o avances que se han hecho respecto a un año de referencia; su objetivo principal es facilitar el seguimiento y la evaluación de una gestión con información agregada, oportuna y confiable para mejorar procesos de toma de decisiones.”²⁷

La línea base se conformó relacionándola directamente con los siguientes factores de competitividad utilizados en el proceso de construcción de la AIPC y confrontados con las necesidades, requerimientos y acciones:

- Entorno económico
- Internacionalización de la economía
- Innovación y desarrollo (CyT).
- Conectividad, infraestructura y equipamiento.
- Formación del capital humano.
- Sostenibilidad ambiental.
- Desarrollo institucional.
- Desarrollo empresarial.

Las necesidades o requerimientos y acciones relacionadas en los ocho factores de competitividad²⁸ totalizan 31 y 184 respectivamente. Dada esta cantidad se priorizaron las necesidades o requerimientos al igual que las acciones para que el diagnóstico arrojará los resultados con la objetividad y suficiencia requeridos.

Previa a la aplicación de la línea base a las necesidades o requerimientos y acciones de cada Apuesta, se analizó el entorno económico o escenario global imperante en los nueve años, periodo de evaluación. Este se representó con los indicadores macroeconómicos globales y los de la productividad y competitividad teniendo en cuenta que la Agenda Interna es de productividad y competitividad. Este escenario global, por supuesto, influencia el comportamiento de todas las apuestas por lo que se analiza previo al análisis de cada Apuesta.

²⁷ “Línea base de indicadores-estrategias para el fortalecimiento estadístico territorial” Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE.

²⁸ De nuevo, se redistribuyeron las necesidades o requerimientos de los factores no considerados inicialmente Internacionalización de la Economía y Entorno Económico

2.1.1.1. EL ESCENARIO EXISTENTE EN EL PERIODO 2005- 2014

2.1.1.1.1. ENTORNO ECONÓMICO.

La crisis mundial del 2008-2009, denominada por algunos como la “segunda gran depresión” generó una contracción en la economía mundial por el desplome de los precios inmobiliarios en todo el mundo que terminó afectando a todos los sectores. Esto se confirma observando las cifras de los indicadores seleccionados como representativos del entorno macroeconómico y su impacto directo en los sectores pertenecientes a las Apuestas Productivas (Ver tabla 8)²⁹

A pesar de perder ritmo, el sector primario creció 1% y la explotación de minas y canteras (11.3%), y la electricidad, gas y agua (1.2%); al igual que el sector servicios financieros que también se incluyó aunque representa una transversalidad en toda actividad económica (3.1%) son los que muestran el mayor crecimiento el cual se explica por la política anticíclica aplicada por el Gobierno Nacional para afrontar la crisis mundial.

Tabla 8. Indicadores macroeconómicos año base y año crisis mundial

Indicador	2005	2009*
Crecimiento del PIB	5.2%	0.4% ³⁰
Crecimiento consumo de hogares	5.0% ³¹	0.7%
Crecimiento formación bruta de capital	19.9%	-5.2%
Sectores productivos destacados (por Δ%)		
-Industria manufacturera	7.3%	11.3%
-Minas y canteras		12.8%
-Construcción	5.7%	
-Comercio	8.4%	
-Transporte	8.7%	
-Servicios financieros		3.1%
Tasa de desempleo	11.8%**	11.3%
Tasa de inflación	4.9%	2%
Δ% Cartera sistema financiero	24.0%	4.9%
Δ% Exportaciones	17.4%	-8.2%
Tasa de interés B de la R	En aumento	Bajó de 10% a 3.5%
Mercados externos		
-Contracción economía mundial		-4.3%
Intercambio cial mundial	Alta volatilidad	-18.4%
Producción industrial mundial		-20.4%

*Plena crisis mundial (Fin 2008-2009)

**Al 2008 la tasa de desempleo había bajado a 10.5%

Fuente: Banco de la República, informes de la Junta Directiva al Congreso de la República

Afortunadamente, la economía colombiana se recuperó, al igual que la mundial pero aún no puede decirse que la crisis está totalmente superada; por el contrario, como se verá en el escenario para la implementación de la AIPC actualizada, nuevos problemas aparecen en el horizonte económico mundial con serias implicaciones para todos los países.

²⁹ Por la no existencia de la Cuenta Satélite de Turismo en Colombia, las actividades relacionadas con este renglón se registran en comercio, restaurantes y hoteles y en transporte, por lo que incluimos estos dos sectores como sectores relacionados con la Agenda Interna.

³⁰ Dato al cierre 2009. Fuente: Banco de la República Informe de la Junta Directiva al Congreso de la República Marzo 2010

³¹ Dato al primer trimestre de 2006. Fuente: Banco de la República informe de la Junta Directiva al Congreso de la República 2006.

2.1.1.1.1. INDICADORES BASE DE PRODUCTIVIDAD

La productividad es la variable que refleja que tan eficientemente una economía usa sus recursos para producir bienes y servicios.

En Colombia, los estudios sobre productividad nacional se orientan a identificar sus cifras a nivel agregado y/o por sectores siendo el manufacturero el más estudiado. En cambio, los análisis sobre productividad regional son escasos. Cárdenas, Escobar y Gutiérrez (1995) estiman, para medir productividad, el producto por habitante, el nivel de empleo y el acervo de capital público. Bogotá ha llevado a cabo estimaciones únicamente para esta ciudad³². A pesar de lo anterior, los mismos autores resaltan “que si sectores de alta productividad tienen una mayor participación dentro de una región esto contribuirá a aumentar la productividad de dicha región”. En sentido contrario, “si un sector de baja productividad tiene una mayor participación dentro de la industria de una región, este contribuirá a reducir la productividad de dicha región”³³.

Esta aseveración se confirma en el Huila que tiene un PIB con participación importante del sector primario (16.4%, al 2005), tradicionalmente de baja productividad. Minería e hidrocarburos es el líder (19.8% al 2005), una actividad intensiva en capital; y servicios sociales, personales y comunales (que incluye gobierno) es el tercero en participación en el PIB con 16.2%, tradicionalmente de baja productividad.

Con las anteriores consideraciones y antecedentes, para establecer la productividad del Huila se confrontó la variable capital (K) con base en el concepto “Formación bruta de capital fijo” acuñado por el Ministerio de Hacienda (ver Tabla 8). Las cifras se muestran en el análisis del desempeño en líneas posteriores.

Para la línea base de productividad laboral per cápita, se acudió a las cifras de un ranking de indicadores de competitividad regional micro elaborado por el DNP para 22 departamentos del país (excluidos los antiguos territorios nacionales). Al 2005, la formación bruta de capital fijo del Huila (\$248.706. Millones de Pesos) representaba apenas 4.02% del PIB del Huila. En cuanto a la productividad laboral, el Huila ocupó el puesto 12 en el ranking mencionado con una productividad por empleado al 2005 de \$16.3 millones de pesos/año, superior al promedio nacional (\$15.8 millones/año). Comparativamente, la productividad laboral del Huila es 57.4% de la de Bogotá, un referente importante.

2.1.1.1.1.2. COMPETITIVIDAD DEPARTAMENTAL. CIFRAS BASE

Se asume, para la línea base, la posición del Huila en el escalafón de competitividad de la CEPAL para el 2006 que refiere los siguientes datos:

Posición Global

Al 2006, el Huila ocupó el puesto 11 entre 23 departamentos.³⁴ por niveles³⁵, el departamento se ubicó globalmente en el nivel “medio bajo”. La tabla 9 muestra el escalafón global.

³² Productividad regional y sectorial en Colombia: análisis utilizando datos de Panel. Iregui, Melo y Ramírez, Banco de la República Enero 2006. Documento clasificado JEL: C23, D24, L60, R30

³³ Op.Cit. Banco de la República. Los autores citan como ejemplo de las dos situaciones a Cartagena (primera por la gran participación del sector petroquímico); Medellín, por los textiles que participa, en promedio, con el 30% de su producción industrial y tiene una productividad relativamente baja y Bogotá, porque ninguno de los sectores domina la estructura industrial de la región. El sector que más participa en la industria de la ciudad es -fabricación de otros productos químicos- con el 16%.

³⁴ 22 departamentos más Bogotá al que se le da la condición de ente territorial para confrontarlo con los departamentos

³⁵ CEPAL clasifica a los departamentos por niveles de acuerdo con la descripción que aparece en los cuadros fuente.

Tabla 9. Escalafón global de competitividad 2006

POSICIÓN	DEPARTAMENTO	NIVEL	DESCRIPCIÓN NIVEL
11	Huila	4	Medio Bajo

Fuente. Escalafón de la Competitividad de los Departamentos de Colombia 2012/2013-CEPAL

» **Calificación por factores**

Tabla 10. Nivel de competitividad del Huila por Factores - 2006

FACTOR	POSICIÓN	NIVEL	DESCRIPCIÓN NIVEL
Fortaleza económica	15	5	Bajo
Infraestructura	13	3	Medio alto
Capital humano	8	2	Alto
Ciencia y tecnología	16	6	Colero
Gestión y finanzas públicas	10	3	Medio alto

Fuente. Escalafón de la Competitividad de los departamentos de Colombia 2012/2013 -CEPAL

La posición global resulta de la calificación de seis factores para los cuales se definen posiciones por cada factor. Al 2006, año base, el desempeño del Huila aparece en la tabla 10.

Como se observa, las posiciones más bajas están en Fortaleza de la Economía y Ciencia y Tecnología que han sido tradicionales factores con dificultades en el departamento del Huila y que halan hacia abajo el escalafón global³⁶. Vale destacar que el factor “Capital Humano” es el único calificado en nivel “alto”. En Ciencia y Tecnología el departamento se ubicó en el grupo “colero” y en Fortaleza económica en nivel “bajo”.

³⁶ Para un conocimiento completo de la batería de indicadores de cada factor, ver el documento Escalafón de la Competitividad de los departamentos de Colombia 2012 2013. CEPAL

2.1.1.2. LA LÍNEA BASE EN NECESIDADES/REQUERIMIENTOS Y ACCIONES POR APUESTA APUESTA AGROINDUSTRIAL

Tabla 11. Línea base Apuesta Agroindustrial.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>En entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente empresarial • Seguridad y gobernabilidad • Sectorial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover creación de ambiente para posicionar actividades agroindustriales 2. Mantenimiento de orden público en zonas productivas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación del sector primario en el PIB Huila y Nal. (12.81% y 0.23% respectivamente (solo productos agrícolas) 2. Irrigación crédito al sector primario y Agroindustrial: \$59.395 millones de Finagro en 1er semestre de 2006
<p>En internacionalización de la economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balanza comercial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planes de promoción y ruedas de negocios 2. Alianzas estratégicas para acceso al mercado internacional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exportaciones no tradicionales del Huila registradas al 2005 en valores FOB, según clasificación CIIU Rev. 3, sector agrícola, ganadería, caza y silvicultura; 597.845 US\$.³⁷ 2. Importaciones del Huila registradas al 2005 en valores CIF, según clasificación CIIU Rev. 3, sector agrícola, ganadería, caza y silvicultura; 1.774.917 US\$. 3. Participación de la IED en el sector en el Huila: ND
<p>En innovación y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar procesos en ciencia y tecnología • Implementar procesos de calidad total. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación y puesta en marcha del Fondo Mixto de Financiación de CyT. 2. Implementar planes de transferencia de tecnología a las distintas cadenas productivas 3. Promover certificaciones de origen, calidad y buenas prácticas 4. Crear políticas de estímulos a la investigación e innovación en frutas, cacao y café 	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Fondo de financiación de C y T+i (FONCITEC) 2.-Convenios marco de cooperación técnica para promoción de CyT+i: 2 3.- Planes de transferencia tecnológica a cadenas productivas: 0 4.-Certificaciones de origen otorgadas: 0 5.- Publicaciones relacionadas con los sectores de la Apuesta en – Publindex: 0³⁸ 6.- Número proyectos de C y T+i en Agroindustria aprobados vs número de proyectos presentados en convocatorias Colciencias o departamento del Huila: 0 7.-Inversión registrada en CyT+i en Agroindustria en el Huila: 0.0041%/PIB departamental (2006) 8.-Rendimientos promedio por Ha en el departamento del Huila cultivos priorizados en Ton/Ha: Cacao, 0,4; tabaco rubio, 2,4; granadilla, 12,9; lulo, 8,7; maracuyá 19,5; tomate de árbol: 8,6; uva, 9,7; mora 7,8; cholupa 11,5; caña panelera* 10,4; arroz* 7.

³⁷ Informe de Coyuntura Económica Regional – ICER, 2006, Banco de la Republica, pág. 27

³⁸ Tan solo hasta el año 2010, se publica la primera revista especializada de CTeI – Publindex; Título de la revista: INGENIERÍA Y REGIÓN, ISSN 1657-6985, Universidad Surcolombiana USCO; Título del artículo: Diseño, Construcción y Evaluación de una Sembradora de Semilla Desnuda para el Cultivo de Tabaco, Volumen 7; Velásquez, Julián Cesar; Rivera, John Fredy; Fecha de publicación 2010-12-15, pág. 85-92.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>En conectividad, infraestructura y equipamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo vial y férreo para la integración y la internacionalización • Acceso universal a la web • Desarrollo de SIG y otros sistemas de información • Servicios públicos básicos (incluye gas domiciliario) • Mejoramiento infraestructura de procesos (café, cacao) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pavimentación vías de salida de productos y acceso a mercados y a puertos de exportación 2. Promover línea férrea Neiva-Buenos Aires-Dorada 3. Uso de la web para comercialización productos agroindustriales e implementación SIG 4. Mejoramiento servicios públicos básicos (agua, alcantarillado, energía y gas) 5. Promover plantas de procesamiento y sistemas productivos y de comercialización de los renglones priorizados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toneladas/Año promedio movilizadas según modalidad transporte: Terrestre: 640.540 (2001) 2. Vía Férrea en Kms. 196 (2008) Inactiva 3. Porcentaje de hogares con computador 9.7% 4. Porcentaje de suscripciones a internet: 12%/Hogares 5. Cobertura de servicios básicos en zonas de cultivo y transformación Acueducto en zona rural: 72.2% (2005) Alcantarillado en zona rural: 34.8% (2005) Agua Potable en zona rural: 2% (2006) 6. Disponibilidad de infraestructura agro industrial Café: 9 Plantas trilladoras Frutales: 0 Cacao: 3 Tabaco: 0
<p>En formación recurso humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de formación curricular T y T 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formación extensionistas para la transferencia tecnológica. 2. Articulación de la oferta académica de alta calidad en procesos agropecuarios y agroindustriales con la demanda de formación en recurso humano de las cadenas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de estudiantes matriculados en el SENA Regional Huila. Año 2006 en programas agro industriales: Técnicos profesionales: 1.499, Tecnólogos 180, Total estudiantes SENA: 7501 2. Número de profesionales en pregrado y postgrado/total personal vinculado en sector agroindustrial 62 profesionales en pregrado; 8 en posgrado egresados de IES Huila
<p>En sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconversión hacia sistemas de producción sostenible 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adopción tecnologías sobre prácticas sostenibles 2. Desarrollar proyectos de producción orgánica 3. Plan de transformación productiva y conservación, ordenamiento de cuencas hidrográficas y áreas protegidas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades calificadas como sostenibles en el sector agropecuario e Industrial: 0 2. % Territorio protegido: 4,3% 3. % de Territorio con uso adecuado

Necesidades o Requerimientos	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>En desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de financiación. • Asociatividad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de centros provinciales de agro gestión empresarial. 2. Impulso a Empresas comercializadoras 3. Fortalecimiento institucional a los gremios del sector (cafi-cultor, cacaoero, etc.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Indicadores de gestión de los centros provinciales de agro gestión empresarial Varios 2. Gremios representativos del sector: 20
<p>En desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento empresarial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomento del espíritu emprendedor 2. Tutorías en planes de negocios 3. Programa de intercambio de experiencias exitosas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número neto de empresas del sector agropecuario constituida al 2005 en la Cámara de Comercio de Neiva: 220 2. Grupos asociativos en el sector Agropecuario/ Agroindustrial: 777 3. Número de emprendedores y de participantes en programas de apoyo a emprendedores: 13 4. Número de Franquicias o convenios de uso de conocimiento para el fortalecimiento de los negocios: 0

Apuesta Turística

Tabla 12. Línea base Apuesta Turística.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>Entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento del orden público favorable al turismo. • Formación de la población de los municipios destinos turísticos para aceptación de turistas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respaldar acciones de orden público. 2. Generar actitud de la población favorable al turista nacional e internacional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportamiento de los destinos turísticos por turistas/año nacionales e internacionales. 98.9% Turismo doméstico; 1,1% Turismo receptivo extranjeros 2. Participación del turismo en el PIB departamental: 3.2% 3. Percepción de seguridad en sitios turísticos: Baja
<p>Internacionalización de la economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la generación de divisas por servicios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar las visitas de turistas extranjeros 2. Diversificar los destinos receptores de turismo hacia el Huila 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Total de turistas extranjeros /año/ total turista en el Huila: 1% 2. No. de destinos turísticos en el Huila: 3
<p>Innovación y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo en diseño de productos turísticos especializados y diversificados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementar el producto turístico “Vive la Aventura Yuma” 2. Diseñar productos turísticos especializados con base en los recursos turísticos del Huila 3. Aprovechar internet para promover destinos y productos turísticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proyecto turístico “Vive la Aventura Yuma” ofertado: 0 2. Productos turísticos especializados/ Oferta turística total: 0 3. No. de páginas web con oferta turística del Huila en la web. 3 (pasivas)
<p>Conectividad, infraestructura y equipamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vías de acceso. • Optimización de los servicios públicos • Infraestructura turística y cultural. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pavimentación de 120 kilómetros vía La Plata-Inzá-Popayán 2. Señalización en las vías que conducen a los destinos turísticos del departamento del Huila 3. Habilitación y operación permanente del Aeropuerto de Pitalito. 4. Construcción del tren turístico Neiva – Villavieja. 5. Diseño y construcción del Eco Parque y Puente de Yaguará. 6. Construcción red de museos del Alto Magdalena. 7. Construcción de los senderos de la Cosmovisión 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kms de vías turísticas pavimentadas y señalizadas/total vías turísticas: 78% 2. Cobertura de servicios públicos en destinos turísticos: 90% 3. Pasajeros movilizados/año en ruta aérea Bogotá- Pitalito-Bogotá: 0 4. Número de pasajeros transportados en el tren turístico Neiva – Villavieja: 0 5. Número de turistas que visitaron el Eco Parque: 0 6. Número de visitantes a la red de museos del Alto Magdalena: 0 7. Número de usuarios de los Senderos de la Cosmovisión: 0

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>Formación del recurso humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación profesional en turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear programas de formación profesional en guianza turística y mercadeo turístico. 2. Implementación programas de bilingüismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oferta académica orientada a formación en turismo: 0 2. Número de profesionales vinculados al sector/total personal del sector: 7,5% 3. Número de profesionales bilingües operando en turismo/total personal del sector: 2,9%
<p>Sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservación recursos naturales y manejo de corredores biológicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respalda plan de áreas protegidas para el ecoturismo 2. Implementación del proyecto corredor biológico Guácharos - Puracé. 3. Obtener declaratoria como Parque Regional Natural del Desierto de La Tatacoa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llegada de turistas a PNN, Corredores Biológicos, PNR ubicados en el Huila/Total turistas: 1.7%
<p>Desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normalización y generación de información confiable para el turismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar a la Asamblea Departamental un proyecto de Ordenanza que adopte el plan sectorial de turismo 2. Estructurar e institucionalizar la cuenta satélite del Turismo del departamento del Huila. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Plan sectorial de turismo en vigencia: 0 2. Cuenta satélite de turismo vigente y actualizada: 0
<p>Desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montaje y consolidación de una infraestructura que aproveche el potencial turístico existente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Puesta en marcha del Recinto Ferial en la ciudad de Neiva 2. Promover la completa operación del "Spa Rivera Termales para ingresar al turismo medicinal con las aguas termales en Rivera(H) 3. Fomentar la construcción y operación de habitaciones hoteleras en el Huila 4. Fomentar la creación y operación de agencias de viajes en el Huila. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eventos realizados en el Recinto Ferial de Neiva: 0 2. Turistas/año visitando Spa Rivera Termales. 0 3. Habitaciones hoteleras. 2.740 4. Tasa de ocupación hotelera: 34%

Apuesta Piscícola

Tabla 13. Línea base Apuesta Piscícola.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de un buen clima laboral y seguridad en la zona de cultivos y procesamiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creciente participación de los productos piscícolas en la dieta alimentaria de los colombianos. 2. Mantenimiento orden público 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación de la producción piscícola del Huila/ producción piscícola nacional: 5,7%. 2. Producción piscícola Huila / PIB Huila= 0,66% 3. Producción de tilapia / total producción piscícola: 88% 4. Comercialización nacional tilapia / total producción tilapia = 75% 6. Comercialización local tilapia / total producción tilapia = 19%. 7. Situación orden público por ocurrencia de casos según polinal.
<p>En internacionalización de la Economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar exportaciones de producto piscícolas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de una comercializadora internacional (C.I.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exportaciones tilapia / total producción tilapia = 6%. 2. Valor exportaciones sector piscícola Huila: 76811 dólares³⁹. 3. Participación de producción de tilapia del Huila en la producción mundial: 0,5%. 4. Importaciones de M y E para el sector
<p>En innovación y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar niveles de productividad, calidad y certificación del producto. • Estandarización de procesos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar sistemas de buenas prácticas y calidad. 2. Apoyar investigación en genética y nuevas especies. 	<p>Inversión en CTI piscícola / PIB Huila = 0%</p> <p>Patentes invención aprobadas Huila / Patentes invención aprobadas en Colombia: 0,4%.</p> <p>Plantas con certificación BPM y HACCP/ Total de plantas = 20%.</p> <p>Programas de BPA = 30%, en proceso de capacitación en EurepGap⁴⁰.</p> <p>Grupos de investigación activos Huila / Grupos de investigación activos Colombia = 1,4%.</p> <p>No. de empresas de investigación y servicios especiales: 1</p>

³⁹ No se reporta importaciones desde el departamento del Huila.

⁴⁰ Proyecto Acuanal, con recursos de la Universidad Nacional de Colombia.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En conectividad, infraestructura y equipamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura vial primaria. • Sistema de información y/o centro logístico. • Equipamiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejoramiento de la infraestructura de producción 2. Sistematizar la información de la cadena. 3. Aprovechar desarrollo vial primario (ver proyectos viales transversales) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Centros de producción piscícola con acceso a internet/total de centros de producción: 30%⁴¹. 2. 100% acceso a telecomunicaciones, % productores con infraestructura propia: 20%
<p>En sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de manejo de la Represa de Betania. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Establecer un sistema de monitoreo de la calidad de las aguas 2.- Desarrollar el plan de ordenamiento pesquero y acuícola del Huila 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empresas con PTAR/total de empresas del sector. 20%. 2. Empresas con procesamiento de subproductos. 80%. 3. Cumplimiento de la normatividad ambiental: 20% para plantas a nivel industrial.
<p>En desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delegación de un ente administrador para el desarrollo de la cadena. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer Centro de Desarrollo Tecnológico Acuícola, CDT 	<ol style="list-style-type: none"> 1. CDT existente: 1.
<p>En desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento empresarial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de empresa de procesamiento, comercialización, aprovechamiento de subproductos y elaboración de insumos clave para el sector. 2. Crear programa de apoyo a pymes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de empresas registradas en el sector piscícola: 17⁴². 2. Grupos asociativos como empresas productivas: 1 3. Resultados del "Doing Business" aplicables a este factor

⁴¹ Entrevistas con empresarios del sector.

⁴² Mapa de oportunidades del Huila.

Apuesta Minera

Tabla 14. Línea base Apuesta Minera.

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADORES (2005)
<p>En entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente empresarial • Seguridad y gobernabilidad sectorial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejoramiento de un clima empresarial minero 2. Mantener orden público favorable a la actividad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Participación de producción minera en PIB Huila. 0,4%. 2. Participación de la producción minera Huila en la producción minera nacional. 2,1%. 3. Índice de transparencia del sector minero: 58% (Datos calculado por la Gobernación del Huila, 2005)
<p>En internacionalización de la economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balanza comercial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar las exportaciones y sustituir las importaciones 2. Incentivar la inversión foránea en el sector minero. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exportaciones de fósforo, arcillas y materiales calcáreos respectivamente, millones de USD CIF y en Ton: US\$174.120 (2005) 2. Arcillas (Artesanías): Us\$517.013.00 3. Monto inversión extranjera, en el sector. MUSD\$04.- Importaciones de fuentes de fósforo, arcillas y materiales calcáreos respectivamente. CIF USD: 16.891 (2005)
<p>En innovación y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con estándares internacionales en exploración, explotación, industrialización • Transferencia de conocimiento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actualización de estudios de industrialización con la inclusión de nuevas tecnologías 2. Incrementar inversión en C y T en el sector minero 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No. proyectos de transformación con componente tecnológico de punta: 0 2. Recursos destinados a I+D=i/PIB Huila. 0,02% (2004)
<p>En conectividad, infraestructura y equipamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo vial para la integración y la internacionalización • Mejoramiento o implantación de infraestructura en los procesos • Servicios públicos básicos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliación de la cobertura de internet en zonas de producción (minas) 2. Mejoramiento de la infraestructura vial terciaria 3. Creación Centro Ambiental Minero 4. Ampliación de la cobertura de los servicios de electricidad y gas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tasa de cobertura de internet en centros de producción minera/Total departamento 0 2. Kms. de vías terciarias aptas para el tránsito automotor pesado/Total de vías terciarias. 0 3. Centro creado: 0 4. Municipios sin cobertura de gas/total de municipios: 49%
<p>En formación de recurso humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar niveles de escolaridad y desarrollar formación técnica en la actividad extractiva, beneficio y transformación minera 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación en la cadena fosfatos, arcillas y mármoles 2. Incremento del empleo técnico y tecnológico del sector 3. Aumentar la formalidad y estabilidad laboral 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de profesionales en pregrado y postgrado/total de personal vinculado al sector minero: 1% (2007) 2. No. De empleos T y T nuevos/año/total de empleos existentes en fosforitas, calcáreos y arcillas respectivamente: 5% 3. Personal capacitado en labores mineras/total empleados: 8% (2004) 4. Tasa de informalidad por incumplimiento de requisitos de minas/total de minas activas en el departamento: 66% (2006)

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulación e implementación de planes de manejo ambiental 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidar instituciones y políticas de manejo ambiental 2. Aplicar sistemas de producción sostenible y producción más limpia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grado (%) de informalidad ambiental de las empresas mineras del Huila: 70% (2006) 2. No. de empresas del sector con certificado ISO 14.000/Total de empresas del sector. 0
<p>En desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de financiación. • Asociatividad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de líneas de crédito especializadas 2. Creación de fondo de reconversión industrial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No. créditos para capital de riesgo entregados en el sector /total de crédito en el Huila: 0 (2005) 2. Recursos desembolsados para proyectos de reconversión industrial: 0 3. Percepción de inseguridad en distritos mineros: 70%
<p>En desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento empresarial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de estudios para evaluar y caracterizar reservas 2. Industrialización de los renglones mineros priorizados en la apuesta 3. Creación de empresa comercializadora de mármol 4. Estimular la asociatividad empresarial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potencial de creación de empresas o aumento de producción por caracterización de reservas: 0 2. No. de empresas de transformación de minerales/total de unidades productivas mineras. 15% (2005) 3. No. de empresas registradas en el sector minero: 370 (2005) 4. Producción minera por sectores y empresas (en ton y valor. Incluye materiales de construcción) Rf:34.508 (2004) Arcillas: 62.844(2003) Calcáreos: 135.120 (2003) Piezas artesanales: 1.000.000 Arcillas transformadas: 30.000 Ton (2007) 5. No. de agremiaciones: 7

Apuesta Energética

Tabla 15. Línea Base Apuesta Energética.

PARA TODA LA APUESTA: MICROCENTRALES Y GRANDES CENTRALES		
NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
En entorno económico	1. Caracterización del sector energético departamental.	1. % Producción de energía/PIB Huila: 3,3% 2. Participación de la producción de energía en el Huila en la producción energética nacional. 4.31% 3. % de Utilización del potencial Hidroeléctrico para generación de energía. 13,87%
En internacionalización de la economía • Balanza comercial departamental. • IED para financiar los proyectos.	1. Interconexión eléctrica con el Ecuador (doble a 230 KV)	1. Exportaciones: 0 GWh-Año. 2. % IED en el sector/PIB Huila.
En innovación y desarrollo	1. Conformación centro I+D sector eléctrico.	1 Centro de I+D especializado en el sector energético: 0
En formación recurso humano	1. Realizar un censo de profesionales huilenses con experiencia en proyectos eléctricos	1. % de profesionales del departamento con experiencia en proyectos eléctricos/ total profesionales del Huila

PRIMERA FASE/MICROCENTRALES		
NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
En entorno económico • Ampliación participación de generación de energía por microcentrales para apoyar estabilidad y sostenibilidad finanzas municipales • Incentivos a la inversión • Desempeño del sistema bancario y financiero.	1. Incrementar generación de energía por microcentrales 2. Estimular creación empleo por construcción y operación de los proyectos.	1. Capacidad de generación de energía por microcentrales/capacidad de generación total Huila: 1.23% 2. Producción de energía por microcentrales/producción total energía Huila: 1.66% 3. Destino de la producción microcentrales: al consumo local: 100% 4. Participación energía microcentrales en consumo local: 6.17% 5. Incentivos a la inversión en microcentrales: 0 6. Empleo en microcentrales: 0

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En Internacionalización de la Economía</p> <ul style="list-style-type: none"> Balanza comercial departamental. IED en proyectos de microcentrales 	<ol style="list-style-type: none"> Sustituir Importaciones de bienes y equipos del sector Atraer IED 	<ol style="list-style-type: none"> importaciones de bienes y equipo del sector: IED en microcentrales (%IED/IT): 0
<p>En Innovación y Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> Evaluar todas las fuentes posibles de generación de energía. 	<ol style="list-style-type: none"> Conformación grupo gestor para preparación planes y financiación estudios. Elaboración tablas comparativas de fuentes de generación, inversiones y costos AOM. 	<ol style="list-style-type: none"> Microcentrales en operación: 3. Nuevos proyectos de microcentrales inscritas en UPME: 0.
<p>En Conectividad, Infraestructura y Equipamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> Resolver debilidades importantes locales en: <ul style="list-style-type: none"> Redes de transmisión, Infraestructura de transformación, Red vial terciaria Acceso a telecomunicaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> Realización estudios de interconexión con SIN, para los distintos lugares de proyectos de microcentrales Mejoramiento red vial terciaria Ampliación cobertura red telecomunicaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> Kwh/año transferido a SIN: 0 Kms. vías terciarias aptas para tránsito pesado en zonas de ubicación de proyectos: 0. Cobertura red de telecomunicaciones en micro centrales: 0.
<p>En formación recurso Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> Disposición recurso humano huilense con experiencia en proyectos eléctricos. Formación de empresarios interesados en proyectos eléctricos. 	<ol style="list-style-type: none"> Realizar un censo de profesionales huilenses con experiencia en proyectos eléctricos. Capacitar recurso humano vinculado al sector eléctrico 	<ol style="list-style-type: none"> % de Profesionales del departamento con experiencia en proyectos de microcentrales/ total profesionales con experiencia en el Sector energético del Huila Personal capacitado en la actividad microcentrales /total personal vinculado a microcentrales
<p>En sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> Preservación recursos hídricos. Mejoramiento condiciones ambientales. 	<ol style="list-style-type: none"> Construcción planes de manejo ambiental. Construcción planes de obras y acciones de recuperación, preservación y conservación de las cuencas con inversiones de 1% inicial, 3% anual CAM y 3% anual municipios. 	<ol style="list-style-type: none"> PMA en recursos hídricos en vigencia: 0 Reducción deterioro ambiental por OARPC: 0
<p>En desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> Mejorar grado de aceptación de proyectos de microcentrales en departamento del Huila. 	<ol style="list-style-type: none"> Socialización de los proyectos. Campaña de seguridad en sedes de proyectos de microcentrales. Plan de compromiso de la CAM, las alcaldías municipales, los entes de control, la academia y la sociedad civil 	<ol style="list-style-type: none"> Grado de conocimiento de proyectos por la comunidad en las zonas de influencia de los mismos: (%/total población de la zona de influencia) Nivel de percepción de seguridad en lugares sede de microcentrales

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> Existencia de empresa Regional para desarrollo de negocios. Estructuración de planes de negocios para microcentrales. 	<ol style="list-style-type: none"> Conformación de una empresa de régimen privado con participación de la Electrificadora del Huila. Realizar los estudios hidrológicos, de ingeniería básica, requerimientos de inversión y factibilidad socio económica de los 13 ríos afluentes del Magdalena e inscribirlos ante UPME y CAM Promoción de inversiones y financiación proyectos. 	<ol style="list-style-type: none"> Empresa mixta de régimen Privado creada: 0 Estudios existentes Inscritos en UPME y CAM: 0 Portafolio de proyectos en promoción: 0

SEGUNDA FASE/GRANDES CENTRALES		
NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En entorno económico</p> <ul style="list-style-type: none"> Incrementar producción de energía por grandes centrales para apoyar estabilidad y sostenibilidad de las finanzas municipales. 	<ol style="list-style-type: none"> Ampliar participación producción de energía de grandes centrales en el Huila y aumentar impacto de externalidades en economía local (incluye empleo) 	<ol style="list-style-type: none"> Capacidad de generación de energía por grandes centrales/capacidad de generación total Huila: 98.72% Producción de energía por grandes centrales/producción total energía Huila: 98.34% Destino de la producción grandes centrales: 100% al SIN Participación energía grandes centrales en consumo local: 93.83% Recursos del sector financiero invertidos en el sector energético, grandes centrales # de empleos vinculados a grandes proyectos
<p>En internacionalización de la economía</p> <ul style="list-style-type: none"> Balanza comercial departamental. Atraer inversión extranjera 	<ol style="list-style-type: none"> Interconexión eléctrica con Ecuador (doble a 230 KV). Crear incentivos para la inversión extranjera 	<ol style="list-style-type: none"> Exportaciones: 0 GWh-Año. Importaciones de bienes y equipo para grandes centrales IED en grandes centrales (%IED/IT):
<p>En innovación y desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición plan alcance global, grandes centrales en el Huila 	<ol style="list-style-type: none"> Identificar localización, ingeniería básica, potencial eléctrico, externalidades estructurales: (navegabilidad, riego, piscicultura, turismo, sostenibilidad, manejo social) 	<ol style="list-style-type: none"> Plan global estructurado: 0

NECESIDADES O REQUERIMIENTOS	ACCIONES	INDICADOR (2005)
<p>En conectividad, infraestructura y equipamiento</p> <p>Resolver debilidades importantes locales en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes de transmisión • Infraestructura de transformación • Acceso a telecomunicaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización estudios de interconexión con SIN, para los proyectos de grandes centrales. 2. Ampliación cobertura red telecomunicaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kwh/año transferido a SIN: 2. Cobertura red de telecomunicaciones en grandes centrales
<p>En formación recurso humano</p> <p>Disposición recurso humano huilense con experiencia en proyectos eléctricos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un censo de profesionales huilenses con experiencia en proyectos eléctricos. 2. Capacitar recurso humano vinculado al sector eléctrico 	<ol style="list-style-type: none"> 1. % De profesionales del departamento con experiencia en proyectos de microcentrales/total profesionales con experiencia en el sector energético del Huila
<p>En sostenibilidad ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preservación recursos hídricos. • Mejoramiento condiciones ambientales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construcción planes de manejo ambiental. 2. Construcción planes de obras y acciones de recuperación, preservación y conservación de las cuencas con inversiones de 1% (inicial), 3% anual ANLA y 3% anual municipios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PMA en recursos hídricos en vigencia: 0 2. Reducción deterioro ambiental por OARPC: 0
<p>En desarrollo institucional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar grado de aceptación de grandes proyectos en departamento del Huila. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Socialización de los proyectos. 2. Campaña de seguridad en sedes de proyectos de grandes centrales. 3. Plan de compromiso de la CAM, las alcaldías municipales, los entes de control, la academia y la sociedad civil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grado de conocimiento de proyectos por la comunidad en las zonas de influencia de los mismos/total población: 0 2. Nivel de percepción de seguridad en lugares sede de grandes centrales
<p>En desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de inversionistas para proyectos grandes centrales. • Promoción del proyecto hidroeléctrico de El Quimbo. • Promoción proyectos Pericongo y Guarapas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción del proyecto El Quimbo. (Divulgación estudios de factibilidad, ingeniería básica, capacidad 400 MW, producción 2216 GWh 2. Realización planes de negocios proyectos Pericongo y Guarapas (Incluye factibilidad socio económica) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grado de conocimiento del proyecto El Quimbo por las comunidades del área de influencia del proyecto: % 2. No. de planes de negocios para otros proyectos de grandes centrales: 0.

2.2. LA AIPC, 10 AÑOS DESPUÉS (DIAGNÓSTICO)

El análisis sobre la situación actual tiene dos referentes obligados: el primero, la revisión sobre el cumplimiento de las metas señaladas en la Agenda Interna para cada una de las Apuestas Productivas teniendo en cuenta las falencias encontradas⁴³. El segundo hace relación al impacto generado por las acciones realizadas. No basta con registrar si la acción se cumplió o no sino que es menester saber su contribución a la productividad y competitividad del departamento del Huila. Este impacto se reflejará, particularmente, en los indicadores referidos en la línea base con total objetividad.

2.2.1. RESULTADOS

2.2.1.1. EL ENTORNO MACROECONÓMICO GLOBAL HASTA EL 2014

Más temprano de lo esperado, el país asimiló el golpe y comenzó a recuperarse en sus principales indicadores. Al 2013, el PIB creció 4.7%, un buen resultado frente a otros países que tardaron más en “levantar cabeza”. El consumo de los hogares se reactivó y el crecimiento de la Formación Bruta de Capital mantuvo crecimiento aunque inferior al que venía mostrando. El resto de indicadores macroeconómicos, particularmente la tasa de desempleo y la de inflación, al igual que las exportaciones, mostraron rumbos positivos. Las exportaciones crecieron alentadas por la reactivación de la economía mundial (ver Tabla 16).

Tabla 16. Principales indicadores macroeconómicos país

Indicador	2013
Crecimiento del PIB	4.7%
Crecimiento consumo de hogares	4.4%
Crecimiento formación bruta de capital	5.1%
Sectores productivos destacados (por $\Delta\%$)	
-Industria manufacturera	-1.0%
-Minas y canteras	4.9%
-Construcción	12.0%
-Comercio	4.3%
Transporte	3.1%
Servicios financieros	5.0%
Tasa de desempleo	10.7%
Tasa de inflación	2.51%
$\Delta\%$ Exportaciones	5.4%
Tasa de interés B de la R	3.5%

Fuente: Construido por el autor con base en el informe de la Junta Directiva del Banco de la República al Congreso en Julio 2014, ISSN 1657-799X

⁴³ Tal como se señaló anteriormente, en algunos casos las metas están claramente definidas porque están cuantificadas. Lamentablemente en otros, no hay un compromiso referido a una cifra y son, más bien, objetivos o políticas. Por lo tanto, el diagnóstico incorporará metas y objetivos para su evaluación integral y su obligatoria relación con las necesidades o requerimientos y Acciones previstas en la AIPC.

El comportamiento sectorial post crisis también resulta positivo. El sector agropecuario, que creció al 1% en 2009 (ver línea base entorno económico), creció al 5.5% en 2013 al tiempo que la explotación de minas y canteras lo hizo al 4.9% después de que, por la política anticíclica creció, en plena crisis, al 11.3%. La industria manufacturera que decreció 6.3% en 2009, se recuperó aunque con cifras aún negativas (-1%). El sector electricidad, gas y agua creció 4.9%, igual que el sector minas y canteras; el comercio y el transporte, asociados al tema turístico por los servicios hoteleros y de restaurantes se recuperaron totalmente después de que en 2009 decrecieron 2.9% y 1.2% respectivamente. En 2013 crecieron 4,3% y 3.1% (ver cuadro 17)

Tabla 17. Efecto de la crisis y su recuperación en los sectores de la Agenda Interna en Colombia (Crecimiento de los sectores 2013)

SECTOR	2005	2009	2013
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	2.4%	1%	5.5%
Explotación minas y canteras	1.7%	11.3%	4.9%
Industria manufacturera*	5.4%	-6.3%	-1.0%
Electricidad, gas y agua	3.0%	1.2%	4.9%
Comercio, restaurantes y hoteles	7.3%	-2.9%	4.3%
Transporte	8.7%	-1,2%	3.1%

Fuente: Construido por el autor con base en el informe de la Junta Directiva del Banco de la República al Congreso en Julio 2014, ISSN 1657-799X

2.2.1.1.1. PRODUCTIVIDAD 2013

Con base en la misma fuente, la formación bruta de capital fijo, FBKF, vale decir inversión, ha bajado sustancialmente en el Huila. Mientras en el 2005 representó 4.02% del PIB departamental, en 2013 significó apenas 0.76% del PIB del Huila cuando la FBKF a nivel país subió al 24% del PIB Nacional. En la Tabla 18 se observa el comportamiento de la inversión en el Huila en el periodo 2005-2013. En los dos últimos años se produjo la reducción más significativa en la inversión.

Tabla 18. Huila-FBKF y comparativo con nacional

Año	Valor Mill de Pesos	%PIB Huila	% PIB Nacional
2005	\$248.706	4,02%	20%
2010	\$250.345	2,55%	22%
2013	\$96.550	0,76%	24%

Fuente. FBKF DEL Huila. Informes sobre viabilidad fiscal de los departamentos-Min hacienda. FBKF cómo % PIB Nacional- Banco Mundial.

La reducción, en su participación en el PIB (bajó de 4.02% a 2.55%) fue de 1.47 puntos porcentuales (p.p.) entre 2005 y 2010. Al 2013, la FBKF pasó a \$96.550 millones, una significativa reducción de 60.4% y 61.2% respecto del año base. En cuanto a su participación en el PIB, se acentuó su reducción al pasar a 0.76%, 1,79 puntos porcentuales menos que en el 2010.

En el segundo factor de productividad, el laboral, Huila mejoró. En 2012, tal como se muestra en la Tabla 19, la productividad laboral per cápita llegó a \$18.992,490, una mejora de 15.8% con relación a la de 2005. Esto le significó al Huila mejorar su posición en el ranking de los departamentos al pasar del puesto 12 al 9. No obstante, mientras en el 2005 la productividad laboral del Huila era superior al promedio nacional, en 2012 quedó ligeramente por debajo (\$19.111.550 vs. \$18.992.490), lo que significa que otros departamentos crecieron más que el Huila. Sin embargo, Bogotá, cuya productividad laboral en 2005 fue 76.4% superior a la del Huila, al 2012 quedó apenas en 57.8% de la misma, una reducción muy sensible de este referente.

Tabla 19. Productividad laboral (per cápita) miles de pesos (2005)

Año	Huila	Posición	Promedio Nacional	Bogotá
2005	\$16.392,07	12	\$15.827,48	\$28.928,27
2009	\$15.848,25	15	\$18.140,25	\$31.417,93
2010	\$16.408,77	13	\$18.284,32	\$30.709,21
2011	\$16.738,14	12	\$18.809,03	\$30.595,04
2012	\$18.992,49	9	\$19.111,55	\$10.990,14
2013	-	-	-	-

Fuente: Módulo de Indicadores de Competitividad Regional-MICRO DNP

En suma, el comportamiento del factor productividad no resultó favorable para el mejoramiento de la competitividad.

2.2.1.1.2. COMPETITIVIDAD

Finalizando 2014, la clase dirigente del Huila reaccionó ante la publicación del informe de competitividad departamental por el Consejo Privado de Competitividad, CPC y la Universidad del Rosario según el cual, Huila perdió 5 posiciones al pasar del puesto 11 al 16. Un poco antes, CEPAL, había publicado su Escalafón de Competitividad de los departamentos de Colombia para 2012 pero para un periodo más representativo, 2000-2012. Por tanto, el diagnóstico se apoyará en estas dos herramientas para encontrar la situación actual en este campo, clave para evaluar el desempeño de la Agenda Interna.

2.2.1.1.2.1. NIVEL DE COMPETITIVIDAD SEGÚN CEPAL

Según CEPAL, el Huila muestra un estancamiento en su competitividad. A comienzos de la década, el departamento clasificó en el nivel 3 (medio alto). Luego, en los informes siguientes siempre ocupó el nivel 4 (medio bajo) y nunca logró recuperar el nivel 3. La tabla 14 muestra las convenciones utilizadas por CEPAL para estructurar su escalafón.

Al 2012, Huila ocupó la posición 12, la misma del 2004 y un puesto por debajo de la lograda en el 2006 pero con una mejora de la posición alcanzada en 2009 (ver Tabla 21).

Tabla 20. Nivel de competitividad Huila

Descripción	No.
Líder	1
Alto	2
Medio alto	3
Medio bajo	4
Bajo	5
Colero	6

Esta posición global es producto de la aplicación de una serie de baterías de indicadores para seis (6) dimensiones que conforman el escalafón: fortaleza económica, infraestructura, capital humano, ciencia y tecnología, gestión y finanzas públicas y seguridad tal como se muestra en la tabla 22. Según esta, es en las dimensiones “fortaleza económica” y ciencia y tecnología” donde el Huila muestra los peores resultados. En las evaluaciones del 2000 y 2004, en “fortaleza económica” clasificó en el nivel 6 (colero) y ocupó las posiciones 15 y 14 respectivamente, manteniendo la posición.

Tabla 21. Evolución del nivel de competitividad global del Huila*

Año	Nivel	Posición
2000	3	12
2004	4	12
2006	4	11
2009	4	14
2012	4	12

Fuente. Escalafón de la Competitividad de los departamentos de Colombia 2012/2013-CEPAL*Desde 2009, el número de departamentos evaluados es 29.

Al 2006, el Huila recuperó un nivel (pasó de colero a nivel bajo) pero perdió una posición; y en 2009 mejoró al alcanzar el nivel 4 (Medio bajo) para luego caer, en 2012, al nivel 5. En cuanto a ciencia y tecnología, siempre el Huila ha calificado en el nivel colero lo cual llama a una revisión profunda sobre el papel de las instituciones con directa relación con la investigación, formación y tecnología y los logros de los distintos programas de innovación y desarrollo tecnológico y, principalmente, el Plan Estratégico de CTI adoptado en 2010.

Tabla 22. Nivel de competitividad por factores en Huila

Factor\Años	2000	Posición	2004	Posición	2006	Posición	2009	Posición	2012	Posición
Fortaleza económica	6	15	6	14	5	15	4	16	5	16
Infraestructura	4	14	4	11	3	13	4	10	3	13
Capital humano	3	10	3	10	2	8	3	14	3	14
Ciencia y tecnología	6	17	6	18	6	16	-6	16	6	19
Gestión y finanzas públicas	4	17	4	16	3	10	4	17	2	3
Seguridad	-	-	-	-	-	-	3	16	2	15

Fuente. Escalafón de la Competitividad de los departamentos de Colombia 2012/2013 -CEPAL

En las otras dimensiones, el Huila muestra un desempeño mejor. En infraestructura calificó en el nivel 3 (Medio alto), la misma del 2006 pero que fue recuperada en el 2012 luego de que en el 2009 se había perdido (pasó del nivel 3 al 4). En capital humano mantiene el nivel “medio alto” aunque en el 2006 había alcanzado el “nivel alto” (2) que no pudo sostener. Finalmente, en “gestión y finanzas públicas” el Huila muestra un indudable progreso. Pasó del nivel 4 (Medio bajo) al nivel 2 (alto). En seguridad, nueva dimensión desde 2009, el Huila muestra progreso pues pasó del nivel 3 al 2 (Alto). El objetivo del Huila debe ser mantener este ambiente de seguridad favorable al mejoramiento socioeconómico.

Resulta muy orientador conocer los comentarios de la CEPAL complementarios a su escalafón, relacionados con el Huila⁴⁴

2.2.1.1.2.2. NIVEL DE COMPETITIVIDAD SEGÚN EL CPC-CEPEC

El Consejo Privado de Competitividad junto con el Centro de Pensamiento para Estrategias Competitivas CEPEC de la Universidad del Rosario, estructuraron y publicaron, por segunda ocasión, el Índice Departamental de Competitividad, IDC. De acuerdo con sus creadores⁴⁵, el IDC 2014 está compuesto por tres factores: i) condiciones básicas; ii) eficiencia; y iii) sofisticación e innovación. Estos factores, a su vez, contienen diez pilares. En el factor condiciones básicas se incluyen seis pilares relacionados con instituciones; infraestructura; tamaño del mercado; educación básica y media; salud; y medio ambiente. El factor eficiencia contiene dos pilares: educación superior y capacitación, y eficiencia de los mercados. Finalmente,

⁴⁴ Ver Op.Cit. CEPAL Escalafón de Competitividad de los departamentos de Colombia 2013, Pág.13

⁴⁵ Índice Departamental de Competitividad 2014 -Consejo Privado de Competitividad- Universidad del Rosario Bookvertising.

el factor sofisticación e innovación está compuesto por dos pilares que miden la sofisticación y diversificación productiva, así como la innovación y la dinámica empresarial. Además, el IDC 2014 se compone de 90 variables y fue aplicado para medir el desempeño competitivo de 21 departamentos y la ciudad de Bogotá.

Al igual que lo hace la CEPAL, los factores de medición son ponderados, es decir, se les define una carga en el total del indicador. Además, los departamentos evaluados se clasifican previamente en “etapas de desarrollo”, según su PIB per cápita excluyendo actividades minero-energéticas y el grado de sofisticación de las exportaciones. De acuerdo con CPC-CEPEC, esta diferenciación es necesaria para tener en cuenta las particularidades en materia de desarrollo de los departamentos⁴⁶. El Huila fue preclasificado en Etapa 3, un nivel relativo de desarrollo calificado como en expansión, con un PIB Per cápita de \$10.872.820 y una población de 1.140.539 habitantes y regalías recibidas por 606.462 millones de pesos. El IDC para el Huila en el año 2014 obtuvo un puntaje de 3.71 (sobre 10) y ocupó la posición 16 entre 22 entes territoriales. Esta ubicación implica una pérdida de cinco (5) puestos frente a la obtenida en 2013 (puesto 11). En términos escolares, “perdimos el año”.

Tabla 23. Huila índice departamental de competitividad 2014

Concepto	Puntaje (0-10)	Posición (entre 22)
Índice departamental de competitividad 2014	3,71	16
Condiciones básicas (40%)	5,22	12
Instituciones	6,84	8
Infraestructura	4,01	11
Tamaño del mercado	2,88	21
Educación básica y media	6,45	5
Salud	4,64	12
Medio ambiente	5,43	10
Eficiencia (45%)	3,28	13
Educación superior y capacitación	3,03	12
Eficiencia de los mercados	3,53	17
Sofisticación e innovación (15%)	1,01	22
Sofisticación y diversificación	1,25	21
Innovación y dinámica empresarial	0,77	17

En la tabla 23 aparecen las calificaciones en los tres factores del IDC y los pilares respectivos. En condiciones básicas la nota es 5.22 (posición 12) a pesar de lograr mejores notas en algunos de sus componentes (Instituciones, 6.84 y educación básica y media 6.45).

En el factor “Eficiencia”, los resultados son peores. Tan solo 3.28 de calificación y una posición de 13 entre 22. En los dos pilares del factor (educación superior y capacitación y eficiencia de los mercados) las notas fueron 3.03 y 3.53 respectivamente.

Finalmente, en el factor “sofisticación e innovación” se lograron las peores notas: 1.01 en el total y 1.25 en “sofisticación y diversificación” y 0.77 e Innovación y dinámica empresarial que llevaron al Huila a las posiciones del fondo de la tabla: 21 y 17, respectivamente y el último lugar en todo el factor.

Resultan coincidentes los resultados de los dos indicadores consultados, CEPAL e IDC del CPC-CEPEC. Es

⁴⁶ Tal como lo describe el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario (2013), “si bien los diez pilares son relevantes para todos los departamentos, lo cierto es que su importancia relativa difiere, en función del grado de desarrollo de las regiones. En efecto, para departamentos con un nivel de desarrollo relativamente bajo, el mejoramiento de las condiciones básicas es, probablemente, la estrategia más efectiva para incrementar la productividad y la competitividad de su economía. Por el contrario, para los departamentos con un nivel de desarrollo relativamente alto, la estrategia se debería enfocar (sin descuidar los demás factores) en acciones que les permitan sofisticar y diversificar su economía”.

en las dimensiones fortalecimiento económico y ciencia y tecnología en las que el Huila muestra sus más bajos resultados. En ambas dimensiones, las variables sociales están relacionadas con la dinámica empresarial y la eficiencia de los mercados y estos con la pobreza como indicador más representativo de las condiciones sociales de una población. Si el aparato productivo de una comunidad no tiene la capacidad para ofrecer empleo e ingresos, los indicadores sociales, y particularmente la pobreza, se deterioran, incentivando el llamado asistencialismo y la informalidad como ha ocurrido en Colombia (y el Huila) durante un periodo representativo en la década anterior; en ese periodo, la pobreza se redujo por los recursos públicos destinados a ese objetivo y el cambio metodológico de la Mesep⁴⁷. La incidencia de la pobreza en el Huila muestra tendencia decreciente en los últimos 7 años al pasar de representar el 67.31% (2005) al 47.3% al 2013. Sin embargo, esta cifra es 17 puntos porcentuales más alta que la del país⁴⁸. Igual ocurre con la pobreza extrema que pasó de 20.4% a 17.9% en 2013, 2.5 p.p.⁴⁹ En desigualdad, el Huila también ha empeorado al pasar el coeficiente de Gini de 0,5107 (2005) a 0.5460 en 2013, ligeramente superior a la desigualdad del país cuando en 2005 la desigualdad del Huila era menor a la de Colombia.

2.2.2. DESEMPEÑO ECONÓMICO DEL HUILA, SEGÚN COMPORTAMIENTO DEL PIB EN EL PERIODO 2005-2013

En el periodo 2005-2013 la economía departamental ha experimentado cambios importantes al ritmo con el comportamiento de la economía mundial y nacional. A pesar de esto, la participación porcentual del PIB departamental en el PIB nacional sigue siendo la misma del 2005; es decir, hay un estancamiento en la economía huilense que no permite avances en el escenario económico nacional, no obstante que en tres años del periodo analizado (2008, 2010 y 2011) el crecimiento del Huila fue superior al total nacional tal como se aprecia en la tabla 24. Esto se explica porque antes de la crisis mundial (2008), el Huila crecía por encima de la economía nacional (18.8% frente a 11.4% en dicho año) pero, ya en la plenitud de la crisis, las dificultades de la economía mundial golpearon mucho más a la economía departamental que a la colombiana (el PIB Huila se desplomó: cayó 16.6 puntos porcentuales mientras el del país perdió 6.3 puntos porcentuales, la mitad de la caída del Huila, en el 2009).

Tabla 24. Crecimiento (%) PIB Huila vs. Nacional y otros referentes

Departamento\Año	2005	2009	2010	2011	2012	2013
Huila	3,2	2,2	10,6	18,3	4,3	5,6
Cauca	10,2	7,0	11,3	8,7	11,1	11,6
Tolima	11,5	1,2	4,4	12,6	6,4	5,3
Meta	17,2	11,1	39,1	52,8	10,3	11,4
Total nacional	10,5	5,1	8,0	13,8	7,3	6,3

Fuente: DANE

En los años siguientes a la crisis, la economía huilense se recuperó incluso mejor que la nacional pero no pudo sostener su crecimiento. Entre 2011 y 2012, el PIB del Huila perdió 14 p.p. caída similar a la del 2009 frente al 2008, indicativo de la debilidad de la economía departamental y de la dependencia de factores exógenos. En el 2013, el PIB del Huila creció 5.6%, por debajo del crecimiento del PIB nacional (6.3%) y, en todo caso, insuficiente para recuperarse del “coletazo” de la crisis mundial.

Otras economías referentes por tamaño y vecindad, como las que aparecen en la misma tabla 24 tuvieron

⁴⁷ Misión para la revisión de las estadísticas sobre la pobreza que desde 2006 modificó la metodología.

⁴⁸ DANE: Pobreza monetaria y desigualdad

⁴⁹ Vale anotar que las cifras de pobreza extrema en el Huila en el periodo 2008-2010 crecieron significativamente, según el DANE por lo que la mejora del indicador debe considerar esta situación. Solo en 2011 logró revertirse la tendencia creciente de la pobreza extrema.

un mejor comportamiento que el Huila. Cauca creció en todos los años por encima del crecimiento del Huila, excepto en el 2011 (8.7% vs. 18.3%) y su recuperación de la crisis fue mucho más sólida que la del Huila. Sin embargo, su participación en el PIB Nacional siempre es menor que la del Huila (aunque al 2013 aumentó 0,12 p.p. con relación al 2005 mientras el Huila perdió 0,02 p.p.). El Meta es el departamento de mejor desempeño. En todo el periodo analizado, las cifras del PIB del Meta son espectaculares como se observa en la tabla 24. Los hallazgos petroleros, el consecuente aumento de la producción y las nuevas actividades agroindustriales de gran escala con gran inversión nacional y extranjera junto con la política anticíclica explican este inusitado comportamiento. Con semejante desempeño, la participación porcentual del Meta en el PIB Nacional pasó de 2.2% en 2005 al 5.96%, casi tres veces más que la cifra del año base (ver tabla 25).

Tabla 25. Aportación PIB Huila al nacional y comparativo con departamentos referentes

Departamento\Año	2005	2009	2010	2011	2012	2013
Huila	1,82	1,76	1,78	1,87	1,82	1,80
Cauca	1,44	1,45	1,50	1,43	1,48	1,56
Tolima	2,30	2,29	2,22	2,20	2,18	2,16
Meta	2,20	3,20	4,13	5,54	5,69	5,96

Fuente: DANE

El departamento del Tolima tiene un comportamiento muy similar al del Huila aunque aporta más al PIB nacional.

2.2.2.1. COMPORTAMIENTO SECTORIAL

Al 2005, el PIB del Huila se sustentaba en 52.4% en tres sectores económicos: “agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca”, “minería e hidrocarburos” (los dos hacen más de la tercera parte de la economía huilense) y “servicios sociales, comunales y personales”, donde se registra el gobierno, (16.2%). Otros cinco (“Construcción”, “comercio, restaurantes y hoteles”, “transporte, almacenamiento y comunicaciones” y los “establecimientos financieros, seguros y actividades conexas”) contribuían, en conjunto, con 34.7% del PIB para un subtotal de 87.1%. Los menores aportantes al PIB eran: industria manufacturera (4.9%) y electricidad, gas y agua (4.5%) (Ver Tabla 26).

Al 2013, el sector “Construcción” se convirtió en el sector líder al participar con 18.5% del PIB departamental, el doble de su participación de 2005. El sector primario perdió 4 p. p. al bajar de 16.4% al 12%. Al mismo tiempo, la minería perdió 3 p.p. y el sector “actividades sociales, comunales y personales” mantuvo su participación del 2005.

Los cuatro sectores líderes representaron, ese 2013, 63.3% del PIB del Huila. El sector “comercio, restaurantes y hoteles” también aumentó su participación en el PIB frente al 2005 en casi un punto porcentual. El sector financiero mantuvo su participación (8.3%) en tanto que “industria manufacturera” y electricidad, gas y agua” perdieron participación (1 p.p. de disminución cada uno).

Tabla 26. PIB Huila por sectores y %/sector a nivel nacional

ACTIVIDADES ECONOMICAS \ % PIB x Año. (en precios corrientes)	2005		2009		2013	
	% PIB deptal	% Huila en sector nal	% PIB Deptal	% Huila en sector nal	% PIB deptal	% Huila en sector nal
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	16,4	3,9	14,4	3,7	12	3,9
Minería e hidrocarburos	19,8	5,7	17,3	4,2	16,6	2,8
Industria manufacturera	4,9	0,6	4,5	0,6	3,6	0,6
Electricidad, gas y agua	4,5	2,0	4	1,9	3,5	1,8
Construcción	8,9	2,9	13,3	3	18,5	3,9
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	8,9	1,4	9,8	1,5	9,6	1,5
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,6	2,3	8,9	2,4	8,2	2,6
Establecimientos financieros, seguros, actividades	8,3	0,8	8,8	0,8	8,3	0,8
Actividades servicios sociales, personales y comunales	16,2	1,9	15,9	1,8	16,2	1,8
SUBTOTAL VALOR AGREGADO	96,6	-	96,9	-	96,5	-

Fuente: DANE

Con este desempeño, el sector “Construcción” del Huila, dobló su participación en el PIB departamental (pasó de 8.9% a 18.5%) y aumentó de 2.9% a 3.9%, su participación en la dinámica constructora nacional. En cambio, la caída del sector “minería e hidrocarburos” que al 2005 tenía 5.7% de todo el sector en el país y en 2013 solo participó con 2.8%, muestra la menor importancia de la actividad petrolera en el Huila en favor de otras regiones del país (Meta, por ejemplo) y confirma la tendencia decreciente de la producción petrolera en el departamento.

Los sectores de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad⁵⁰, con excepción de la caída del sector minería e hidrocarburos, como ya se comentó, mantuvieron su aportación a sus propios sectores a nivel nacional. Electricidad, gas y agua reportó una leve disminución (pasó de 2% a 1.8% del sector nacional) mientras agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca se mantuvo en 3.9% lo cual confirma que a nivel nacional este sector también redujo su participación.

La industria manufacturera mantuvo su 0.6% en tanto que “transporte, almacenamiento y comunicaciones” subió levemente (pasó de 2.3% a 2.6% de su sector).

⁵⁰ Se asume el sector Industria manufacturera como incluyendo la Agroindustria al igual que los sectores Comercio, Restaurantes y Hoteles y Transporte Almacenamiento y Comunicaciones relacionados con el turismo por la inexistencia de una cuenta satélite de turismo que consolide al sector y entregue datos confiables sobre su comportamiento. La Piscicultura se asume en el Sector Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca.

2.2.2.1.1. LOS SECTORES DEL PIB SEGÚN COMPONENTES

Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca

El Huila cultiva el 15.9% de todo el café del país y aporta 4.9% del PIB departamental. Ya en 2005 producía 12.9% del café nacional una participación en aumento en los últimos nueve años. A pesar de que en el PIB departamental bajó su participación a 4.9% de 6.3% al 2005. Otros productos agrícolas han disminuido su participación en el PIB departamental y en su propio sector en el país (pasaron de ser 6.6% del PIB departamental y a aportar 3.4% del sector a nivel nacional, a representar 4.8% y 3.1% respectivamente).

La producción pecuaria retrocedió frente a las cifras de 2005. En este año, el subsector pecuario era 2.7% del PIB departamental y aportaba 1.7% de todo el sector a nivel nacional. Al 2013, este renglón representa 1.6% del PIB del Huila y aporta 1.5% al subsector pecuario nacional, no obstante que al 2009, año de la crisis mundial, tuvo un comportamiento mejor pues solo perdió 0.3 puntos porcentuales en el PIB departamental y mantuvo su aportación al agregado nacional del subsector.

La actividad forestal nunca ha tenido relevancia en la estructura productiva departamental. Su participación en el PIB siempre ha sido la misma (0.2%) aunque su aporte a la actividad en el ámbito nacional muestra un pequeño aumento al pasar de 1.5% en 2005 a 1.7% en 2013. Esta actividad se ha llevado en buena parte en la clandestinidad e informalidad y no se han realizado plantaciones industriales de variedades pertinentes con nuestros suelos como se ha recomendado desde hace años dentro del compromiso de “Huila Corazón Verde” en la estrategia “Visión de Futuro” del departamento del Huila.

Tabla 27. PIB Huila desagregado por sectores y %/sector nacional

ACTIVIDADES ECONOMICAS\% PIB x Año. (Huila vs, nacional, precios corrientes)	2005		2009		2010		2013	
	% PIB dptal	% en sector nacional	% PIB dptal	% en sector nacional	% PIB dptal	% en sector nacional	% PIB dptal	% en sector nacional
AGRICULTURA,GANADERÍA,CAZA, SILVICULTURA Y PESCA								
Cultivo de café	6,3	12,9	4,9	13,5	6,2	14,8	4,9	15,9
Cultivo de otros productos agrícolas	6,6	3,4	6,2	3,2	5,8	3,3	4,8	3,1
Producción pecuaria y caza incluyendo las actividades veterinarias	2,7	1,7	2,4	1,7	2,2	1,8	1,6	1,5
Silvicultura, extracción de madera y actividades conexas	0,2	1,5	0,2	1,6	0,2	1,7	0,2	1,7
Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas	0,7	5,7	0,7	7,0	0,7	7,3	0,5	7,1
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS								
Extracción de carbón, carbón lignítico y turba	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Extracción de petróleo crudo y de gas natural	19,4	9,0	46,5	6,4	17,8	5,4	15,9	3,4
Extracción de minerales metalíferos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3
Extracción de minerales no metálicos	0,4	2,1	0,3	2,6	0,5	2,7	0,6	3,2
INDUSTRIA MANUFACTURERA	4,9	0,6	4,5	0,6	3,8	0,5	3,6	0,6

ACTIVIDADES ECONOMICAS\% PIB x Año. (Huila vs, nacional, precios corrientes)	2005		2009		2010		2013	
	% PIB dptal	% en sectoral						
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA								
Generación, captación y distribución de energía eléctrica	3,3	-	0,8	2,2	2,7	2,0	2,6	2,1
Fabricación de gas; distribución de combustibles gaseosos por tuberías; suministro de vapor y agua caliente	0,5	2,6	0,3	2,4	0,3	2,2	0,3	2,0
Captación, depuración y distribución de agua	0,4	1,0	0,1	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2
Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares	0,3	1,0	0,1	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2
CONSTRUCCIÓN								
Construcción de edificaciones completas y de partes de edificaciones; acondicionamiento de edificaciones	2,6	1,6	1,6	1,1	3,2	1,5	5,4	2,1
Construcción de obras de ingeniería civil	6,3	4,3	6,9	5,0	10,7	5,6	13,1	6,0
ACTIVIDADES ECONOMICAS\% PIB x Año. (Huila vs, Nacional, precios corrientes)	2005		2009		2010		2013	
	% PIB Dptal	% en sectoral						
COMERCIO,REPARACIÓN, RESTAURANTES Y HOTELES								
Comercio	4,9	1,1	3,8	1,2	4,9	1,2	4,7	1,2
Mantenimiento y reparación vehículos automotores; de efectos y enseres	0,8	1,3	0,5	1,3	0,9	1,3	0,9	1,3
Hoteles, restaurantes, bares y similares	3,2	2,2	1,7	2,2	3,8	2,2	4,0	2,2
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES								
Transporte por vía terrestre	5,9	3,2	2,2	3,4	5,1	3,1	5,6	4,2
Transporte por vía acuática	0,0	0,4	0,0	0,9	0,0	0,7	0,0	0,0
Transporte por vía aérea	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
Actividades complementarias y auxiliares al transporte; actividades de agencias de viajes	0,8	2,5	1,0	2,4	0,7	2,4	0,7	2,4
Correo y telecomunicaciones	1,9	1,4	1,3	1,4	2,0	1,5	1,8	1,5
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS,ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y SERVICIOS A LAS EMPRESAS								

ACTIVIDADES ECONOMICAS\% PIB x Año. (Huila vs, nacional, precios corrientes)	2005		2009		2010		2013	
	% PIB dptal	% en sectoral						
Intermediación financiera	1,9	0,9	1,3	0,9	2,2	0,8	2,3	0,9
Actividades inmobiliarias y alquiler de vivienda	3,0	0,6	2,2	0,7	2,9	0,6	2,7	0,6
Actividades de servicios a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios	3,4	1,0	2,4	0,9	3,3	0,9	3,3	0,9
ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES, COMUNALES Y PERSONALES								
Administración pública y defensa; seguridad social de afiliación obligatoria	5,4	1,7	5,2	1,6	6,1	1,8	5,9	1,8
Educación de mercado	0,9	0,8	0,7	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9
Educación de no mercado	4,4	2,8	1,7	2,7	4,2	2,7	4,4	2,8
Servicios sociales y de salud de mercado	2,4	2,0	1,2	1,8	2,2	1,8	2,3	1,8
Actividades de asociaciones; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de mercado	1,4	1,4	0,7	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1
Actividades de asociaciones; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de no mercado	1,2	7,5	0,3	7,5	1,2	7,4	1,1	7,4
Hogares privados con servicio doméstico	0,5	1,1	0,2	1,1	0,5	1,2	0,5	1,2
Subtotal Valor Agregado	96,6	1,9	97,8	1,8	96,9	1,9	96,6	1,9
Impuestos	3,4	0,7	2,2	0,7	3,1	0,7	3,4	0,7
PIB TOTAL DEPARTAMENTAL	100,0	1,8	100,0	1,8	100,0	1,8	100,0	1,8

FUENTE: DANE

Por el contrario, hay cifras preocupantes de deforestación y de uso inapropiado de los bosques naturales por los sistemas de producción no sostenibles, particularmente por los fruticultores que aún utilizan tutores de madera en sus cultivos⁵¹.

La piscicultura, aunque bajó ligeramente su aporte al PIB departamental (0.7% al 2005; 0.5% al 2013) aumentó su participación en el subsector a nivel nacional (pasó de aportar 5,7% en 2005 al 7.1% al 2013).

En el sector de minas y canteras, el gran aportante es el subsector “extracción de petróleo crudo y gas” a pesar de haber disminuido su aporte al PIB como ya se anotó. Los otros rubros del sector son irrelevantes y solo extracción de minerales no metálicos, en especial roca fosfórica y dolomitas muestran una participación escasa pero creciente en el PIB departamental al pasar de 0.4% en 2005 al 0.6% en 2013 y aumentar del 2.1% al 3,2% su aporte a la actividad a nivel nacional.

⁵¹ De acuerdo con datos oficiales las cadenas forestales del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 42% de la madera del país es obtenida ilegalmente. El consumo de madera en Colombia está entre 3.5 y 4 millones de metros cúbicos/año pero solo se producen 1.2 millones. En contraste, Colombia cuenta con 7.2 millones de hectáreas disponibles para establecer plantaciones industriales madereras, según Marlene Velásquez, Coordinadora de dichas cadenas según la fuente consultada: Publicaciones Semana, Revista Manos a la Obra. Octubre 2014.

La industria manufacturera, siempre ha sido una especie de cenicienta de la economía local. Su aporte al PIB departamental va en descenso. Desde el 2005 viene disminuyendo su participación y al 2013, aporta tan solo 3.6%. Su contribución al sector a nivel nacional ha sido siempre 0.6%. Esta realidad va en sentido contrario a la obligación de generar valor agregado. En este escenario, es en la agroindustria donde existen las mayores posibilidades de generar valor agregado en la economía departamental.

El sector electricidad, gas y agua, clave para el crecimiento económico del departamento, aporta muy poco al PIB departamental y sus cifras no muestran dinamismo en los últimos años. Al 2013, la generación de energía aporta 2.6% del PIB y representa 2.1% de la generación del país, una reducción de 0.5 puntos porcentuales frente al 2005. Este resultado es producto de la alta dependencia de las compras al Sistema Interconectado Nacional (SIN).

En gas, especialmente en gas domiciliario, renglón en el que el Huila fue pionero con la inexistente Alcanos del Huila, su participación en el PIB es escasa. Su participación en el sector a nivel nacional al 2013 se fijó en 2%, menor a la del 2005.

En captación y distribución de agua, cuyos resultados se comparan mejor con las necesidades de la comunidad en cuanto a calidad y cobertura, el aporte al PIB de este subsector es igualmente bajo y se ha mantenido en apenas 0.3% en el periodo analizado.

Finalmente, el aporte al PIB de la actividad “eliminación de residuos y aguas residuales”, uno de los problemas más acuciantes en el departamento, es bajo tal como se aprecia en la tabla fuente.

El sector construcción, como ya se anotó, es el de mejor resultado. Por subsectores, la construcción de obras civiles aportó 13.1% al PIB departamental, mientras la construcción de edificaciones (vivienda, entre otros) 5.4%. El proyecto El Quimbo, la obra más representativa en el Huila del subsector obras civiles, y la amplia oferta de apartamentos y vivienda unifamiliar en la capital del Huila en todos los niveles, explican este comportamiento.

El sector comercio, restaurantes y hoteles tiene un comportamiento favorable gracias al crecimiento de “hoteles, restaurantes, bares y similares”, que pasó de representar 3.2% del PIB departamental al 2005 a ser 4% en 2013, mientras que el subsector comercio bajó 0.2 puntos porcentuales y los servicios de reparaciones de vehículos y otros, prácticamente mantuvo su aporte. Las actividades de este subsector están íntimamente relacionadas con el turismo, una de las Apuestas Productivas, por la inexistencia de la cuenta satélite de turismo.

El sector transporte, almacenamiento y comunicaciones está mayoritariamente condicionado por el comportamiento de los subsectores “transporte terrestre” y “correo y telecomunicaciones”. Los demás componentes, incluido el transporte aéreo, no son significativos. De los 8.2% de participación del sector en el PIB departamental al 2013, 5.6% (68.2%) corre por cuenta del subsector transporte terrestre. Vale anotar que en este sector se incluyen las actividades de agencias de viajes, otro rubro del sector turismo.

El sector establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas tiene en el Huila una composición que depende en mayor medida de las actividades inmobiliarias y los servicios a las empresas (3.0% y 3.4% de participación en el PIB departamental, respectivamente). Su otro componente, la intermediación financiera contribuye tan solo con 1.9% al PIB departamental lo cual explica, en parte, la baja calificación en los indicadores de competitividad.

El sector actividades de servicios sociales, comunales y personales, que es uno de los cuatro sectores líderes de la economía departamental por su participación en el PIB, es totalmente dependiente de la gestión pública ya sea como administración pública, defensa y seguridad social, educación (excepto la privada o de mercado) salud pública. De su contribución al PIB departamental, 63.5% (10.3 puntos porcentuales) proviene de los rubros gestionados directamente por los recursos públicos. Los otros subsectores muestran cifras menores destacándose los servicios de salud de mercado, que contribuye con 2.3% al PIB departamental al 2013 (ver tabla 27).

2.2.3. LAS APUESTAS PRODUCTIVAS: SU SITUACIÓN ACTUAL. DESEMPEÑO Y DIAGNÓSTICO

La Agenda Interna se estructuró con base en potencialidades del departamento para un escenario de internacionalización de la economía colombiana y un mejoramiento de la productividad y la competitividad del departamento en dicho contexto. Era claro, entonces, que las necesidades o requerimientos así como los planes de acción representaban un compromiso para el éxito de las Apuestas Productivas seleccionadas. Por tanto, un aspecto clave del diagnóstico lo constituye la evaluación del desempeño del departamento en cada apuesta. Dicho de otra manera, en qué contribuyó la Apuesta Productiva a la situación actual que se muestra.

2.2.3.1. APUESTA PRODUCTIVA AGROINDUSTRIAL.

Situación Actual

Según el DANE, la contribución del sector de “agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca” (primer componente de la agroindustria) al PIB departamental alcanzó los 1.5 billones de pesos en el año 2013 (12% del PIB total), una disminución de 4.4 puntos porcentuales frente al 2005, año base). En cuanto al segundo componente de la Agroindustria, la transformación de insumos en productos agroindustriales⁵², sigue relegado. Según los registros de la Cámara de Comercio de Neiva, los ingresos de las empresas agroindustriales totalizaron 114.5 mil millones de pesos, 25% del valor aportado por el sector manufacturero del departamento. Si aplicamos esta misma participación al componente de la industria manufacturera en el PIB del departamento al 2013 (3.6%), el aporte de la transformación al PIB del Huila se cifra en 0.9%. Globalmente, la agroindustria hace el 12.9% con la composición que aparece en la tabla 28:

Tabla 28. Participación Agroindustria al PIB del Huila 2013

Sector Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	12%	Subsector transformación de insumos agropecuarios	0.9%	TOTAL	12.9%
---	-----	---	------	-------	-------

Fuente: Construcción propia del autor

Otra referencia respecto del componente industrial al agro, según la Secretaría de Agricultura y Minería del Huila, Observatorio de Territorios Rurales, establece que, al 2013, la transformación de la producción agropecuaria (de 60 renglones agropecuarios y con diferentes niveles de transformación (ver tabla 29) fue de 57.1%. arroz riego, carne bovina, avícola y porcícola y miel claramente se transforman en el Huila. El algodón, en cambio, se procesa en las textileras ubicadas fuera del departamento. Igual ocurre con el durazno y la flor de jamaica. Importante resaltar el renglón de caña panelera (83,5% de transformación en panela). La panela se viene posicionando en el mercado gracias al apoyo de Fedepanela y a que está utilizando una estrategia de marketing que la presenta como un alimento natural y altamente nutritivo. El cacao tiene una transformación del 55%, el renglón priorizado más importante de la Apuesta Agroindustrial. Igual porcentaje muestra la leche, con significativa presencia industrial en el departamento aunque no priorizado.

⁵² Para encontrar el aporte de la agroindustria al PIB departamental resulta imperativo cuantificar la participación de la transformación de los insumos agropecuarios (segundo componente de la agroindustria). Dado que su participación en el PIB no se presenta en un rubro específico sino en los rubros correspondientes al sector industria manufacturera sin detallar, se acude a otra información que permitiera completar el ejercicio. Una fue los ingresos operacionales de las empresas agroindustriales registradas en la Cámara de Comercio de Neiva durante el 2013 calificadas así de acuerdo con la CIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme).

Los renglones con bajo valor agregado en el subsector agroindustrial son café (estándar y especial) y frutales (maracuyá, lulo, yuca, mora, tomate de árbol, uva, guanábana y cholupa); la participación de estos renglones en procesos de transformación es menor al 20%. Los frutales en general, no son transformados de forma importante y son un claro ejemplo de la llamada transformación CERO. Este es el caso de la granadilla, banano, cítricos, melón, piña, entre otros renglones productivos en el departamento.

Según la tabla 30, de los otros renglones priorizados en la Apuesta Productiva Agroindustrial, el más bajo es café y frutales. Sobre el café podría decirse que sufre una transformación con su beneficio, es decir, transformación cero, lo cual no es percibido de esta manera. Igual con la hoja de tabaco que su proceso requiere hornos para curado que, de alguna manera, transforman la hoja. En total, los renglones priorizados en la Apuesta Agroindustrial, de acuerdo con la tabla fuente, participan en 23.67% en la Agroindustria del Huila.

Tabla 29. Participación por rubros de cultivos en la Agroindustria Huila en ton 2013

No.	CULTIVOS	VOLUMEN (Ton) Materia Prima	AGROINDUSTRIA	
			%	(Ton)
1	Café (estándar + especial)	115.116,60	1,00	1.151,17
2	Arroz riego	224.635,60	100,00	224.635,60
3	Tilapia	35.429,42	80,00	28.343,53
4	Carne bovina	47.960,60	100,00	47960,60
5	Leche bovina	105.159,60	55,00	57.837,78
6	Frijol (tecnificado y tradicional)	26.326,15	25,00	6.581,54
7	Maíz	82.964,60	25,00	20.741,15
8	Caña (panela)	538.590,25	83,50	449.722,86
9	Plátano	87.484,17		0,00
10	Huevos avícola	19.873,16		0,00
11	Granadilla	26.180,00		0,00
12	Carne avícola	7.603,89	100,00	7.603,89
13	Tabaco rubio	5.087,75		0,00
14	Maracuyá	18.416,25	3,00	552,49
15	Tomate de mesa	23.013,40		0,00
16	Lulo	13.668,75	2,00	273,38
17	Arveja	9.847,00		0,00
18	Carne porcina	2.746,46	100,00	2.746,46
19	Yuca	18.912,50	15,00	2.836,88
20	Pitahaya	3.043,00		0,00
21	Cacao	3.305,15	55,00	1.817,83
22	Aguacate	4.618,20		0,00
23	Banano	14.026,80		0,00
24	Mora	6.920,05	5,00	346,00
25	Algodón	3.132,53	100,00	3.132,53
26	Cítricos	8.208,80		0,00
27	Cachama	1.327,13		0,00

No.	CULTIVOS	VOLUMEN (Ton) Materia Prima	AGROINDUSTRIA	
28	Melón	5.229,00		0,00
29	Piña	5.516,45		0,00
30	Tomate de árbol	4.307,10	3,00	129,21
31	Habichuela	4.948,40		0,00
32	Hortalizas (varias pequeña escala)	4.718,90		0,00
33	Miel	324,16	100,00	324,16
34	Uva	3.817,30	10,00	381,73
35	Sorgo	5.632,40	100,00	5.632,40
36	Guanábana	1.424,20	20,00	284,84
37	Durazno	737,20	100,00	737,20
38	Papaya	3.048,50		0,00
39	Arracacha	3.199,00		0,00
40	Mango	1.666,00		0,00
41	Cebolla junca	3.055,00		0,00
42	Bocachico y Sábalo	329,56		0,00
43	Ahuyama	3.628,00		0,00
44	Cholupa	1.115,25	3,00	33,46
45	Pimentón	1.215,10		0,00
46	Badea	1.093,80		0,00
47	Sandía	1.941,50		0,00
48	Cebolla cabezona	1.133,50		0,00
49	Guayaba manzana y pera	890,95		0,00
50	Trucha	64,46	30,00	19,34
51	Guayaba común	950,50		0,00
52	Achira	167,50	100,00	167,50
53	Pepino cohómbro	886,00		0,00
54	Golupa	244,80		0,00
55	Curuba	342,00		0,00
56	Papa	344,00		0,00
57	Carpa	23,60		0,00
58	Tilapia plateada	19,89		0,00
59	Soya	20,00	100,00	20,00
60	Flor de jamaica	2,90	100,00	2,90
TOTALES		1.515.634,73		864.016,41
PARTICIPACIÓN (%)		100.0		57,01

Fuente: Secretaría de Agricultura y Minería. Observatorio de Territorios Rurales. Evaluaciones Agropecuarias Municipales 2013

Tabla 30. Participación por rubros de cultivos según transformación en la Apuesta Agroindustrial del Huila (en ton) 2013

CULTIVOS	VOLUMEN (Ton) como materia prima	TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL	
		%	(Ton)
Café (estándar + especial)	115.116,60	1,0	1.151, 17
Cacao	3.305,15	55	1.817,83
Frutales			
Cholupa	1.115,25	3,0	33,46
Granadilla	26.180,00		0,00
Lulo	13.668,75	2,0	273,38
Maracuyá	18.416,25	3,0	552,49
Mora	6.920,05	5,0	346,00
Tomate de árbol	4.307,10	3,0	129,21
Uva	3.817,30	10,0	381, 73
Tabaco rubio	5.087,75	0,00	0,00
TOTAL AGROINDUSTRIA APUESTA	197.934,20	23, 67	4.685,26
TOTAL AGROINDUSTRIA HUILA	1.515.634,73	57,01	864.016,41

Fuente: Construido por el autor con base en la tabla AA 2 del Diagnóstico.

2.2.3.1.1. COMPORTAMIENTO DE LOS RENGLONES PRIORIZADOS EN LA APUESTA AGROINDUSTRIAL

En detalle, el comportamiento de los renglones priorizados confirma la gestión focalizada en el nivel primario del renglón priorizado y muy poco en la transformación de los insumos generados.

Café

El departamento del Huila, en los años 2012 – 2013, ocupó el primer lugar como el mayor productor cafetero a nivel nacional, con 154.492 has sembradas y el 16,9% de la producción nacional superando a Antioquia, tradicional líder. En 2013, el Huila alcanzó una producción de 1.918.528 sacos de 60 kilos de café pergamino suave, CPS. El 99,6% de los cultivos del departamento son tecnificados, y con 92% de plantaciones jóvenes.

Al 2013, el cultivo del café representó el 40.8% del PIB Agropecuario. En cafés especiales, el Huila es el mayor productor con un área sembrada de 51.456 has, y una producción de 88.400 toneladas distribuida, según certificaciones, entre 7.300 toneladas Rainforest Alliance; 20.600 toneladas FLO Comercio Justo; 11.500 toneladas UTZ Certified, y 49.000 toneladas con Código 4C; 47.460 caficultores han sido los protagonistas de esta innovación de la caficultura huilense⁵³. En el 2013 el Huila exportó US\$340 millones FOB en café sin tostar ni descafeinar, 94,21% de las exportaciones totales del departamento. A Estados Unidos se exportó el 40.39%; a la Unión Europea, el 30,07% y a Japón y Canadá el 13,31% y 7,10%, respectivamente.⁵⁴

⁵³ Congreso Nacional de Cafeteros, caficultura competitiva, informes departamentales, Comités Departamentales, 2013.

⁵⁴ Enlaces Huila, Oportunidades y retos para el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, MINCIT, 2013.

El café es un renglón primario de mostrar a pesar de su bajo aporte al componente industrial. Al año 2005 generaba 90.000 empleos directos, y hoy responde por 107.000 empleos directos y 198.000 indirectos⁵⁵, un impacto socioeconómico muy importante.

Cacao

Hoy, el Huila es el séptimo productor nacional (Santander es el líder) pues redujo su producción 21.3% entre 2005 y 2013 y su área cosechada en 29.4% bajando su participación en la producción nacional del 8.46% al 4.15% entre los años 2005 y 2013. En 2005, el departamento del Huila era el cuarto productor nacional de cacao - grano seco con una producción de 4.203 Ton/año (0.5 ton/Ha). (Ver tablas 31 y 32).

Arauca presenta rendimientos promedio de 670 Kilos/Ha, Tolima 580 Kilos/Ha y Santander 550 Kilos/Ha, superiores a los del Huila, aunque existen rendimientos por encima del promedio departamental, como en Algeciras, 700 Kilos; Campoalegre y Rivera 550 kilos/ha⁵⁶ pero no generalizados, lo cual preocupa desde 2006.⁵⁷ Hoy, Rivera, Campoalegre y Algeciras se destacan en producción y asociatividad en el renglón cacaotero huilense⁵⁸.

Tabla 31. Principales departamentos productores de cacao en Colombia 2013

Departamento	Área cosechada. (Ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)	Participación producción nacional	Participación área cosechada nacional
Santander	39.169	21.571	0,6	27,07%	25,78%
Arauca	14.670	8.802	0,6	11,05%	9,66%
Norte de Santander	17.001	8.315	0,5	10,44%	11,19%
Antioquia	13.777	7.723	0,6	9,69%	9,07%
Tolima	9.135	4.849	0,5	6,09%	6,01%
Nariño	13.636	4.548	0,3	5,71%	8,98%
Huila	6.614	3.305	0,5	4,15%	4,35%

Fuente: Agronet, Min. Agricultura y Desarrollo Rural, 2014

Tabla 32. Producción de Cacao en el Huila, 2005 - 2013

Año	Área cosechada (Has)	Producción (Ton.)	Rendimiento (Ton/Ha)	Participación producción Nacional	Participación Área cosechada Nacional
2005	9.371	4.203	0,4	8,46%	8,74%
2010	7.863	3.676	0,5	5,33%	6,21%
2011	6.856	3.326	0,5	4,43%	5,15%
2012	7.976	3.923	0,5	4,71%	5,26%
2013	6.614	3.305	0,5	4,15%	4,35%

Fuente: Agronet, Min. Agricultura y Desarrollo Rural, 2014

⁵⁵ Informe Dirección Ejecutiva, Comité Departamental de Cafeteros del Huila, Ejecución al 2014.

⁵⁶ Algunos factores: fertilidad de las tierras, las condiciones agroclimáticas para el cultivo en dichos municipios son más favorables, o porque allí están ubicados algunos de los grupos asociativos con más antigüedad y experiencia en la siembra y postcosecha del cultivo; o que en estos municipios donde se han focalizado los programas y proyectos de algunas instituciones públicas y privadas, que han facilitado la producción del grano.

⁵⁷ Algunos proyectos: "establecimiento de 450 has de cacao clonado de alta productividad en diez municipios del Huila", siendo Rivera y Campoalegre, municipios beneficiarios; Campoalegre fue incluido en el "Proyecto de Rehabilitación de 1.000 has de cacao para 14 municipios años 2009" 2010, gerenciado por CentraCafe, con la cooperación de USAID/Programa MIDAS y el apoyo de la Gobernación del Huila, Fedecacao, municipios aportantes, la Compañía Nacional de Chocolates, el SENA y organizaciones de productores.

⁵⁸ Según el ICA en Rivera funcionan 3 lotes clonales de cacao, al igual que 6 viveros: La minga, Tecnicacao, Núcleo escolar, Asoprocar, Cantarranas y Procacao.

El cacao tiene un panorama alentador a nivel internacional aunque sus precios han disminuido en los últimos años. Al 2013, el precio pagado al productor fue de \$3.300.000 por tonelada. Las exportaciones de cacao de Colombia para 2013 (FOB US\$979.393) mostraron una importante recuperación después de que en 2012, estas cayeron 92 puntos porcentuales frente a 2011. Al 2014 las exportaciones de cacao consolidan su tendencia alcista al alcanzar FOB US\$2.652.783. Una tarea inmediata es recuperar el volumen de producción y mejorar el rendimiento por hectárea.

Tabaco

La producción de tabaco en el Huila pasó de 14.562 toneladas en 2004 a 4.841 toneladas en 2013, una disminución del 66,8%. Sus indicadores se redujeron 65,9% en el área cosechada⁵⁹ y 2,5% en el rendimiento por hectárea para el mismo periodo; Huila perdió 8,6 puntos porcentuales en la producción nacional, pasando de producir 34,65% a 31,65% del tabaco del país (Agronet).

Los rendimientos de 2.3 Ton/ha, a pesar de estar por encima de la productividad nacional de 2.0 Ton/Ha, presentan un marcado estancamiento y lejos del techo tecnológico mundial de 12 Ton/Ha. Este resultado se explica por altos costos de producción, pérdidas en cosecha y postcosecha (hasta del 39% de la producción), precario desarrollo tecnológico, cultivos ubicados en zonas no aptas y otras dificultades.^{60/61} Para mejorar estos indicadores e incorporar valor agregado en la cadena, el departamento, los municipios, Fedetabaco y otras entidades han apalancado proyectos de ciencia y tecnología por más de 359.725 millones de pesos en el periodo estudiado (Secretaría Técnica Regional Cadena de Tabaco, 2007) aún sin resultados medibles. La estructura oligopolista de la cadena⁶², deja sin alternativa a los agricultores, que no pueden diversificar su cartera de clientes y dependen de los niveles de precios establecidos por las multinacionales.

Frutales

El Huila al 2007 incrementó 45% el área sembrada para los frutales priorizados, al pasar de 6.408,7 has, año 2004, a 9.301 has al año 2007, 72% del total del área sembrada en frutales. "Otros frutales" aportaban el 28% restante. Al 2013, el panorama era distinto. En la tabla 27 se aprecia como al año 2013 el área sembrada en los frutales priorizados se redujo en 247 has frente al 2007.

Tabla 33. Área sembrada en hectáreas de frutales departamento del Huila

Cultivo	Área sembrada (Ha.) Año 2007	Área sembrada (Ha.) Año 2013
Granadilla	2.849,0	2.455,8
Lulo	2.095,0	2.362,2
Maracuyá	1.580,0	1.520,5
Cholupa	172,0	157,3
Mora	1.381,0	1.242,5
Tomate de árbol	826,0	827,5
Uva	398,0	488,3
Frutales priorizados	9.301,0	9.054,1
Otros frutales	3.553,5	6.744,9
TOTAL	12.854,5	15.799,0

Fuente: Acuerdo de Competitividad, Cadena Productiva Frutícola, Gobernación del Huila, 2006, - Secretaría de Agricultura y Minería. Observatorio de Territorios Rurales. Evaluaciones Agropecuarias Municipales 2013, construcción propia

⁵⁹ Situación que se le atribuye a los altos costos de producción y baja rentabilidad del negocio. Escenario poco favorable para el tabaco ante otros cultivos transitorios de menos inversión y riesgo.

⁶⁰ La Secretaría Técnica Regional Cadena de Tabaco, 2007.

⁶¹ La Secretaría de Agricultura y Minería del departamento del Huila contrató con el Centro de Gestión Agroindustrial -La Siberia un "Estudio para evaluar y cuantificar las pérdidas generadas en la cosecha y postcosecha de la hoja de tabaco" (2007). Este estudio arrojó resultados sorprendentes respecto a los porcentajes de pérdidas obtenidos durante la evaluación: Se obtuvo un promedio general de pérdidas en hoja seca de tabaco para el Huila del 34,6%. Este porcentaje genera una pérdida económica efectiva de aproximadamente Tres Millones Cuatrocientos Mil Pesos (\$3.400.000) por hectárea.

⁶² Sólo hay dos empresas industriales en el subsector: Coltabaco -Philip Morris y Protabaco, los cuales por la modalidad de contrato de comercialización, financiación y asistencia técnica, compran, acopian y adecuan el tabaco de la zona.

Al mismo tiempo, el área destinada a “otros frutales” aumentó 89.9% (de 3.553,5 has a 6.744,9 has). Los cultivos que más han perdido participación en su producción, son maracuyá (bajó de 34.399 toneladas en el año 2006, a 18.416 ton en el 2013); tomate de árbol (pasó de 9.730 ton/año a 4307 ton) y mora, con menor disminución. Para el caso del lulo y la cholupa su comportamiento ha sido variable, han ganado y perdido participación, sin embargo el resultado es el mismo al llegar a finales del 2013; la producción de uva y granadilla con altibajos en el periodo (2011 y 2012), cierran con una recuperación a finales del 2013, especialmente la granadilla, que llega a los 26.180 toneladas.

Durante los últimos años se ha incrementado el número de hectáreas sembradas para los cultivos de piña, pitahaya y aguacate, especialmente la variedad Hass, por su aceptación en los mercados internacionales especialmente el de Estados Unidos. Estos productos son promovidos por el Programa de Transformación Productiva, PTP, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; igualmente en el departamento han aparecido nuevos cultivos, como son, la guayaba–pera, con buena aceptación en el mercado nacional, la flor de Jamaica y el durazno, este último sembrado en la zona occidente y sur del departamento.

El anterior comportamiento, se debe en parte por las fuertes adversidades climatológicas presentadas durante el año 2011, que afectó las áreas y rendimientos de todos los cultivos, no solo en el departamento del Huila sino en toda Colombia.

2.2.3.1.2. LOS RESULTADOS EN DETALLE SEGÚN METAS Y OBJETIVOS

Es claro, según el escenario analizado, que no se cumplieron las metas previstas, especialmente las de transformación de los insumos agropecuarios en bienes agroindustriales. Pero, resulta necesario mostrar el diagnóstico amplio que, al tiempo que explica los resultados, orienta estrategias futuras para mejorar lo logrado hasta ahora, diez años después de la puesta en marcha de la AIPC.

Cumplimiento de metas y objetivos⁶³

Meta 1: Alcanzar los niveles de productividad de los estándares internacionales en cada renglón; mejoramiento en productividad medida en rendimientos por hectárea (Ver tabla 34)

Tabla 34. Metas de la AIPC proyectadas al 2020

PRODUCTO	Área sembrada (Ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)
Cafés especiales	31.250,0	50.000,0	1,60
Frutales			
Granadilla	20.000,0	24.000,0	1,2
Lulo	2.500,0	25.000,0	10,0
Maracuyá	2.000,0	45.000,0	22,5
Cholupa	1.000,0	15.000,0	15,0
Mora	1.555,6	14.000,0	9,0
Tomate de árbol	1.578,9	15.000,0	9,5
Uva	480,0	6.000,0	12,5
Cacao	15.000,0	18.000,0	1,2
Tabaco rubio	8.166,7	24.500,0	3,0

Fuente: Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila

⁶³ De nuevo, se hace énfasis en que las metas de la Apuesta Agroindustrial NO estableció metas de industrialización de los bienes agropecuarios.

Resultados:

- Solo dos cultivos incrementaron su rendimiento: Uva que pasó de 8,9 ton/ha a 11,1 ton/ha (por debajo de la meta). El otro cultivo fue cafés especiales, el cual como único ganador superó la meta.
- El tabaco redujo su rendimiento por hectárea 2,5% entre 2004 y 2013
- El Cacao se mantiene en 0.5 Ton/Ha, distante del 1.2 proyectado.

Meta 2: Incrementar áreas de producción en los renglones priorizados dentro de la frontera agrícola actual (Ver Tabla 34)

Resultados

- Los cultivos de tabaco rubio, cacao y tomate de árbol decrecieron su área sembrada -28,7%, -22,1% y -13,7%, respectivamente.
- Incrementaron sus áreas de siembra, maracuyá 16,2%; cholupa 16,5%; mora 44,8%; lulo 49,4%; granadilla 87,8% y cafés especiales en un 212,3%);
- Con el no cumplimiento de la meta 1 los renglones priorizados pierden productividad.

Objetivo 1: Consolidar al Huila como primer productor agroindustrial de base tecnológica

Resultado

- Es claro que en los primeros 9 años de vigencia de la Agenda Interna, el Huila no es el primer productor Agroindustrial de base tecnológica. El retraso en Ciencia y Tecnología y la situación actual presentada confirman el No cumplimiento de este objetivo.

Objetivo 2: Implementar el sistema de cadenas productivas en los renglones priorizados

Resultado

- El Huila implementó las siguientes cadenas productivas: cacao, hortofrutícola, tabaco. La cadena productiva de café hasta el año 2014, se estaba constituyendo. Las cadenas de tabaco y cacao existen con anterioridad a la vigencia de la Apuesta Productiva. La existencia de estas cadenas ha generado muy poco valor agregado agroindustrial y se han focalizado en la producción agropecuaria.

Objetivo 3: Generar productividad y valor agregado mediante integración producción-comercialización

Resultado

- La productividad no se logró a juzgar por la meta 1.
- En cuanto a la generación de valor agregado, de acuerdo con el porcentaje de transformación de los insumos agropecuarios, 57.1%, se considera una baja producción agroindustrial que aporta al PIB del Huila 0.9% mientras el componente agropecuario hace el 12% (ver situación actual de la Agroindustria en el Huila en este documento).

Objetivo 4: Garantizar investigación e incorporación de tecnologías en cada cadena

Resultado

- Existe investigación no consolidada y ocasional en sistemas de producción primaria y no en agroindustria aunque se reportan dos estudios sobre aprovechamiento de la cholupa (propiedades y usos posibles en farmacéutica) y uva, ambos sin aplicación práctica.
- Se elaboraron cartillas y manuales en todas las cadenas y distribuidas a los productores. Estas guías tecnológicas no se han aplicado en su totalidad.
- La investigación académica se ha quedado como informes de resultado y no acogida por los empresarios. Las realizadas por CEPASS, sí se han aplicado.

Objetivo 5: Respetar las fronteras ambientales mediante la adopción de producción más limpia (P+L)

Resultado

- No existen sistemas de producción más limpia (P+L) en la producción agropecuaria del Huila.

Objetivo 6: Posicionar el sello o marca Huila con productividad ecológica en el mercado Internacional

Resultado

- 88.400 toneladas de cafés especiales se exportaron bajo el cumplimiento de certificaciones internacionales pero no con marca o sello Huila según el objetivo de la Agenda Interna. En el mismo renglón, pero promovido por la Federación de Cafeteros, se comercializa café con empaque Huila.

2.2.3.1.3. CUMPLIMIENTO EN REQUERIMIENTOS O NECESIDADES Y ACCIONES

En la tabla 35, de las 13 necesidades o requerimientos priorizados para ser atendidos con la ejecución de 23 acciones, solo 27.3% de las primeras se cumplieron tras haberse desarrollado efectivamente el 29.3% de las acciones planteadas. El detalle de este desempeño debe tomarse como avance hacia la meta señalada por la Agenda Interna al 2020 y cuya calificación del cumplimiento está influenciada por el impacto generado por los planes de acción ejecutados y no solamente por la relación aritmética entre priorizaciones y realizaciones.

Tabla 35. Cumplimiento de requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Agroindustrial

Factores de competitividad	Necesidades y requerimientos		Acciones		Impacto generado %	
	Priorizadas	Cumplidas	Priorizadas	Cumplidas	Necesidades	Acciones
Entorno económico	1	1	1	1	10%	10%
Internacionalización de la economía	1	1	2	2	30%	30%
Innovación y desarrollo	2	2	4	3	42%	42%
Conectividad, infraestructura y equipamiento	4	1	5	2	10%	10%
Formación recurso humano	1	1	2	2	30%	40%
Sostenibilidad ambiental	1	1	3	3	20%	23%
Desarrollo institucional	2	2	3	3	40%	43%
Desarrollo empresarial	1	1	3	3	36%	36%
TOTAL DE LA APUESTA	13	10	23	19	27.3%	29.3%

En la estructuración de la línea base aparecen las necesidades, requerimientos y acciones establecidas para el análisis, por lo que no es necesario incluirlas nuevamente y solo se muestra la tabla resumen.

La lectura correcta de este cumplimiento indica que el logro en entorno económico, por ejemplo, si bien se atendió una necesidad priorizada al igual que una acción priorizada, su impacto resultó muy por debajo de lo esperado. De ahí la calificación otorgada. Igual procedimiento se aplicó a todas las Apuestas Productivas.

2.2.3.1.4. LOS ESCENARIOS MACRO PARA LA AGROINDUSTRIA

Mientras la Agroindustria en el Huila muestra la radiografía expuesta en las líneas anteriores, en Colombia y el mundo su estructura difiere de manera importante por lo que constituyen referentes clave para intentar la reestructuración de la huilense.

2.2.3.1.4.1. EN COLOMBIA

A nivel nacional, el aporte del componente industrial genera mayor valor agregado que a nivel departamental. El Huila participa de manera importante en la producción primaria de los cultivos priorizados en la Agenda Interna pero no aparece en las cadenas agroindustriales en el país. En cacao, el Huila es el quinto

productor nacional y aporta 4.15% de la producción nacional; en tabaco rubio, es el primero con el 15.83% de la producción del país; en café también es el primer productor con el 17.74% del café del país; en cholupa es único productor; en granadilla, es el primer productor con 50.12% de la producción nacional; igual en lulo, cultivo en el que aporta 19.88% a la producción del país; en maracuyá es el segundo productor del país con el 19.35%; en mora es el cuarto productor y aporta al país el 6.57%; en uva es el segundo productor nacional con 14.89%. Solo en tomate de árbol no aparece el Huila⁶⁴. En cambio, cuando se analiza el comportamiento de las cadenas productivas agroindustriales la presencia del Huila no es la misma. En la Tabla 36 se registra el comportamiento de quince cadenas agroindustriales según DNP en el periodo 2005-2012. La cadena más productiva es la molinería (arroz, trigo y maíz) con una producción a precios de fábrica de 7.8 billones de pesos. En esta cadena, la participación del Huila por la molinería de arroz, es muy importante y su liderazgo en el mercado del arroz es reconocido a nivel nacional.

En la cadena de cárnicos, no priorizada, el Huila no aporta significativamente. Esta cadena es la segunda en importancia (6.4 billones al 2012) seguida de azúcar, confitería y chocolate con 6.3 billones (incluye panela con participación del 1.11% del total de la cadena). Cierra el “top cinco” de las cadenas agroindustriales en Colombia, cerveza, malta y licores (5.5 billones en producción) y lácteos (5.2 billones). Textiles y confecciones es la sexta cadena Agroindustrial (Incluye solo textiles de fibra natural, algodón). En ninguna de estas cadenas la presencia del Huila es relevante. Pesca y atún se registra en la Apuesta Productiva Piscícola.

Tabla 36. Agroindustria en Colombia

Cadena Productiva	V/r Producción en fábrica (millones de pesos)	
	2005	2012
Alimentos concentrados o balanceados	\$2.480.883,94	4.580.839,42
Azúcar, confitería y chocolatería	\$4.144.993,82	\$6.380.839,16
Café y té	\$3.087.330,12	\$3.469.391,96
Cárnicos	\$2.730.253,31	\$6.408.885,14
Cerveza, malta y licores	\$2.910.853,19	\$5.505.858,43
Cuero, calzado e industria marroquinera	\$1.101.566,69	\$1.547.256,21
Hortofrutícola	\$897.774,96	\$1.329.285,13
Lácteos	\$3.093.804,57	\$5.291.389,17
Madera y muebles de madera	\$717.851,31	\$1.438.160,56
Molinería de arroz, otros	\$4.642.136,39	\$7.815.873,89
Oleaginosas, aceites y grasas	\$2.092.153,41	\$3.436.442,93
Pesca y atún	\$487.063,22	\$484.721,75
Tabaco	\$515.331,93	\$576.644,87
Textil y confecciones	\$4.181.109,98	\$5.040.837,23
Caucho	\$953.939,80	\$1.011.211,82
TOTAL	\$34.037.046,62	\$54.317.637,68

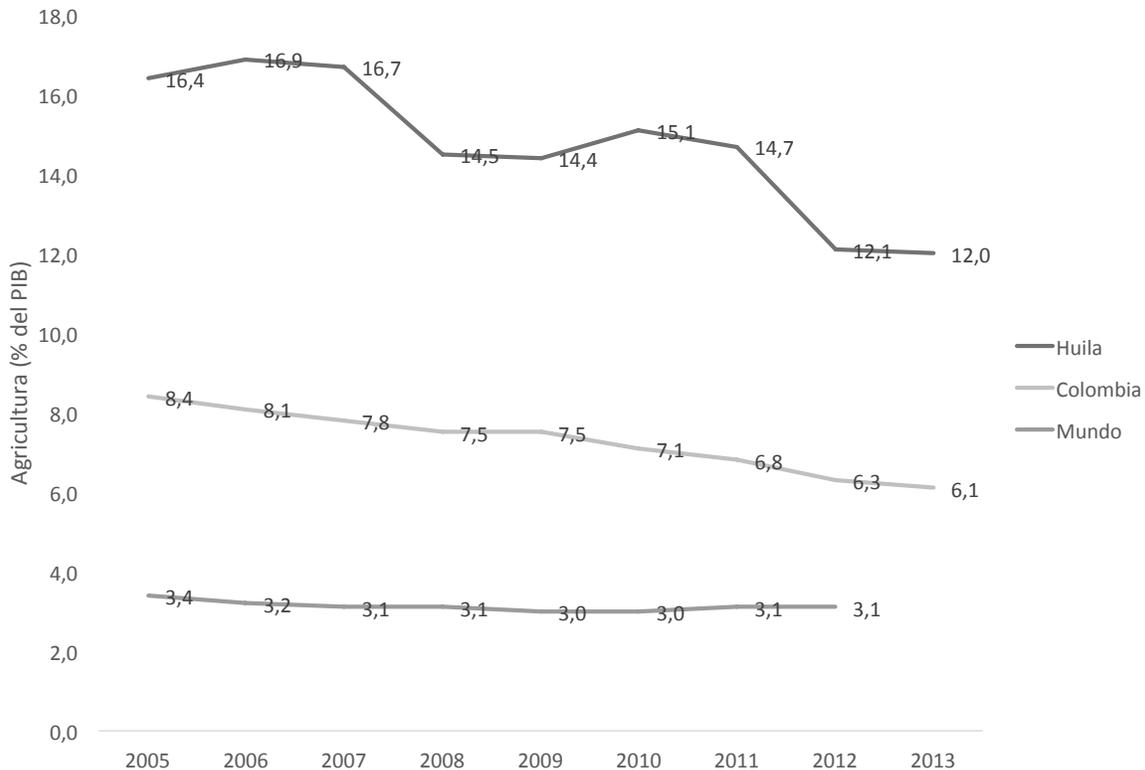
Fuente. Análisis de Cadenas Productivas – DNP Elaborada por el autor con clasificación CIU

⁶⁴ Fuente: Agronet

2.2.3.1.4.2. LA AGROINDUSTRIA EN EL MUNDO

La agroindustria a nivel mundial muestra una baja participación de los insumos agropecuarios, contrario a las cifras en nuestro país y región. En efecto, de acuerdo con la gráfica 2, mientras el sector primario en el Huila participa con el 12% del PIB departamental y en Colombia hace el 6.1% del PIB del país, en el mundo el sector agropecuario tan solo llega a 3.1% del PIB mundial. Nuestros países se han especializado en ser productores y exportadores primarios. Según Procolombia, las exportaciones de productos primarios del país entre 2002 y 2012 crecieron un 120%, pasando de US\$2.127 millones en 2002 a US\$4.680 millones en 2012.

Gráfica 2. Participación % del sector “agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca” en el PIB del Huila, de Colombia y del mundo.



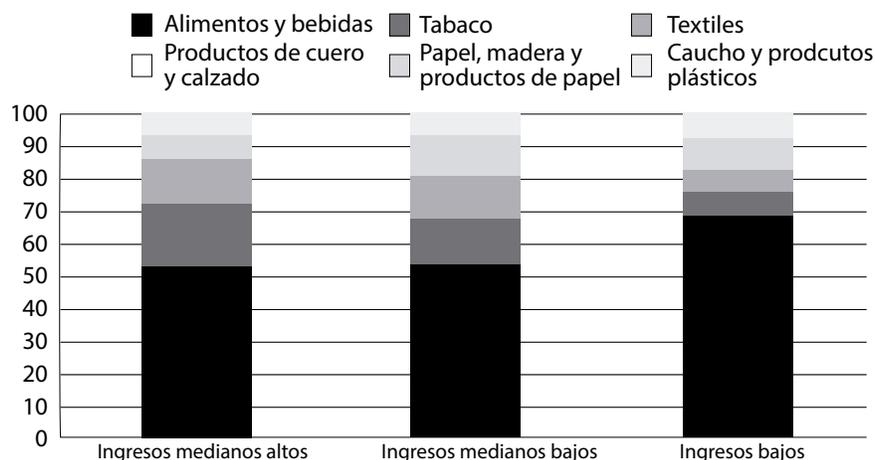
Fuente: Banco Mundial; Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE.

En los países basados en la agricultura, su contribución a la elaboración total es de un 66%, mientras que en los países urbanizados y en transformación, las cifras son de 38% y 37%, respectivamente. Según la ONU, los bajos Índices de Desarrollo Humano, IDH, están directamente relacionados con las bajas proporciones de desarrollo de los agronegocios en la agricultura. En los Estados Unidos, los agronegocios contribuyen 13 veces más al PIB que las actividades agrícolas puras.

A nivel mundial, dentro de la Agroindustria, el procesamiento de alimentos y bebidas es, en mucho, el subsector más importante en términos de valor agregado ya que representa más del 50% del total del sector formal del agro procesamiento en los países de Ingresos medianos bajos, y más de un 60% en los países de ingresos medianos altos (ver Gráfica 3).

El subsector de procesamiento de alimentos: carne, pescado, frutas, hortalizas y grasas, así como productos de panadería, pastas alimenticias, chocolate, hacen, en conjunto, entre un 70 y un 75% del valor agregado total. Los granos son relativamente más importantes para los países de ingresos bajos y los productos lácteos para los países de ingresos altos. Las industrias alimentarias en los países emergentes están experimentando una considerable expansión, especialmente en América Latina y Asia.

Gráfica 3. Composición del sector del procesamiento en términos de valor añadido



Fuente: "Agroindustria para el Desarrollo" Op.Cit

Por países, en la Tabla 37 aparecen los principales exportadores e importadores de los productos priorizados por la Agenda Interna de Productividad y Competitividad no procesados o transformados. Tal como se observa, el café (sin tostar, sin descafeinar) es el único producto priorizado por la AIPC en el que aparece Colombia como uno de los tres principales exportadores del mundo para el año 2013 con un valor total exportado de 1.883 millones de dólares. Brasil y Vietnam encabezan el ranking de exportadores. Por el lado de los consumidores, Estados Unidos (4.369 millones de dólares), Alemania (2.886 millones de dólares) y Japón (1.479 millones de dólares) son los mayores importadores. En cacao, los grandes exportadores son los países africanos pero, aunque no aparecen como importadores importantes, Alemania, Italia y Suiza son tradicionales procesadores de cacao en confitería, dulcería y chocolatería fina.

Colombia tiene opciones en este renglón en el que no aparece a nivel mundial. En los demás renglones priorizados, tampoco aparece Colombia y los países líderes del mercado son los tradicionales productores e importadores.

Tabla 37. Principales exportadores e importadores mundiales de los productos priorizados dentro de la Apuesta Agroindustrial en la AIPC del Huila, 2013

Producto	Exportaciones			Importaciones		Valor total (miles de dólares EUA)
	Principales exportadores	Cantidades	Valor total (miles de dólares EUA)	Principales importadores	Cantidades	
Café sin tostar, sin descafeinar	Brasil	1.699.145	4.582.227	Estados Unidos	1.313.228	4.369.787
	Vietnam	1.302.481	2.880.080	Alemania	1.053.431	2.886.759
	Colombia	542.820	1.883.906	Japón	455.983	1.479.057
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Ghana	526.187	4.555.758	Irán	4.948	3.190.250
	Costa de Marfil	813.891	2.044.456	Países Bajos	622.282	1.563.439
	Nigeria	216.767	549.356	Estados Unidos	445.203	1.137.586
Tabaco sin desvenar o desnervar	Turquía	52,133	434,663	Estados Unidos	53.690	335.595
	Grecia	50,635	220,002	Bélgica	33.113	213.188
	Bulgaria	37,571	209,513	Indonesia	44.991	211.306

Producto	Exportaciones			Importaciones		Valor total (miles de dólares EUA)
	Principales exportadores	Cantidades	Valor total (miles de dólares EUA)	Principales importadores	Cantidades	
Uvas frescas	Chile	869.928	1.707.679	Estados Unidos	561.802	1.361.383
	Estados Unidos	474.264	1.084.478	Países Bajos	333.166	871.299
	Italia	508.018	815.016	Alemania	315.275	690.432
Frambuesas, zarzamoras, moras y moras- frambuesas, frescas	Estados Unidos	41.150	290.083	Estados Unidos	90.160	456.775
	España	18.994	204.308	Canadá	37.878	258.892
	México	51.518	162.177	Reino Unido	15.105	123.584
Las demás frutas u otros frutos frescos*	Vietnam	748.073	560.402	China	965.428	921.352
	Tailandia	482.847	344.901	Rusia	89.524	158.640
	China	92.096	183.824	Países Bajos	54.010	153.410

La producción de alimentos ha superado el crecimiento demográfico lo que ha llevado a un lento pero constante aumento en la disponibilidad media de alimentos por habitante que aumentó desde alrededor de 2.200 kilocalorías/día a principios de los sesenta a más de 2.800 kilocalorías/día en 2009 (FAO, Anuario Estadístico, 2014).

2.2.3.1.4.2.1. LA APUESTA AGROINDUSTRIAL EN LOS TLC'S

Un nuevo escenario ha sido formado por los Tratados de Libre Comercio firmados por Colombia con 17 países o grupos de países. Estos han generado preocupaciones en los sectores que resultan afectados pero entusiasmo en otros en los que claramente resultan favorecidos. En un análisis preliminar a partir del listado de productos incluidos en tales negociaciones (Ver tabla 38) claramente se aprecia que la Apuesta Agroindustrial resulta ganadora, lo cual confirma las opciones de los renglones priorizados. Específicamente, aparecen: café y sus derivados, frutas frescas, molinería, tabaco, cacao.

Esta realidad confirma la recomendación de que los países en desarrollo deben generar valor agregado para el mejoramiento de los términos de intercambio. Es cierto que el comercio intrarregional es una herramienta que puede garantizar la estabilidad del abasto de alimentos a mediano y largo plazo. Pero debe llegarse al comercio ampliado con productos procesados y no solo con los llamados commodities. No hay duda que representa una gran oportunidad para el sector agroindustrial y los países como Colombia deben orientar sus políticas a fortalecer la generación de valor agregado.

2.2.3.1.4.2.2. MEGATENDENCIAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL

De acuerdo con los informes "Perspectivas agrícolas 2014-2023" y "La agricultura en el mundo: hacia 2015/2030⁶⁵" elaborados por la OCDE y la FAO, la próxima década estará enmarcada en los siguientes parámetros básicos:

- » Comerciales: el continente americano dominará las exportaciones, mientras que China encabezará el crecimiento de importaciones en Asia.
- » De mercado (precios): las proyecciones mundiales de oferta y demanda apuntan a un descenso de precios reales de los commodities.
- » Demográficos: la población mundial pasará de los ocho mil trescientos millones en 2030; Se espera que el número de personas hambrientas en los países en desarrollo baje; sin embargo, África subsahariana es motivo de preocupación.

⁶⁵ <http://www.fao.org/spanish/newsroom/news/2002/7833-es.html>

Tabla 38. Oportunidades según acuerdos comerciales.

TRATADOS O ACUERDOS	PAÍS	OPORTUNIDAD
UNIÓN EUROPEA	PORTUGAL	Derivados del café, frutas frescas, productos de panadería y molinería.
		Tabaco
	ESPAÑA	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería, filetes de pescado.
	FRANCIA	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería.
	IRLANDA	Derivados del café, frutas frescas.
	REINO UNIDO	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería, filetes de pescado.
	BÉLGICA	Frutas frescas, cacao.
	HOLANDA	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería.
	DINAMARCA	Derivados del café.
	SUECIA	Derivados del café, frutas frescas.
	FINLANDIA	Derivados del café, frutas frescas.
	POLONIA	Derivados del café.
	REPÚBLICA CHECA	Derivados del café, frutas frescas.
	ESLOVAQUIA	Derivados del café, frutas y hortalizas frescas.
	AUSTRIA	Frutas frescas.
	ESLOVENIA	Frutas frescas.
ITALIA	Frutas frescas, cacao.	
ALEMANIA	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería.	
TLC EFTA	SUIZA	Derivados del café, frutas frescas, cacao.
	LIECHTENSTEIN	
TLC	ESTADOS UNIDOS	Derivados del café, cacao, productos de panadería y molinería, filetes de pescado.
	CANADÁ	
	CHILE	
	MÉXICO	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	GUATEMALA	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	HONDURAS	Derivados del café.
	SALVADOR	Derivados del café.
AMÉRICA Y EL CARIBE	COSTA RICA	Frutas frescas, productos de panadería y molinería.
	BAHAMAS	Productos de panadería y molinería.
	REPÚBLICA DOMINICANA	Productos de panadería y molinería.
	JAMAICA	Productos de panadería y molinería.
	TRINIDAD Y TOBAGO	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	BRASIL	Frutas frescas, productos de panadería y molinería.
	URUGUAY	Derivados del café, frutas frescas.
	BOLIVIA	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	PERÚ	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	ECUADOR	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	PANAMÁ	Derivados del café, productos de panadería y molinería.

TRATADOS O ACUERDOS	PAÍS	OPORTUNIDAD
ASIA Y OCEANÍA	CHINA	Derivados del café, productos de panadería y molinería.
	JAPÓN	Derivados del café, cacao.
	COREA DEL SUR	Frutas frescas.
	HONG KONG	Frutas frescas.
	AUSTRALIA	Derivados del café.
	SINGAPUR	Derivados del café, frutas frescas.
	MALASIA	Derivados del café, cacao.
	EMIRATOS ÁRABES	Derivados del café, frutas frescas.
	TURQUÍA	Derivados del café, frutas frescas, cacao, productos de panadería y molinería, tabaco.
	RUSIA	Derivados del café, frutas frescas.

Fuente: Exportaciones Huila aprovecha los TLC, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013.

De preferencias: la población mundial, de aquí al 2030, se nutrirá cada vez mejor; los modelos de consumo de alimentos se parecen cada vez más en todo el mundo y se orientan hacia alimentos de mejor calidad y más caros.

De productividad: buena parte del aumento en la producción de alimentos en el futuro será debido a una mayor productividad; la expansión de la tierra cultivable destinada a la producción de alimentos crecerá más despacio, dado que a nivel mundial se prevé que la deforestación siga disminuyendo; la superficie irrigada en los países en desarrollo pasará de las 202 millones de hectáreas actuales a los 242 millones de hectáreas en 2030.

De ciencia, tecnología e innovación: las modernas biotecnologías podrían servir para mejorar la seguridad alimentaria.

De sostenibilidad ambiental: han surgido otras tecnologías promisorias que combinan aumento de producción con una mayor atención al medio ambiente; los cambios de clima podrían intensificar la dependencia de algunos países en desarrollo de las importaciones de alimentos.

Así, con base en el contexto planteado por la OCDE y la FAO, para la agroindustria⁶⁶, resulta fundamental la intensificación del componente de transformación, en la medida que la generación de valor agregado permitirá a los países aprovechar las oportunidades comerciales que se vislumbran con Asia (liderada por China) y evadir algunas amenazas del mercado, en términos de precios de los commodities.

2.2.3.1.5. CONCLUSIONES:

1. Todos los esfuerzos en esta Apuesta Productiva se han quedado en el componente primario sin que se haya dado el paso hacia la generación de valor agregado. Como ya se demostró en el análisis de la agroindustria en el mundo, es imperativo dar el salto hacia la oferta de productos agroindustriales. El Huila no puede seguir apostándole exclusivamente a ser cultivador sino a impulsar la agroindustria en nuestras propias fronteras para garantizar la recirculación de los recursos generados en beneficio de la región. Con esto se invita a que se reconozca la parte industrial de la Apuesta Agroindustrial y cuyo propósito fue convertirse en el primer productor agroindustrial del país, una aspiración retadora.

⁶⁶ Entendida aquí en términos generales como las actividades, posteriores a la cosecha, relacionada con la transformación, la preservación y la preparación de la producción agrícola para el consumo intermedio o final, ocupa una posición dominante en la manufactura a medida que los países en desarrollo intensifican su crecimiento. Tanto así que la agroindustria desempeña una función fundamental en la creación de ingresos y de oportunidades de empleo en los países en desarrollo (Wilkinson y Rocha, 2013).

2. A pesar de los numerosos grupos asociativos existentes en el sector primario, la asociatividad es escasa. No se han aprovechado opciones claras de mejorar las condiciones productivas y de bienestar por falta de una visión más integral por lo que los grupos asociativos muestran una debilidad empresarial que debe atenderse y superarse. El sector cafetero es un ejemplo de que, con una visión colectiva y con compromiso institucional es posible fortalecer los ejercicios empresariales. Al acompañamiento oficial hay que agregarle gestión propia con productividad, optimizando sus limitados recursos en lugar de esperar a que el sector público les brinde más recursos. El sector no puede seguir perdiendo las oportunidades que brinda el mercado ampliado con los TLC's.

3. Se impone fortalecer los programas de formación empresarial y en elevar el nivel educativo de los actores primarios. Los colegios agropecuarios, por ejemplo, deben superar la formación exclusivamente agropecuaria y complementar sus currículos con créditos académicos que acerquen a los estudiantes a la transformación de los resultados de su aprendizaje primario para que entiendan el significado del concepto "valor agregado". Solo así se garantizaría un adecuado relevo generacional dentro de la modernidad productiva, tecnológica y con visión mundial.

4. El sector agropecuario requiere de tecnología para garantizar la transformación de la producción primaria. No existe una actividad que no encuentre en la tecnología solución a sus problemas productivos y de logística. Son los llamados, más que otros, a promover una verdadera transferencia de conocimiento y adaptación de procesos ya probados en otros lugares del planeta. El Huila presenta grandes falencias en este factor pero, hoy, el conocimiento está más al alcance de países y productores por lo que hacer verdadera vigilancia tecnológica es una decisión que se debe tomar para superar el tradicional atraso del sector.

5. Los requerimientos de inversión, como en todas las actividades, son cuantiosos. Pero no solo el Estado debe proporcionar los recursos sino los productores de acuerdo con sus capacidades y con una adecuada gestión para lograr recursos externos. USAID, la cooperación internacional de los Estados Unidos es un buen ejemplo de lo que ha hecho para promover cultivos en el Huila (fríjol, para citar uno). La figura de agricultura por contrato también es posible pensarla con compradores internacionales sin descartar la inversión directa de compañías expertas en la comercialización internacional que comprometen producción de países en desarrollo. A manera de ejemplo, compañías con asiento en New York, venden especias de Sri Lanka. Los mismos rusos venden úrea a través de compañías americanas desde la existencia de la Unión Soviética. ¿Por qué no nuestros productores agrícolas?

6. Hay que perderle el miedo a la comercialización internacional. Para ello no basta con producir sino hacerlo con sostenibilidad ambiental. Producción sostenible, orgánica, limpia es, desde hace rato, exigencia del mercado mundial. Los cafeteros, por ejemplo, lo saben y se han preparado para ello. En los otros renglones primarios también es posible. Ya se conocen esfuerzos de arroceros, cacaoteros y paneleros al igual que ganaderos. Estas iniciativas tienen que fructificar en el largo plazo como requisito ineludible para el mejoramiento de los resultados en el sector agroindustrial con valor agregado.

2.2.3.2. DIAGNÓSTICO APUESTA PRODUCTIVA TURISTICA

Situación actual

La Apuesta Productiva Turística en el departamento del Huila, ha tenido un entorno económico muy favorable pues la tendencia del turismo contemporáneo anima al turista a consumir productos cuyas principales actividades estén relacionadas con el contacto con la naturaleza y la interacción con la cultura local. Estas actividades captan la decisión de viaje del 38% de los turistas del mundo.⁶⁷ Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia ha definido el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo cultural como productos turísticos de talla mundial⁶⁸. Además, la conectividad vial y aérea del Huila hoy es mucho mejor y confortable. En materia vial la Troncal del Magdalena está en óptimas condiciones y

⁶⁷ Fuente: Organización Mundial del Turismo, documento Panorama 2020

⁶⁸ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Plan Sectorial Nacional de Turismo 2010-2014. Hace 30 años los visitantes a San Agustín y Machu Picchu eran muy similar y cercana a los 40.000 turistas.

el Gobierno Nacional anuncia la construcción de la doble calzada Neiva-Campoalegre y otras obras dentro del plan nacional de modernización de la infraestructura vial, muy favorables para la oferta de turismo del Huila.⁶⁹ La remodelación y adecuación de los aeropuertos Benito Salas Vargas de Neiva y Contador de Pitalito también contribuyen a mejorar los tiempos de movilidad de los turistas que tienen como destino la zona sur del Huila.

A pesar de este favorable entorno, el desempeño en la Apuesta Turística resulta distante de los objetivos y metas señaladas en la AIPC. En el periodo analizado, el número de turistas llegados al departamento del Huila pasó de 340.000 (2005) a 877.834 en el 2013. Sin embargo, la cifra podría ser mayor si se hubiesen desarrollado los proyectos estratégicos proyectados para la generación de demanda⁷⁰. De estos, los turistas internacionales que visitaron la Zona Arqueológica de San Agustín-Isnos también crecieron al pasar de 2.000 en el año 2005 a 7.000 en el año 2013⁷¹. Esta cifra está lejos de la obtenida por su par internacional Machu Picchu, un referente obligado, que en año 2013 fue visitado por 2.4 millones de turistas⁷².

El origen del turista que llega al departamento del Huila sigue siendo nacional en un 99%, (los visitantes a la zona arqueológica son nacionales en el 90%). Quienes visitan al Huila, declaran que los negocios son, en el 85%, el motivo de su viaje lo que nos pone distantes de la tendencia mundial en el ecoturismo. Solo el 15% lo hace por ocio. Al 2006, las cifras eran 76% y 15% respectivamente; 6% por congresos y 3% por diversos motivos. Al 2009, 82% visitaba al Huila por negocios y 18% por turismo, es decir, la tendencia en favor de los negocios se mantiene lo que invita a su modificación para incentivar las visitas por turismo ya que la sensación es que el Huila no es un destino turístico.

La insatisfacción por el resultado se sustenta en que el Huila cuenta con un Plan Sectorial de Turismo que no ha puesto en vigencia⁷³ y los empresarios han duplicado las habitaciones hoteleras en los nueve años de vigencia de la Agenda Turística igual que ha crecido el número de agencias de viajes y turismo. Además, el Huila ha construido, como complemento del Plan Sectorial de Turismo y la Apuesta Productiva del Turismo, la Ruta Competitiva de Turismo, con baja implementación. Esto sin contar con las nueve políticas en favor del turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.⁷⁴ En otras palabras, faltó gestión.

2.2.3.2.1. CUMPLIMIENTO DE METAS Y OBJETIVOS.

META 1: Captación de 2.2 millones de turistas al año al 2020

Resultado.

Con base en el cálculo de ocupación hotelera, se asume que la capacidad total de atención de turistas en el año equivale al número de habitaciones existentes por 365 días. Al valor resultante se le aplica el Índice de Ocupación Hotelera determinado por el DANE para los años 2005 (34%) y 2013 (52,5%) y se sensibiliza con un margen de error del 10%. Las cifras resultantes deben tomarse como indicativas por cuanto resulta imposible verificar los datos⁷⁵.

⁶⁹ En el momento de la actualización de la AIPC, se confirmaron dos dobles calzadas: Santana- Neiva, desde Putumayo y Espinal Neiva.

⁷⁰ Parque islas de Aventura, Parque Temático Desierto de La Tatacoa, Red de Parques y Museos del Alto Magdalena, Senderos de la Cosmovisión, Tren Turístico Neiva-Villavieja

⁷¹ Fuente: Parque Arqueológico de San Agustín, 2013

⁷² Fuente: Ministerio Peruano de Comercio Exterior y Turismo, 2014

⁷³ Fuente: artículo 17 de la Ley 300 de 1996

⁷⁴ Desarrollo del Ecoturismo, Turismo Cultural, Calidad, Competitividad, Mercadeo y Promoción, Artesanías, Playas Turísticas, Turismo Social, Seguridad, Educación Turística.

⁷⁵ Este recurso resulta necesario ante la inexistencia de la Cuenta Satélite de Turismo que es el recomendado por la ONU para evaluar el comportamiento del sector a nivel mundial. En el Huila no se ha asumido esta tarea.

Tabla 39. Número estimado de turistas/Año 2005-2013

AÑO 2005				AÑO 2013			
HABITACIONES	CAPACIDAD HOTELERA/AÑO TOTAL	IOH	TURISTAS	HABITACIONES	CAPACIDAD HOTELERA/AÑO TOTAL	IOH	TURISTAS
2.740	1.000.100	34,0%	306.030	4.581	1.672.065	52,5%	790.051

Fuente: Construcción propia con base en Inventario Turístico 2005, e información Secretaría Departamental de Cultura y Turismo 2014, y DANE.

La Tabla 39 muestra que la llegada de turistas al Huila creció en el periodo 2005-2013, 158% (una y media veces). Linealmente (sin incrementos año a año), en los 9 años creció 17.5%/año. No obstante, la cifra no puede tomarse totalmente como crecimiento de turistas porque personal vinculado al sector petrolero y a la construcción de la Hidroeléctrica de El Quimbo (que no serían turistas sino residentes temporales) habitan en hoteles lo cual pudo afectar este resultado. Adicionalmente, habría que considerar los turistas que llegan a alojarse en casas de familia, fenómeno que se presenta especialmente en las fiestas de San Pedro y otras festividades locales como las adelantadas en agosto (esto haría la diferencia, 87.783, frente a la cifra mencionada al comienzo de este análisis). En todo caso, la meta no se ha cumplido en los primeros 9 años de vigencia de la Agenda Interna. Para determinar la proyección de cumplimiento de la meta al 2020 se insiste en estructurar la Cuenta Satélite de Turismo para el adecuado seguimiento al sector.

OBJETIVO 1: Distribuir el territorio (enfoque territorial) en cuatro clúster turísticos⁷⁶

Resultado.

La Alcaldía de Neiva lideró en el año 2013 la estructuración del Clúster Turístico Neiva Ciudad Región⁷⁷. Los restantes tres (3) clúster no se han implementado.

OBJETIVO 2: Estructurar la Apuesta Turística con base en el desarrollo del turismo rural, la gastronomía local, la ecoaventura y la astronomía

En la tabla 40 aparecen los productos turísticos estructurados en el periodo analizado con el impacto generado en número de turistas por cada uno. Dada la relativa reciente implementación de la mayoría de productos, el impacto es pequeño.

Tabla 40. Productos turísticos estructurados.

No.	TIPO DE TURISMO	PRODUCTO	TURISTAS 2005-2013 (personas)
1	Rural	Ruta cafetera Gigante - Garzón	40
2	Gastronomía local	Mojarra Yaguareña	60
3	Ecoaventura	Vive la Aventura Yuma	8.820
4		Territorio Páez	1.200
5	Astronomía	Sin estructurar	0
	TOTAL		10.120

Fuente: Construcción propia elaborada con base en información de los empresarios

El producto turístico Vive La Aventura Yuma se estructuró y validó en el año 2005, Territorio Páez en el año 2013 y Mojarra Yaguareña en el año 2014.

⁷⁶ Clúster Eco Arqueológico; Clúster Neiva ciudad región; Clúster Desierto de La Tatacoa y su área de influencia y Clúster Yaguará - Betania.

⁷⁷ Integrado por los municipios de Neiva, Aipe, Villavieja, Palermo, Rivera y Yaguará.

OBJETIVO 3: Posicionar a Neiva como un Centro Empresarial, de Negocios y Eventos**Resultado.**

Si bien en la tabla 41 aparecen los eventos realizados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, la naturaleza de los mismos permite concluir que este objetivo no se cumplió. Neiva apenas se asoma a la realización de eventos a nivel nacional.

El Centro de Convenciones José Eustasio Rivera opera con seis salones para eventos⁷⁸, su capacidad instalada le permite atender 2.190 eventos/año, lo que significa que al año 2012 tuvo registro de ocupación del 34.8%.⁷⁹ La gráfica 4 muestra el origen de los eventos. Claramente se observa la participación local (77%) y regional (17%), realidad que poco aporta al cumplimiento del objetivo propuesto y en especial a la generación de turistas para el departamento y Neiva en particular; resulta evidente la necesidad de emplearse a fondo en la promoción nacional de Neiva como ciudad de eventos, máxime ahora, que entró en operación el Recinto Ferial de Neiva.

Tabla 41. Eventos realizados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera según tipología 2008-2012

TIPO DE EVENTO	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%	2012	%
Congreso	57	14,81	45	12,36	43	11,53	72	10,75	81	10,60
Convención	18	4,68	15	4,12	13	3,49	74	11,04	98	12,83
Simposio	14	3,64	17	4,67	20	5,36	32	4,78	48	6,28
Conferencia	78	20,26	75	20,60	67	17,96	98	14,63	125	16,36
Negocios	30	7,79	28	7,69	24	6,43	46	6,87	45	5,89
Ferias	12	3,12	10	2,75	14	3,75	25	3,73	23	3,01
Muestras comerciales	25	6,49	31	8,52	38	10,19	48	7,16	49	6,41
Gobierno nacional	6	1,56	1	0,27	2	0,54	4	0,60	0	0,00
Gobierno departamental	22	5,71	31	8,52	28	7,51	42	6,27	39	5,10
Alcaldías	9	2,34	2	0,55	1	0,27	0	0,00	1	0,13
Fiestas	12	3,12	10	2,75	18	4,83	25	3,73	24	3,14
Sociales	45	11,69	48	13,19	50	13,40	105	15,67	112	14,66
Religiosos	12	3,12	9	2,47	23	6,17	28	4,18	32	4,19
Otros	45	11,69	42	11,54	32	8,58	71	10,60	87	11,39
TOTAL	385	100,0	364	100,0	373	100,0	670	100,0	764	100,0

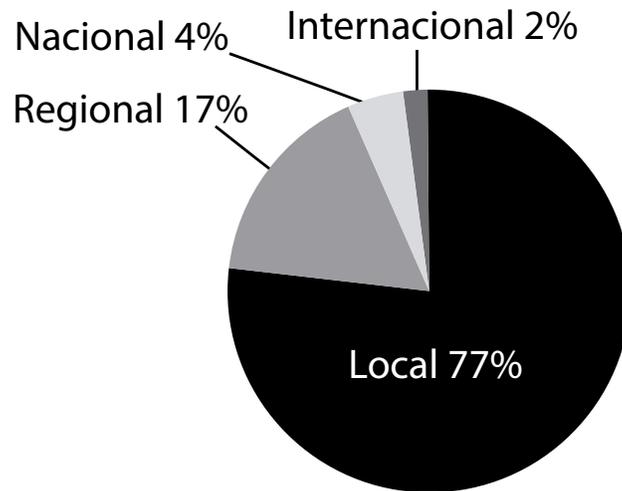
Fuente: Inturhuila, 2012

⁷⁸ Águila Andina, Los Potros, El Río, La Vorágine, La Selva y Tierra de promisión

⁷⁹ Fuente: Construcción propia con base en la información de la Tabla 41

Gráfica 4. Origen de eventos en Centro de Convenciones

ORIGEN DE LOS EVENTOS



Fuente: Alcaldía de Neiva, Neiva Eventos, 2010

El Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco es el único evento que se ha posicionado en el ámbito nacional. Sin embargo, no existe información confiable sobre el número de turistas que genera el evento (la percepción rodea la cifra de entre 80.000 y 100.000 turistas/festival).

OBJETIVO 4: Convertir al departamento en un modelo territorial para el ecoturismo.

Resultado

Objetivo con poco avance. En la tabla 42 se muestran las áreas naturales para el ecoturismo en el departamento del Huila. De las (13) áreas naturales caracterizadas para el desarrollo del ecoturismo solo tres (3) están en operación comercial; las cifras reportadas por la Unidad Administrativa de Parques Nacionales sobre el número de visitantes a estos parques resultan pequeñas. La cifra de visitantes al Desierto de La Tatacoa (que es el más visitado de todos los parques) se obtiene de la información aportada por los operadores, especialmente Asotur con centro de operación en el municipio de Villavieja.

Tabla 42. Áreas naturales para el ecoturismo en el departamento del Huila

No	ÁREA NATURAL	CATEGORÍA	ESTADO	TURISTAS 2013
1	Cueva de Los Guácharos	Parque Nacional Natural	En operación	829
2	Puracé	Parque Nacional Natural	En operación	3.302
3	Nevado del Huila	Parque Nacional Natural	Sin operación	0
4	Picachos	Parque Nacional Natural	Sin operación	0
5	Sumapaz	Parque Nacional Natural	Sin operación	0
6	Corredor Biológico Guácharos - Puracé	Parque Regional Natural	Sin operación	0
7	Páramo de Miraflores	Parque Regional Natural	Sin operación	0
8	Cerro Ojo Blanco	Parque Regional Natural	Sin operación	0

No	ÁREA NATURAL	CATEGORÍA	ESTADO	TURISTAS 2013
9	Desierto de La Tatacoa	Distrito de manejo integrado	En operación	130.000
10	Peñas Blancas	Parque Municipal Natural	Sin operación	0
11	San Jacinto	Parque Municipal Natural	Sin operación	0
12	Las Nieves	Parque Municipal Natural	Sin operación	0
13	La Siberia	Parque Municipal Natural	Sin operación	0
TOTAL				134.131

Fuente: Construcción propia con base en información de los entes territoriales, 2014

OBJETIVO 5: Aprovechar las aguas termales para participar del turismo medicinal (termalismo) en el mundo

Resultado

Aunque se creó en 2006 la empresa Spa Rivera Termales para impulsar el termalismo, este objetivo no se ha cumplido. Otros sitios con oferta de termalismo ofrecen solo el agua sin servicios terapéuticos por lo que se desaprovecha el agua termal al destinarla a recreación y no para tratamientos de salud.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA APUESTA TURÍSTICA EN LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD

La Tabla 43 muestra el resumen de la evaluación del desempeño de la Apuesta Turismo en el periodo 2005-2013 con los mismos argumentos expuestos para la evaluación de la Apuesta Agroindustrial. De 11 necesidades a atender mediante la ejecución de 21 acciones se cumplieron 8 y 13 respectivamente para un cumplimiento de 23.1% y 35.6% de acuerdo con el impacto generado.

2.2.3.2.2. EL MACRO ESCENARIO PARA EL TURISMO

En Colombia

Colombia le ha apostado a convertirse en el quinto destino turístico latinoamericano. Trazó como meta al 2018 recibir 4 millones de turistas de origen internacional que le generen al país ingresos por 6 mil millones de dólares. La tabla 44 muestra el volumen de turistas internacionales llegados a Colombia en los años 2005 y 2013, así como el gasto promedio de cada turista en Colombia.

Aunque el número de turistas internacionales se duplicó, el gasto promedio disminuyó, por lo que en las proyecciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se espera captar, en la meta de los 4 millones de turistas internacionales, aquellos con capacidad de gasto de US\$1.500.

Tabla 43. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Turística

FACTORES DE COMPETITIVIDAD	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS		ACCIONES		IMPACTO %	
	PRIORIZADAS	CUMPLIDAS	PRIORIZADAS	CUMPLIDAS	NECESIDADES	ACCIONES
Entorno económico	2	2	2	2	15%	30%
Internacionalización de la economía	1	1	2	1	10%	25%
Innovación y desarrollo	1	1	2	2	50%	50%
Conectividad, infraestructura y equipamiento	3	1	3	2	25%	40%
Formación recurso humano	1	1	2	2	20%	40%
Sostenibilidad ambiental	1	1	3	2	30%	50%
Desarrollo institucional	1	0	2	0	0%	0%
Desarrollo empresarial	1	1	4	2	35%	50%
TOTAL APUESTA	11	8	20	13	23,1%	35,6%

Fuente: Construcción propia con base en la información aportada por el estudio.

*El nivel de cumplimiento tiene una íntima relación con el impacto generado en los resultados de la apuesta productiva y no solo con el número de requerimientos o acciones cumplidas.

Tabla 44. Turistas internacionales llegados a Colombia

AÑO 2005 ⁸⁰	AÑO 2013 ⁸¹
933 mil turistas con gasto per cápita/promedio de US\$1.391.	2.294.697 turistas con gasto per cápita promedio de US\$1.002

En cuanto al motivo de viaje del turista (Ver tabla 45), mientras en el Huila el ocio (o descanso) motiva al 18% de turistas, en Colombia 65.8% de quienes la visitan lo hace por esta razón (un aumento de 14 puntos porcentuales al 2005). Al mismo tiempo, quienes visitan a Colombia por negocios son 15% de los turistas que llegan. En el Huila, estos visitantes hacen el 82%, más de cinco veces la cifra nacional.

Tabla 45. Motivo de viaje turistas extranjeros a Colombia

MOTIVO DE VIAJE	AÑO 2005 ⁸²	AÑOS 2013 ⁸³
Ocio	51,0%	65,8%
Negocios y profesionales	15,0%	15,0%
Trabajo	27,0%	8,0%
Salud	*	0,3%
Otros motivos	7,0%	10,9%
TOTAL	100,0%	100,0%

⁸⁰ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Plan Nacional Sectorial de Turismo 2003-2006

⁸¹ Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Informe Turismo-Boletín febrero de 2014

⁸² Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Plan Nacional Sectorial de Turismo 2003-2006

⁸³ Fuente: Proexport Colombia, Informe Turismo Extranjero en Colombia, año 2012

Por países de origen de los turistas internacionales, el gran emisor hacia Colombia es Estados Unidos con 319.202. Los siguientes cuatro emisores, según la tabla 46, al año 2012 son Venezuela, Ecuador, España y Perú. En total, al 2012 Colombia recibió 1.592.822 turistas extranjeros.

Tabla 46. Origen de turistas internacionales a Colombia año 2012⁸⁴

No.	PAÍS	TURISTAS
1	Estados Unidos	319.202
2	Venezuela	250.404
3	Ecuador	114.564
4	España	94.805
5	Perú	88.844
6	Brasil	85.947
7	México	85.232
8	Chile	76.154
9	Canadá	44.497
10	Alemania	42.423
11	Francia	38.920
12	Panamá	30.654
13	Italia	29.945
14	Reino Unido	23.801
15	Argentina	11.555
16	Resto del mundo	255.875
TOTAL		1.592.822

En el Mundo

En el año 2013 se movilizaron por el mundo 1.087 millones de turistas, los diez países que mayor número de turistas recibieron aparecen en la tabla 47. No aparece ningún país latinoamericano en la tabla encabezada por los Estados Unidos (69.9 millones). España es el segundo y Francia es el tercero. Estos países son los tradicionales líderes en turismo receptivo. Aparecen China y Rusia, destinos calificados como distantes y enigmáticos con anterioridad al cambio hacia economías de mercado y hoy impulsando eventos de alcance mundial lo que los ha llevado a una apertura turística importante.

Los primeros cuatro países de la tabla, captaron recursos por 344.1 mil millones de dólares siendo Estado Unidos el mayor captador de ingresos por turismo receptivo con el 50% de la cifra mostrada. España percibió ingresos por 62.6 mil millones de dólares; Francia 56.7 mil millones de dólares y China 51.7 mil millones de dólares.

⁸⁴ Fuente: Proexport Colombia, Informe Turismo Extranjero en Colombia, año 2012

Tabla 47. Diez países líderes en turismo receptivo en 2013

No.	PAÍS	TURISTAS/Millones
1	Estados Unidos	69,9
2	España	60,7
3	Francia	56,7
4	China	55,7
5	Italia	47,7
6	Turquía	37,8
7	Alemania	31,5
8	Reino Unido	31,2
9	Rusia	28,4
10	Tailandia	26,5

Fuente: Organización Mundial de Turismo

2.2.3.2.2.1. LA APUESTA TURÍSTICA Y LOS TLC'S

Colombia ha firmado Tratados de Libre Comercio con 17 países del mundo en los que el turismo aparece como actividad considerada estratégica para facilitar el flujo de turistas en ambos sentidos; un primer paso con el Gobierno de los Estados Unidos fue el Acuerdo de Cielos Abiertos que empezó a operar en el año 2011, el cual elimina las limitaciones en el número de vuelos desde Estados Unidos a Colombia, como también de las aerolíneas o ciudades operadas. Asimismo el TLC con este país impulsó la ampliación de las visas a 10 años e incrementó las visitas de turistas a nuestro país. De otra parte, el número de viajeros provenientes de la Unión Europea en el año 2013 aumentó 8% en comparación al año anterior. El TLC con la Unión Europea entró en vigencia en el año 2013 y se prevé que con este acuerdo aumente la visita a Colombia de viajeros de estos países, todas estas facilidades que sin duda alguna favorecen el mercado turístico que el Huila debe aprovechar para colocar sus productos turísticos en el mercado internacional. Al Huila le asiste la responsabilidad de preparar oferta turística de acuerdo al target de los respectivos mercados y articularse con Procolombia en la gestión de sus productos turísticos en estos nuevos mercados; de lo contrario, resultaría una oportunidad fallida para la región.

2.2.3.2.3. CONCLUSIONES DE LA APUESTA TURÍSTICA

1. Es claro que en los primeros 9 años de vigencia de la AIPC, la Apuesta Turística y sus acciones estratégicas no se han cumplido. Prácticamente el Huila va a mitad de camino. Se ha desaprovechado un tiempo valioso para crear conciencia y competencias en turismo para que la sociedad huilense, en especial aquella de los destinos turísticos actuales o potenciales detectados, se apropie de esta y se atiendan los requerimientos con los planes de acción ojalá remozados. El cumplimiento de los factores de competitividad de apenas 23.1% en necesidades atendidas y 35.6% en acciones realizadas frente a las priorizadas no se compeadece con la importancia del turismo en el mundo y las acciones que en todo el orbe se practican para incentivar el intercambio de turistas en todos los países.

2. El departamento tiene muchos pendientes en esta Apuesta. En ciencia y tecnología, por ejemplo, ningún desarrollo tecnológico se ha aplicado a los productos turísticos por lo que la innovación deja mucho que desear. Los productos turísticos que se han incrementado parecen orientados más a un turismo local antes que nacional e internacional. De hecho, los primeros turistas registrados en los nuevos productos turísticos son del departamento o de los vecinos. Igual en conectividad, infraestructura y equipamiento,

hay esfuerzos en formación del recurso humano sin mayores incrementos en competencias.

3. El diagnóstico deja la sensación de que los recursos que en los distintos planes de desarrollo departamental se han destinado a promover el turismo se han aplicado ineficientemente y que el sector privado o inversionistas en busca de oportunidades de inversión no ven en el turismo una buena opción. La poca inversión en el sector turístico del Huila explica en mucho el incumplimiento de las metas y las acciones comprometidas en la AIPC.

2.2.3.3. APUESTA PRODUCTIVA PISCÍCOLA

2.2.3.3.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PISCICULTURA EN EL HUILA

La piscicultura⁸⁵ en el Huila, ha aumentado su producción significativamente. Entre los años 2005 y 2013 se triplicó, gracias al incremento en la producción de tilapia roja y plateada, que es el renglón de producción mayoritario en la actividad piscícola del Huila (ver tabla 48) permitiéndole incrementar su participación en la producción piscícola nacional del 24% al 52% especialmente entre los años 2009 y 2012 (En 2013, disminuyó su participación en 10 puntos porcentuales dado el incremento de la producción en otras zonas del país como Antioquia, Meta, Santander y Tolima, no solo en tilapia sino en cachama y trucha).

Tabla 48. Producción piscícola en el Huila (en toneladas)

ESPECIE	2005	%	2010	2013	%
Tilapia	9.855.9	94	20.371.0	35.429.4	95.2
Cachama	128.3	1	1.384.9	1.327.1	3.6
Trucha	53.2	1	170.0	64.5	0.2
Otros	404.0	4	513.7	373.0	1
Piscicultura Huila	10.441.5	100	22.439.6	37.194.0	100

Fuente: MADR Cadena de la acuicultura 2013

No obstante, el aporte de la piscicultura al PIB departamental ha disminuido. Mientras al 2005 la acuicultura representaba 0.66% del PIB Huila, al 2013 responde por el 0.56% de la producción departamental. Otros sectores han aumentado su participación en el PIB, especialmente la construcción. Este comportamiento se refleja también al medir el aporte de la acuicultura huilense al PIB Nacional. Las cifras ubican el aporte alrededor de 0.01% en el periodo analizado, muy pequeño y explicado por la poca o escasa diversificación del sector piscícola del Huila. El aporte de la acuicultura nacional al PIB del país es igualmente pequeño: Solo 0.06% al 2011, último dato disponible (ver tabla 49). En la gráfica 5 se aprecia la participación de la tilapia en la piscicultura del Huila y de esta en la piscicultura nacional.

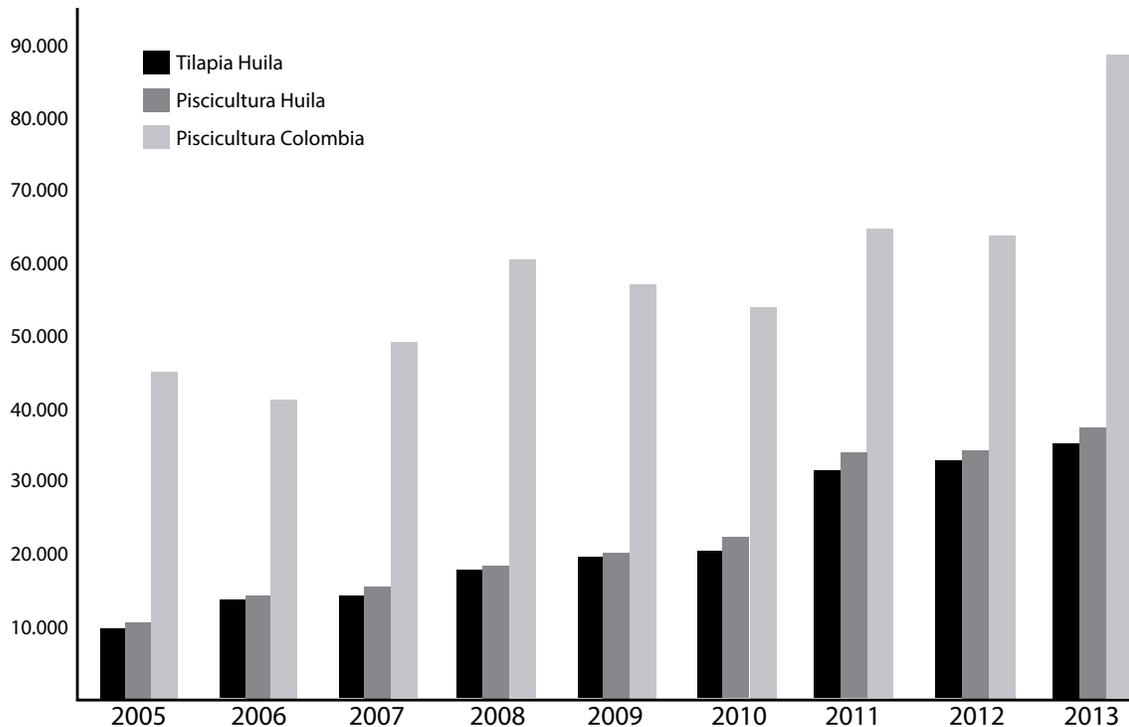
Tabla 49. Aporte al PIB subsector piscícola 2005-2013

Aporte al PIB	2005	2010	2011	2012	2013
Acuicultura en el Huila / PIB Huila	0,66%	0,68%	0,60%	0,58%	0,56%
Acuicultura Huila / PIB Nacional	0.012%	0.012%	0.011%	0.011%	0.010%
Acuicultura Nacional / PIB Nacional	0,08%	0,06%	0,06%	S.I	S.I

Fuente: DANE y MADR Cadena de la Acuicultura año 2012. De nuevo, Acuicultura en el Huila equivale a piscicultura.

⁸⁵ Por piscicultura se entiende principalmente la producción de tilapia, cachama, trucha y otras especies nativas. La producción piscícola en el Huila es exclusivamente de las anteriores especies en las que predomina la tilapia roja o plateada. La acuicultura, entonces está representada en el departamento por la piscicultura.

Gráfica 5. Producción piscícola en Huila vs. Producción piscícola nacional



Fuente. Secretaría de Agricultura del Huila. Anuario Estadístico Año 2013.

Con los resultados anteriores, puede afirmarse que se superó, 10 años antes (en 2011) la meta establecida por la Agenda Interna de Productividad y Competitividad de alcanzar una producción piscícola de 25.000 toneladas al año 2020⁸⁶. Al 2013, la producción piscícola departamental alcanzó las 37.194 toneladas, de las cuales 35.429,4 toneladas fueron de tilapia⁸⁷.

En cuanto a la modalidad de producción, la realizada en jaulas y jaulones representó 80% del total producido, en tanto que el 20% correspondió a la producción en estanques a pesar de que el área destinada a estanques se incrementó en un 22%, al pasar de 3.330.792 m² al 2005 a 4.070.719 m² en 2012⁸⁸. Al mismo tiempo, el área, medida en hectáreas equivalentes, en jaulas y jaulones pasó de 9,6397 a 16,6800 Has. Esto confirma la importancia de la represa de Betania para la actividad piscícola. La producción en estanques no aporta significativamente a la producción total. Este resultado se explica por la productividad en estanques que en el departamento del Huila es de 15,8 ton/ha/año al 2012 (al 2005 la productividad era 18,1 ton/ha/año)⁸⁹. La productividad en jaulas y jaulones, alcanza 83,7 ton/ha/año, al 2013, similares ambas al promedio nacional según cálculos de la cadena productiva de la acuicultura del MADR.

2.2.3.3.1.1. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL HUILA EN LA APUESTA PISCÍCOLA

Cumplimiento de metas y objetivos

Meta 1: Exportar más del 50% de la producción

Meta no cumplida. A cifras de hoy, esta meta implicaría la exportación de aproximadamente 18.500 toneladas. Los parámetros de rendimiento de filete se calculan sobre el 32% de tilapia negra procesada de

⁸⁶ Cifra definida en el estudio de capacidad de carga piscícola del Embalse de Betania Hidrósfera Ltda. - Corporación del Alto Magdalena.

⁸⁷ La producción piscícola departamental alcanzó una participación del 42% en la producción nacional al año 2013, mientras que en el año 2005 era del 22%.

⁸⁸ Secretaria de Agricultura departamental. Anuario estadístico 2012.

⁸⁹ Secretaria de Agricultura departamental. Anuario estadístico 2006.

acuerdo a parámetros y experiencia del sector en la industria. Al año 2013, se exportan unas 2.900 toneladas de filete fresco de tilapia producido en el Huila, que exigen, aproximadamente 9.062 toneladas de tilapia negra de acuerdo al rendimiento del 32% mencionado atrás. Así se cumplió con 24.4% de la producción piscícola huilense al año 2013⁹⁰.

Meta 2: Incrementar la producción departamental al año 2020 a 25.000 toneladas/año⁹¹

Meta cumplida. La producción en el año 2005 se proyectó teniendo en cuenta la capacidad de carga de la represa de Betania en 25.000 toneladas, dicha cifra se superó al alcanzar en el año 2011 las 31.619 toneladas. Al 2013, la producción piscícola departamental alcanzó las 37.194 toneladas de las cuales 35.429,4 toneladas fueron de tilapia⁹².

Meta 3: Ampliar el espejo de agua en sistema de estanques, en áreas y suelos considerados como no aptos para la agricultura por sus condiciones biofísicas.

El área destinada a estanques se incrementó en un 22% al pasar de 3.330.792 m² al 2005 a 4.070.719 m² en 2012. Al mismo tiempo, el área, medida en hectáreas equivalentes, en jaulas y jaulones pasó de 96.397 a 166.800 m² equivalentes. Sin embargo, dicho incremento se dio en suelos aptos para la agricultura, condición contraria a la establecida en la Apuesta Piscícola. Por tanto, la meta se cumplió pero sustituyendo cultivos.

Meta 4: Fortalecer y establecer plantas de beneficio que apliquen Buenas Prácticas de Manufactura y HACCP, que posean redes de frío.

Meta cumplida. Al año 2014 se cuenta con 15 plantas de proceso (12 más que en 2005) y aproximadamente 250 unidades de procesamiento informales. De las 15 plantas de proceso, 4 de ellas cuentan con certificación en Buenas Prácticas de Manufactura y 3 de con certificación en HACCP y certificación en Buenas Prácticas de Manufactura de la ACC (Aquaculture Certification Council). Las tres plantas de proceso existentes desde el año 2005 han fortalecido sus instalaciones a través de incrementos de áreas y mejoramiento de sus procesos productivos.

Objetivo 1: Fortalecer la producción de proteína animal con destino al mercado nacional e internacional.

El incremento en toneladas de la producción de proteína animal entre el año 2005 y 2013 fue de 40 mil toneladas, es decir, un 73%. De ellas, la piscicultura aportó 26.549 (65% del incremento total) (ver tabla 50). Objetivo cumplido.

Tabla 50. Producción de proteína animal en el departamento del Huila

Proteína	2005	2013	Var Abs.	Var Relativa
Bovinos	35.847	47.961	12.114	34%
Porcinos	3.189	2.747	- 442	-14%
Avicultura	5.601	7.604	2.003	36%
Piscicultura	10.645	37.194	26.549	149%
Total	55.282	95.505	40.223	73%

Fuente. Anuarios estadístico agropecuario. Secretaría de Agricultura y Minería. Gobernación del Huila. Años 2006 y 2013

⁹⁰ La producción piscícola del departamento del Huila alcanzó 37.094 toneladas al año 2013.

⁹¹ Cifra limitada por la capacidad de carga de la represa de Betania definida en el Plan de Ordenamiento Pesquero y Acuícola de Incofer.

⁹² La producción piscícola departamental alcanzó una participación del 42% en la producción nacional al año 2013, mientras que en el año 2005 era del 22%.

Objetivo 2: Desarrollar los eslabones industrial y de comercialización

El eslabón industrial se desarrolló ampliamente al fortalecer e incrementar las plantas de proceso. La comercialización se ha fortalecido por los piscicultores al establecer canales internacionales propios o mediante alianzas estratégicas que han permitido incrementar las cantidades producidas. Sin embargo, no se utilizan en alto porcentaje y buena parte de la producción se comercializa a través de intermediarios nacionales o en plazas de mercado que dejan baja rentabilidad al productor. Aunque se puede hacer más, el objetivo se cumplió.

Objetivo 3: Posicionar nuevos productos en el mercado exterior⁹³

El filete de tilapia ha logrado posicionarse en el mercado de Estados Unidos pero no nuevos productos o en nuevos mercados. Objetivo no cumplido.

Objetivo 4: Producir bajo condiciones ecológicas que permita el acceso a nuevas plazas y nichos en el mercado mundial

La implementación de las Buenas Prácticas de Manufactura bajo los parámetros establecidos por la ACC (Aquaculture Certification Council) incluye factores de sostenibilidad. Tres de las plantas a nivel industrial han alcanzado este reconocimiento, lo cual les ha permitido lograr un mayor posicionamiento en el mercado de Estados Unidos y les permitiría acceder a nuevos mercados. Sin embargo, para un cumplimiento total de este objetivo es necesario que los grandes productores de las otras doce plantas de proceso existentes cumplan con dicho requerimiento.

Objetivo 5: Orientar la distribución en el mercado interno hacia las ciudades intermedias, hoy desabastecidas

Según RADDAR, los lugares de compra de preferencia de pescados, crustáceos y mariscos son: supermercados (35,05 %) y restaurantes (26,38 %), seguidas en un menor porcentaje por las plazas de mercado (17,19 %) y puntos especializados (13,08 %)⁹⁴. Esto es válido para las ciudades principales, target preferido de los productores mirando de soslayo las ciudades intermedias. Los pequeños productores comercializan su producto a través de intermediarios que atienden el mercado de ciudades intermedias, además de las principales. Aunque las estrategias de mercado son decisión de los empresarios y no de una política gubernativa, vale registrar que las ciudades intermedias no son un mercado que llame la mayor atención de los comercializadores generando precios altos a los consumidores y no aumento del consumo. Objetivo no atendido.

Objetivo 6: Involucrar al eslabón del concentrado necesario para alimentar a los peces con materias primas viables para cultivar en la región

Los productores de alimentos balanceados para animales estiman sus costos operacionales por encima del 85% del costo de las materias primas. Por esto, constantemente reformulan sus dietas. Esta dinámica del sector implica que la inclusión de materias primas cultivables en la región está condicionada a que sean cultivos competitivos. El proyecto “Utilización de dietas en la alimentación de tilapia con diferentes niveles de proteína y relaciones energía - proteína que mejoren la producción y sean atractivas para la industria piscícola.”, desarrollado por el grupo de investigación UN-Acuictio de la Universidad Nacional de Colombia en asocio con la Corporación Universitaria del Huila – Corhuila, en 2007, analiza distintas fuentes de energía y proteína en función de la producción piscícola pero no identifica materia primas locales, o susceptibles de producirse en la región, como tampoco su nivel competitivo sin que se haya producido algún otro acercamiento al tema. Objetivo no cumplido.

⁹³ Nuevos productos: filete, filete apanado en canal y en trozos, entre otros.

⁹⁴ Desarrollo de Estrategias para el incremento del consumo de pescados y mariscos provenientes de la acuicultura de Colombia, como alternativa viable de comercialización en el mercado doméstico. AUNAP. FEDEACUA-FAO.

Objetivo 7: Incrementar los márgenes de rentabilidad por la generación de valor agregado en productos

La generación de valor agregado en productos se ha dado a través de la obtención de filete de tilapia fresco, la obtención de aceite de pescado a través del procesamiento de las vísceras del pescado y la producción de harina de pescado y embutidos a partir de los subproductos resultantes del procesamiento de la tilapia lo cual permite deducir que la rentabilidad se ha incrementado por estos aprovechamientos, aunque no fue posible verificar datos al respecto.

2.2.3.3.1.2. CUMPLIMIENTO DE REQUERIMIENTOS/NECESIDADES Y ACCIONES

De acuerdo con la tabla 51, la atención de los requerimientos o necesidades priorizadas y los planes de acción comprometidos, se estima en **45%** tras haberse desarrollado efectivamente el **48%** de las acciones programadas. El detalle de este desempeño se hace a continuación reiterando, una vez más, que el desempeño evaluado debe tomarse como avances hacia la meta señalada por la Agenda Interna al 2020 y que la calificación del cumplimiento está influenciada por el impacto generado por los planes de acción ejecutados y no solamente por la relación aritmética entre los requerimientos o necesidades y su cumplimiento.

2.2.3.3.2. EL ESCENARIO MACRO PARA LA PISCICULTURA

En Colombia

La pesca y acuicultura son dos actividades independientes pero registradas en un solo subsector. La acuicultura comprende la piscicultura y el cultivo de camarón, y la pesca de captura se refiere a la pesca en mar abierto y en ríos y lagunas. En Colombia la acuicultura representa el 52% de la producción de pesca y acuicultura, con 87.695 toneladas en tanto que la pesca de captura aportó el 48%, es decir 80.949 toneladas. La producción piscícola representa el 96% de la acuicultura y la producción de camarón hace el 4% restante⁹⁵ (Ver tabla 52).

Tabla 51. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Apuesta Productiva Piscícola

Factores de Competitividad	Necesidades y Requerimientos		Acciones		Impacto%	
	Priorizadas	Cumplidas	Priorizadas	Cumplidas	Necesidades	Acciones
Entorno Económico	1	1	1	1	100%	100%
Internacionalización de la Economía	1	1	1	1	100%	100%
Innovación y Desarrollo	1	1	3	1	25%	25%
Conectividad, Infraestructura y Equipamiento	3	1	3	1	33%	33%
Formación Recurso Humano	1	0	1	0	0%	0%
Sostenibilidad Ambiental	1	0	2	1	0%	25%
Desarrollo Institucional	1	1	1	1	50%	50%
Desarrollo Empresarial	1	1	2	2	50%	50%
TOTAL DE LA APUESTA	10	5	14	8	45%	48%

Fuente. Construida por el autor.

⁹⁵ MADR, cadena de la acuicultura. Año 2012 a través de Fedeaqua.

La disminución del camarón afectó este resultado porque la piscicultura aumentó 35.655 toneladas y pasó de representar 26.4% del total de la acuicultura a ser 49.9% en el 2013, en tanto que el camarón aportó tan solo 2 puntos porcentuales (Ver Tabla 52)

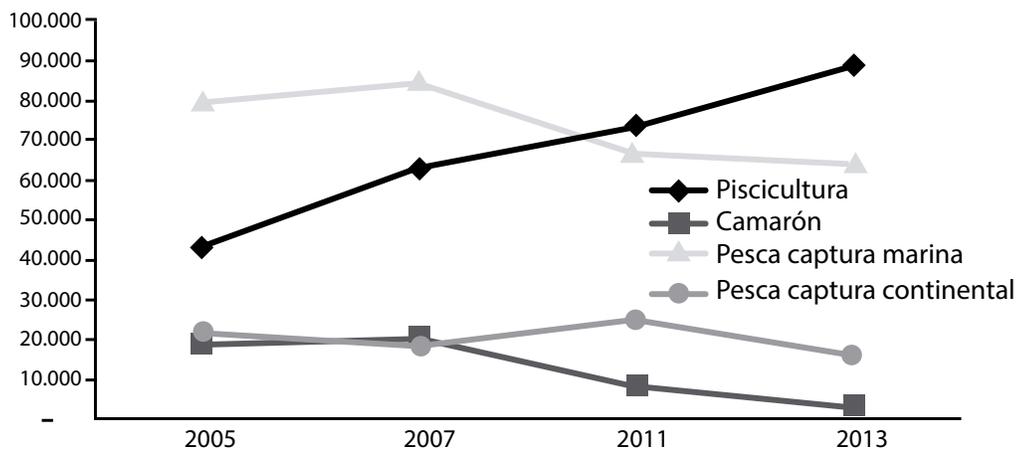
Tabla 52. Producción de pesca y acuicultura en Colombia

	Modalidad	2006 ⁹⁶	%	Total	%	2013 ⁹⁷	%	Total	%
Acuicultura	Piscicultura	48.532	69	69.832	38	84.187	96	87.695	52
	Camarón	21.300	31			3.508	4		
Pesca captura	Marina	97.301	85	113.950	62	64.759	80	80.949	48
	Continental	16.649	15%			16.190	20%		
Total				183.782	100%			168.644	100%

Fuente: MADR. Cadena productiva de la Acuicultura 2013.

Como se observa, la pesca de captura continental ha disminuido 14% entre el 2005 y 2013, siendo más marcado el descenso en la pesca de captura marina. El cultivo de camarón también ha disminuido alcanzando una reducción del 27%. Según la AUNAP98, las disminuciones registradas se deben a la baja en la rentabilidad en la captura de algunas especies marinas como el atún y el camarón de profundidad por elevados costos de operación (combustibles y costos de transacción) que ha reducido el número de empresas dedicada a esta actividad; baja competitividad de la pesca industrial y de la artesanal moderna y reducción de la cantidad de peces en las áreas continentales por deterioro medio ambiental (contaminación de las aguas, tala de bosques, sobre explotación y malas prácticas pesqueras”99. La piscicultura, en cambio, es el único renglón que muestra una curva ascendente (ver gráfica 6).

Gráfica 6. Situación de la Pesca y la Acuicultura en Colombia



Fuente. Boletín estadístico SEPEC 2011, 2012 y 2013.

⁹⁶ Pesca y acuicultura 2006. Corporación Colombia internacional a través de Estudio del sector acuícola. Grupo de investigación “Gestión económica para el desarrollo sostenible del sector primario”. Universidad de Cantabria.

⁹⁷ MADR, cadena de la acuicultura. Año 2012 a través de Fedeaqua.

⁹⁸ Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca.

⁹⁹ Diagnóstico del estado de la acuicultura en Colombia. AUNAP, Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca de Colombia, año 2013.

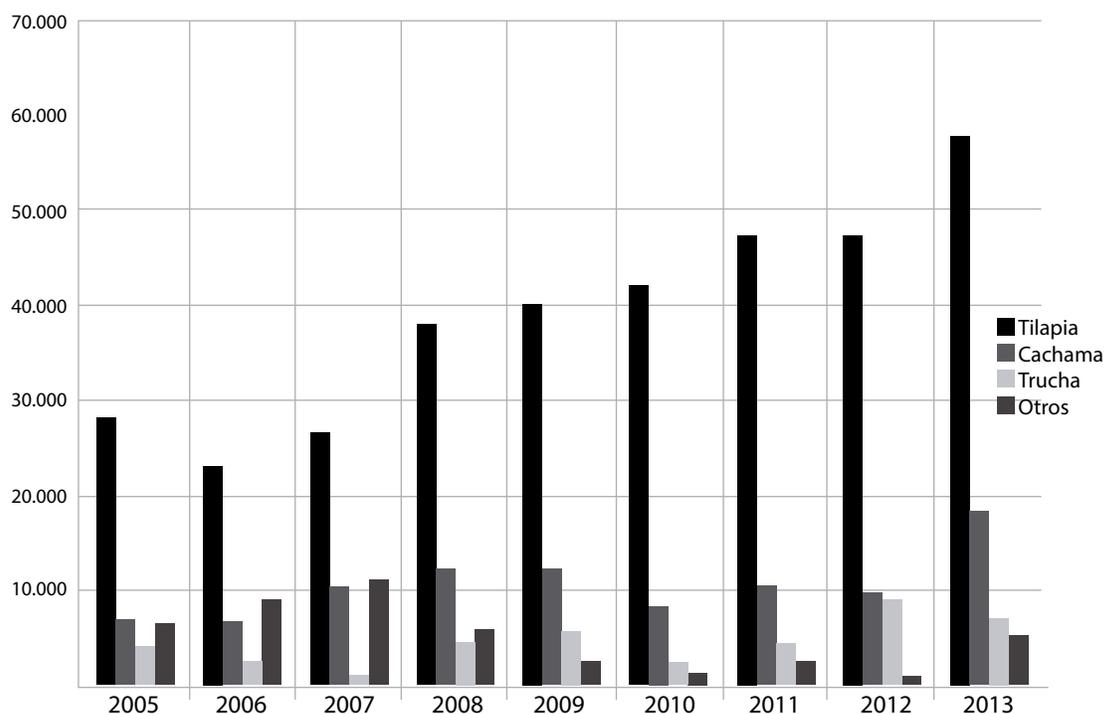
En cuanto al renglón piscícola exclusivamente, en la tabla 53 se aprecia que, al igual que en el Huila, la tilapia (o mojarra) es mayoritaria frente a las otras especies. Al 2013, el 65% de la piscicultura proviene de la mojarra. La cachama ha aumentado su participación en forma apreciable. Pasó del 15% en 2005 al 21% en 2013, duplicando su producción. La trucha aumentó con relación al 2010 y recuperó su nivel del 2005. Las otras especies bajaron significativamente. En total, la piscicultura alcanzó al 2013, 88.871 toneladas. En la gráfica 7 se muestra el comportamiento mencionado.

Tabla 53. Producción piscícola en Colombia (en toneladas)

Especie	2005	%	2010	%	2013	%
Tilapia	27.953.0	62.0	42.000.0	78.0	58.065.0	65.0
Cachama	6.768.0	15.0	8.372.0	15.0	18.437.0	21.0
Trucha	4.079.0	9.0	2.395.0	4.0	7.110.0	8.0
Otros	6.462.4	14.0	1.268.0	2.0	5.259.0	6.0
Piscicultura Colombia	45.262.4	100	54.035.0	100	88.871.0	100

Fuente. MADR. Cadena de la piscicultura.

Gráfica 7. Evolución de la producción piscícola de Colombia



Fuente. Secretaría de Agricultura y Minería del Huila. Cadena Piscícola.

El consumo per cápita de especies piscícolas en Colombia es de 3,1 kg en promedio para los últimos cuatro años¹⁰⁰, un incremento en el consumo interno de aproximadamente 2500 ton/año 2013, gracias a

¹⁰⁰ La piscicultura continental en el marco de los acuerdos internacionales firmados por Colombia. Programa de Transformación Productiva. Hernando José Gómez. Año 2014.

incrementos poblacionales del 1,2%¹⁰¹ anual que se ha atendido con un incremento sostenido del 7% en las importaciones, una disminución en las exportaciones del 23% y un incremento promedio en la producción del 5%, durante los últimos tres años. Esta dinámica ha permitido que otras especies como la cachama y la trucha crezcan a un ritmo de 8,13% y 9,1% entre los años 2000 y 2012.

En el Mundo

La pesca de captura y la acuicultura suministraron al mundo unos 148 millones de toneladas de pescado en 2010 por un valor total de 217.500 millones de dólares. De ellas, aproximadamente 128 millones de toneladas se destinaron al consumo humano. Según datos preliminares para 2011, la producción alcanzó 154 millones de toneladas, de las que 131 millones se destinaron a alimentos. Con el crecimiento sostenido de la producción de pescado y la mejora de los canales de distribución, el suministro mundial de alimentos pesqueros ha crecido considerablemente en las cinco últimas décadas, con una tasa media de crecimiento del 3,2 por ciento anual en el período de 1961 a 2009, superando el índice de crecimiento de la población mundial del 1,7 por ciento anual¹⁰². (Ver tabla 54).

Tabla 54. Producción mundial de productos pesqueros 2007-2012

PRODUCCIÓN	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	(Millones de toneladas)					
Pesca de captura						
Continental	10,1	10,3	10,5	11,3	11,1	11,6
Marítima	80,7	79,9	79,6	77,8	82,6	79,7
Pesca de captura total	90,8	90,1	90,1	89,1	93,7	91,3
Acuicultura						
Continental	29,9	32,4	34,3	36,8	38,7	41,9
Marítima	20,0	20,5	21,4	22,3	23,3	24,7
Total de la acuicultura	49,9	52,9	55,7	59,0	62,0	66,6

Fuente. Estado Mundial de la Pesca y Acuicultura. FAO 2014¹⁰³

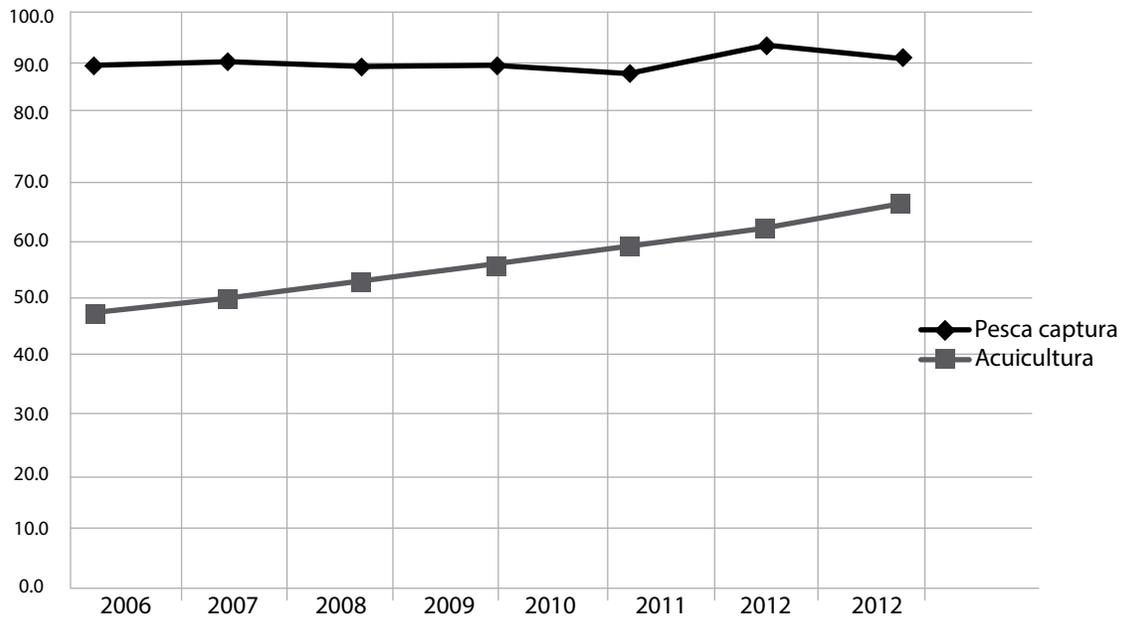
Según la tabla, la producción de la pesca de captura en términos generales se ha sostenido sobre los 90 millones de toneladas, mientras que la acuicultura presenta un incremento promedio de 6,7%, entre el año 2006 y el año 2012, pasando del 34.5% al 42.1% de participación en el total de la pesca y acuicultura en dicho año.

¹⁰¹ Población en Colombia. año 2011: 45.509.280, año 2012: 46.044.600, año 2012: 46.581.820, año 2013: 47.121.090. Fuente. DANE. Dirección de censos y demografía.

¹⁰² Estado mundial de la pesca y acuicultura. FAO 2014.

¹⁰³ "El problema radica en que el 85% de los recursos silvestres capturados a nivel mundial provienen de caladeros que se encuentran totalmente explotados o sobreexplotados, y más del 22% de sus capturas se destinan a la producción de harina y aceite de pescado para la alimentación de especies en cautiverio. En América Latina y el Caribe este porcentaje aumenta considerablemente por cuanto la mayor parte de la pesca industrial de Chile y Perú se destina a la producción de harina de pescado (FAO 2012a y 2012b); La producción acuícola suplirá el aumento en la demanda de pescado, pero cuidando que no sea a costa de la captura de peces salvajes para su transformación en harina de pescado". Perspectivas de la Agricultura y desarrollo rural en las Américas. Una mirada hacia América Latina y el Caribe. FAO CEPAL IICA. 2014.

Gráfica 8. Evolución de la acuicultura en el mundo.



Fuente. Estado mundial de la pesca y acuicultura. FAO 2012.

La acuicultura muestra las mejores tendencias de comportamiento mientras la pesca de captura presenta áreas plenamente explotadas y otras sobre explotadas lo cual hace que se evalúe la explotación en niveles sostenibles que eviten un colapso¹⁰⁴. La tendencia al año 2030 es establecer o reforzar leyes e instituciones para limitar o controlar el acceso a las reservas de peces marinos.¹⁰⁵ La acuicultura se muestra como el componente más promisorio en el renglón de pesca y acuicultura. Colombia, en consecuencia, muestra una tendencia correcta en el panorama mundial. La gráfica siguiente muestra la evolución de la pesca y acuicultura. La acuicultura presenta una curva creciente en tanto que la pesca de captura muestra una curva plana, prácticamente sin crecimiento a excepción del año 2011.

Por continente, el ritmo más rápido de crecimiento anual de la producción acuícola se observó en África (11,7 %) y América Latina y el Caribe (10 %) en los 12 primeros años del nuevo milenio¹⁰⁶.

Al igual que en Colombia y el Huila, la acuicultura tiene en la piscicultura su renglón más importante aunque con mayor número de especies. Tal como lo reconoce un estudio de la CEPAL, FAO y el IICA¹⁰⁷ la producción de pescado ha crecido a una tasa promedio casi el doble del índice de crecimiento de la población mundial y se ha convertido en la actividad productora de alimentos de mayor crecimiento a escala global. La especie líder es la carpa (más de 20 millones de toneladas), seguido, de lejos, por la tilapia. En tercer lugar aparece el pangasius y la trucha en cuarto lugar. Mucho más abajo está el salmón y le siguen la perca y el sábalo. Por países, los principales productores en piscicultura a nivel mundial son: China, Indonesia, India, Estados Unidos, Perú, Rusia y Japón, principalmente con especies como la carpa, tilapia, pangasius, trucha y salmón.

El aporte proteínico de la acuicultura

“En el año 2010, el pescado representó el 16,7 % del aporte de proteína animal de la población mundial y el 6,5 % de todas las proteínas consumidas. Además, el pescado proporcionó a más de 2.900 millones de personas cerca del 20% de su aporte de proteínas de origen animal y a 4.300 millones de personas en torno al 15% de

¹⁰⁴ Agricultura mundial: hacia los años 2015 /2030. FAO.

¹⁰⁵ Agricultura mundial: hacia los años 2015 /2030. FAO.

¹⁰⁶ Estado actual de la pesca y acuicultura. FAO 2014.

¹⁰⁷ Perspectivas de la agricultura y desarrollo rural en las Américas. Una Mirada hacia América Latina y el Caribe. FAO CEPAL IICA. 2014.

dichas proteínas. Las proteínas de pescado pueden representar un componente nutricional esencial en determinados países con una elevada densidad de población donde el aporte proteínico total puede ser escaso”¹⁰⁸.

Por otro lado, a nivel mundial se espera un incremento en el consumo per cápita de 16,4 kg a 19 o 20 kg, con una tendencia en el mercado hacia el consumo de productos frescos, provenientes de la producción resultante de la acuicultura, más no de la pesca de captura. En Colombia, el consumo per cápita de carne de pescado es de 5.2 kgs, cuatro veces menos que el consumo per cápita mundial. Al mismo tiempo, el consumo per cápita de carne de cerdo es de 5.16 kg., de carne bovina 19.6 kg., y de pollo 23.8 kg., datos al 2011 según proyecciones de la FAO.

En cuanto a la presentación de los productos pesqueros para consumo humano a nivel mundial, 47% se ofrece “en fresco”, 29% congelado, 10% curado y 14% en conserva, es decir, 76% se comercializa en las dos primeras presentaciones.

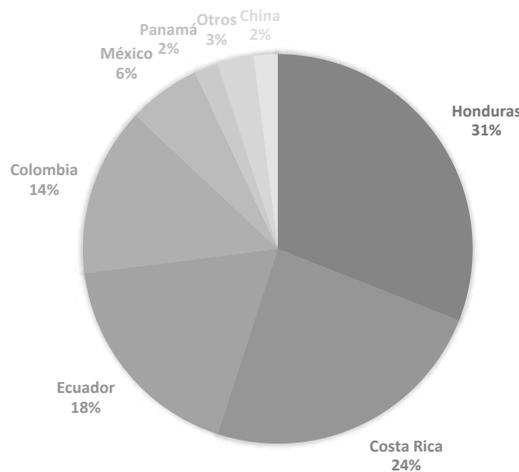
Proyecciones de demanda pesquera mundial

A nivel mundial se espera un incremento en el consumo per cápita de 16,4 kg a 19 o 20 kg. Para cumplirlo, se requieren 23 millones de toneladas por año adicionales para mantener el consumo per cápita anual de la población al año 2050. Por otro lado, según Agustín González¹⁰⁹, los pescados y mariscos son un factor fundamental en la seguridad alimentaria mundial, de manera tal que en África de los 27 kg/año que consume una persona, el 32,2 % son pescados y mariscos.

La tilapia, principal línea de producción en el Huila, se ha consolidado a partir del año 2007 en el quinto lugar del “top 10” del consumo per cápita en Estados Unidos; pangasius, se ha posicionado en el sexto lugar a partir del año 2009, y el bagre en el séptimo lugar¹¹⁰.

Respecto a los Estados Unidos, Colombia tiene una participación del 14% en filete fresco, presentación líder en el mercado norteamericano. Ecuador participaba al año 2013 con el 18% del mercado de Filete de tilapia fresco. Su salida en el presente año, ha dejado un espacio importante, el cual está buscando ser cubierto por los demás países proveedores¹¹¹, especialmente los centroamericanos. En el Huila ha generado que un número importante de productores de tilapia roja, cultiven hoy tilapia negra (Ver Gráfica 9).

Gráfica 9. Participación de Colombia en el mercado de filete fresco de tilapia USA



Fuente. Alejandro Godoy. Mercado internacional de tilapia. Congreso piscicultura Huila 2014.

¹⁰⁸ Estado mundial de la pesca y la acuicultura. FAO 2014.

¹⁰⁹ Acuicultura sustentable y fondos de inversión. Congreso acuícola Huila. 2014

¹¹⁰ Mercado internacional de tilapia. Alejandro Godoy.

¹¹¹ Proveedores: Honduras 31%, Costa Rica 24%, Colombia 14%, México 6%. Alejandro Godoy. Mercado internacional de tilapia. Congreso piscícola Huila. 2014

En los próximos años se espera una recomodación en la participación del mercado de filete de tilapia fresca.

2.2.3.3.2.1. La Apuesta Piscícola del Huila para el aprovechamiento de los tratados comerciales

De acuerdo con el documento fuente¹¹², las exportaciones piscícolas del Huila al mercado norteamericano se multiplicaron espectacularmente. Alcanzaron US\$5.4 millones. En solo el subsector los demás pescados frescos pasaron de exportar US\$4.000 en 2011 a US\$4,5 millones a diciembre de 2012, un excelente aprovechamiento del TLC con USA, que debe ampliarse.

En la gráfica 10 se muestran los mercados en los que existen oportunidades comerciales para la tilapia y con los que Colombia ha logrado firmar TLC's que le otorga a nuestros productos un arancel preferencial cero. Las exportaciones del sector pesquero se pueden potenciar con la entrada en vigencia del acuerdo comercial con la Unión Europea. Teniendo en cuenta su exigencia de producción sostenible. Para los exportadores de filetes de pescado como trucha y tilapia, además de Alemania, Reino Unido y España también presentan oportunidades de negocio que entrarán, gracias al TLC, a los 27 países de la UE con cero arancel¹¹³.

Gráfica 10. Oportunidades comerciales para la tilapia – Tratados de Libre Comercio



2.2.3.3.3. CONCLUSIONES DE LA APUESTA PISCÍCOLA

1. El sector piscícola ha tenido un gran desarrollo en términos comerciales tanto a nivel nacional como internacional. Es un sector con grandes oportunidades en el mercado; así lo señalan las macro tendencias y la estructuración de los distintos TLC firmados entre Colombia y los países y los mercados más promisorios para la tilapia. Sin embargo, el impacto que tenga en la economía huilense dependerá de la atención a los requerimientos y necesidades priorizadas en la AIPC Huila que siguen vigentes y que no han tenido la atención debida en estos primeros años de vigencia de la misma (Ver cuadro de evaluación).

2. Un resultado esperanzador es la actitud de los empresarios para aprovechar el TLC con Estados Unidos, el mayor mercado en el mundo. La integración de recursos en empresas importadoras ubicadas en dicho mercado es una demostración de que se están desprendiendo del tradicional individualismo y leyendo muy bien las posibilidades del mercado. Lamentablemente no se cubre todo el sector e internamente no

¹¹² Procolombia, Revista de las Oportunidades, Artículo Huila aprovecha los TLC.

¹¹³ Procolombia. Exportaciones Huila aprovecha los TLC.

se refleja la misma iniciativa para atender colectivamente otras etapas de la operación piscícola pero si se ha alcanzado esta sinergia es posible pensar en que se consolidará en toda la cadena.

3. El Huila contará muy pronto con otro embalse que, de reglamentarse adecuadamente y supervisarse su utilización para evitar la sobre explotación que ocurrió en Betania, consolidará la Apuesta Piscícola hacia la sostenibilidad y crecimiento en el mercado bajo las condiciones actuales. Sin embargo, debe continuarse con la ampliación de la producción en estanque teniendo en cuenta que no represente una amenaza para la producción agropecuaria como se previó en la Agenda Interna. Los piscicultores deben aprovechar el recurso hídrico pensando en la sostenibilidad del negocio y no en la generación de riqueza momentánea. La realidad hay que afrontarla y la institucionalidad debe apoyar esta decisión por el bien de la apuesta productiva.

4. Para lo anterior, se requiere un fortalecimiento empresarial. En el sector es muy común hacer una diferenciación entre “grandes productores” o “productores industriales” y los pequeños productores. No debe olvidarse que el mercado impone sus leyes y todos deben cumplirlas, es decir, operar de acuerdo con sus exigencias. No es recomendable seguir argumentando estas diferencias para explicar situaciones que son producto de “la dictadura del mercado”.

5. Es recomendable una rigurosa exigencia de la utilización de los recursos destinados por el Gobierno Departamental, el Fondo de Regalías, Colciencias, etc., que evite que los proyectos financiados se queden en los anaqueles de las oficinas o de la academia. Son muchos los estudios que en este sector no se han aplicado y representativos los recursos invertidos. El que no se lleven a cabo los proyectos por el empresariado muestra una ruptura en el encadenamiento institucional altamente perjudicial para el desarrollo del sector.

2.2.3.4. APUESTA PRODUCTIVA MINERA

2.2.3.4.1. SITUACIÓN ACTUAL

El sector explotación de minas y canteras, tal como lo denomina el DANE, fue el más dinámico de la economía departamental hasta el 2013, cuando la construcción lo superó en crecimiento. En este año, representó 16.6% del PIB del Huila siendo 2.8% del sector a nivel nacional. Sin embargo, la explotación de hidrocarburos hace 95.7% de tal participación por lo que el resto configura una pequeña participación de la actividad minera tanto en el Huila como en el país. De hecho, la actividad más representativa de la minería sin hidrocarburos es la extracción de minerales no metálicos con 0.6% del PIB Huila (aunque 3.2% del mismo sector en todo el país) lo cual denota la importancia de esta actividad minera. La tabla 55 muestra esta situación. Por lo anterior, la Apuesta Productiva Minera hace énfasis en los renglones de arcillas, mármoles y roca fosfórica y el comportamiento de estos componentes mineros en el Huila, el país y el mundo.

La extracción de minerales no metálicos en el Huila no ha avanzado significativamente. Se evidencia un bajo desarrollo tecnológico, niveles marginales de inversión, mercado inestable e incierto; escasez de personal y empresarios con baja formación gerencial; bajos niveles de rentabilidad que favorecen la informalidad e ilegalidad; siendo una actividad intensiva en capital, la baja disponibilidad de capital de trabajo lleva a una planificación inmediatista e ineficaz; vías precarias, débil desarrollo institucional y empresarial (abundancia de pequeñas empresas y baja asociatividad). Esto explica su bajo aporte al PIB del Huila. En efecto, según la tabla 55, hay un ligero incremento del renglón en el PIB Huila (0.2 puntos porcentuales y 1.1 p.p. frente al sector a nivel nacional). Las razones de esta mayor participación a nivel país frente a la escasa contribución al PIB Huila, por un lado, es la importante participación de los materiales calcáreos (incluye mármol) y roca fosfórica en el total nacional, hoy disminuida por el bajo desempeño del sector agrícola¹¹⁴.

¹¹⁴ La principal aplicación de los minerales calcáreos, específicamente la caliza y la dolomita y sus derivados, así como la roca fosfórica y sus derivados, es como insumo para la fabricación de enmiendas correctoras de los suelos y fertilizantes, por ende están ligados íntimamente al comportamiento del sector agroindustrial.

Tabla 55. Comportamiento de los minerales no metálicos en el Huila 2005-2013

Indicador	Línea Base 2005	Situación Actual 2013
Participación de la extracción de minerales no metálicos en PIB Huila	0,4%	0,6%
Participación de la extracción de minerales no metálicos en el Huila Vs. sector nacional	2,1%	3,2%

Fuente: DANE

También, el aumento se da por el componente arcillas pues el auge del sector de la construcción ha impulsado el consumo de materiales como ladrillos, arenas y material de arrastre, a tal punto que se copó la capacidad de extracción regional acudiéndose a fuentes en otras zonas del país.

En minerales no metálicos en el Huila la Inversión Extranjera Directa, IED, ha sido nula. En minería, en general, se evidencia participación extranjera en metales preciosos, barita y desde luego petróleo. Al mismo tiempo, a nivel nacional la IED en el sector alcanzó 16.772 millones de dólares, 46,7% de la IED total a 2013, (4.5% del PIB). La mayoría, 47%, destinada al subsector petrolero siendo Colombia el cuarto país en tamaño de la Inversión Extranjera Directa, por debajo de Brasil, México y Chile.

2.2.3.4.1.1. EL DESEMPEÑO DE LA AGENDA INTERNA EN LA APUESTA MINERA

Cumplimiento de Metas y Objetivos

La situación actual tiene una indudable relación con las ejecutorias del Huila en la AIPC. Resulta, por tanto, imperativo conocer su desempeño en la Apuesta Minera. En ella se establecieron las siguientes metas y objetivos para cumplir su visión:

Meta 1.- Triplicar la producción de roca fosfórica para la elaboración de 14.752 toneladas anuales de superfosfato triple y 25.000 toneladas de fosfato bicálcico.

Meta 2: Producir 3.000.000 de piezas artesanales/año en arcilla¹¹⁵ e industrialización de materiales de construcción en el Valle de Laboyos, dada su tradición en este renglón.

Meta 3: Ser el principal productor de calizas, con una meta de 25.000 toneladas/año, a transformar desarrollando productos de mayor valor agregado con calidad para disminuir sensiblemente las importaciones y acceder a mercados internacionales.

Objetivo 1: Industrialización sostenible de la roca fosfórica

Objetivo 2: Industrialización sostenible para la elaboración de productos de alto valor agregado con destino a la industria de la construcción

Objetivo 3: Mejoramiento de la calidad por la implementación de sistemas técnicos de extracción del mármol

Resultados

Según la tabla 56, se ha cumplido parcialmente un objetivo y ninguna de las metas. Se ha añadido el término sostenible, para delimitar el objetivo hacia un factor muy precario en el sector en la actualidad, como se evidencia en el desarrollo del documento.

¹¹⁵ Incluye todo producto en arcilla (ladrillos, por ejemplo) y no solo artesanías como se podría inferir de la denominación "piezas artesanales"

Tabla 56. Cumplimiento de las metas y objetivos de la Apuesta Minera

OBJETIVO/ META	DESCRIPCIÓN	CUMPLIMIENTO
OBJETIVO 1	Industrialización sostenible de la roca fosfórica	0
META 1	Triplicar la producción de roca fosfórica para la elaboración de 14.752 toneladas anuales de superfosfato triple y 25.000 toneladas de fosfato bicálcico.	Al 2013 se produjeron 34.167 Ton., menor que la de 2005.
OBJETIVO 2	Industrialización sostenible para la elaboración de productos de alto valor agregado con destino a la industria de la construcción	Parcial
META 2	Producción anual de 3.000.000 de piezas artesanales (incluye materiales de construcción)	Se empezó a cumplir a partir del 2010 después de la política anticíclica de vivienda.
OBJETIVO 3	Mejoramiento de la calidad por la implementación de sistemas técnicos de extracción sostenible del mármol	Ningún mejoramiento
META 3	Ser el principal productor de Calizas (Incluye mármol) con 25.000 Ton/año con valor agregado	Si, a 2007 se fabricaron 32.520 toneladas de mármol en el Huila, sin definir el tipo de mármol

Fuente: SEDAM 2008

Desempeño de la Apuesta Minera en los factores de competitividad

Con base en la priorización de 9 necesidades/requerimientos a atender y la priorización de 16 acciones (ver tabla 57) la atención de los requerimientos o necesidades priorizadas y los planes de acción comprometidos, se estima en 16.1% y el cumplimiento e impacto de las acciones en 14.3%. Se reitera, una vez más, que su evaluación debe tomarse como avances hacia la meta señalada por la Agenda Interna al 2020 y que la calificación del cumplimiento está influenciada por el impacto generado por los planes de acción ejecutados y no solamente por la relación aritmética entre requerimientos o necesidades y planes de acción priorizados y cumplidos.

Aunque en el cuadro aparecen solo seis (6) de los factores de competitividad, al inicio de este análisis se consignó el desempeño del subsector minerales no metálicos en los factores de competitividad entorno económico e internacionalización de la economía calificado como no favorable por la informalidad y la baja productividad del sector y muy escaso aporte a la internacionalización de la economía, el desempeño en general fue igualmente bajo.

Tabla 57. Resumen cumplimiento Apuesta Productiva Minera en los factores no analizados en situación actual

FACTORES DE COMPETITIVIDAD	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS A ATENDER	ACCIONES PRIORIZADAS	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS ATENDIDOS	ACCIONES CUMPLIDAS	% DE CUMPLIMIENTO/IMPACTO	
					NECESIDADES	ACCIONES
Innovación y desarrollo	2	3	1	1	25%	10%
Conectividad, infraest. Y equipamiento	3	3	3	3	50%	50%
Formación recurso humano	1	3	1	2	34%	34%
Sostenibilidad ambiental	1	2	1	1	5%	5%
Desarrollo institucional	1	2	1	1	5%	5%
Desarrollo empresarial	1	3	1	2	10%	10%
TOTAL DE LA APUESTA ¹¹⁶	9	16	8	10	16.1%	14.3%

¹¹⁶ Incluidos los requerimientos y acciones de los factores entorno económico e Internacionalización de la economía, excluidos de este análisis por haberlo ya hecho en situación actual.

El mejor resultado se logró en conectividad, infraestructura y equipamiento con un cumplimiento del 50% en ambos factores de calificación. El comportamiento de los calcáreos que creció en su industrialización y en el transporte explica este cumplimiento. Mientras en el 2005 existían 21 plantas de molienda de carbonatos (mármoles para carbonato de calcio y dolomitas), al 2014 existen 27 plantas, un crecimiento de 28.6% en número de plantas. De estas, 11 mejoraron su tecnología de molienda pudiendo producir carbonatos finos y ultra finos¹¹⁷, con lo que 40.7% de las plantas que existen mejoraron su tecnología, aumentando la capacidad instalada, incluyendo otros procesos productivos y abriendo nuevos segmentos de mercado.

La mayoría de mejoras se dieron con la adquisición de equipos de molienda de origen chino, que incluyen molinos de mazos verticales que permiten obtener mineral más fino y en la producción de mezclas fertilizantes con tecnología de clasificación neumática. En la extracción de calcáreos, solo en tres minas (El Limón, El Rubí y Dolohuila) mejoró el equipamiento; Estas adquirieron retroexcavadoras para el movimiento de materiales y en unas pocas repusieron sus compresores diésel portables.

El parque automotor que transporta mármoles y dolomitas desde las minas en Neiva, Palermo, Santa María y Teruel, también creció al pasar de dos doble troques que transportaban mineral permanentemente en el 2005 a doce volquetas doble troque de 15 m³, que lo hacen hoy en día¹¹⁸.

En el renglón de fosfatos, el aumento sustancial se dio con el ensanche de la planta de Productos Químicos Panamericanos (PQP), ubicada en Tello, que produce ácido fosfórico al igual que fertilizantes acidulados. Como nueva planta del renglón fosfatos, se destaca la de Quimint S.A., que produce no solo dolomitas y carbonatos, sino que acidula roca fosfórica con ácido sulfúrico, produciendo hasta superfosfato triple con el ácido fosfórico.

Fosfatos del Huila mejoró su planta de molienda ensanchando su capacidad de producción y almacenamiento, mejorando el rendimiento con la adquisición de nuevos equipos de molienda gruesa (tritadora, molino) y clasificación que permitieron pasar de 2 Ton/hora a 4 Ton/hora, más una retroexcavadora-cargadora para el movimiento de materiales. En extracción (mina Media Luna), se adquirieron otra retroexcavadora-cargadora y una pala cargadora neumática para túneles, además de dos compresores. Comenzando el primer semestre de 2015 se entregó la planta mezcladora de fertilizantes granulados. En el sector de arcillas, hoy existen seis (6) hornos y tres más en Pitalito y uno en Garzón.

No obstante, aún falta mucho en modernización tecnológica. Con base en una muestra de 13 minas asociadas a Corpoagrominh, realizada por el Ing. Luis Fernando Téllez en diciembre de 2014 para Asocoph y representativa del sector, 38% de las minas hacen el proceso de perforación en forma mecanizada mientras que el cargue y movimiento de estériles se realiza manualmente; el 31% de las minas realiza el proceso de perforación en forma mixta, es decir, perforación neumática y perforación con barrena y maceta manual. El 23% de las minas realizan el proceso de perforación en forma mecanizada mientras que el cargue y movimiento de estériles es mixto, esto quiere decir que el cargue y movimiento de estériles lo hacen en ocasiones manualmente y en ocasiones con retro excavadora. Solo el 8% de las minas realizan todos sus procesos en forma manual.

El desempeño en formación del recurso humano (34% de cumplimiento) fue el segundo en mayor calificación. Los ingenieros de minas vinculados al sector minero del Huila provienen de la Fundación Universitaria de Popayán, Cauca. Aún las Instituciones de Educación Superior ubicadas en el Huila no ofrecen esta carrera.

Los demás resultados son muy precarios y explican la baja calificación global del desempeño de la Apuesta Minera. Vale mencionar, en desarrollo institucional, que la conformación de la Corporación Agrominera del Huila,

¹¹⁷ Molienda fina a ultrafina se presenta cuando el mineral se reduce en tamaño hasta granulometrías entre mallas #100 (0.149mm) a #1000 (0.015mm), (para su comparación el cemento está a malla #200). Molienda gruesa es cuando el mineral se muele a malla #20 (0.841mm) o más gruesa.

¹¹⁸ Recuento hecho con dos mineros transportadores que tienen volquetas doble troque

prevista en la AIPC como un centro de desarrollo tecnológico para el sector, solo llegó a ser un centro de acopio (comercialización y almacenamiento de minerales) además de prestar servicios de laboratorio de análisis químico y financiar el mantenimiento y el combustible a los asociados¹¹⁹.

En cuanto al desarrollo empresarial, igualmente con baja calificación, 10% en ambos indicadores, su bajo desempeño se observa en la producción promedio. En mármoles, la producción promedio por mina es de 258 toneladas mensuales de mármoles calcíticos y dolomíticos, que son vendidos en el 38% de los casos a Corpoagrominh y plantas de molienda ubicadas en Neiva y Palermo; otro 38% es vendido solo a plantas de molienda y el 24% restante, se distribuye equitativamente entre intermediarios, plantas y la Corporación. Según los mineros consultados, el no incremento de la producción tiene como otras causales el bajo precio (31%) y escaso capital de trabajo (23%). Debe mencionarse que, contrario a lo ocurrido en la década de los ochentas en la que la explotación del mármol provocó la creación de 24 aserraderos de mármol para suministrar al sector de la construcción hoy se usa como fuente de carbonato de calcio para la industria química y petrolera, o como dolomita para enmiendas agrícolas, es decir el valor económico del mineral lo da el contenido químico de óxido de calcio y óxido de magnesio, donde es importante el color y el tamaño del grano. Para la construcción de lápidas, el volumen destinado es muy pequeño desde hace unos 18 años cuando cerraron las cortadoras que existían en la región. Hoy solo quedan 3 retaladoras que realizan esta labor.

Finalmente, en sostenibilidad ambiental, también se tiene bajísima calificación. El 66.6% de las minas cuenta con licencia ambiental vigente, el otro 33.3% no la tiene por diversos motivos (está en trámite o está en transición de licencia ambiental a contrato de concesión)¹²⁰.

El mayor problema de manejo ambiental lo originan los estériles de las minas constituidos por ripios de roca, material de descapote que son arcillas y cenizas volcánicas mezcladas con capa orgánica. Los ripios son usados como recebo de las vías en todos los casos. La topografía de la zona minera es quebrada con pendientes abruptas, por lo que encontrar sitios adecuados para disposición de estériles es bastante difícil.

Otro problema ambiental en la zona minera es el del manejo de aguas lluvias, y, en menor magnitud, el manejo de los residuos peligrosos y las aguas residuales. Los aceites en todos los casos se almacenan y después se donan para ser usados en motosierras o inmunizar maderas o usarlos en el ganado; las baterías se venden pero las llantas, filtros y recipientes en un 28% se disponen en cualquier lugar; el 18% los arrojan a un basurero, otro 18% los traslada a la ciudad para disponerlos en servicio público de recolección, otro 18% los entierra generalmente en el botadero, un 9% los almacena y otro 9% los quema. Las aguas residuales domésticas originadas en los campamentos de las minas se disponen en el 84% de los casos en tanques sépticos; otro 8% lo dispone en el alcantarillado veredal y el 8% restante lo hace en drenajes naturales.

2.2.3.4.2. EL ESCENARIO MACRO PARA LA APUESTA MINERA

En Colombia

Contrario a la baja participación del renglón en el PIB Huila, la participación de minerales no metálicos en el PIB nacional es del 7,4%¹²¹. De este, las arcillas hacen 34.3%, las calizas para cemento en un 7.1%; roca fosfórica, 0.7%, dolomita 0.2% del total de la producción del renglón. El 56% restante está disperso entre sal terrestre, sal marina y azufre. La baja participación de estos dos últimos minerales abre posibilidades a los productos huilenses en el mercado nacional.

¹¹⁹ La USCO promovió la creación del CDT Minero Energético en el segundo semestre de 2015. Se espera que esta nueva institución cumpla con las actividades que Corpoagrominh no realizó, especialmente la investigación y transferencia de tecnología.

¹²⁰ Aquí se ha identificado un vacío jurídico en la transición de licencia de explotación a contrato de concesión, situación que sucede cuando ya se han surtido todas las prórrogas de ley y el minero debe iniciar de "cero" el trámite para obtener el contrato de concesión. El minero, legalmente, no puede continuar explotando hasta que se surtan las etapas de exploración, construcción y montaje o hasta que no estén aprobados los programas de trabajos y obras y el estudio de impacto ambiental, proceso que puede llevar al menos tres años. Como no pueden dejar de trabajar, este hecho está ocasionando que muchas minas operen ilegalmente.

¹²¹ SIMCO. 2011

Balanza comercial de Colombia en minerales no metálicos.-

Las exportaciones de Colombia de productos pertenecientes a este rubro han disminuido frente al año base 2005.¹²² En los últimos tres años las exportaciones cayeron hasta los US\$130.081.00 al 2013 (ver tabla 58). En relación con el total de las exportaciones de Colombia en el mismo renglón, las del Huila representan 0.02 %, una baja participación susceptible de mejorar.

Tabla 58. Balanza comercial minerales no metálicos de Colombia 2005-2013

INDICADORES	LÍNEA BASE 2005	SITUACIÓN ACTUAL 2013
Exportaciones de fosforo, arcillas y materiales calcáreos respectivamente, millones de USD CIF y en oneladas	US\$174.120	US\$130.081
Exportaciones de artesanías derivadas de las arcillas	\$8.700 ¹²³	\$14.812 ¹²⁴
Importaciones de fuentes de fósforo, arcillas y materiales calcáreos respectivamente	Us\$ 16.891	Us\$ 7.000
Inversión extranjera directa	0	0

Fuente: Procolombia, 2014

Las exportaciones de arcillas y sus derivados están representadas básicamente por las artesanías que, al 2012, correspondieron al 20.9% de las exportaciones totales del renglón arcillas, superando los 62 millones de dólares, cinco veces más que las realizadas al 2002 que fueron 12 millones de dólares.

En cuanto a roca fosfórica, Colombia exportó US\$180.000.00, casi cinco veces lo exportado en 2005 aunque en los años 2007 al 2011 sus exportaciones han sido superiores. Las importaciones han aumentado pero en menor cuantía que las exportaciones. La roca fosfórica del Huila hace parte de este comportamiento dentro de las “exportaciones de fósforo, arcillas y materiales calcáreos” sin datos específicos (ver tablas 58 y 59).

Tabla 59. Valor de las exportaciones e importaciones de roca fosfórica en Colombia (en miles de US\$) 2005-2012

FOSFORITA	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	47	180	669	2791	880	198	339	180
Importaciones	1	85	4	6	5	422	84	85

Fuente: FAOSTAT

Colombia produce cerca del 0.02% de la producción mundial de roca fosfórica y presenta tendencia decreciente. Sin embargo, en los años de la crisis mundial (2008 y 2009) Colombia aprovechó el aumento de la demanda mundial de derivados de fósforo y roca fosfórica multiplicando sus exportaciones por cuatro en el 2008 y recuperando sus cifras de 2007 al exportar, en 2009, 31.5% más que los 669.000 dólares de ese año (ver tabla 59).

La fabricación de fertilizantes fosfatados en Colombia no alcanza a cubrir el consumo nacional aunque se exporta un volumen pequeño que podría sustituir las crecientes importaciones (DAP¹²⁵ principalmente).

¹²² A pesar de que al 2010 las ventas al exterior se recuperaron totalizando US\$274.000.00, US\$100.000 más que la cifra base.

¹²³ Programa exportación de artesanías proyecto de la fundación visión -universidad de la sabana con el apoyo de Fomipyme y Artesanías de Colombia. 2003

¹²⁴ Procolombia, 2012

¹²⁵ DAP, Difosfato de amonio, principal fuente de fósforo para la agricultura, una parte importado y la otra producida por Monómeros Colombo Venezolanos y Abocol. Hoy en día ambas razones sociales han cambiado.

Aún la producción nacional de fertilizantes fosfatados sigue siendo mayor a las importaciones, excepto en los años 2005, 2010 y 2011 (ver tabla 60).

En valor, las importaciones siempre han sido mayores a las exportaciones tal como se muestra en la tabla 61. Esta diferencia en contra del país, alcanzó su pico más alto en el 2008 y en los últimos cuatro años del periodo analizado, el déficit comercial se ha mantenido por encima de los 10.5 millones de dólares.

Tabla 60. Composición del mercado de los fertilizantes fosfatados en Colombia, según origen

TOTAL FERTILIZANTES P2O5 (TONS)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Producción total	79513	158969	158720	108949	120894	135747	160839	160886
Importación	127567	149558	140274	96054	87768	139166	154020	139065
Exportación	8668	9034	13357	7051	8277	13150	15917	6099
Consumo	198412	299493	285637	197952	200384	261763	298943	293852

Fuente: FAOSTAT

Tabla 61. Valor de las exportaciones e importaciones de los fertilizantes fosfatados en Colombia (cifras en Miles de US\$)

FERTILIZANTES FOSFATADOS	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Importaciones	9255	9855	8489	24309	11318	15544	18615	16243
Exportaciones	240	591	494	1051	807	652	1002	240
Balance	-9015	-9264	-7995	-23294	-10511	-14892	-17613	-16003

Fuente: FAOSTAT

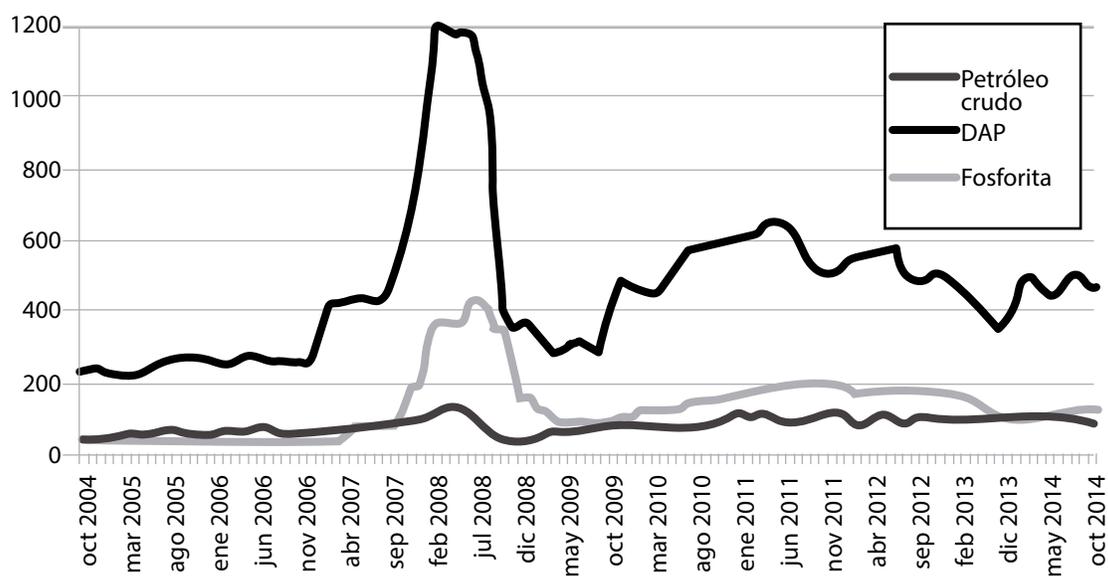
En el mundo.¹²⁶

El mercado mundial de minerales no metálicos es de gran competición. China es el productor líder con 37%; Marruecos y USA participan con 14% cada uno; Rusia hace 6%. El mayor productor suramericano es Brasil con el 3%. En producción de caolín, un tipo especial de arcilla, dominada por Uzbekistán con 16.5%, seguido por USA (16%) y Alemania (13.5%), Colombia no registra participación siendo Brasil el país suramericano más representativo con el 6%. En bentonita, otro tipo de arcilla especial, el líder mundial es USA con el 46%, Colombia tampoco aparece a pesar de que existe explotación rudimentaria conocida. En calizas, China domina el mercado mundial con el 60%; USA lo sigue de lejos con el 6% e India con el 5%. Colombia tampoco es representativa en este mercado lo cual coincide con las cifras de exportación de los minerales de la apuesta productiva ya presentada en este documento.

Como principal derivado de la roca fosfórica, el DAP es la fuente predilecta a nivel mundial de fertilizantes con el elemento fósforo, por lo que sus precios definen el mercado tal como se aprecia en la gráfica 11 que registra el comportamiento histórico de los precios del DAP, la roca fosfórica y el petróleo. En época de alza del dólar y caída del precio del petróleo, la comercialización de fertilizantes fosfatados, entre ellos los producidos en Colombia, se vería favorecida. Sin embargo, como ya se anotó, la fabricación de fertilizantes fosfatados en Colombia no alcanza a cubrir el consumo nacional.

¹²⁶ Idexmundi.com. Datos a 2010

Gráfica 11. Comportamiento histórico de los precios de los commodities.



Fuente: Banco mundial

En cuanto a la roca fosfórica en el panorama mundial, en la tabla 62 se resalta el incremento de la producción en Latinoamérica casi en el doble y la del occidente de Asia (China, Corea, Japón y otros), con un incremento del 47%. Su producción crece en relación directa con su consumo propio lo cual se corrobora con que a pesar de que la producción y el consumo son altos, las exportaciones e importaciones no aumentan; también, que la mayoría de la producción se transforma para ofrecer productos con valor agregado (DAP).

Tabla 62. Estadísticas mundiales por continente en miles de toneladas

ZONAS DEL MUNDO	PRODUCCIÓN MUNDIAL		EXPORTACIONES MUNDIALES		IMPORTACIONES MUNDIALES		CONSUMO MUNDIAL APARENTE		
	AÑO	2005	2012	2005	2012	2005	2012	2005	2012
Total West Europa		823	858	0	44	6 245	3 764	7 068	4 578
Total EU 27		1 120	1 171	0	60	12 439	8 231	13 559	9 342
Total Central Europa		0	0	0	0	2 893	2 159	2 893	2 159
Total E. Europa & Asia		13 320	12 815	3 205	2 107	2 132	2 697	12 246	13 405
Total North América		36 404	30 115	0	0	2 625	3 553	39 028	33 668
Total Latín América		6 026	11 237	0	3 218	2 618	3 040	8 644	11 059
Total África		44 618	41 715	17 747	16 556	31	9	26 902	25 167
Total West Asia		12 793	14 489	7 067	6 467	1 790	1 116	7 516	9 137
Total South Asia		1 402	1 303	0	0	5 429	7 731	6 831	9 034
Total East Asia		53 873	79 392	2 114	489	5 360	4 167	57 119	83 069
Total Oceanía		2 868	3 373	698	1 277	1 695	1 009	3 865	3 105

Fuente: IFA (international Fertilizer Industry Association). Production and international trade. Adaptado por el autor

2.2.3.4.2.1. LA APUESTA MINERA EN LOS TLC'S

En cuanto al aprovechamiento de los TLC's se tienen las siguientes oportunidades identificadas:

- Es indudable que el principal aliado económico es Estados Unidos y se han identificado oportunidades para las manufacturas, tales como materiales de construcción en California, Georgia, Illinois, Washington; abonos en Idaho, Virginia, Oregon; artesanías en Ohio, Pennsylvania, Georgia. El mercado de importación de minerales no metálicos en Estados Unidos vale cerca de 17.000 millones de dólares. Las manufacturas de piedra, el vidrio y sus productos, y los artículos de cerámica son los productos más demandados.
- El acuerdo comercial con la Unión Europea ofrece opciones como: en Alemania, artesanías; Bélgica: abonos y materiales de construcción; España y Francia: artesanías y materiales de construcción; Italia: abonos y artesanías; Reino Unido: materiales de construcción; Grecia, artesanías.
- Con Canadá, materiales de construcción.
- Con los países de Centroamérica y Chile: abonos
- La entrada de producto importado a bajo precio puede afectar siempre y cuando el precio del fósforo sea bajo. Actualmente, con la subida del dólar el precio de los fertilizantes se ha incrementado, lo que fomenta el desarrollo de la industria de los fertilizantes, amparado por la balanza cambiaria. Las oportunidades de exportación están en las artesanías con destino a Alemania, Chile. Mármoles y calcáreos para la India. Materiales para la construcción: India, Brasil, Panamá y Estados Unidos. Fertilizantes para Chile, Costa Rica, México, Kenia y Republica Dominicana.

2.2.3.4.2.2. MEGATENDENCIAS

Según Kathleen Uribe, Gerente de estrategia y comunicación, CSIRO Chile, se han identificado en el mundo cinco megatendencias que le están dando forma al futuro de la minería mundial:

1. Siglo asiático: Asia será la región más importante para la minería, no sólo en términos de demanda, sino también de oferta e inversión; la situación actual y las expectativas de consumo más grandes apuntan a la demanda y producción de metales sobre todo hierro, aluminio y cobre. Colombia presenta una débil explotación minera metálica y en una menor proporción se encuentra el Huila, por lo que participar en el mercado de estos productos no se vislumbra viable.

2. El imperativo de la innovación: se observa una tendencia decreciente en el precio de las commodities, por lo que las empresas mineras se verán abocadas a reducir los costos y mejorar la productividad innovando en procesos más eficientes. Algunos indicadores muestran que la ganancia de las 40 principales empresas mineras cayeron 49% y los costos aumentaron 9%; las leyes (concentración del elemento objetivo) de los minerales están disminuyendo y los depósitos minerales son cada vez más difíciles de explotar. Esta situación es totalmente relevante para Colombia y el Huila, ya que se requiere innovar para ser competitivos y los costos de explotación son muy altos dada la pobre infraestructura y la necesidad de superar la explotación artesanal.

3. La economía del conocimiento: ha habido un cambio global en explotación de yacimientos mineros en países desarrollados, los cuales han migrado la explotación hacia los países en desarrollo. Las economías emergentes, sin embargo, a menudo carecen de los conocimientos, la tecnología y la experiencia necesaria para la explotación eficiente de las reservas minerales. Para el caso de Colombia se evidencia una importante participación de inversión extranjera y para el Huila algunas empresas poseen los conocimientos para liderar cambios en las prácticas inadecuadas de minería y transformación.

4. La era de la rendición de cuentas: las operaciones mineras tendrán que ser planificadas para satisfacer tanto las expectativas sociales crecientes, así como mayores regulaciones relativas a la responsabilidad ambiental y social. Ganar y mantener el apoyo de la comunidad para proyectos de minería será uno de los factores más importantes en la gestión del riesgo. Hoy en día el 95% de las 250 empresas más grandes del mundo realizan informes de sostenibilidad de forma regular, en comparación con sólo 35% en 1999. China, mayor emisor de carbono del mundo, lanzó su primer sistema de transacción de bonos de carbono en

2013. Especialmente para Colombia la alta presencia de minería informal limita el desarrollo; en el Huila, la situación es menos grave pero igualmente limitante. Son pocas las empresas que rinden cuentas y que cumplidamente pagan regalías.

5. Auge del reciclaje: mientras que la producción primaria aún es fuertemente preferida, la escasez de mineral y otros factores indican que el reciclaje va a desempeñar un papel cada vez más importante en los mercados internacionales de productos básicos y las cadenas mundiales de suministro en el futuro. En Colombia no hay cultura de reciclaje bien difundida, como tampoco hay sensibilización adecuada. El reciclaje requiere el compromiso de muchos actores que no siempre están encadenados. En el Huila, a pesar de que se recicla parte de la chatarra de hierro y latas de aluminio, el reciclaje lo realizan empresas ubicadas en otras zonas del país principalmente Boyacá y Bogotá D.C. Los minerales extraídos en el Huila no son susceptibles de reciclaje, salvo la harina de pescado y harina de huesos, compuestos de fosfatos de calcio, que se emplea como fuente de fósforo y calcio en parte de los concentrados para alimentación pecuaria, aproximadamente el 1%. Esta situación es adversa al comercio de fosfatos para alimentación animal, ya que le quita competencia a los productos no reciclados.

2.2.3.4.3. CONCLUSIONES

1. La baja tecnificación en los procesos extractivos, la escasez de mano de obra en cantidad y calidad formativa en todos los procesos, la falta de recursos de los empresarios y, en el caso de los más pequeños productores, su conformismo con su estado actual, que satisface sus necesidades rutinarias básicas, son características de la actividad minera del Huila que explican muchas decisiones contrarias a las exigencias del sector.

2. La informalidad en la minería es un problema de actitud. El minero se organiza cuando percibe riesgos mayores para su negocio como ocurre con el riesgo de hurto de material explosivo. Como saben que una pérdida de dicho material suspendería el despacho de explosivos, los mineros se han organizado muy bien y controlan sus materiales explosivos. Si se realiza supervisión constante y se aplica “cero tolerancia”, se reduciría considerablemente la informalidad y se promovería la asociatividad, tan requerida en este sector.

3. No hay transferencia de tecnología, un problema constante en la economía del departamento. Por falta de conocimiento técnico específico y la ausencia de profesionales con la capacidad de aportar o transferir conocimiento, el minero y empresario minero parece tener más iniciativa que conocimiento y termina realizando sus operaciones artesanalmente. Esto explica la ausencia de proyectos innovadores.

4. La gestión ambiental de los renglones priorizados es crítica. Muchos de los problemas ambientales se pueden resolver tecnificando los procesos como lo han hecho muchas empresas en Colombia. Hoy en día, por ejemplo, existen máquinas versátiles que hacen todo el proceso de molienda y control de la polución, más baratas incluso que las tradicionales. Esto invita a una permanente vigilancia tecnológica que la globalización facilita.

5. Como el sector requiere grandes inversiones, es imperativa la atracción de inversionistas que existen en el mercado mundial y que aportarían los recursos que los actuales accionistas no tienen. Un fuerte liderazgo en este aspecto es estratégico.

6. En las entrevistas con los mineros se siente un clamor relacionado con la pobre gestión de la Agencia Nacional Minera en la formalización de su actividad. Evidencian falta de transparencia en esta entidad y parece continuarse con la vieja decisión de asignar títulos a personas no productoras que terminan vendiendo los derechos de explotación, para citar un solo caso de los expuestos por los mineros.

7. Los costos altos de transporte hacen difícil ser competitivos, la principal despensa agrícola del país está en la altillanura y no se tiene una vía directa que permita llegar competitivamente, ayudando así al desarrollo de esta zona carente de los insumos abundantes en nuestra región como son los materiales calcáreos y roca fosfórica. En muchas zonas de la altillanura se requiere una mezcla de estos dos minerales.

8. Se evidencia una falencia notable de los entes de control. Esto dificulta competir tanto al explotador minero legal y al industrial. Ejemplos son las minas de roca fosfórica en Itaibe, Cauca y que el registro único de comercialización de minerales, no es solicitado por los que compran minerales para su industrialización, mucho menos el título minero. También se evidencia falta de control por parte del ICA, para los insumos agroindustriales que se derivan de los minerales. Esto ha causado competencia desleal y por ende pérdida de la credibilidad del agricultor en los productos que se extraen y procesan en el departamento.

9. La Agencia Nacional Minera ANM, ha venido realizando un control periódico a la minería del departamento y se destaca la gestión que ha realizado Fosfatos del Huila, con lo cual coincide la ARL Positiva. En sus informes se evidencia una reducción de la incidentalidad año tras año y se ha tomado como ejemplo de explotación minera bajo tierra en el departamento.

10. La precaria asistencia técnica que se le da al agricultor direccionada, muchas veces, solo con propósitos comerciales, ha causado que en lugar de adoptar los fertilizantes fabricados en la región como las rocas fosfóricas y dolomitas, se opte por fertilizantes importados e incluso los mismos fabricados en otros departamentos lo cual, obviamente, resulta inconveniente para el desarrollo del sector minero del departamento y se reduzca la rentabilidad del agricultor por mayores costos de los insumos.

Es mucha la tarea a realizar en un sector que, desde Diego de Ospina y Medinilla, fundador de Neiva, hace parte de la visión de futuro de la ciudad y el departamento. Pero pareciera, por lo concluido en este diagnóstico, que este norte se hubiera perdido. Es urgente, entonces, retomarlo y otorgar al sector prioridad. La situación actual del petróleo con bajos precios y descenso paulatino de reservas invita al fortalecimiento de la minería diferente a los hidrocarburos como fuente de ingreso y mano de obra del departamento.

2.2.3.5. APUESTA PRODUCTIVA ENERGÉTICA

2.2.3.5.1. SITUACIÓN ACTUAL SECTOR ENERGÉTICO HUILA

Capacidad total instalada

La capacidad total instalada en el Huila, representada por 3 microcentrales (Íquira I, Íquira II y la Pita) y una gran central (Betania), se mantuvo invariable en el periodo analizado (2005 – 2013)¹²⁷. Con relación a la línea base, el crecimiento total de la capacidad instalada alcanzó 7.5%. Entre 2005-2009, se presentó un pequeño incremento del 0,80% considerado vegetativo, pues no ingresó ninguna central nueva generadora (ver tabla 63 y gráfica 12). El mayor incremento (6.72%) se presentó entre el 2009 y el 2013¹²⁸, por la puesta en marcha de la nueva fuente de generación térmica fósil a gas (residual de la producción petrolera), resultado de una alianza entre Ecopetrol y Masa S.A.S, para autoconsumo, con 2 pequeñas centrales de 15MW y 21MW. Esta novedad amplía el espectro local de generación para el futuro energético, dado que el gas natural, es un residuo poco aprovechado actualmente.¹²⁹

Producción de energía

A pesar del aumento en la capacidad de generación, la producción de energía en el periodo de análisis se contrajo -9.3% (-3.68% en 2005-2009 y -5,64% entre 2009-13) por la menor producción (en GWH/año) de la Central Hidroeléctrica de Betania, CHB. Igual ocurrió con las 3 microcentrales; es decir, el incremento en producción al 2013 proveniente de las 2 pequeñas centrales térmicas no resulta relevante para los objetivos estratégicos por estar destinados a la autogeneración de Ecopetrol.

¹²⁷ <http://www.portafolio.co/opinion/energia-sostenibilidad-competitividad>. Garantizar suministro de energía, base de la competitividad". Adicionalmente, el ranking del Consejo Mundial de Energía (WEC) 2014, destaca la gestión eficaz de Colombia respecto a confiabilidad de la energía, teniendo en cuenta el desarrollo de una matriz de generación de energía limpia, con la alta participación de la hidroenergía, desde la perspectiva de mitigación de impacto ambiental.

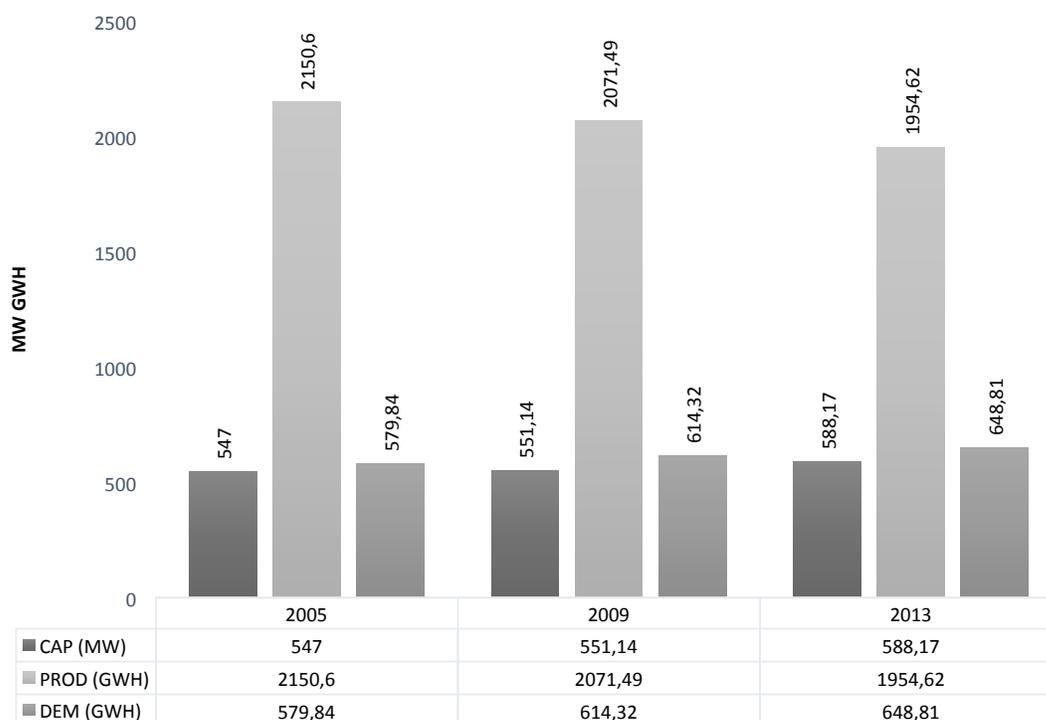
¹²⁸ La Matriz Energética del Huila al 2013 es: 93,88% Hidroeléctrica / 6,12% Térmica Fósil a Gas.

¹²⁹ <http://www.portafolio.co/opinion/energia-sostenibilidad-competitividad>. Garantizar suministro de energía, base de la competitividad "...De otro lado, si bien el índice del WEC presenta un puesto importante para Colombia en seguridad energética, es conveniente que el país tenga en cuenta al gas natural en la matriz energética de largo plazo en el contexto de la sostenibilidad. "

Tabla 63. Comportamiento de variables energéticas 2005-2013 en el Huila

SECTOR ENERGÍA HUILA 2005 / 2009 / 2013										
NO.	INDICADORES	UNI-DAD	LÍNEA BASE 2005		LÍNEA 2009		CREC. 2005/2009	LÍNEA 2013		CREC. 2009/2013
1	CAPACIDAD TOTAL (CT)	MW	4,10%	547	4,08%	551,14	0,80%	4,04%	588,17	6,72%
2	PRODUCCIÓN ENERGÍA	GWH	4,26%	2.150,60	3,70%	2.071,49	(3,68%)	3,14%	1.954,62	(5,64%)
3	DEMANDA	GWH	1,19%	579,84	1,12%	614,32	5,95%	1,07%	648,81	5,61%

Gráfica 12. Comportamiento variables energéticas Huila 2005-2013



Demanda de Energía

Al mismo tiempo, la demanda de energía creció 11,89%, que fue atendido por el Sistema Interconectado Nacional, SIN. Este aumento no correspondió a un impulso dado por los sectores productivos lo cual minimizó el impacto de una capacidad estancada, una producción de energía que se contrae y una demanda en aumento. Con esto, se amplió la brecha entre demanda local y producción local no interconectada (la de las microcentrales)¹³⁰. Esto implica que si no aumentamos la generación y producción de energía con microcentrales (Fase I de AIPC) el departamento seguirá atendiendo sus necesidades de energía con la proveniente del SIN, desaprovechándose su potencial de generación (tres veces su consumo según datos al 2013, $301,2\% = 1964,62 \div 648,81$).

¹³⁰ Las cifras que muestran esta situación son 2005: $579,84 - 35,8 = 544,04$. 2013: $648,81 - 22,22 = 626,59$

2.2.3.5.2. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA AGENDA INTERNA EN LA AP ENERGÉTICA

Cumplimiento de metas y objetivos

Tabla 64. Evaluación del cumplimiento de metas/ Apuesta Energética

EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE METAS / APUESTA ENERGÉTICA								
No.	FASE	DESCRIPCIÓN	MERCADO	METAS (MW)		CAPACIDAD (MW)	PRODUCCIÓN (GWh-Año)	CUMPLIMIENTO
				2006	2013			
1	Primera	Microcentrales	Electrificadora del Huila	160 MW	236 MW			
No.	FASE	DESCRIPCIÓN	MERCADO	METAS (MW)		CAPACIDAD (MW)	PRODUCCIÓN (GWh-Año)	CUMPLIMIENTO
				2013	2018			
2	Segunda	Grandes Centrales	Colombia / Países interconectados	850 MW	1.800 MW	400	2216	

Simbología: Color gris claro: Incumplimiento. Color gris oscuro: Cumplimiento

Meta 1 de fase uno: aumentar a 236 MW su capacidad de generación al 2013 (Ver tabla 64). Esta se incumplió totalmente a pesar de haberse registrado la puesta en marcha de las 2 pequeñas centrales termoeléctricas fósiles para uso de Ecopetrol.

La meta 1 de fase dos: grandes centrales, promoción del proyecto El Quimbo se califica como cumplida totalmente por las siguientes razones:

El Quimbo se materializó como proyecto con las especificaciones de capacidad instalada de 400 MW y producción esperada de 2216 GWH/año por su incorporación en la Agenda Interna de Productividad y Competitividad^{131/132}.

No obstante esta priorización, el proyecto, a julio 2015 no está en generación por varias razones, entre las que se destaca:

- » Dudas en la entrega del caudal ecológico mínimo de 160m³/Seg. que demanda la piscicultura de Betania para preservar su sostenibilidad.
- » Mal ambiente creado al proyecto por continuos conflictos sociales con las comunidades afectadas por desinformación no contrarrestada eficazmente por la empresa responsable.

Lo ocurrido con El Quimbo puede afectar otras represas contempladas en la Agenda Interna en el 2005 (Pericongo y Guarapas, al igual que algunas otras que forman parte del potencial del Huila). Será el consenso de los mejores especialistas y la actitud y buen manejo del componente social lo que conduzca a las decisiones más equilibradas para el futuro energético y la economía departamental.

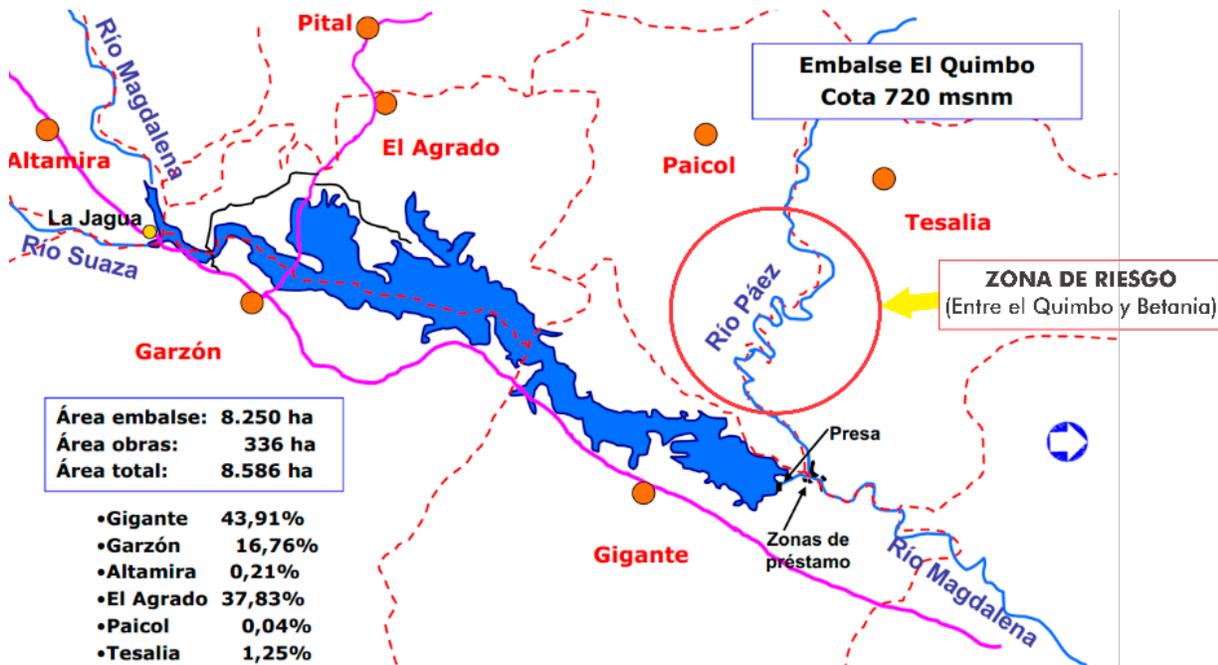
Hay que mencionar el riesgo que implica el Río Páez, como la avalancha ocurrida en junio de 1994. La reducción de la vida útil de Betania, y las pérdidas sobre la piscicultura, sin contar el desastre en toda la

¹³¹ Específicamente, sobre el proyecto hidroeléctrico El Quimbo se consignó como "acción 2" "Promoción del proyecto hidroeléctrico de El Quimbo Valor estimado de la Inversión US\$412.7 millones". <http://www.lanacion.com.co/index.php/politica/item/229208-con-criticas-al-gobierno-y-el-quimbo-uribe-recorrió-el-Huila-Respuestas-en-Gigante-sobre-El-Quimbo...> "En Gigante, Uribe se refirió a la inquietud ciudadana por la construcción de El Quimbo, y dijo que "es verdad, yo la adjudiqué, yo la contraté. Pero fueron los políticos del Huila los que me la solicitaron (Negrita y subrayado, fuera del texto), que porque hacía más de 40 años no se les ponía cuidado frente al proyecto y hoy son los mismos que me señalan por haberla licenciado "

¹³² <http://www.proyectoelquimboemgesa.com.co/site/Saladeprensa/ComunicadosdePrensa/EMGESArecibeasignaci%C3%B3nparaconstruirProyecto.aspx> El proyecto hidroeléctrico El Quimbo, que contará con una capacidad instalada de 400 megavatios, será construido en el Huila sobre el río Magdalena, en línea con la agenda de competitividad del departamento (Negrita y subrayado, fuera del texto).

trayectoria afectada, constituyen los impactos derivables¹³³ de una eventualidad difícil de pronosticar en tiempo y magnitud. Un caso similar se tiene con los Ríos Suaza (1827,1990) y Las Ceibas (1984(2), 1994, 1995), especialmente por la sensibilidad que tiene este último para la provisión de agua. La ingeniería es la solución para esos riesgos como la que se muestra en la gráfica 13.

Gráfica 13. Influencia del Río Páez en la zona y su posible solución



Fuente. Proyecto Central Hidroeléctrico El Quimbo -UPME

En cuanto a los objetivos, la Agenda Interna de Competitividad y Productividad señala los dos similares a las metas, es decir, su diferencia está en las cifras que cuantifican estas últimas. Por lo tanto su análisis y cumplimiento está inmerso en el análisis de las metas.

2.2.3.5.2.1. Evaluación del desempeño de la Apuesta Energética en los factores de competitividad según necesidades/requerimientos y acciones

Con base en la priorización de 26 necesidades/requerimientos a atender con la realización de 24 acciones, tal como se muestra en la tabla resumen 65, la atención de los requerimientos o necesidades priorizadas y los planes de acción comprometidos, se estima en 31.1% tras haberse desarrollado efectivamente el 32.5% de las acciones planteadas. El detalle de este desempeño se hace a continuación reiterando, una vez más, que su evaluación debe tomarse como avances hacia la meta señalada por la Agenda Interna al 2020 y que la calificación del cumplimiento está influenciada por el impacto generado por los planes de acción ejecutados y no solamente por la relación aritmética entre requerimientos o necesidades y planes de acción priorizados y cumplidos

¹³³ <http://ingenieria.usco.edu.co/museo/images/Amenazas.pdf> Amenazas geológicas del departamento del Huila / Geo. Roberto Vargas Cuervo.

Tabla 65. Apuesta Energética/ cumplimiento necesidades/requerimientos y acciones¹³⁴

FACTORES DE COMPETITIVIDAD	FASES	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS		ACCIONES		% CUMPLIMIENTO/ IMPACTO	
		PRIORIZADAS	CUMPLIDAS	PRIORIZADAS	CUMPLIDAS	NECESIDADES	ACCIONES
Entorno económico	Comunes	1	0	1	0	0%	0%
Internacionalización de la economía		2	2	1	1	50%	50%
Innovación y desarrollo		1	0	1	0	0%	0%
Conectividad, infraestructura y equipamiento	1ra.	4	0	3	0	0%	0%
	2da.	4	2	2	2	50%	100%
Formación de recurso Humano	Comunes	1	0	1	0	0%	0%
Sostenibilidad ambiental	1ra.	2	2	2	2	50%	50%
	2da.	2	2	2	2	50%	50%
Desarrollo institucional	1ra.	2	2	3	2	66%	66%
	2da.	2	2	3	2	66%	66%
Desarrollo empresarial	1ra.	2	2	3	2	66%	66%
	2da.	3	3	2	2	50%	50%
TOTAL APUESTA		26	17	24	15	31,13%	32,5% ¹³⁵

En internacionalización de la economía (50% en ambas fases), el Huila muestra un buen avance pues la interconexión con Ecuador es un hecho, facilitando, cuando existan los excedentes, las exportaciones hacia el sur del continente. Desde 2003 está vigente esta interconexión (ver gráfica 14)¹³⁶.

Gráfica 14. Interconexión Ecuador-Colombia.

INFORMACIÓN	
Capacidad	250 MW
Tipo y voltaje	Doble circuito 230 kv
Longitud	Ecuador: 135 Km Colombia: 78 km Total: 213 km
Importación anual aproximada:	900 GWh
Costo del proyecto: (Millones de dólares)	Ecuador: USD 30.89 Colombia: USD 15.19 Total: USD 46.08
Construcción:	11 MESES
Fecha de inicio de las transacciones:	1 de marzo de 2003

Fuente. Op Cit.

¹³⁴ Con respecto a los porcentajes de cumplimiento, cabe anotar que en algunos casos se presentan las necesidades o acciones atendidas o cumplidas, este cumplimiento es parcial por lo tanto no constituye el 100% sino el 66%.

¹³⁵ Estos porcentajes de cumplimientos tanto necesidades y requerimientos como para acciones se calcularon de forma lineal, de acuerdo al promedio de cada factor, que tienen la misma importancia todos dentro de la Apuesta.

¹³⁶https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ariae.org%2Fdownload%2FReuniones%2FVII_Reunion_Oaxaca%2F07-MESA_2%2F_2__INTERCONEXI_N_ECUADOR__.PPT&ei=dBqGVN_HFYqLyATao4HwCQ&usg=AFQjCNHKTtcbilbg44_br6YqsiH5ZfBpQ&bvm=bv.80642063,d.aWw.

Otro componente importante del factor internacionalización de la economía fue la Inversión Extranjera Directa, IED, en El Quimbo que se cuantificó en US\$837 millones al inicio de trabajos en el 2010¹³⁷, pero que llegará a los US\$1.100 millones. En conectividad, infraestructura y equipamiento, otro factor con buena calificación (100% de impacto en la segunda fase) se sustenta en que El Quimbo, aún sin transferir energía al sistema interconectado, está incorporando infraestructura no existente además de que la red de telecomunicaciones tiene una cobertura del 100% en los lugares donde pueden llegar a desarrollarse otros proyectos similares previstos.

Finalmente, en sostenibilidad ambiental, el Plan de Manejo Ambiental-PMA de El Quimbo, ya está vigente y en ejecución. No hay una divulgación amplia de los elementos que lo componen, por parte de Emgesa, ni de la ANLA, ni de la CAM. El grado de desconocimiento afecta grandemente la percepción de la opinión pública, dando lugar a toda suerte de interpretaciones y especulaciones.

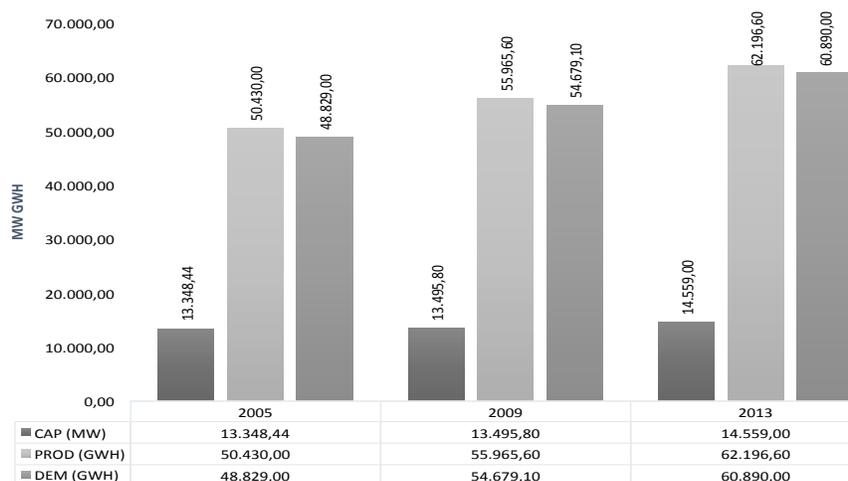
Se desconocen los planes de obras y acciones de recuperación, preservación y conservación de las cuencas con inversiones de 1% (inicial), 3% anual ANLA y 3% anual municipios¹³⁸.

2.2.3.5.3. EL ESCENARIO MACRO PARA LA APUESTA ENERGÉTICA

En Colombia

El comportamiento del sector energético de Colombia muestra cifras un tanto diferentes a las del Huila. En cuanto a capacidad total instalada, Colombia creció 9% entre 2005 y 2013, logrado especialmente entre el 2009 y 2013 (ver gráfica 15 y Tabla 66). Comparativamente, el Huila perdió participación en la capacidad instalada nacional.

Gráfica 15. Energía colombiana 2005/ 2009 / 2013



Fuente: Óp. Cit.

En producción de energía, el país creció 23.3% (entre 2005 y 2013) a pesar de que la crisis del 2009 coincidió con la ocurrencia del “fenómeno del niño”, que redujo drásticamente el nivel de los embalses haciendo que se sustituyera la energía hidroeléctrica por energía térmica fósil, dada la estructura de producción de energía del país¹³⁹.

¹³⁷ <http://www.upme.gov.co/Convoca2009/052009/DocumentosF/Anexo%2018%20Presentacion%20EMGESA%20Proyecto%20Hidroelectrico%20El%20Quimbo.pdf>. El costo de las exigencias sociales incrementó la inversión del Proyecto en el 30,5%, sin que esta cifra sea definitiva, porque se han desbordado las aspiraciones de la población interesada. El punto, es que estos sobrecostos exagerados rompen la confianza de las inversiones y no constituyen en últimas, una reivindicación perdurable, sino un asistencialismo paternalista.

¹³⁸ La CAM, en el 2005 recibió transferencias del sector eléctrico \$2.456 millones de pesos y en el 2013 \$3.016 millones de pesos. (Fuente informes de gestión CAM 2005 y 2013 / <http://www.cam.gov.co/>)

¹³⁹ El país depende mayoritariamente (en promedio el 64%), de la generación de energía de todas las represas colombianas, dentro de las que se encuentra Betania. Cuando se experimentan contracciones hidrológicas, la energía que se deja de producir por esta fuente, tiene que ser reemplazada por la generación térmica fósil (en promedio el 32%), con mayores costos y con el impacto ambiental que significa la expulsión de gases de efecto invernadero. En los momentos de disyuntiva, estando de por medio la seguridad energética no existe otra alternativa, que

Tabla 66. Sector energía Colombia 2005/ 2009/ 2013

SECTOR ENERGÍA COLOMBIA 2005 / 2009 / 2013										
NO.	INDICADORES	UNIDAD	LÍNEA BASE 2005		LÍNEA 2009		CREC 2005/ 2009	LÍNEA 2013		CREC. 2009/ 2013
1	CAPACIDAD TOTAL (CT)	MW	5,20%	13.348,44	4,55%	13.495,80	1,10%	4,32%	14,559	7,88%
2	PRODUCCIÓN ENERGÍA	GWH	4,41%	50,430	4,27%	55.965,60	10,98%	4,12%	62.196,60	11,33%
3	DEMANDA	GWH	5,36%	48,829	5,19%	54.679,10	11,98%	5,00%	60.890,00	11,36%

Fuente: Óp. Cit.

Es evidente que la energía hidroeléctrica proveniente de las represas, ha sido y es irremplazable, por cuanto es limpia, renovable, es la más barata y forma parte de una matriz energética, con opciones que vale considerar sin excluir la hidrogenación. El resto de la matriz energética, las llamadas Fuentes No convencionales de Energía Renovable, FNCER, con buenas promesas en algunos casos (como las Pequeñas Centrales Hidroeléctricas, PCH's, y el uso de biomasa) y, en otros, por la energía solar o la eólica, se contempla para el largo plazo, es decir, sin mayor representatividad en la actualidad en el sector energético nacional.¹⁴⁰

El Huila con su caída en el rubro producción, perdió igualmente participación en el sector en el país. La demanda de energía en Colombia creció 24.7%, dos veces el crecimiento de la demanda en el departamento del Huila y de manera similar al crecimiento de la producción energética nacional con lo que el país respondió positivamente a la demanda. No obstante, el excedente energético del país es muy frágil (2.1% descontado el consumo al 2013) ya que con el solo crecimiento demográfico podría revertirse la situación. Por esto, Colombia no tiene posibilidades de ser un exportador neto de energía resultando estratégica la variable energética en el país y, por supuesto, al Huila como potencial generador de energía y contribuyente importante del sistema interconectado nacional por sus bajos consumos. El Huila tiene un compromiso fundamental con la generación energética colombiana que parece no entender.

El sector energético en Latinoamérica y el Caribe

En un escenario ampliado, las cifras del sector energético colombiano, en términos de crecimiento de sus variables representativas, son inferiores a las que muestra Latinoamérica y el Caribe, LAC. En capacidad instalada, LAC creció 31.1% entre 2005 y 2013, tres veces más el crecimiento de la capacidad instalada de Colombia. Reduciéndose así la participación de Colombia en la Región y, de paso y en mayor grado, la participación del Huila, ampliándose la brecha de generación. Esto obliga al país a hacer grandes inversiones para reducir la brecha.

De la misma manera, pierde participación en producción en la región. El Huila, obvio, pierde más de lo que pierde Colombia (ver Gráfica 16 y Tabla 67).

optar por el mal menor de la generación térmica fósil. En balance de derechos, es preferible que la seguridad energética, se sitúe por encima de la seguridad ambiental (siempre y cuando que sea en forma temporal y con impactos que resulten mitigables).

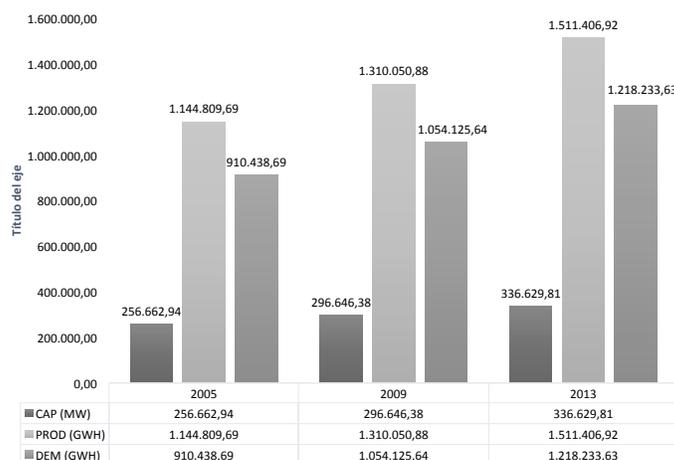
¹⁴⁰ <http://www.portafolio.co/opinion/energia-sostenibilidad-competitividad>. Garantizar suministro de energía, base de la competitividad "... Estudios internacionales de comparación del progreso de los sistemas energéticos entre países, tales como el Global Energy Competitiveness Index, Energy Sustainability Index y el Global Energy Architecture Performance Index, ubican a Colombia en una posición de privilegio en la escala mundial respecto al aporte del sector de energía al crecimiento económico, la seguridad energética y la sostenibilidad ambiental. Por ejemplo, el informe del Energy Sustainability Index 2014 del Consejo Mundial de Energía (WEC) señala que Colombia ocupa el puesto 16 en el ranking de sostenibilidad energética entre 129 países. Así, mantiene el quinto lugar en seguridad energética, el cuarto en mitigación de impacto ambiental, y mejora al puesto 63 en relación con acceso social a la electricidad. ..."

Tabla 67. Sector energía Latinoamérica y el Caribe 2005/ 2009/ 2013

SECTOR ENERGÍA LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE 2005 / 2009 / 2013										
NO.	INDICADORES	UNIDAD	LÍNEA BASE 2005		LÍNEA 2009		CREC. 2005/ 2009	LÍNEA 2013		CREC. 2009/ 2013
1	CAPACIDAD TOTAL (CT)	MW	100%	256.662,94	100%	296.646,38	15,58%	100%	336.629,81	13,48%
2	PRODUCCIÓN ENERGÍA	GWH	100%	1.144.809,69	100%	1.310.050,88	14,43%	100%	1.511.406,92	15,37%
3	DEMANDA	GWH	100%	910.438,69	100%	1.054.125,64	15,78%	100%	1.218.233,63	15,57%

La demanda Latinoamericana y del Caribe viene creciendo a un ritmo superior al de Colombia: 33.8% vs. 24.7% entre 2005 y 2013. El bajo excedente entre producción y consumo en el país no ha hecho posible que se aproveche la mayor demanda latinoamericana y del Caribe. Esto a pesar de que Colombia está en el grupo de 26 países con mayor disponibilidad de Agua. Este grupo alcanza el 79,50% del total mundial que es de 54.895,75 Kms³ por año. El resto tiene el 20,50% de disponibilidad con 11.256,05 Kms³/año.

Gráfica 16. Energía Latinoamérica y el Caribe 2005/ 2009/ 2013



El bloque de países, con continuidad territorial, con mayor disponibilidad es el conformado por ocho (8) países suramericanos: Brasil, Colombia, Perú, Venezuela, Chile, Argentina, Bolivia y Ecuador, con 15.869,70 Kms³/año, lo cual representa el 28,91% del total mundial. Este contexto, al igual que el comparativo realizado deja ver un marco altamente favorable para el Huila, lo cual, a su vez, consolida la apuesta energética como alternativa clara de desarrollo para el departamento.

2.2.3.5.3.1. MEGATENDENCIAS

Al 2050 el planeta estará habitado por 9.346 millones de personas; 20% de ellas no contará con el servicio de energía, una constante que se mantiene desde el año base 2010. Hoy 1.300 millones de personas en el mundo no tienen acceso a la luz eléctrica¹⁴¹.

Contar con energía facilita el acceso a la educación, una mejor salud, equidad, crecimiento económico y seguridad, factores clave en el siglo XXI. Más de 4.3 millones de muertes en 2012 fueron vinculadas a la contaminación de interiores de hogares que utilizan estufas de biomasa, madera o carbón, lo que supera las muertes ocasionadas por el sida y la malaria juntas.

¹⁴¹ <http://www.desarrollosustentable.co/2014/07/por-que-importa-el-acceso-la-energia.html/> extractos del documentos original y negrilla fuera de texto.

El desarrollo sustentable no es posible sin la energía sostenible. Lograr el acceso a servicios modernos de energía es fundamental para el desarrollo humano y una inversión en nuestro futuro, pero debe ser basado en fuentes de energía limpias.

2.2.3.5.4. CONCLUSIONES

1. Como un gran resumen, podría decirse que el desempeño del Huila en la Apuesta energética no reporta gestión alguna en la primera fase (microcentrales) y una gestión en la segunda fase (grandes centrales) que debe consolidarse con mayor protagonismo. No obstante, el futuro de la energía en el mundo obliga a ver de una manera distinta el papel que el Huila puede asumir como un generador de energía. Los argumentos están en las megatendencias ya relacionadas.

2. Mientras la matriz energética mundial al 2014 tiene una dependencia del 87% de energías fósiles, la de Colombia muestra una dependencia del 32%, la del Huila una del 6% con gran potencial para generación (ver Gráfica 17)

Gráfica 17. Matrices energéticas al 2014

DESCRIPCIÓN	ENERGÍAS FÓSILES	ENERGÍAS LIMPIAS
MUNDO	87%	13%
COLOMBIA	32%	68%
HUILA	6%	94%

Las energías renovables¹⁴² (hidroeléctrica, solar, eólica, biomasa, entre otras), son la alternativa para solucionar el problema lo cual debe definirse para determinar las reales opciones de incorporar a la matriz de generación en el Huila una o varias de estas opciones.

3. El Huila debe apostarle decididamente a ser un generador de energía porque tiene un 76% del potencial departamental por aprovechar (después de incluir El Quimbo). En materia de Hidrogeneración, por ejemplo, pueden estructurarse cerca de 50 Proyectos de Pequeñas Centrales Hidroeléctricas, PCH's, con capacidad suficiente para satisfacer la demanda local y vender al Sistema Interconectado Nacional o exportar los excedentes, con bajos riesgos ambientales y sociales. Las Asociaciones Público-Privadas, APP,¹⁴³ resultan un excelente mecanismo para la concreción de estas posibilidades.

4. Para lo anterior, debe hacerse un gran esfuerzo por la socialización de los proyectos de generación de energía, no sobre la decisión ya tomada sino con la anticipación suficiente para que la comunidad asuma su propia responsabilidad sobre el futuro del departamento. Está en juego no una inversión determinada sino la construcción de una visión de futuro que está sustentada en lo que el mundo requiere y que el Huila puede ser un protagonista importante. Lo que en otras regiones es visto como un mecanismo de modernidad y mejoramiento socio económico no puede representar para los huilenses un retroceso.

¹⁴² <http://www.freelibros.org/libros/la-venganza-de-la-tierra-james-lovelock.html> "The Revenge of Gaia: Why the Earth is Fighting Back and How We Can Still Save Humanity / James Lovelock (Padre del Ambientalismo Moderno)"

¹⁴³ <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/Ley150810012012.pdf> Ley 1508 del 2012 / http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4275_documento.pdf Ley 1467 del 2012.

2.2.4. EL MARCO GUBERNATIVO PARA LA AIPC: LOS PLANES DEPARTAMENTALES DE DESARROLLO

Desde la promulgación de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, AIPC Huila, los distintos gobiernos han reconocido su condición de guía del desarrollo económico y social del territorio adoptando, de diferentes maneras, los compromisos adquiridos por el Huila en todos los factores de competitividad. Por tanto, resulta necesario registrar este hecho aclarando que la gestión de los mandatarios territoriales estableció un marco para la puesta en vigencia de la Agenda Interna y, en ningún caso, la evaluación que se realizó focaliza los resultados en lo que hicieron o no los gobernantes en el periodo analizado (2005-2014); de ahí que siempre se haya hecho mención a que cuando se menciona al Huila su definición hace relación a toda la sociedad huilense y no solo a los gobernantes territoriales. Los resultados, una vez más, se produjeron por todos los huilenses así, en mayor o menor grado, estén influenciados por la gestión gubernativa. Por esto resulta oportuno registrar en este diagnóstico la forma en que cuatro gobiernos departamentales acogieron la AIPC para cumplir su gestión en el desarrollo del departamento camino al 2020.

Es necesario precisar que se registran aquí las inversiones directas en las apuestas y no se consideran las inversiones en las llamadas transversalidades. El alcance de esta mención no es evaluar totalmente una gestión gubernativa frente a la AIPC Huila sino verificar que fue considerada en la propuesta del candidato y luego incorporada al Plan de Desarrollo que resulta obligatorio para adelantar su gestión.

- » Plan de Desarrollo 2004-2007: Huila unido para construir futuro
 - Apuestas Productivas incorporadas: Agroindustria, Turismo, Piscicultura y Minería
 - Programas relacionados y recursos asignados:
 - Empleo productivo: inversión directa indeterminada
 - Buen Gobierno: Ídem al anterior
 - “La Minería también cuenta”, monto en inversiones de \$1.450 millones de pesos. El plan estaba ajustado metodológicamente a la estructura de la Agenda Interna
- » Plan de Desarrollo 2008-2011: Huila naturaleza productiva
 - Apuestas Productivas incorporadas: Agroindustria, Piscicultura y Turismo
 - Programas relacionados y recursos asignados:
 - Productividad y competitividad: bien por el campo: \$128.040 millones
 - Agua para que la tierra produzca: \$132.629 millones
 - Piscicultura, negocio de cara a los mercados: \$9.265 millones
- » Plan de Desarrollo 2012-2015: Haciendo el cambio¹⁴⁴
 - Apuestas Productivas incorporadas: Agroindustria, Piscicultura
 - Programas relacionados y recursos asignados:
 - Desarrollo rural, la apuesta para el cambio: \$43.956 millones
 - Mujer, empresaria del campo: \$17.022 millones
 - Cambio para subsectores productivos, competitivos, sostenibles e incluyentes: \$19.199 millones
- » Plan de Desarrollo 2013-2015: Huila competitivo¹⁴⁵
 - Apuestas productivas incorporadas: agroindustria y turismo
 - Programas relacionados y recursos asignados:
 - Productores rurales competitivos: \$41.775 millones
 - Mujer rural productiva: \$1.880 millones
 - Fortalecimiento subsectores productivos \$10.805 millones
 - Equipamiento e infraestructura para el fortalecimiento de la competitividad y comercialización agropecuaria: \$66.593 millones

¹⁴⁴ Este plan solo se ejecutó en un año por retiro del gobernador por decisión de la Procuraduría.

¹⁴⁵ Este plan sustituyó el anterior y se ejecuta para un periodo de gobierno de tres años.

2.2.5. RESUMEN DESEMPEÑO DEL HUILA EN AGENDA INTERNA

Tabla 68. Resumen cumplimiento requerimientos/necesidades y acciones de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad.

RESUMEN CUMPLIMIENTO REQUERIMIENTOS / NECESIDADES Y ACCIONES DE LA AGENDA INTERNA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL HUILA		
APUESTA PRODUCTIVA	CUMPLIMIENTO %	
	NECESIDADES	ACCIONES
AGROINDUSTRIAL	27,3%	29,3%
TURÍSTICA	23,1%	35,6%
PISCÍCOLA	45%	48%
MINERA	16,1%	14,3%
ENERGÉTICA	31,13%	32,5%
TOTAL AIPC	28,5%	31,94%

El resultado de lo construido por los huilenses interpretando la guía para el desarrollo del Huila no es satisfactorio. En todo este capítulo se han detallado sus falencias y aciertos, lamentablemente mayores estos últimos. La tabla resumen 68, simplemente confirma el avance de apenas la tercera parte de las metas y objetivos trazados cuando lo esperado era el doble, las dos terceras partes (66% en términos porcentuales).

Quedan las cifras para su análisis por los huilenses que se consideran base para la formulación e implementación de la AIPC actualizada.

2.2.6. CONSIDERACIONES SOBRE ESTAS REALIDADES

Este resumen podría inferir que en la estructuración de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad se establecieron proyecciones más allá de las posibilidades de realización del departamento del Huila¹⁴⁶, y que las Apuestas Productivas estuvieron mal formuladas y seleccionadas. Ni lo uno ni lo otro. En cuanto a esto último, antes del inicio del diagnóstico se realizó un ejercicio de justificación de cada Apuesta Productiva en cuanto a factores como propiedades de los productos o servicios, características de la demanda (mercado potencial externo), impacto social (particularmente en el empleo). Absolutamente todas las apuestas pasaron esta evaluación porque cumplían con los requerimientos del DNP, incluso frente a las posibilidades de irrupción a los mercados internacionales (para fortalecer la internacionalización de la economía) excepto el cacao, que por las especiales condiciones del mercado mundial no ofrecía precios atractivos para orientar la producción a la exportación, situación que hoy, afortunadamente, se ha modificado favorablemente.

La primera de las posibles inferencias, sobre una excesiva proyección por fuera de las posibilidades del departamento del Huila, tampoco explicaría los precarios avances. El problema, indudablemente, es de

¹⁴⁶ De nuevo, este término envuelva a la totalidad de las instituciones y personas que hacen al departamento y no solo a los gobiernos territoriales (gobernación y alcaldías municipales).

gestión antes que de planificación idealista. Cada una de las apuestas da ejemplos del corto desempeño en la implementación de la Agenda Interna. En la apuesta agroindustrial, por ejemplo, la excesiva dedicación (justificada o no) al componente agropecuario y no a su transformación para contribuir al concepto integral de agroindustria con el apoyo de la tecnología (la Apuesta Productiva se apoya en la base tecnológica) explican los resultados. En turismo, la baja inversión y la débil gestión en el mercadeo de los incipientes destinos turísticos confirman la baja gestión. Igual en la generación de energía, si se hubiera construido tan solo una de las pequeñas centrales hidroeléctricas su aporte a la autonomía en la demanda de energía sería tan importante que justificaría esta fase de la Apuesta Energética. Se podría citar otros casos que explican lo ocurrido hasta ahora. El concepto de gestión envuelve las variables de eficiencia en el uso de los recursos disponibles (inversión, tecnología y experiencias previas como referentes a seguir) y eficacia en la administración de los proyectos y aplicación de las estrategias para el cumplimiento de los objetivos y metas señalados. Algunos o varios de ellos fallaron o no fueron calificados como prioritarios; o no hubo la suficiente apropiación de la guía del desarrollo del Huila representada en la Agenda Interna de Productividad y Competitividad. Cualquiera que sea lo ocurrido, lo favorable es que son factores que el mismo departamento puede mejorar o revertir a su favor. Por ello, las Apuestas Productivas, con las variaciones y complementos establecidos en este documento, seguirán integrando las posibilidades de desarrollo del Huila empresarial con sus impactos sociales y dentro de las fronteras ambientales. Precisamente, en la fase del proceso de formulación e implementación, se proponen las condiciones que cada Apuesta Productiva debe cumplir para seguir siendo Apuesta Productiva y que actividades, productos o servicios pueden calificarse como renglones prioritarios o Apuesta Productivas.

**FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN
DE LA AGENDA INTERNA DE
PRODUCTIVIDAD
Y COMPETITIVIDAD DEL HUILA**



CAPÍTULO 3

CONTEXTUALIZACIÓN

PRESENTACIÓN

Para una adecuada interpretación del proceso de actualización de la AIPC es definitivo tener la seguridad de que los lectores y analistas cuentan con las ayudas necesarias para poder leer los planteamientos contenidos en el presente documento, que son producto de la retroalimentación que se ha dado con los actores de las Apuestas Productivas en las distintas reuniones realizadas para validar el documento final de actualización. En este proceso, se encontró la necesidad de puntualizar en dos definiciones que mostraron siempre disparidad de interpretaciones: Valor agregado y Apuesta Productiva. Por tanto, resulta muy importante que se puntualice sobre el particular para soportar mejor la actualización.

3.1. EL CONCEPTO DE VALOR AGREGADO

Durante el desarrollo de la fase dos del proceso de actualización de la AIPC del Huila en los distintos talleres y reuniones de socialización y enriquecimiento del mismo, resultó recurrente la controversia sobre el concepto de valor agregado, uno de los prerrequisitos para la continuidad de las Apuestas Productivas, a tono con lo que en la original AIPC se concibió como clave para que la economía del Huila ganara competitividad y mejorara las condiciones de los productores, tradicionales proveedores de bienes básicos o primarios. Esta orientación fue claramente definida en el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación, PECTI, y acogido en diciembre 27 de 2010 por el entonces CODECYT, hoy CODECTI y el ecosistema de ciencia, tecnología e innovación del departamento del Huila como estratégica para cumplir el tránsito entre una economía basada en la explotación de los recursos naturales a una economía basada en el conocimiento, previa etapa de una economía basada en la eficiencia.

Genéricamente, el valor agregado permite muchas interpretaciones. Se refiere, en forma primaria, al valor que cada bien o servicio adquiere en la cadena de producción, es decir, al valor que genera cada participación o etapa en el procesamiento de un producto o servicio que puede ser valorado en unidades monetarias. En una aplicación similar, el PIB de un país o territorio se integra con los valores que los distintos sectores agregan a la producción nacional o regional, según el caso. Sin embargo, este concepto primitivo de valor agregado no es suficiente para explicar que los países (o regiones) con mayores índices de desarrollo son “aquellos que pueden agregar más valor a sus productos...” por cuanto quien califica este valor agregado es el cliente o consumidor. Aquí empiezan, entonces, a configurarse varias diferencias de concepto respecto al valor agregado. Es posible, por ejemplo, que un productor agrícola pueda aumentar la tecnificación de su cultivo para un manejo más eficiente de los suelos. Gana en productividad, seguramente, pero su producto seguirá siendo el mismo a menos que incorpore biotecnología a sus procesos y logre diferenciarlo en el mercado. Tendrá un resultado financiero mayor (por mejoramiento de costos o volumen de producción) pero, en el primer caso, no agrega valor a su producto. Tampoco es valor agregado, el cumplimiento de requisitos de mercado que ya están incorporados en el precio acordado por el producto o servicio. Un ejemplo clásico es el servicio aéreo. El cliente adquiere un tiquete para un viaje que saldrá a cierta hora y debe llegar a su destino a la hora señalada en el itinerario. Cumplir estas condiciones no es valor agregado aunque se utilice su cumplimiento como una estrategia publicitaria. Esto es lo mínimo que el cliente espera de su compra: que le cumplan lo pactado. Otro ejemplo es acceder a certificaciones de calidad o buenas prácticas exigidas por los mercados a donde se desea competir. Si no se obtienen, no se tendrán nuevas posibilidades de exportaciones pero no pueden considerarse como valor agregado.

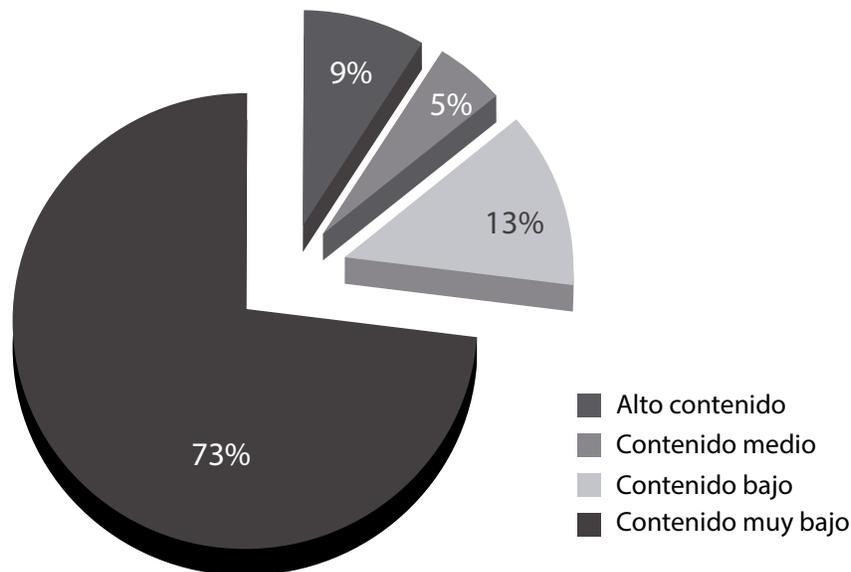
Tradicionalmente, el concepto de valor agregado está asociado a los sectores de producción. El sector primario está identificado como productor de materias primas que carecen, o tienen muy poco valor agregado. El sector secundario o de transformación está directamente asociado a la generación de valor agregado a los bienes primarios que transforma; y el sector terciario o de servicios, se relaciona con la satisfacción de necesidades que cada vez exige procesos más complejos y, en consecuencia, tiene que agregar valor a su oferta de servicios. Hoy se habla de un cuarto sector asociado al conocimiento con capacidad de generar productos y servicios de alta complejidad que exigen, a su vez, alto grado de conocimiento. No obstante esta discriminación sectorial, no podría decirse que solo en determinados sectores puede generarse valor agregado. Incluso, como se anotó, en el primario es posible lograrlo; solo que debe generar una diferenciación. Esto es lo que se denomina “diferenciación por valor agregado” para significar que no toda diferenciación genera valor agregado. En estas condiciones, la agregación de valor está limitada a alcanzar unos niveles que se detallan en la gráfica 18.

3.1.1. NIVELES DE AGREGACIÓN DE VALOR

En el PECTI del Huila se reconoce que las Apuestas Productivas están centradas en la explotación de recursos naturales, lo que nos califica como una economía conducida por factores, lo cual obliga a dar el paso hacia una economía conducida por la eficiencia para, finalmente, alcanzar una economía conducida por la innovación¹⁴⁷.

Lo cierto es que el Huila tiene serias limitaciones para avanzar hacia la generación de actividades de alto valor agregado y tiene, por el contrario, un contenido tecnológico muy bajo de acuerdo con esta gráfica extractada del PECTI 2010:

Gráfica 18. Contenido tecnológico en actividades del Huila.



Fuente Colciencias, ScienTI 2009

Esta realidad debe tomarse como punto de partida para que el Huila inicie su tránsito a la generación de valor agregado entendido este como un proceso de elaboración de un producto o prestación de un servicio que supera sus características originales, ya sea por la incorporación de tecnología o por su diferenciación identificable por el consumidor y, por ello, pague un valor adicional.

Una herramienta muy importante para ello es el documento "Lineamientos para el fortalecimiento de la competitividad del departamento del Huila" elaborado en el último trimestre de 2014 por los investigadores de la Universidad Javeriana Jaime A. Olavarría A., Emmanuel González Y. y Oscar J. Corzo C. y presentado a la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila en la que se plantea la estrategia de especialización inteligente (EdEI)¹⁴⁸, para avanzar hacia productos y servicios de mayor valor agregado, en el esfuerzo de convertir al Huila en una economía basada en el conocimiento y que permita aprovechar los recursos naturales existentes y se aumente la diversificación y sofisticación exportadora".¹⁴⁹

¹⁴⁷ Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila. CODECYT Huila. ColcienciaS Dic.27 de 2010.

¹⁴⁸ El 18 de septiembre de 2015, en reunión en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, expertos de Planeación Nacional expusieron el probable contenido de un CONPES que el Gobierno expedirá antes de terminar este año sobre el sistema único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación que reglamentará la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y que será de obligatoria réplica en los departamentos de Colombia. La base para ello, según la presentación del DNP, será la especialización inteligente, que contiene los mismos componentes considerados en el documento de la U. Javeriana del 2014.

¹⁴⁹ Lineamientos para el fortalecimiento de la Competitividad del departamento del Huila. U Javeriana- Cámara de Comercio de Neiva. Gobernación del Huila 2014

Resulta claro que el valor agregado al que se refiere el proceso de formulación e implementación es el que contribuya al cumplimiento del tránsito señalado desde la economía conducida por factores a una conducida por la innovación. Para orientar este concepto, se presentan los cuatro niveles probables de valor agregado¹⁵⁰ aplicables a las Apuestas Productivas simplemente como ilustración del proceso que debe promoverse para lograr el mejoramiento de este factor definitivo para la elevación de los niveles de competitividad.

Gráfica 19. Productos con valor agregado en diferentes niveles – Cacao.

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Cacao a granel, sin procesar Grano Cáscara (alimentos para animales rumiantes)	Pasta y licor de cacao	Cacao en polvo (cocoa) Manteca de cacao Cacao orgánico Productos de confitería y repostería	Antioxidantes Alimentos nutraceuticos Serotorina Bases para cosmeticos Esencias para perfumería Cacao fino (100%)

Gráfica 20. Productos con valor agregado en diferentes niveles - Frutales.

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Frutas sin procesar empacada (minima labores de pos cosecha)	Cáscara Alimentos para animales Flores y pólen Pulpa	Pectina y otros aditivos Aceites vegetales Jugos, refrescos, néctares y concentrados Frutas deshidratadas Dulces, jaleas y pastas Compotas., salsas, almibar, licores Frutas frescas de larga vida	Productos farmacéuticos y nutraceuticos Bases para cosméticos y perfumes Fibras (suplementos dietarios) Aceites esenciales Fungicidas (maracuyá) Conservantes naturales

¹⁵⁰ Nivel agregado bajo, nivel agregado medio bajo, nivel agregado medio alto y nivel agregado alto.

Gráfica 21. Productos con valor agregado en diferentes niveles – Café.

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Café pergamino	<p>Confites de pulpa de café</p> <p>Alimentos para animales (mucilago)</p> <p>Abonos orgánicos</p>	<p>Madera de uso arquitectónico</p> <p>Cafés gourmet (con características sensoriales diferenciadas)</p> <p>Bebidas de café frías y calientes a base de café</p> <p>Aceites esenciales</p>	<p>Café liofilizado</p> <p>Bases para cosméticos</p>

Gráfica 22. Productos con valor agregado en diferentes niveles – Piscícola

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Pescado a granel (labores mínimas de faenado)	<p>Escamas</p> <p>Piel</p> <p>Harina de pescado</p> <p>Alimentos para animales</p> <p>Pescado en filetes y empacado</p>	<p>Colágeno</p> <p>Gelatina para uso industrial y farmacéutico</p> <p>Biodiesel de residuos</p> <p>Embutidos, carnes frías y ahumados</p> <p>Pescado empacado en atmósfera</p> <p>Pescado orgánico</p> <p>Cultivos mejorados genéticamente</p>	<p>hidroxiapatita (insumo para limpiadores e implantes dentales)</p> <p>Piel curtida (cuero de confección)</p> <p>Pescado con tratamiento de grasas omega 5</p>

Gráfica 23. Productos con valor agregado en diferentes niveles - Turismo

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Servicios tradicionales para turismo convencional	Servicios en modalidad premium, para turismo convencional Mejoras en nivel de servicio, de instalaciones y productos turísticos	Paquetes especializados con bajo requerimiento de infraestructura (como ecoturismo, deporte y turismo de aventura)	Parques temáticos especializados Museos de cuarta generación Productos turísticos con instalaciones avanzadas y alta complejidad tecnológica

Gráfica 24. Productos con valor agregado en diferentes niveles – Oro

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Oro de aluvión Preparación para cianuración Material de mina, sin beneficiar	Material triturado, molido, lavado, concentrado	Material amalgamado Material post cianuración y percolación	Oro precipitado Oro fundido Material purificado y recuperado

Gráfica 25. Productos con valor agregado en diferentes niveles – Energía

Productos de VA bajo	Productos de VA medio-bajo	Productos de VA medio-alto	Productos de VA alto
Operación de activos energéticos actuales (generación y distribución de electricidad)	Expansión de capacidad con tecnologías energéticas actuales (hidro y termo convencionales) Optimización del sistema energético actual (control de pérdidas de la calidad de la energía, continuidad del suministro)	Aprovechamiento de recursos distribuidos (micro y pico centrales) Atención a zonas no conectadas mediante generación distribuida	Aprovechamiento de fuentes alternativas: energía solar, biomasa (residuos sólidos, desechos agropecuarios, cultivos no alimentarios)

3.2. EL CONCEPTO DE APUESTA PRODUCTIVA Y SUS IMPLICACIONES

Otra definición sobre la que se percibieron opiniones encontradas en el proceso de actualización de la AIPC, es la relacionada con la denominación “Apuesta Productiva”, AP, y lo que ella implica fundamentalmente para los renglones no incorporados.

Vale recordar que la génesis de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad en el 2005 fue la preparación de la economía colombiana para afrontar con éxito la firma de los Tratados de Libre Comercio, TLC’s. Por ello, un requisito sinequanon para ser considerada como AP era su contribución a la internacionalización de la economía colombiana como una sumatoria de las distintas opciones desde las regiones. Esta inserción, que sigue vigente como objetivo, se lograría cumpliéndose tres condiciones a partir de las realidades de los departamentos o sus potencialidades:

- 1.- Un nivel elevado de productividad
- 2.- Alcanzar niveles altos de competitividad y, como resultante,
- 3.- La creación de valor

En la estructura del Producto Interno Bruto, PIB, de los departamentos es fácil descubrir que no todos los sectores ofrecen las potencialidades para alcanzar tales condiciones por lo que la estrategia de selección de las AP implicaba la identificación de aquellos sectores, productos o servicios que permitieran, en nuestro caso al Huila, participar en los mercados ampliados. Dicho de otra manera, se buscaban sectores “jalonadores” o líderes de la economía regional que acompañaran al país en la inserción económica mundial.

Resultaba imposible que todos los sectores cumplieran tales requisitos. En la presentación del informe final sobre Agenda Interna, Santiago Montenegro Trujillo, entonces Director del DNP, anotaba que “para lograr una irrupción de crecimiento no es necesario, ni viable actuar sobre todos y cada uno de los frentes, es preciso definir prioridades”¹⁵¹ Por ello, este ejercicio llevaba consigo una priorización: Si el departamento decide “apostarle” a los renglones líderes seleccionados, según la guía metodológica del DNP con base en el CONPES 3297 de 2004, los mayores esfuerzos del gobierno y las instituciones involucradas estarían destinados a honrar esa apuesta. Ante recursos escasos, siempre se prioriza y, en este caso, las políticas de competitividad tenían que interpretarse en las AP definidas (cinco, en el caso del Huila).

No obstante, priorización no implica exclusión, es decir, decidir alcanzar mejores niveles competitivos para acceder a los mercados internacionales a partir de renglones líderes, en ningún caso puede interpretarse como que los otros renglones productivos dejan de operar o reducen su importancia. Al igual que las empresas que deciden atender prioritariamente determinados mercados, sin abandonar los otros que también atienden pero saben que su aporte no es tan significativo como el de los mercados líderes, la Agenda Interna decide alcanzar sus metas de competitividad en los cinco renglones priorizados. Pero el resto de actividades continúa con los mismos criterios de gestión y en sus mercados tradicionales. Vale recordar que la economía se divide entre economía transable y no transable. Esta última es la que atiende su propio mercado y su producción se consume o agota en el escenario en que se crea. La transable es la que genera excedentes para intercambiar en los otros mercados. Sin embargo, las dos economías cumplen una función social que es satisfacer necesidades y generar empleo como medio para cubrirlas. Ningún gobierno podría desconocer esta realidad y no podría escudarse en que solo atendería las AP. Pero tampoco podría pensar en que con bienes no transables podría alcanzar las metas como las exigidas para las AP, en términos de productividad y competitividad.

¹⁵¹ Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad - Resultados del proceso y propuestas iniciales DNP, Confecámaras, segunda edición, septiembre 2005.

3.2.1. EL PAPEL DE LA INSTITUCIONALIDAD

Las instituciones comprometidas con la Competitividad son las que integran el Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Por tanto, no son todas. El universo de instituciones de toda índole e integrantes del sector público, el sector privado y la academia, además de participar en las llamadas ACTI, Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación, participa de otros instrumentos de acompañamiento y para fines independientes aunque complementarios como el programa Universidad - Estado - Empresa, el Fondo Emprender del SENA, los diferentes programas de emprendimiento, como Ventures, que no están destinados exclusivamente al fortalecimiento de la internacionalización de la economía, sino a la generación de una mentalidad emprendedora que, finalmente, alimentará, en el largo plazo, a las AP si se presentan cambios micro y macro económicos que justifiquen tal calificación. Por tanto, estrategias para las AP como para los renglones no priorizados pueden coexistir en una gestión de política de desarrollo.

En resumen, la AIPC, hoy Plan Regional de Competitividad es una estrategia referida a lograr para los departamentos mayores niveles de competitividad a través de sus renglones líderes denominados Apuestas Productivas, AP, para insertarse en la economía mundial. Esta estrategia, en ningún caso condiciona el desempeño de los otros renglones de la economía que no aportan al objetivo de internacionalización pero que tienen un papel definitivo en el entorno local y regional y, por tanto, seguirán cumpliendo sus propias metas y objetivos y aspirando ser un aportante significativo al mejoramiento competitivo del departamento del Huila. En este sentido, la no inclusión en la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación no es una descalificación o desconocimiento de su lugar en la economía sino que dada la priorización, hoy, otros sectores están mejor posicionados para soportar la política de competitividad del Huila, en nuestro caso.

El empresariado juega un gran papel como promotor de mejoramientos sectoriales que impulsen a sus actividades para participar, mediante transformación productiva, en el grupo de los “jalonadores” de la economía local, regional y nacional con miras al mercado global. Políticas complementarias de las instituciones, como las mencionadas, podrían crear la denominación de “renglones promisorios” a aquellos que no cumplen los requerimientos para ser Apuesta Productiva o renglones priorizados de una Apuesta pero están muy cerca de lograrlo por lo que deben apoyarse para apalancar su desempeño hacia tal objetivo.

CAPÍTULO 4

DEFINICIÓN DE LA CONTINUIDAD DE LAS ACTUALES APUESTAS PRODUCTIVAS

4.1. EL ESCENARIO MACROECONÓMICO ACTUAL

Comenzando 2016, empieza a correr el periodo de cinco (5) años para alcanzar el horizonte señalado para la Agenda Interna de Competitividad y Productividad del Huila; en el 2005 se definieron las cinco (5) Apuestas Productivas que fueron incorporadas al Plan Regional de Competitividad en 2010 y que hoy, de continuar como tales, se mantendrán como prioridades del Huila.

Una de las razones para actualizar la original Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, AIPC, es, precisamente, que el actual escenario macroeconómico es diferente al existente diez años atrás y diferente también al provocado por la crisis del 2008, sobre la cual nos referimos en el diagnóstico sobre la evaluación del desempeño de la AIPC en los primeros diez (10) años de su vigencia. Por tanto, es necesario conocer el escenario en que se moverán las Apuestas Productivas originales y las incorporadas de acuerdo con las decisiones adoptadas en la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila. El escenario global es el marco de referencia obligatorio en este proceso de actualización. Desde luego, Colombia está inmersa en la globalización por lo que la situación interna del país es complemento fundamental de este escenario.

4.1.1. EL ENTORNO GLOBAL Y SU EFECTO EN COLOMBIA

Pareciera que la crisis mundial del 2008 con pleno desarrollo en el 2009, aún no se superara del todo. El periodo 2011-2013 significó una recuperación de la economía mundial pero su consolidación afronta otras amenazas con efectos similares en su cobertura pues cubija a todos los países tal como ocurrió en el 2009-10 por lo que no puede decirse que se ha alcanzado la estabilidad macroeconómica mundial.

Los bajos resultados en la industria manufacturera (-6.3% en 2009 en Colombia), la disminución de las inversiones productivas, la baja en las exportaciones (-8.2%) y la caída en la tasa de referencia de los bancos centrales como respuesta a la crisis del 2008 (Colombia bajó de 10% en 2005 a 3.5% en 2009) son factores que vuelven a estar presentes en la actual coyuntura con la que terminará el 2015 aunque con cifras menos desalentadoras.

El golpe más fuerte a la economía colombiana en el escenario actual se dio a los términos de intercambio. La devaluación, que ha alcanzado en año completo 60%, más la desaceleración de los países líderes principales socios de Colombia ha afectado de forma significativa las exportaciones, la cuenta corriente, la inflación y el ritmo de crecimiento económico¹⁵². En el segundo semestre de 2014 se cayó el precio internacional del petróleo ocasionando, en el primer semestre de 2015, una reducción de las exportaciones de 46,4% frente al mismo período del año anterior. Al mismo tiempo, los precios internacionales de otros bienes básicos exportados por Colombia, como café, níquel y carbón, han disminuido fuertemente. Para el primer semestre del año registraban reducciones promedio de 14,8%, 17,2% y 17,7%, respectivamente, frente al mismo período de 2014¹⁵³. Por fortuna, los precios de algunos alimentos importados por Colombia también han disminuido lo que moderó en alguna medida la caída de los términos de intercambio del país.

¹⁵² Banco de la República Informe de la Junta Directiva Julio 2015

¹⁵³ Banco de la República. Op. Cit.

Una de las razones de este comportamiento es el débil desempeño de la actividad económica global especialmente de China, EEUU, la Zona Euro y Japón. Latinoamérica también mostrará crecimientos bajos o negativos. Según el Banco de la República, el crecimiento promedio de los socios comerciales de Colombia para 2015 podría ser inferior al 1,3% inicialmente estimado, claramente desfavorable para nuestras exportaciones.

Este panorama advierte la dificultad para reducir el déficit de la cuenta corriente de 7% del Producto Interno Bruto (PIB) en el primer trimestre de 2015 (2.4 p.p de aumento frente al mismo período de 2014). Mientras las exportaciones netas crecieron 1.3% las importaciones crecieron 8,1%. Esto es lo que se espera revertir por el efecto devaluación y que se constituya en una oportunidad para estimular la producción interna.

4.1.1.1. EFECTO EN EL PIB

Según el DANE, en el primer trimestre 2015, el aumento del PIB fue 2,8%, inferior al del último trimestre 2014 (3,5%) y al de todo 2014 (4,6%). Afortunadamente, la demanda interna mantuvo un crecimiento de 4,2%. Al respecto, el consumo de los hogares creció en año completo 3,9% al tiempo que el consumo del Gobierno creció 2,3%; por el lado de la oferta, las ramas de actividad que alcanzaron las mayores tasas de crecimiento durante los primeros tres meses del año fueron en su orden el comercio (5,0%), la construcción (4,9%) y los servicios financieros (4,4%) (Ver Tabla 69). La industria manufacturera no se recupera (-2,1%) y la minería (-0,1%) también muestra resultados negativos. El sector primario, de los más importantes en el PIB Huila, mantuvo su crecimiento del 2014 en el primer trimestre de 2015: 2.3%. Estos sectores están asociados a la Agenda Interna por su relación con las Apuestas Productivas.

Tabla 69. Crecimiento real anual del PIB por ramas de actividad económica

SECTOR	2013	2014				2014	2015
	AÑO COMPLETO	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	AÑO COMPLETO	I TRIM
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	6,7	6,1	0,4	2,0	0,7	2,3	2,3
Explotación de minas y canteras	5,5	6,0	(2,1)	(1,2)	(3,3)	(0,2)	(0,1)
Industria manufacturera	0,6	4,0	(1,7)	(0,7)	(0,5)	0,2	(2,1)
Electricidad, gas y agua	3,2	4,5	3,7	4,0	3,0	3,8	2,0
Construcción	11,6	14,0	8,7	10,9	6,1	9,9	4,9
Edificaciones	11,2	7,0	1,0	14,2	7,3	7,4	2,1
Obras civiles	12,1	24,5	14,6	6,7	4,2	12,0	7,0
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	4,5	5,4	4,1	4,4	4,4	4,6	5,0
Transporte, almacenamiento y comunicación	3,6	4,9	4,3	4,2	3,2	4,2	2,8
Servicios financieros, inmobiliarios y a las empresas	4,6	5,4	5,5	4,5	4,1	4,9	4,4
Servicios sociales, comunales y personales	6,0	7,4	5,4	4,7	4,4	5,5	3,0
Subtotal valor agregado	5,0	6,3	4,0	4,1	3,2	4,4	2,7
Impuestos menos subsidios	3,9	7,5	8,2	7,4	8,2	7,8	4,3
PIB	4,9	6,5	4,1	4,2	3,5	4,6	2,8

Fuente: Banco de la República, tomado del Informe de la Junta Directiva Julio 2015.

En la construcción, el desempeño más sobresaliente se observó en las obras civiles (7,0%), aunque el sector de edificaciones también reportó una expansión positiva (2,1%) pero dispar pues el fuerte dinamismo de la construcción de edificaciones no residenciales (13,8%) fue contrarrestado por las residenciales (-9,9%). Este es un llamado de atención para la economía huilense que registró un excelente comportamiento de la construcción de vivienda en 2013.

Para todo el 2015, el Banco de la República estimó un rango de pronóstico de crecimiento de la economía colombiana entre 1,8% y 3,4%¹⁵⁴.

4.1.1.2. INFLACIÓN

A junio 2015, la inflación al consumidor ascendió a 4.42%, por encima del rango meta. El pronóstico del Banco de la República fija por encima del 4% la tasa de inflación para lo que resta del 2015 y que su disminución se daría en los primeros meses del 2016 hasta llegar al rango meta del 3%. Según el Emisor, el fenómeno de el niño tendrá efectos escasos sobre los precios agrícolas, de la energía eléctrica y del gas y la devaluación del peso no alcanzará mayores niveles a los actuales. En todo caso, la inflación superará la meta.

4.1.2. LAS EXPECTATIVAS PARA EL CORTO PLAZO

Como ocurrió en la crisis del 2008, la inversión en construcción de obras civiles y de edificaciones (vivienda incluida) podría desempeñar un papel expansivo en lo que resta de 2015. En el primer caso, la ejecución de los proyectos de infraestructura vial y aeroportuaria y el nuevo PIPE 2.0 serían los promotores de un buen comportamiento de la economía nacional.

En cuanto a los ingresos por servicios, puede esperarse un repunte en sectores como el turismo y los servicios personales, gracias a la mejora en competitividad que ofrece la depreciación de la moneda. Adicionalmente, los ingresos netos por transferencias podrían recuperarse, impulsados por las mejores condiciones en los Estados Unidos y España que son fuente importante de remesas de trabajadores de acuerdo con las percepciones del Banco Central.

Las proyecciones para el segundo trimestre de 2015 en ventas de comercio al por menor y de confianza del consumidor sugieren que el gasto de las familias podría mostrar crecimientos moderados. Esto se sustenta en un buen comportamiento del mercado laboral y de un crédito que crece más que el PIB nominal. Para el sector agropecuario se espera un comportamiento dispar. Por un lado, la producción de café continuaría su crecimiento aunque menos que lo observado en 2014, ya que se contempla, según la Federación Nacional de Cafeteros, una producción de 12,8 millones de sacos de sesenta kilogramos, lo que implicaría una expansión cercana al 5,4%. Por otro lado, el sacrificio de ganado contrarrestaría dicha dinámica por la continuación del ciclo de retención ganadera.

En cuanto a la inversión, las proyecciones no son buenas. No obstante que la formación bruta de capital creció en 2013 5,6%, en 2014 11,7% y en el primer trimestre 2015, 7.2 %, se espera una reducción significativa de la inversión frente a lo registrado en 2014 básicamente por el retroceso de las importaciones de bienes de capital en el segundo trimestre 2015, particularmente la dirigida al sector minero-energético por los menores niveles del precio del crudo. Esta proyección no es, particularmente, buena para el Huila que en el diagnóstico de diciembre 2014 mostró una menor productividad por formación bruta de capital fijo y que para la actualización de la Agenda Interna requiere un gran impulso de la inversión de capital privado cuyos planes se verían reducidos. Sin embargo, dado el comportamiento cíclico de la economía, es un periodo para preparar estrategias de atracción de capital. Al respecto, el Banco de la República anota que “los flujos por Inversión Extranjera Directa, IED, a pesar de venirse reduciendo desde finales de 2014, debido especialmente a los menores aportes de capital al sector minero-energético, siguen siendo una fuente importante de financiación externa”¹⁵⁵.

Al evaluar este contexto macroeconómico, que en el caso colombiano el Banco Emisor denomina “proceso de ajuste ordenado”, la Junta Directiva del Banco de la República decidió mantener la tasa de interés de referencia en 4,5% en todas sus sesiones del primer semestre del año aunque, finalmente, cedió a las presiones del entorno.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Recientemente, a comienzos de septiembre, el DANE, según informes de prensa, informó que el crecimiento del PIB para el primer semestre 2015 fue 3.0%, una muy leve recuperación frente a las cifras del primer trimestre 2015.

¹⁵⁵ Banco de la República, Informe de la Junta Directiva junio 2015.

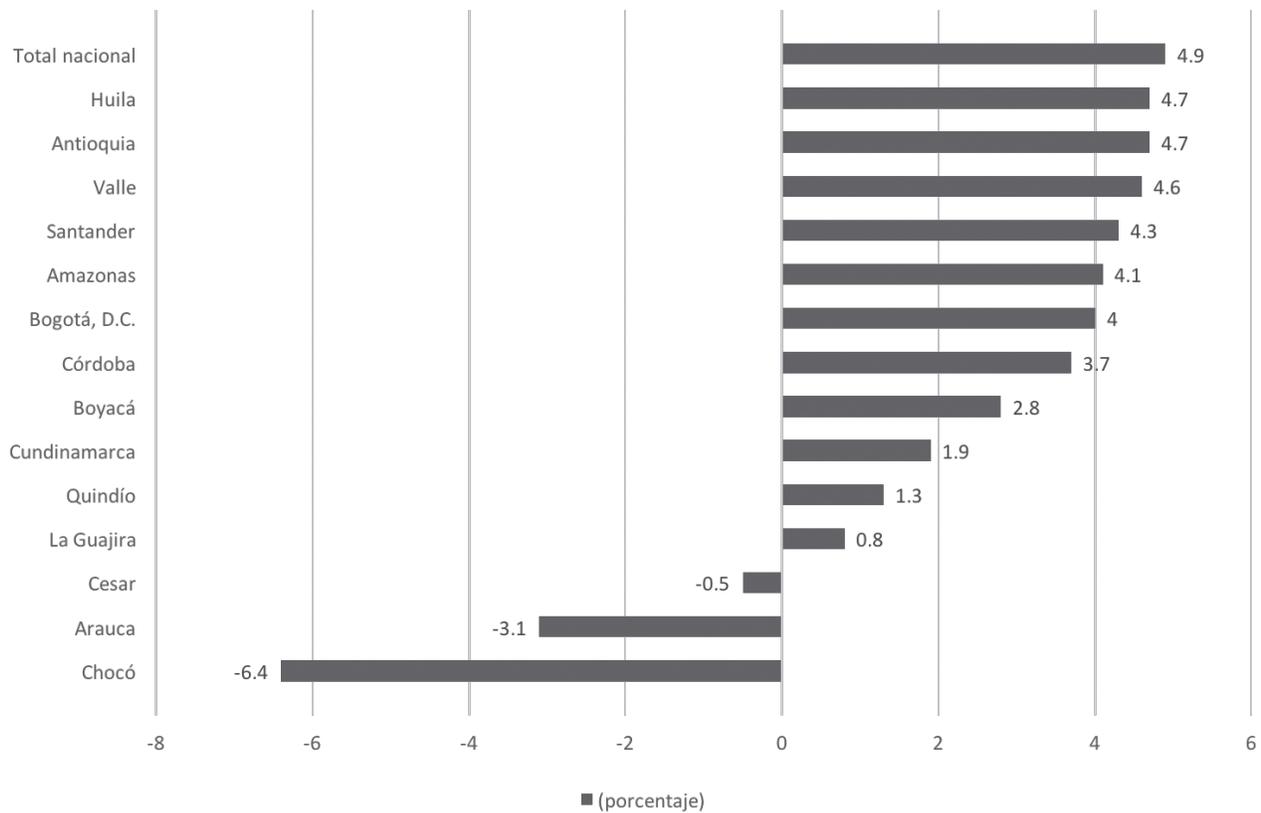
¹⁵⁶ El viernes 25 de septiembre se reunió la Junta Directiva del Banco de la República y decidió aumentar en 25 puntos la tasa de referencia quedando en 4.75%.

4.1.3. EL HUILA EN EL ACTUAL CONTEXTO

Aunque no se ha publicado el PIB de los departamentos al 2014 y en el análisis macroeconómico realizado en el diagnóstico de la fase uno del proceso de actualización de la AIPC, se hizo un amplio análisis sobre este indicador, el informe del Banco de la República trae cifras que vale la pena referir para determinar las estrategias para consolidar la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

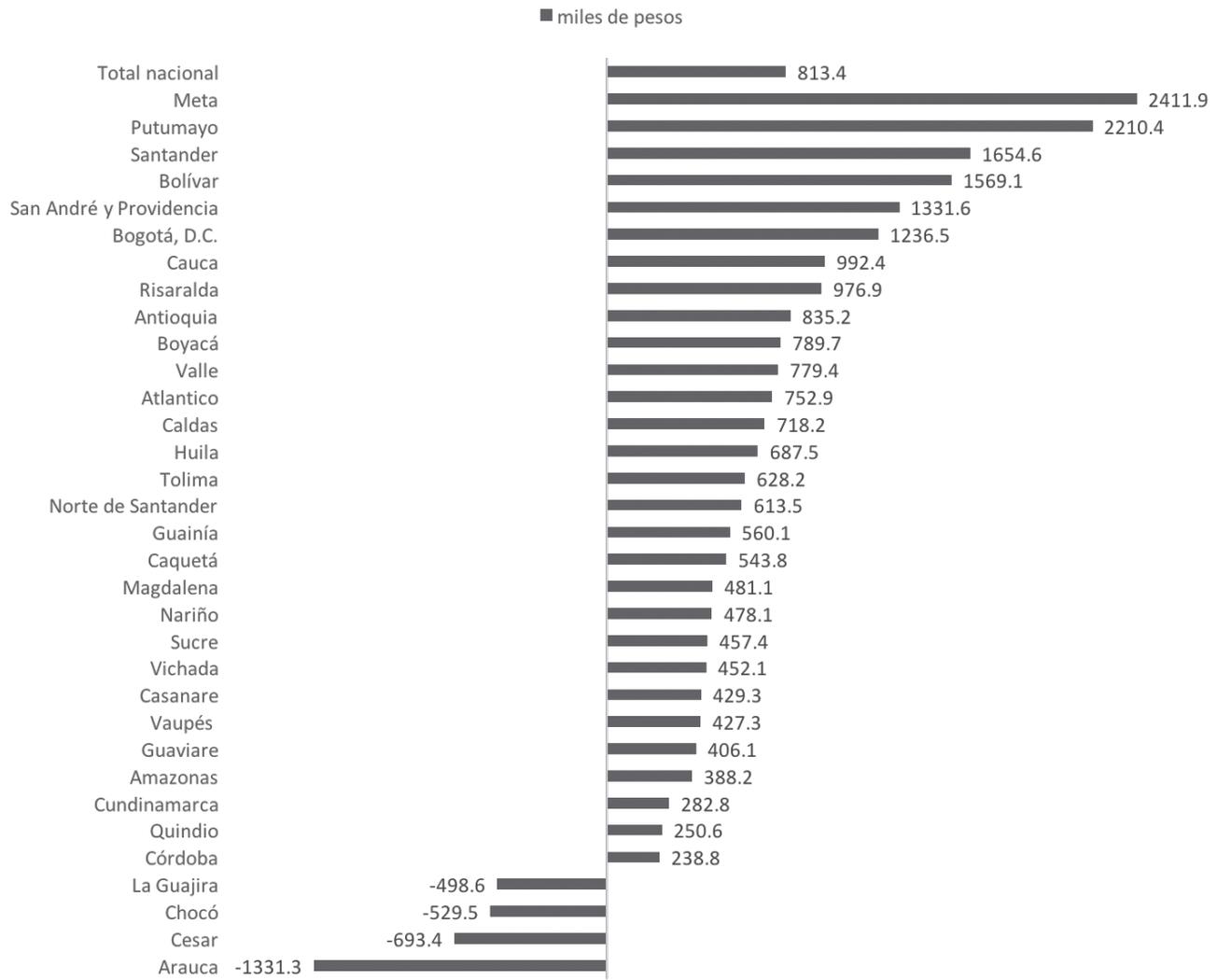
Al 2013, el PIB del Huila creció por debajo del promedio nacional (4.9%). Sin embargo, su crecimiento, 4.7%, fue igual al de Antioquia; 0.1 p.p. por encima de Valle, 0.3 p.p. superior a Santander y 0.7 p.p. arriba de Bogotá (Ver Gráfica 26)

Gráfica 26. Departamentos con crecimientos menores al total nacional



No obstante, como siempre se reconoce, estos guarismos no son suficientes para aumentar la participación del Huila en el PIB nacional pues siempre ha estado alrededor de 1.8% de la cifra nacional, es decir, la economía huilense sigue estancada. Esto hace que el PIB per cápita del Huila se ubique en el lugar 14 entre los de mejor resultado entre departamentos tal como se muestra en la tabla siguiente.

Gráfica 27. Variación del PIB per cápita de los departamentos entre 2012 y 2013



Fuente. Banco de la República con base en cifras DANE.

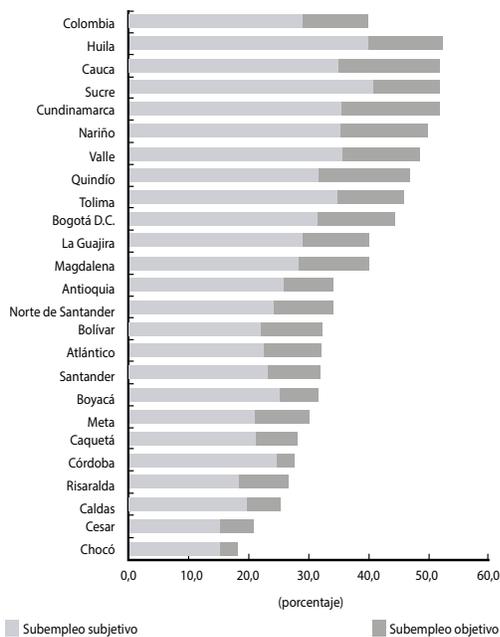
4.1.3.1. EL CASO DEL EMPLEO EN EL HUILA

El PIB per cápita del Huila aumentó, entre el 2012 y 2013, \$687.500, por debajo de la variación nacional promedio (\$813.400) y casi la mitad de la variación del PIB Per cápita de Bogotá (ver Gráfica 27). Esta baja aportación de la economía del Huila tiene que ver con la composición del PIB departamental pero, además, con la estructura del empleo en Neiva, especialmente. Tal como lo reconoce el Banco Emisor, a pesar de que en 2014 se obtuvo la tasa de subempleo más baja de los últimos cinco (5) años, esta tasa superó el 50% en Huila y Sucre. En otras palabras, tal como se muestra en las tablas 4 y 5, a pesar de que Neiva mejoró la formalidad en el empleo con tasas superiores al promedio nacional, es tan grande su nivel de informalidad que su reducción es muy leve.

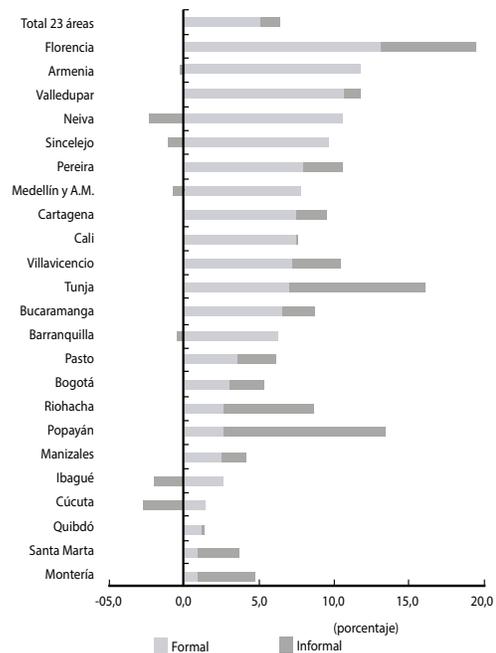
El Huila es el departamento con los mayores registros por encima del promedio del país. Esto hace que a pesar de ser Neiva la cuarta ciudad de las 23 utilizadas por el DANE para medir el comportamiento de estas variables, siga siendo la de mayor subempleo.

Gráfica 28. Cifras de subempleo, formalidad e informalidad.

A. Tasas de subempleo objetivo y subjetivo



A. Tasa de crecimiento del empleo formal e informal por ciudad



Fuente: Banco de la República

En suma, el subempleo en Neiva, alcanza el 58%, cifra que se convierte en un reto para todo el aparato productivo del departamento ya que la solución pasa por ofrecer empleo formal y digno a la población pero, al mismo tiempo, una aplicación justa de las normas para evitar desbordamientos como que el empleo informal se ha vuelto una práctica que pretende perpetuar los puestos callejeros, el moto taxismo y demás expresiones informales en favor de quienes pretenden establecer gremios de la informalidad.

4.1.4. CONCLUSIONES

La economía sigue confirmando su comportamiento cíclico. Así, se espera que esta coyuntura llegue a su fin bien entrado el 2016. No obstante, persisten para el Huila indicadores que siempre aparecen en todas las ciclos. El estancamiento de la economía, los preocupantes niveles de informalidad que no contribuyen a consolidar un sector productivo fuerte y la escasa generación de valor agregado siguen siendo retos que deben afrontarse con decisión. La actual situación económica mundial con caída pronunciada de las exportaciones y acelerada devaluación han demostrado, una vez más, que las economías altamente dependientes de los bienes básicos terminan siendo grandes perdedoras. De ahí que una revisión como la que se adelanta de las opciones de desarrollo económico y social del Huila debe aprovechar esta realidad y emprender una reconversión productiva que supere las tradicionales limitaciones del Huila, permanentemente citadas en todos los estudios y propuestas. Aparece, de nuevo, la necesidad de elevar el nivel de gestión de los huilenses.

4.2. APUESTA PRODUCTIVA “AGROINDUSTRIA DE BASE TECNOLÓGICA”

El análisis de esta Apuesta Productiva se soporta, además de la investigación secundaria directa, en una extensa agenda de reuniones de trabajo con las entidades públicas, organizaciones gremiales y económicas de producción, la academia, centros de desarrollo tecnológico, entre otros actores, con una alta y cualificada participación, en un escenario de diez talleres temáticos participativos, con el fin de que a través de su conocimiento y experiencia enriquecieran el proceso con acertadas opiniones a manera de validación de una visión estratégica de mediano plazo para orientar la agregación de valor a la producción agropecuaria y su realización dentro de las fronteras departamentales. Esta agenda fue adelantada por el responsable de la Apuesta Agroindustrial¹⁵⁷ en compañía del Dr. Gustavo Silva Parga, tutor de la misma, con la supervisión del coordinador general.

Lo realizado en estos diez años de vigencia de la AIPC es la continuidad de los esfuerzos por consolidar un proceso de transformación de bienes agropecuarios en productos agroindustriales generando valor a la economía departamental y bienestar para su sociedad, iniciados desde la década de los 80's aunque con pobres resultados. Pareciera, sin embargo, que este nuevo intento tampoco cumpliera los viejos propósitos. De acuerdo con el diagnóstico, todos los esfuerzos en esta apuesta productiva se han quedado en el componente primario sin que se haya dado el paso hacia la generación de valor agregado pero tampoco fortalecido de manera importante la base agropecuaria.

No obstante este estado inicial de referencia, la estructura productiva correspondiente a los renglones priorizados y elegibles de priorización, presenta avances fundamentales en la orientación y conformación de Clústers productivos, afianzamiento de procesos de producción, introducción de protocolos de calidad, inocuidad y trazabilidad, asistencia técnica directa rural integral y especializada, mayor coordinación interinstitucional sectorial tanto pública como de las organizaciones gremiales y económicas de la producción.

Por ello, en una mirada propositiva, lo realizado tiene que verse como pasos y aprendizajes necesarios hacia la consolidación de las actividades de transformación de la producción agropecuaria en productos agroindustriales, razón por la que esta Apuesta Productiva continua como una clara opción de desarrollo económico y social del departamento del Huila.

4.2.1. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA

Además de la existencia de renglones agropecuarios con gran posibilidad de agregación de valor, uno de los objetivos clave de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, hoy inmersa en el Plan Regional de Competitividad del Huila, PRC, el escenario actual ofrece otras justificaciones para la continuidad de la Apuesta Agroindustrial como:

1. Favorabilidad de las megatendencias mundiales y los TLC's para la producción con valor agregado

Al 2050 se estima que la población mundial alcanzará los 9.000 millones de habitantes. Esta dinámica poblacional representa una permanente exigencia alimentaria que debe ser atendida prioritariamente. Los llamados países emergentes (Colombia entre ellos) son, definitivamente, una despensa mundial de productos alimenticios que adquieren un mejor precio si incorporan valor agregado y no solo los conocidos “Commodities”. Esta realidad está promoviendo en estos países una revisión de su modelo económico

¹⁵⁷ Inicialmente la coordinación estuvo en cabeza del Ing. Agrónomo Hernando Pascuas Pinzón quien por razones de salud decidió retirarse siendo reemplazado por el Dr. Eduardo Gutiérrez Arias, exsecretario de Agricultura y Minería del Huila.

estructurado con base en la exportación de materias primas cuyo mercado está dominado por los grandes compradores como China e India; tanto que, una disminución del ritmo de crecimiento de su economía deprime sus precios y acrecienta las dificultades de las economías tercermundistas. El actual comportamiento de los precios del petróleo hacia la baja, al igual que los precios de los otros productos minero-energéticos obliga al país a desarrollar nuevas alternativas de negocios que generen divisas, haciendo necesario promover actividades agroindustriales que por vía de los Tratados de Libre Comercio –TLC– abastezcan la demanda internacional creciente de productos alimenticios frescos y procesados. Precisamente, en los 17 TLC's firmados por Colombia con otros países o grupos de países (Unión Europea, por ejemplo) privilegiaron los productos agroindustriales en sus negociaciones.

Para afrontar esta realidad, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia puso en marcha recientemente, con resultados esperados en el corto plazo, el Plan para la sustitución de importaciones de insumos para la agroindustria de alimentos y balanceados, en particular maíz y soya pero también fríjol, arveja, cebada, entre otros, de cerca de cinco millones de toneladas/año con un importante ahorro de divisas. Este Plan se soporta en la estrategia de incorporar un millón de hectáreas nuevas adicionales e incremento de la productividad en los renglones productivos involucrados, lineamiento que irá acompañado de incentivos directos sectoriales y medidas o estímulos transversales: cambiarias, tributarias, arancelarias, anti contrabando y de competitividad.

El Huila, como tradicional productor agropecuario y con opciones claras de generar valor agregado a los bienes primarios, tiene que prepararse para aumentar su posición y reconocimiento como productor y exportador de materia prima y alimentos.

El avance de la estrategia de reconversión tecnológica y productiva acometida desde la institucionalidad y los gremios de la producción a los renglones priorizados en la agenda agroindustrial así como a otros considerados promisorios o alternativos, desde hace una década, ha tenido resultados importantes para algunos y limitados para otros. El café, con un modelo productivo exitoso de diferenciación del grano merced a sus atributos de aroma y sabor, en el contexto de un desarrollo productivo sostenible y sustentable, se consolida como el renglón productivo estratégico en la economía departamental.

2. Excelentes condiciones para la producción de los renglones priorizados como soporte para su transformación agroindustrial

Los renglones priorizados encuentran en el territorio departamental una generosa oferta ambiental para el desarrollo de las actividades propias de su cultivo. El café, tradicionalmente cultivado en el flanco occidental de la cordillera oriental y en el flanco oriental de la cordillera occidental, así como en el Macizo Colombiano, ha tenido que desplazarse altitudinalmente desde franjas de 1.000 msnm a 1.400 msnm y hasta alcanzar altura del orden de 1.800 msnm, todo ello por cuenta de los efectos del calentamiento global; no obstante, su expectativa o potencial de crecimiento se estima en 200.000 hectáreas adicionales. En estas condiciones edafológicas crece la caficultura del Huila, con granos de excelente taza, con un aroma y sabor singulares ya reconocido en el mundo como café especial (café de origen, sostenibles y de preparación).

El cacao, a diferencia de otros departamentos de Colombia, se encuentra localizado en el valle cálido del Río Magdalena, con suelos orgánicos y profundos con disponibilidad de recurso hídrico de fuentes superficiales para su desarrollo y producción; no obstante esta oferta ambiental de suelo, clima y agua, su potencial de avance de nuevas áreas se aprecia severamente restringido en razón a que esta oferta ambiental es igualmente demandada por renglones productivos que cobran mayor importancia en este piso altitudinal como cereales, algodón, frutales, piscicultura y desarrollo hidroeléctrico (Betania y El Quimbo).

Los frutales de clima frío moderado tales como mora, granadilla, lulo, tomate de árbol y pitahaya, han encontrado una excelente oferta de bienes y servicios ambientales en razón a su particular localización en un cinturón de las cordilleras oriental y occidental como del Macizo Colombiano. La demanda y presión creciente sobre esta oferta ambiental se debe limitar a fin de asegurar su desarrollo de manera sustentable.

Los frutales priorizados de clima cálido tales como uva, cholupa y maracuyá, han dinamizado su desarrollo y crecimiento en el valle cálido del Río Magdalena. En el último quinquenio su dinámica productiva se ha desacelerado por la recurrencia del fenómeno de El Niño. Esta oferta ambiental privilegiada para este tipo de frutales se acentúa de manera singular hacia el nororiente del departamento, en la margen derecha del río Magdalena sentido sur – norte, que agrupa zonas secas y semiáridas relativamente homogéneas, con un tipo de clima cálido muy seco y cálido seco a transicional muy seco, con una superficie general de cerca de 74.000 hectáreas, con baja prevalencia de mosca de las frutas sin limitación cuarentenaria para el mercado externo.

El renglón tabacalero, cuya infraestructura productiva se localiza igualmente en el valle cálido del Río Magdalena y en el piedemonte de la cordillera oriental, ha perdido superficie cultivada por el avance de otros rubros productivos que se localizan en esta área y su problemática propia sobre la cual se comenta adelante.

El maíz, denominado rey de los cereales, se adapta desde el nivel del mar hasta los 3.000 m.s.n.m., en diferentes tipos de estructura y textura de suelo, en desarrollos productivos para el aseguramiento alimentario de la población y provisión de materia prima de gran reconocimiento en los mercados. El maíz tecnificado, blanco y amarillo, encuentran condiciones favorables para su desarrollo productivo, competitivo y sostenible en esta zona del valle cálido del río Magdalena. El arroz igualmente participa de esta ventaja comparativa. En este escenario se abre paso, por coyuntura de lineamientos de política, el cultivo de soya que otrora presentaba en el Huila rendimientos excepcionales de hasta 4 ton/ha, renglón productivo ideal para la rotación rápida y alternativa de mejoramiento de suelo.

El valle cálido del río Magdalena en el departamento, con área general estimada en 310.000 hectáreas, en sus categorías de seco (menos de 500 m.s.n.m., precipitaciones menores de 700 mm. y temperaturas superiores a 27°C) y muy seco (menos de 1.000 m.s.n.m., precipitaciones entre 1.000 a 2.000 mm. y temperaturas entre 25 a 28°C), producto de su caracterización climatológica, desde los municipios de Timaná en el sur hasta Villavieja al norte, es un área que cobra importancia para el desarrollo agropecuario y en particular para los renglones priorizados y elegibles de conformar la apuesta agroindustrial. Lo son, igualmente, los flancos de las cordilleras oriental y occidental así como el Macizo Colombiano.

El 80% de la infraestructura productiva de caña panelera (10.500 hectáreas) y su modelo industrial ha encontrado espacio en las estribaciones del Macizo Colombiano, en los municipios de Isnos y San Agustín, con calidades excepcionales de clima y suelos orgánicos profundos de origen volcánico, con una ancestral tradición y vocación productiva, con reconocimiento en el mercado interno y, aunque incipiente, en nichos de mercados externos.

La disponibilidad y oferta de agua para irrigar áreas productivas se nota equilibrada frente a la demanda hídrica variable. No obstante, esta oferta se hace crítica en condiciones de intenso verano o presencia del fenómeno de El Niño cada vez más recurrente, generando presión social sobre el recurso y conflictos de uso del mismo, marginamiento de áreas de siembra y pérdidas de cosechas. Esta situación es hoy característica de las subcuencas del alto magdalena y de los ríos Suaza, Páez y La Plata, con más severidad en la de los ríos Aipe y Cabrera.

A expensas de la Hidroeléctrica El Quimbo y en el marco del Acuerdo suscrito en marzo de 2009 entre Emgesa S.A., la Gobernación del Huila y los seis (6) municipios del área de influencia del proyecto, el valle cálido del río Magdalena podrá beneficiarse, para uso de irrigación, de hasta 20m³/seg de agua con el Distrito de Riego de Gran Escala Hobo – Campoalegre – Rivera – Neiva, hoy con estudios de prefactibilidad para irrigar alrededor de 22.000 hectáreas.

Uno de los ecosistemas de gran importancia y potencialidad productiva en el Departamento para proveer agua, lo constituye el bosque muy seco tropical de la eco-región de La Tatacoa, en el sector nororiental del río Magdalena, paradójicamente con el reservorio de aguas subterráneas más importante del Huila, con un potencial de 9.067 millones de m³ almacenada, lo que permite considerar su potencial de aprovechamiento para el desarrollo de actividades agrícolas y pecuarias competitivas, sostenibles y sustentables.

En este contexto, la variabilidad del cambio climático es alta y presenta incertidumbre, con expectativas científicas de aumento de 2°C y reducción de hasta el 30% de la precipitación¹⁵⁸.

Aunque las condiciones del mundo globalizado impulsan otros renglones productivos con amplia utilización de tecnologías de avanzada, dentro del concepto de economía del conocimiento, el aprovechamiento de los recursos naturales sigue siendo una opción válida y base para escalar hacia esta economía como un objetivo de largo plazo.

3. Institucionalidad para la gestión

El precario desempeño de la Apuesta Agroindustrial ha tenido un vacío de gestión desde la institucionalidad sectorial, que si bien es cierto volcó toda su atención en la reactivación y modernización de una sólida y diversificada infraestructura y equipamiento productivos del sector primario, no correspondió a su fortalecimiento agroindustrial para la producción de bienes elaborados intermedios o finales.

La institucionalidad sectorial en el Departamento, fortalecida y articulada, ha orientado y promovido la oferta de política sectorial del nivel central y de la cooperación de manera exitosa, participando en el escenario estratégico nacional para el acceso y captura de inversiones y definición de estrategias (oferta exportadora). En el marco de esta institucionalidad, los gremios de la producción han sido agentes del cambio asegurando acuerdos, relaciones y reglas de juego, fortaleciendo sus capacidades para enfrentar desafíos externos como el cambio climático¹⁵⁹; se destacan los gremios cafetero, cacaoero, hortofrutícola, panelero, cerealista y ganadero.

Con ocasión del avance de las negociaciones con el grupo insurgente de las FARC y su eventual acuerdo de paz, el país se prepara desde ahora en la nueva institucionalidad rural para el postconflicto y ubica su agenda pública en este escenario de transformación de la ruralidad con enfoque territorial, alineando esquemas productivos agroindustriales a los mercados globales.

4. Aprovechamiento de una coyuntura para la reconversión productiva

La visión nacional del ordenamiento productivo y social al 2030 del ministerio de agricultura y desarrollo rural, tiene como principio que cada territorio deberá establecer una visión propia que represente sus intereses, fundamentada en tres principios básicos: equidad, sostenibilidad y competitividad. La intervención y promoción estratégica de reconversión tecnológica y productiva, sostenible y sustentable, del Macizo Colombiano, de los flancos de media ladera y piedemonte de las cordilleras oriental y central, del valle cálido del río Magdalena en general y en particular de su correspondiente zona de vida en el nororiente del departamento, son oportunidades extraordinarias para agregar productividad y competitividad a nuestra producción con enfoque agroindustrial de base tecnológica.

Además, la iniciación de la generación de energía del proyecto Hidroeléctrico de El Quimbo, en el centro del Huila, obliga al Departamento a reorganizar su actividad económica en su zona central y al establecimiento de proyectos productivos que generen valor agregado; los municipios de Garzón y Gigante se presentan como ejes para dar valor agregado a productos como café (cafés especiales, tostión), cacao (confitería) y frutales (deshidratados, sabores exóticos, bebidas, frutas frescas seleccionadas y empacadas especialmente). La infraestructura que se proyecta alrededor de este embalse será fuente de innovación y desarrollo de nuevas actividades económicas dentro de las cuales la apuesta agroindustrial adquiere mayor justificación.

Finalmente, los mecanismos de promoción y estímulo de las actividades económicas vigentes pueden aprovecharse para consolidar la guía del desarrollo departamental para los próximos cinco (5) años, periodo que falta para cumplir el horizonte de la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

¹⁵⁸ Plan contra el Cambio Climático Huila 2050 CAM

¹⁵⁹ Estrategia para el Agro y Desarrollo Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – UPRA, 2014.

5. Talento humano básico con competencias para la sostenibilidad de la apuesta a través de formación especializada

El conocimiento y experiencia de la fuerza laboral tradicional en labores agrícolas es bien importante y las comunidades rurales pueden alcanzar mayores niveles de bienestar y progreso haciéndolos beneficiarios de la oferta de formación agroindustrial existente (USCO, FET, Corhuila, SENA, etc.) además de la posibilidad de lograr transferencia de conocimiento y tecnologías afortunadamente disponibles en el mercado. Esto, sin duda, ofrecerá a la población joven nuevas fuentes de empleo y mejoramiento de sus ingresos. Un ejemplo claro de cómo se puede mejorar la productividad laboral por la formación y capacitación especializada y competitiva es lo logrado en la comercialización del café con la formación en barismo y otras alternativas de presentación gracias a la creación de la Escuela del Café en un esfuerzo conjunto entre la Gobernación del Huila, el SENA y la Federación de Cafeteros de Colombia.

6. Infraestructura vial moderna para apoyar el acceso a mercados

El mejoramiento de la infraestructura vial con los dos nuevos proyectos Girardot–Neiva y Santana–Neiva nos acerca competitivamente a mercados nacionales del triángulo económico nacional (Bogotá–Cali–Medellín) y a los de exportación con países de América del Sur (Ecuador especialmente). Adicionalmente, la conexión con el Pacífico (La Plata–Popayán–Cali–Buenaventura) que se licitará en noviembre, será la puerta de entrada al mercado regional latinoamericano, que son importantes destinos de exportación a pesar de ser productores agrícolas también. Por supuesto, esta nueva infraestructura obliga al mejoramiento de las llamadas vías terciarias que son las que permitirán acceder, en mejores condiciones, a las vías de nueva generación.

4.2.2. LO QUE EXIGE LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA AGROINDUSTRIAL

Una de las observaciones consignadas en el diagnóstico, precisamente por los resultados encontrados, se refiere a la baja transformación de los insumos agropecuarios en bienes agroindustriales a pesar del potencial existente no sólo en el mercado nacional, sino en el mundial, tal como ya se mencionó. Es decisivo superar esta frontera mental de circunscribir las iniciativas únicamente al sector primario estableciendo:

4.2.2.1. UNA ESTRATEGIA DE GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS

Es imperativo orientar y promover un modelo productivo con enfoque de valor agregado a través del acondicionamiento y procesamiento de los productos agropecuarios que se produzcan en el territorio, que permite crear nuevas alternativas de ingresos y empleo rural.

Afortunadamente, en el mundo agroindustrial es posible encontrar casos exitosos que pueden replicarse y que, de hecho, en algunos casos, se han adoptado ya en el Huila aunque en forma incipiente. Uno que podría replicarse es la oferta de fruta deshidratada y pulpa de fruta concentrada para atender la demanda de segmentos y nichos de mercado especializados en Europa para acompañar con aromas y sabores exóticos de estas frutas en refrescos, lácteos, compotas, repostería, culinaria, cosmetología, tinturas, entre otras aplicaciones. Al respecto, hay gran interés en cholupa¹⁶⁰ y mora, el primero para sustituir el ácido cítrico proveniente de limones, y el segundo para utilizarla como tinte natural en tejidos y cosmetología; estos desarrollos han sido evaluados en laboratorio y solo resta probar su eficacia a nivel semi-industrial e industrial. Esta alternativa es considerada por CEPASS como un posible negocio dentro de sus objetivos comerciales.

La cacaocultura en el departamento requiere dar un “salto” en su valor agregado a niveles especializados dada su potencialidad; su almendra, aunque de baja calidad, se reconoce como de origen orgánico, fino y de aroma, de sabor excelso y libre de trazas de elementos metálicos pesados; su correspondiente licor de cacao presenta alta concentración de grasa que va hasta el 70%. La industria huilense de chocolate de mesa (Tolimax y Supe-

¹⁶⁰ La cholupa, con certificación de Denominación de Origen, presenta un desarrollo productivo estancado en el área definida bajo este protocolo (Rivera, Campoalegre Palermo y Neiva); este Registro ha sido aceptado en el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, situación que le prodiga alternativas para su desarrollo agroindustrial local para la obtención de productos intermedios o finales.

rior) solo retiene el 20% del volumen de materia prima que se produce en la región; no se observan en el territorio planes industriales para la obtención de productos intermedios de licor de cacao, base para la fabricación de productos finales elaborados, a pesar de las excelentes ventajas para posicionarnos como proveedores del mismo. Se argumenta un mercado altamente dominado por dos productores nacionales pero es posible un mayor desarrollo al actual a pesar de esta circunstancia.

Para el éxito de esta estrategia, es indispensable que esté acompañada de los siguientes componentes:

4.2.2.1.1. CREACIÓN DE UN ENTORNO FAVORABLE PARA RENGLONES AGROINDUSTRIALES COMPETITIVOS:

Tal como se reconoce en todos los escenarios en los que se analiza la agroindustria en el mundo pero particularmente en nuestros países latinoamericanos, *“El desarrollo de agroindustrias competitivas es crucial para generar empleos y ofrecer oportunidades para la obtención de ingresos, así como para potenciar la demanda de productos agrícolas con valor agregado (subrayado fuera de texto). Su desarrollo podría proporcionar empleo en zonas rurales pobres, no sólo en las actividades agrícolas tradicionales, sino también en otras más especializadas como el procesamiento, el envasado, el transporte y la comercialización de los productos agroindustriales”*.¹⁶¹ Hoy, por la crisis del petróleo y la baja de los precios de los “commodities”, se lamenta la excesiva dependencia de los bienes primarios y la escasa participación de la agroindustria en las exportaciones colombianas como consecuencia.

Crear «Entornos favorables para los agronegocios y agroindustrias» implica adoptar un conjunto de políticas, instituciones y servicios de apoyo que forman el medio donde las actividades empresariales se inician y se desarrollan. La OCDE considera el entorno favorable de un modo más estratégico incluyendo aspectos como las políticas de inversión, la transparencia, la protección de propiedad y la no discriminación, la promoción y facilitación de inversiones, incentivos fiscales y financieros, la política comercial, las medidas para facilitar el comercio internacional, los costos aduaneros, las reglas, los acuerdos comerciales, la política de competencia, la política de impuestos, las políticas de gobernanza corporativa, los derechos de las partes interesadas, la rendición de cuentas, las políticas de promoción de la conducta empresarial responsable, los derechos humanos, el respeto al medioambiente, las relaciones de trabajo, el buen manejo en las finanzas, el desarrollo de recursos humanos, las políticas gubernamentales de práctica y capacitación en los diversos niveles, el desarrollo de infraestructura y del sector financiero, las políticas de inversiones y los procesos de evaluación de necesidades y capacidades de los diversos sectores, gobernanza pública y la calidad de los reglamentos e integridad del sector público¹⁶².

Por supuesto, muchos de los factores anteriores no son del manejo regional en Colombia por lo que la articulación entre el Gobierno Nacional y las entidades territoriales resulta imperativa en la creación de un entorno favorable.

4.2.2.1.1.1. COMPONENTES PARA EL ENTORNO FAVORABLE A LA AGROINDUSTRIA EN EL HUILA

4.2.2.1.1.1.1. ORDENAMIENTO PRODUCTIVO COMO INSTRUMENTO DE FOCALIZACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE INVERSIONES

El ordenamiento productivo de un territorio para su competitividad deberá estar fundamentado en la capacidad y dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continuada y sostenible su participación en el mercado, tanto doméstico como externo, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados¹⁶³

¹⁶¹ Informe del Foro Regional de Agroindustrias en América Latina, realizado en Lima, Perú en Octubre 2009 "Por una Agroindustria Competitiva, Innovadora e Incluyente" Organizado por la FAO y publicado por esta organización.

¹⁶² Op. Cit. FAO 2009

¹⁶³ Estrategia para el Agro y Desarrollo Rural – MADR – UPRA, 2014

La gestión integrada y compartida para este desafío se viene dando desde la institucionalidad regional como Consejo Seccional de Desarrollo Agropecuario – CONSEA y la Comisión Regional de Competitividad e Innovación – CRECI Huila coherente con los lineamientos de la política pública sectorial y de los desarrollos macroeconómicos que la afectan.

Aumentar la productividad y competitividad agrícola para satisfacer la demanda interna y global, exige las consideraciones señaladas en la creación de un entorno favorable. Por tanto, en la medida en que se logre establecer un sistema de producción en un territorio de manera ordenada, se podrán priorizar y focalizar inversiones para apostarle a su desarrollo. Las apuestas son instrumentos orientadores para las inversiones.

4.2.2.1.1.2.- Adopción de “Una agenda público–privada para promover el desarrollo agroindustrial”, fuertemente sugerida por la FAO en diversos escenarios, y asumir en sus programas decisiones que favorezcan la investigación y el desarrollo agroalimentario, la dotación de infraestructura rural y el abastecimiento y logística comercial agropecuaria que facilite el cumplimiento de los estándares de calidad e inocuidad de pequeños agricultores, una característica del aparato productivo primario del Huila. La recomendada reorganización de la CRECI Huila resulta un promotor clave de esta Agenda. En la Agenda deben aparecer como acciones:

- » Mantener la meta de alcanzar los estándares internacionales de productividad de los cultivos priorizados.
- » Continuar y fortalecer en el Huila la asistencia técnica especializada, protocolos de calidad, inocuidad y trazabilidad a la producción.
- » La renovación de cultivos.
- » Impulsar una estrategia de reconversión tecnológica y productiva y diferenciación de producto, en cacao y frutales. Una tarea, en el primer caso, es el incremento de su productividad, proceso en avance y que ha significado una mejora desde 350 Kgs/año de grano seco a una media de 500 Kgs en razón a la introducción de factores de producción en el desarrollo productivo (clones, rehabilitación de áreas, manejo del cultivo). Se registran picos altos de productividad hasta de 2.000 Kgs/Año de grano seco en cultivos nuevos pero que resulta excepcional.
- » En relación con los frutales de clima frío moderado, tales como granadilla, lulo, tomate de árbol y mora, así como de clima cálido, tales como cholupa, maracuyá y uva, presentan desempeños disímiles en la última década. Granadilla, lulo y uva incrementaron sus áreas de siembra así como sus rendimientos por unidad de área; cholupa, maracuyá, mora y tomate de árbol, en cambio, mantienen estos parámetros en niveles iniciales o inferiores tal como se indicó en el diagnóstico.
- » Priorizar en la financiación al sector agropecuario, los proyectos con agregación de valor, con metas precisas de transformación y presupuestos diferenciados entre las labores agropecuarias y las de agregación de valor a los diferentes niveles. Finagro, Bancóldex, Procolombia y demás alternativas de financiación, promoción y apoyo deben fortalecer esta priorización en sus distintas líneas de acción y dentro de la normatividad prevista contemplando el mantenimiento de estas directrices en el largo plazo.

4.2.2.2. VALIDAR LA DENOMINACIÓN DE LA APUESTA: “AGROINDUSTRIA DE BASE TECNOLÓGICA”

Al hacer énfasis en la generación de valor agregado, se reconoce el compromiso de crear una base tecnológica para el desarrollo agroindustrial del Departamento. Mucho se ha hablado sobre las acciones para la transferencia tecnológica, la investigación y, más recientemente, la innovación como condiciones para ser competitivos. Sin embargo, los retos de nuestra economía pasan por incorporar conocimiento actualizado en todos sus sectores. Los bajos cumplimientos en el factor de competitividad innovación y desarrollo en la evaluación del desempeño del departamento en la Agenda Interna y los últimos lugares del Huila en los distintos escalafones de competitividad (CEPAL, CPC) demuestran que, al igual que en los otros sectores, en la Apuesta Agroindustrial la base tecnológica no se ha formado. Pero, el escenario actual y el futuro a corto, mediano y largo plazo, exigen máximo esfuerzo del Huila para construir la base tecnológica pendiente. Algunos botones para su aplicación:

- » Las contingencias previsible e imprevisibles del cambio climático.
- » En la adecuación, orientación y provisión de infraestructura productiva así como su equipamiento; en investigación, innovación y desarrollo tecnológico; en valor agregado a la producción de acuerdo con el PECTI 2010; en asistencia técnica y transferencia de tecnología.
- » En el uso y aprovechamiento sostenible de la oferta de los recursos naturales, así como en la gestión para su conservación y manejo.
- » La baja productividad (incluido el café a pesar de que su media oscila en 9.82 cargas de café pergamino seco/ha/año, superior a la media nacional, 7.26) representa un serio reto para la institucionalidad sectorial, que aprecia en este factor una opción clara de reactivación y de ingresos para el caficultor.
- » Fortalecimiento de esquemas empresariales para el desarrollo de negocios de pequeños agricultores y PYMES agroindustriales, por ejemplo, en cacao, para impulsar la estrategia de rehabilitación de áreas y siembras nuevas de cacao clonado, esquema que ha tenido recibo en algunos clústers productivos de Algeciras, Palermo y Tesalia, y de manera dispersa en las municipalidades de Gigante, Agrado, Pital y Cam-poalegre.
- » En la atención del requerimiento de riego de fuentes superficiales de agua para adelantar desarrollos productivos exitosos por la limitante de lluvias en razón a su desempeño altitudinal bajo.
- » La necesidad de acortar la brecha tecnológica existente en el sector con base en el uso de las TIC, como lo plantea el nuevo Plan de Desarrollo 2014-2018. Para esto, hay que apoyar los centros de investigación y desarrollo tecnológico existentes y fortalecer el programa Universidad, Estado, Empresa con proyectos concretos que apunten realmente a sustentar la apuesta agroindustrial con base tecnológica.
- » El desarrollo y articulación de las redes de valor de las cadenas agroalimentarias, la asociatividad de la oferta y flexibilidad en las negociaciones deben atenderse dentro del marco de la CT+I para que las soluciones faciliten los adecuados niveles de competitividad que exige el mercado.

A modo de resumen y para destacar los ejes centrales, problemas y desafíos de la Agroindustria de base tecnológica como se concibió en la AIPC original en 2005, cabe señalar la adopción de una voluntad política para lograr la competitividad y garantizar la sostenibilidad de los centros de investigación e innovación ya existentes y la creación de otros que se requieran teniendo en cuenta que no siempre existen los recursos necesarios. Los tres factores más importantes para conformar la base tecnológica de la Agroindustria son:

- i. Consolidar el programa Universidad- Estado - Empresa para incentivar y privilegiar la investigación
- ii. Articular adecuadamente los distintos actores de la cadena y
- iii. La importancia de la inocuidad hoy en día, la innovación y la correcta capacitación para la formación de alianzas.

Todos los planes que apunten al reconocimiento de una agroindustria con un adecuado balance entre los bienes primarios y su transformación a los distintos niveles de valor agregado, tal como lo muestra el PECTI 2010, tendrán que incorporar estos factores y sus causas pero, en un tiempo adecuado, dar el salto hacia la generación de mayor bienestar para los actores directos de los renglones priorizados.

4.2.2.3. ATRACCIÓN DE INVERSIÓN FORÁNEA (NACIONAL Y EXTRANJERA) PARA CONSOLIDAR LA TRANSFORMACIÓN AGROINDUSTRIAL

El sector agroindustrial es uno de los que más genera posibilidades de inversión en el mundo y Colombia no ha sido la excepción. Por tanto, debe ser un gran alimentador del portafolio de proyectos como herramienta de captación de inversión foránea en la estrategia transversal No. 2 para la implementación de la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación como respuesta a los requerimientos de capital del aparato empresarial huilense (ver Cap. 5).

4.2.2.4. RECONOCER LOS LÍMITES NATURALES AMBIENTALES DE TODA ACTIVIDAD PRODUCTIVA BAJO UN MARCO DE CAMBIO CLIMÁTICO

Ninguno de los sistemas de producción agropecuaria en el Huila es calificado como sostenible. Así fue expuesto en la estructura de la visión de futuro del Departamento, Huila corazón verde... hace 15 años y el avance es muy escaso. Por ello, en la denominación de la Apuesta Productiva Agroindustrial se consignó lo siguiente: “Se trabajará con ahínco para que haya una producción más limpia...”¹⁶⁴ lo cual tampoco se cumplió. Se siguen depositando residuos contaminantes a los lechos de los ríos y creando desiertos por la deforestación y desertización incontrolada y la inexistencia de plantaciones forestales industriales; en fin, sigue el departamento con una bajísima conciencia ambiental cuando la meta a cumplir, como en todo el mundo, es lograr producción sostenible. Si se sigue en lo mismo, con una caficultura regional en avance, por ejemplo, es fácil prever en el corto plazo, problemas de orden ambiental ante la mayor carga de vertimientos de la industria cafetera en fuentes de agua superficiales que abastecen acueductos municipales y veredales, así como la degradación localizada de suelos por depósitos de los mismos. El hecho de reconocer estos problemas significa que para tener sostenibilidad ambiental se hace necesario adicionar al sistema de producción cafetera actividades de manejo de residuos y de aguas residuales. La construcción de lagunas de oxidación o tratamiento de aguas con especies vegetales limpiadoras y compostaje de residuos serían la solución a implementar dentro del desarrollo de la apuesta.

Aunque observamos el comportamiento ambiental de la Apuesta Agroindustrial, esta es una variable transversal a todas las apuestas productivas y así se reconoce en el capítulo siguiente.

4.2.2.5. MONITOREO, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA APUESTA AGROINDUSTRIAL

La aplicación de los anteriores prerrequisitos, contrario a lo hecho hasta ahora, debe evaluarse. Como se dice generalmente, lo que no se mide, sencillamente, ocurre, es decir, lo que no se evalúa no corresponde a una gestión propia por lo que su ocurrencia depende más de las eventualidades o circunstancias que de la planificación eficiente. Además, lo que no se evalúa no se podrá redireccionar, si las cosas no salen según lo previsto, o consolidar, si se ha cumplido lo proyectado.

Tal como se sugirió en la formulación de la fase dos, es absolutamente necesario aplicar un sistema de seguimiento y evaluación de la gestión del Plan Regional de Competitividad y, particularmente, de las Apuestas Productivas. El Sistema, SIGA, Seguimiento a la Gestión de la Agenda es una transversalidad y como tal se expone en el capítulo siguiente.

4.2.3. CAMBIOS EN LA APUESTA PRODUCTIVA AGROINDUSTRIAL

Planteada la continuación de la Apuesta Productiva Agroindustrial en consonancia, además, con el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 que nos identifica como región especial para actividades del sector primario de la economía, se modifica esta apuesta en los siguientes términos:

4.2.3.1. EXCLUIR DE LA APUESTA PRODUCTIVA AGROINDUSTRIAL la producción de tabaco como renglón priorizado por las siguientes razones:

» El tabaco se ha visto abocado en los últimos años a una profunda crisis que ha afectado a los productores del departamento. Esta crisis se generó por la baja de precios entre los años 2009 y 2012, por la decisión del gobierno de convertir a los tabacaleros en retenedores del IVA. Antes las pérdidas que muchos de ellos tuvieron, un buen número no pagó el impuesto siendo sometidos por la DIAN a procesos no sólo de cobro coactivo sino también de tipo penal por peculado, algunos de los cuales aún se mantienen vigentes. En estas circunstancias, el área sembrada, que hace 10 años llegó a alrededor de 3.500 hectáreas, hoy se ha reducido a 2.000 hectáreas.

¹⁶⁴ Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila, Editora Surcolombiana, primera Edición 2007, pág. 16.

» Existe una posición dominante del mercado por parte de dos grandes multinacionales, Coltabaco, perteneciente a la multinacional Philip Morris y Protabaco de la British American Tobacco (BAT), que en el Huila compran el 100% de la cosecha de tabaco mediante la modalidad de agricultura por contrato. Ellos financian la cosecha, hacen la asistencia técnica y la provisión de insumos, con prenda sobre el cultivo cuya cosecha es comprada a precios sustentados, pero quien tiene los laboratorios y define las calidades para los precios son las compañías dominantes. El cultivador pone la tierra y la mano de obra. En casos de pérdidas, el agricultor queda sometido a buscar su reparación en la siguiente cosecha, para evitar procesos de embargo. Las dos compañías incrementan o deprimen la producción de tabaco en el país de acuerdo a las condiciones de rentabilidad que se les presentan, pudiendo fácilmente reemplazar las siembras colombianas con otras en Brasil, Honduras, República Dominicana, Turquía u otros países, incluso importando de la China, si los precios les favorecen.

» Aunque en la Agenda Interna formulada en el 2005 se propuso incrementar el valor agregado del producto con procesos como el desvenado y picado de la hoja, esto no se ha cumplido por cuanto se trata, como ya se dijo, de agricultura por contrato y las dos grandes compañías industriales (Protabaco y Coltabaco) realizan estos procesos en sus fábricas de cigarrillos, bien en el país o en el exterior. En tal sentido, la actividad de los cultivadores no es autónoma, y la ventaja de tener un comprador seguro de la cosecha se convierte en la desventaja de que el producto debe entregarse en las condiciones que pide la empresa financiadora.

» La poca sostenibilidad de la producción, desde el punto de vista ambiental, degradación del suelo, utilización de insumos altamente tóxicos, contaminación con gases y residuos procedentes de la combustión del carbón mineral.

» Tampoco existen facilidades para el mejoramiento del cultivo o del proceso de secado y curado de la hoja, por cuanto el 80% de agricultores del tabaco son arrendatarios y algunos desarrollos tecnológicos como el riego por goteo con lo que se disminuye el uso de agua y mejora la productividad, demanda instalaciones costosas que no pueden construirse para una o dos cosechas y sólo se justifican si el terreno es usado en este tipo de cultivo por largo tiempo. Los hornos de secado también pertenecen a los dueños de la tierra y los arriendan para el proceso de secado no existiendo adecuados estímulos para mejoras tecnológicas.

» La lucha mundial contra el tabaquismo, por los efectos nocivos para la salud, siendo este cultivo excluido de cualquier tipo de apoyo de organismo de cooperación nacional e internacional y previéndose en el largo plazo una disminución en el consumo del producto, tendríamos razones de peso para excluirlo como renglón priorizado en el Plan Departamental de Competitividad e Innovación.

La exclusión de la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación no implica la eliminación de esta actividad como se planteó en el Capítulo 1 Contextualización, de este documento.

4.2.3.2. Focalizar en el renglón priorizado de frutales los rubros productivos de la familia de las passifloras (granadilla, cholupa, maracuyá, badea, curuba y gulupa), pitahaya, mora y uva únicamente, descartando los rubros de tomate de árbol y lulo como líderes de este renglón.

4.2.3.2.1. JUSTIFICACIÓN

La estructura de los renglones productivos frutícolas continúa siendo de economía campesina, dispersa geográficamente, aunque se destacan diferentes empeños empresariales en clúster productivos consolidados de granadilla, pitahaya y maracuyá, y de forma creciente de cholupa y mora. Su comercialización se realiza a través de frutas en fresco y por una gran cadena de intermediarios con destinos a segmentos de mercados locales y nacionales.

Los renglones productivos de la familia passiflorácea que agrupa a la granadilla, maracuyá, cholupa, badea, curuba y gulupa, presentan una dinámica productiva consistente en volúmenes aportados, crecimiento de rendimientos por unidad de área, inversiones en desarrollo tecnológico e innovación, desarrollo organizacional y priorización de las políticas públicas del sector. El desarrollo productivo y agroindustrial de las passifloras está siendo orientado en el departamento por la Corporación Centro de Investigación

para la Gestión Tecnológica de las Passifloras – CEPASS y la Cadena Nacional de las Passifloras, con apoyo decidido del Gobierno Departamental, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Asohofrucol y Colciencias, en el marco de una estrategia de mediano y largo plazo para agregarles productividad y competitividad para su transformación en productos elaborados intermedios o finales, así como la atracción de capital foráneo.

La cholupa, con registro de denominación de origen como Cholupa del Huila, reconocido y amparado en el TLC suscrito con la Unión Europea, a pesar de un estancamiento de la producción en el área definida bajo este protocolo (Neiva, Palermo, Rivera, Campoalegre y Gigante) tiene un inmenso potencial agroindustrial dadas las singularidades en su aroma y sabor, producto de las condiciones edafológicas en donde se desarrolla y de su cultura productiva. En este contexto, la cholupa y la mora han cobrado interés comercial para Indulleida S.A., empresa española productora de zumos y concentrados de frutas y exportadora a 34 países en 5 continentes. Su correspondiente demanda es para pulpa concentrada y pulverizada, para sustituir, con la cholupa, el ácido cítrico del limón o como tinte natural en tejidos y cosmetología a partir de la mora, como ya se mencionó. Con tecnología de esta empresa y servicios especializados de INTAL Colombia, agencia de investigación agroalimentaria de Antioquia, se exploraron los dividendos a nivel de laboratorio con resultados positivos; restan las pruebas a nivel semi- industrial e industrial.

El maracuyá y la uva presentan un gran potencial de desarrollo agroindustrial en el centro y nororiente del departamento, en los valles cálidos de los ríos Suaza y Magdalena, en particular en este último entorno seco y semiárido, con baja prevalencia de mosca de las frutas y sin restricciones cuarentenarias para su exportación, con una gran reserva hídrica subterránea para su explotación en irrigación de cultivos.

El tomate de árbol y el lulo, en cambio, presentan desinterés institucional y gremial para su producción y agro industrialización de cara a los mercados globales. El lulo, si bien es cierto que el departamento del Huila es el primer productor nacional, el área plantada corresponde a variedades con énfasis en consumo en fresco y, no, para agroindustria, contrario a lo que ocurre con los grandes productores como Antioquia y el Eje Cafetero en donde el híbrido La Selva se siembra con destino a la industria. Adicionalmente, el lulo es demandante de pesticidas órgano - fosforados de gran residualidad que afecta a la población e impactan negativamente en fuentes superficiales de agua y suelos. En cuanto al tomate de árbol, su área de siembra ha sido afectada por el avance de otros renglones frutícolas en la franja altitudinal de clima frío moderado, en particular por el avance de la infraestructura productiva de granadilla, pitahaya, mora y caña panelera, que ofrecen mayor rentabilidad. Los rendimientos por unidad de área de tomate de árbol han decrecido en la última década un 29.4% e incrementado sus costos de producción en un 120% en el mismo periodo por lo que su rentabilidad se hace negativa en la actualidad

Teniendo en cuenta estas limitaciones y las altas inversiones requeridas por el subsector frutícola en investigación básica y aplicada y la necesidad de priorizar en la selección de renglones líderes, estos dos cultivos no ofrecen opciones claras de liderazgo productivo como lo exige la AIPC del Huila.

Se enfatiza en focalizar en el renglón priorizado de frutales los rubros productivos de la familia de las pasifloras (granadilla, cholupa, maracuyá, badea, curuba y gulupa), pitahaya, mora y uva. Igualmente, y por las consideraciones anotadas, se retira de la apuesta los rubros de tomate de árbol y lulo.

4.2.3.3. SE CONSIDERA COMO:

A.- RENGLONES PRIORIZADOS A:

- Subsector panelero
- Subsector cereales, leguminosas y oleaginosas (arroz, maíz, frijol y soya)

B.- RENGLÓN EN TRANSICIÓN A:

- Subsector de lácteos y cárnicos

4.2.3.3.1. JUSTIFICACIÓN

Las nuevas condiciones que en la actualidad vive la economía colombiana y huilense, con la firma de 17 tratados de libre comercio que abren las puertas a importantes mercados en el mundo, y el actual escenario macroeconómico mundial ya referido, y la necesidad que tiene el país de buscar en las exportaciones no tradicionales nuevas fuentes de divisas, permiten incluir estos renglones cuya justificación individual se expone a continuación:

4.2.3.3.1.1. SOBRE EL SUBSECTOR PANELERO

» Este subsector constituye la segunda agroindustria más importante del país, después del café, aunque por transformación, es el primero por su mayor aporte a la agregación de valor de la caña en panela. Se calcula que la cadena productiva de la panela genera 45 millones de jornales al año¹⁶⁵.

» Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural el departamento del Huila ocupa el sexto lugar en el país con una producción de 116.500 toneladas anuales que a precios de hoy (\$1.200/kg panela) equivale a \$139.800 millones en 11.626 hectáreas, con un porcentaje de participación del 5% en superficie y el 7% en producción con unos rendimientos promedio de 8 ton/ha, lo que lo ubica con el tercer mejor rendimiento en producción después de Santander y Boyacá. Este rendimiento es superior al promedio nacional, 6.8 ton/ha, colocando al departamento del Huila como uno de los de mayor su productividad.

» La panela se ha posicionado como un alimento nutritivo, considerado como tal por la Organización Mundial de la Salud, y un endulzante de origen natural por lo que ha alcanzado un mayor status en el mercado.

» La actividad panelera tiene un gran respaldo institucional en la Federación Nacional de Productores de Panela – Fedepanela – y cuenta con el “Plan Estratégico del Gremio Panelero 2011 – 2016”, que recoge los aspectos más importantes de las necesidades planteados por los productores paneleros de todo el país, particularmente en tres aspectos que atienden claros factores de competitividad: reconversión tecnológica, diversificación de la producción e Infraestructura y equipamiento.

» El subsector panelero del Huila se ha especializado en el producto panela pulverizada que ha logrado un gran posicionamiento en el país y con gran posibilidad de exportación por su calidad, ampliando su agregación de valor.

» Actualmente se tienen 29 has. certificadas en agricultura orgánica por la empresa BCS.OKO GARANTIE COLOMBIA SAS, en el municipio de San Agustín, un gran avance en certificación, y con una comercialización de 230 toneladas a través del aliado comercial FRUANDES S.A.S. Esta panela es procesada en su totalidad en los trapiches certificados, generando en la región empleo más estable para los agricultores. Para el presente año se tiene prevista la exportación de 110 toneladas a Europa por un valor aproximado de US\$165.000.

» Las exportaciones colombianas de panela han venido registrando un importante crecimiento en los últimos años. En 2012 se exportaron US\$1,2 millones; un año después se presentó un crecimiento de más de 3 veces en el total exportado con US\$3,9 millones, y durante el 2015 se continúa con un importante crecimiento donde se espera llegar a las 5.000 toneladas por un valor aproximado de US\$ 7.5 millones. Este factor cumple con la contribución a la internacionalización de la economía del Huila para ser considerado renglón priorizado.

» En 13 años se han conformado 15 grupos asociativos cultivadores y productores de panela pulverizada y en bloque, involucrando directamente en el sur del Huila a 9.000 paneleros e, indirectamente, beneficia al final a todos los actores de la cadena productiva de caña panelera generando más de 25.000 empleos indirectos de la agroindustria en el sector rural y del proceso comercial (intermediarios, braceros, transportadores, tenderos, supermercados entre otros), dinamizando el mercado local de esta región.

¹⁶⁵ FEDEPANELA. Informe Técnico a la Junta Nacional 2013

» En ejecución del plan de reconversión tecnológica de Fedepanela en el departamento del Huila, en los últimos cinco años se han ejecutado 11 proyectos por un valor de \$ 9.253.000.000; algunos están todavía en ejecución como el de construcción de 15 trapiches con recursos de regalías por 4.700.000 millones de pesos, con una cobertura promedio de 12 unidades productivas (fincas con caña) cada uno.

» En consideración a que las áreas paneleras están ubicadas en la proximidades del parque arqueológico de San Agustín y del parque arqueológico Alto de los Ídolos en San José de Isnos, a donde anualmente llegan cerca de 10.000 turistas extranjeros cada año, con proyección de incrementarse en la medida en que el país logre solucionar su conflicto armado y se mejoren los servicios y productos turísticos de la región, el subsector panelero puede convertirse en un atractivo agro turístico diseñando visitas a las fincas paneleras ligando la explotación agroindustrial con el agroturismo.

4.2.3.3.1.2. Sobre el subsector de cereales, Leguminosas y Oleaginosas (Arroz, maíz, frijol y Soya)

El arroz, el maíz y el frijol, son, junto al trigo, la base esencial de la seguridad alimentaria en el mundo y en Colombia. El cereal más producido en el planeta es el maíz con 1.016 millones de toneladas en el 2013, seguido del arroz con 746 millones de toneladas y, en tercer lugar, el trigo con 713 millones de toneladas en el mismo año, de acuerdo con información de la FAO. En cuanto al frijol, este mismo organismo dice que es dentro de las leguminosas de grano, la especie más importante para el consumo humano; se cultiva prácticamente en todo el mundo con 129 países productores y una producción para el 2013 de 20 millones de toneladas.

Colombia no se autoabastece en ninguno de estos tres renglones, debiendo importar una parte del consumo nacional, afectando la balanza comercial e incrementando el déficit en cuenta corriente al tener que destinar divisas en una coyuntura como la actual. Incrementar la producción nacional es evitar importaciones y como tal contribuir a una economía más sana y próspera, en renglones que presentan ventajas comparativas para su fomento.

La Federación Nacional de Cerealistas – Fenalce, tiene bajo su dirección y orientación los renglones productivos de maíz, arroz, frijol y soya, en el marco de una coyuntura de política pública sectorial para sustituir importaciones y agregar productividad en estos rubros.

El maíz es el cereal más conocido en Colombia con una demanda de 6.000.000 de ton/año, y ante lo deficitario de su oferta interna, el país requiere importar anualmente cerca del 80% de este volumen.

El maíz, junto con el frijol y la soya, ha sido privilegiado en el Plan de Sustitución de Importaciones que en la actualidad promueve el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural¹⁶⁶, con resultados esperados en el corto plazo, con miras a ahorrar divisas por importación de materia prima para la agroindustria alimentaria y de balanceados, en el marco de una coyuntura de mercado con una tasa de cambio que incrementa el costo de las importaciones que finalmente repercute en la economía familiar. El Plan contempla incorporar 300.000 nuevas hectáreas adicionales de este cereal.

El departamento presenta una marcada tradición y vocación en la producción de maíz, que se adapta desde el nivel del mar hasta los 3.000 msnm. Ha sido parte, junto con el frijol, de la cultura productiva de café a través de siembras asociadas o intercaladas en el marco de la estrategia de renovación de cafetales envejecidos, y que agregan flujo de caja en la etapa improductiva de este renglón. Han sido parte integral igualmente de la seguridad alimentaria de las familias campesinas y opción, clara y rentable, para la producción de materia prima para la industria agroalimentaria de la región.

El departamento del Huila se aprecia como un clúster productivo de maíz en donde interactúan y se relacionan la investigación, la producción, la trilla y la transformación industrial para alimentos concentrados con destino a la demanda de subsectores importantes como piscicultura, avicultura, porcicultura, ganadería bovina intensiva, especies menores (gatos y perros). Es un clúster localizado lejos del puerto de Barranquilla, entrada de las importaciones, circunstancia que genera un diferencial de precios en favor del cultivo local.

¹⁶⁶ El Ministro de Agricultura lanzó en la última semana de Septiembre de 2015, en Santa Marta, el Plan Colombia Siembra orientado a reducir las importaciones de maíz y otros cereales en un claro reconocimiento de la necesidad de modificar el modelo económico que privilegia los bienes primarios minero-energéticos.

La región cuenta con una buena capacidad instalada para trilla seca y húmeda, con 22 trilladoras¹⁶⁷; la trilla seca deja como subproducto el salvado de maíz para alimentación animal, y la trilla húmeda origina una gran gama de productos, más de 40, para uso alimentario e industrial: harinas, almidones, concentrados para consumo animal, precocidos, fritos y expandidos, y materia prima para pinturas, pegantes, colorantes, aceites y cauchos, entre otras aplicaciones.

El gremio cerealista del Huila adelanta investigaciones permanentes, junto con el SENA, para la evaluación de 62 híbridos de maíz blanco y amarillo, con énfasis en el incremento de rendimientos por unidad de área para alcanzar 5.5 ton/ha. El ICA ya autorizó a Fenalce la producción de semilla transgénica; con este objetivo, se han asociado empresas multinacionales de producción de semilla (Monsanto, Dupont, Dow Chemical).

La investigación en maíz, básica y aplicada, tiene como alcance aspectos de nutrición vegetal con diagnóstico temprano a través de luz infrarroja, mitigación y adaptación al cambio climático. El maíz como la soya y el frijol son excelentes agentes para la rotación de cultivos además de fijación e incorporación de nutrientes al suelo. La soya, otrora renglón productivo rentable, alcanzaba rendimientos de hasta 4 tons/ha., superior a la media nacional. Estos son renglones cuyo sistema de producción presenta una gran dinámica intercambiadora o de rotación, con potencial de crecimiento en volumen y productividad en el corto plazo y se constituyen en un factor de oportunidad agroindustrial con retención en el territorio.

En cuanto al arroz, la política sectorial busca mejorar la competitividad de este renglón, teniendo en cuenta que su incorporación en el TLC con los EEUU le otorgó un plazo de 19 años (han transcurrido tres) para su fortalecimiento y consecuente asimilación de la competencia abierta que se producirá al vencimiento de dicho plazo, particularmente en el mercado interno en circunstancias similares a las de los cereales. Para ello, el gremio arrocero, representado por Fedearroz, ha implementado la estrategia denominada Adopción Masiva de Tecnología, AMTEC, con énfasis en incorporación tecnológica para labranza de suelo y uso de agua, semilla certificada y control fitosanitario, para incrementar la productividad alrededor del 25% para colocarnos en equilibrio con los países más competitivos como Estados Unidos.

Adicionalmente, el aporte de la molinería de arroz al agregado industrial del sector agropecuario es muy importante. La agroindustria del arroz en el departamento constituida por la Organización Roa Flor Huila y otros molinos de menor capacidad (molino Las Mercedes) ha logrado especial reconocimiento a nivel nacional. La Organización Roa Flor Huila ha incursionado con éxito en la diversificación de sus productos para varios segmentos de mercado.

De cumplirse las metas de la estrategia AMTEC, el arroz cumpliría el doble papel de sustitución de importaciones, como integrante del Plan Colombia Siembra, y agregación de valor a la economía del Huila.

Por lo anterior, los cereales, leguminosas y oleaginosas, en particular maíz, arroz, frijol y soya, se priorizan como un renglón priorizado en la apuesta agroindustrial.

4.2.3.3.1.3. SOBRE EL SUBSECTOR DE LÁCTEOS Y CÁRNICOS COMO RENGLÓN EN LA TRANSICIÓN

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, como respuesta a la necesidad de mejorar las exportaciones no tradicionales y sustituya importaciones que compensen el bajón de precios en petróleo, carbón y café y reduzcan el impacto de la devaluación acelerada en el último año (60% en año completo) proyecta un fomento especial a la ganadería en los llamados “Valles Interandinos”, incluyendo la formación de un clúster especial para la producción de carne con destino al mercado externo entre los departamentos del Tolima, Huila, Caquetá y Putumayo, en el cual Tolima y Huila deberán especializarse en la producción de crías y Caquetá y Putumayo en el levante y la ceba, dadas las excelentes pasturas para esta labor. Esta iniciativa del MADR no desconoce la realidad de la ganadería huilense de ser de doble propósito (80%), con algunos núcleos especializados para leche y carne en el norte del departamento, de cultura y vocación productiva

¹⁶⁷ La referida capacidad de trilla instalada en el territorio la constituye empresas como Itacol, Contegral, Proceal, La Dominga, entre otras.

centenaria y vulnerable a la estacionalidad climática que se mitiga con el traslado de sus inventarios hacia las pasturas de los departamentos del Putumayo y Caquetá.

Esta visión regional (suprdepartamental) del MADR fortalece los esfuerzos de la institucionalidad ganadera para afrontar el gran reto de la modernización y reconversión del sector a través de la aplicación de nuevas tecnologías que le permitan mejorar la productividad, la competitividad y la sostenibilidad del sector con gran responsabilidad social y con el medio ambiente, a tono con los factores de competitividad considerados en la Agenda Interna original.

Adicionalmente, el componente básico ganadero está soportando una importante transformación agroindustrial con valor agregado orientado al consumo departamental y regional que recibe un apoyo clave de las últimas realidades del mercado que voltea la mirada hacia la situación interna sin que esto implique un cierre de fronteras; por el contrario, a tono con la demanda mundial de productos cárnicos y lácteos, en Colombia también se experimenta este comportamiento como resultado del aumento de la población, el crecimiento de la clase media y el mejoramiento de su dieta alimenticia. Los mercados, entonces, son escenario de competencia abierta lo cual exige la adopción e implementación de planes estratégicos para el mejoramiento tecnológico y mayor competitividad.

Esta transformación agroindustrial está liderada por Ceagrodex y Salsamentaria Las Brisas en productos cárnicos como carnes finas, carnes frías, productos madurados y embutidos, y Leche el Trébol, Surcolac y Reyma con productos lácteos como leche entera, descremada y deslactosada, yogurt y diversas clases de quesos frescos, quesillos. No obstante, la industria láctea local solo absorbe el 40% de la producción de leche. La restante se comercializa “al jarreo”, una expresión cultural con un gigantesco riesgo para la salubridad pública que no le hace mella. Pero, también, la producción láctea soporta otra agroindustria con alto valor agregado que es la producción de bizcocho de achira que hoy se exporta en pequeñas cantidades a Estados Unidos, Chile, Perú y Panamá.

Al mismo tiempo, la industria cárnica, con capacidad instalada suficiente para el sacrificio, almacenamiento y venta, afronta la informalidad consentida en los municipios del departamento excepto en la capital. Otro elemento propio de NO Competitividad es la ausencia de estandarización genética en la producción por su mismo tipo de explotación. Más del 60% de la carne consumida en el departamento proviene de la industria nacional.

El impacto social de la actividad ganadera es importante. El Huila tiene alrededor de 15.000 familias dedicadas a la ganadería con cerca de 430.000 cabezas de vacunos, el 70% de ellos corresponde a pequeños ganaderos con menos de 100 reses. Sin embargo, su sistema de explotación no es sostenible y es una acción prioritaria en el plan de reconversión productiva definido. De las 750.000 hectáreas que ocupa, aproximadamente la mitad no tienen vocación ganadera y deben regresar a su función natural de bosques protectores de suelos de alta pendiente y productores de oxígeno, agua y biodiversidad. En las restantes 375.000 hectáreas se debe fomentar una ganadería moderna que con adecuados paquetes tecnológicos tendrían una capacidad de carga superior al millón de cabezas de vacunos, y una producción de carne y leche cinco veces superior a la actual.

Desde el punto de vista económico, el valor de la producción del subsector (carne y leche) representa el 66.08% de la producción pecuaria del Huila siendo el mayor aportante a la misma.

Cárnicos y lácteos han hecho parte de los convenios de competitividad liderados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de los acuerdos de competitividad sectorial, que coordina el Ministerio de Agricultura. En estos convenios, cárnicos se relacionó en sexto lugar y en el séptimo “lácteos y sus derivados” de un total de ocho sectores. De igual manera, lácteos y cárnicos hacen parte de las agrocadenas para las cuales el MADR ha establecido compromisos en productividad y competitividad.

Los anteriores argumentos justifican otorgarle un tratamiento de renglón en transición a los lácteos y cárnicos en la Agenda Integrada actualizada. Esta calificación se incluyó en el documento CONPES 3297 de Julio 26 de 2004 “Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: Metodología, para aquellas propuestas a las que hay que hacerles un seguimiento y evaluación en el mediano plazo, medido este

como dos (2) años después de haber sido aprobada la agenda¹⁶⁸. Complementariamente, esta calificación obedece a:

La formación de un clúster ganadero surcolombiano en el que el Huila se inclina hacia la producción de crías y el Caquetá a la ceba debe consolidarse y el sector ganadero del Huila desarrollar y aplicar sus planes de reconversión productiva y sostenibilidad ambiental por lo que la gestión en el plazo otorgado dará la pauta para determinar su calificación como renglón priorizado con carácter definitivo.

El aporte de la ganadería a la generación de valor agregado, un factor con baja participación en el PIB del Huila, es muy importante por lo que no se puede desconocer sino, por el contrario, consolidarlo para afrontar, de mejor manera, la competencia que existe en el mercado local tanto en cárnicos como en lácteos en el marco impuesto por el Gobierno Nacional de revisar su modelo económico de alta dependencia de los productos minero-energéticos.

La temporalidad de las recientes decisiones resulta básica para esperar los resultados de un proceso que apenas inicia pero que debe cumplir metas claras y exigentes para modificar una realidad que impide hoy que una actividad con implicaciones sociales y económicas califique directamente como renglón priorizado.

¹⁶⁸ Documento CONPES 3297 DE Julio 26/04.

4.3. APUESTA PRODUCTIVA TURÍSTICA

4.3.1. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA

Las principales razones por las que la Apuesta Productiva Turística continua, de acuerdo con el análisis realizado tanto en el diagnóstico como en las consideraciones en esta fase, son:

4.3.1.1. OFERTA TURÍSTICA DEL HUILA COINCIDENTE CON LAS TENDENCIAS DEL MERCADO MUNDIAL

La Organización Mundial del Turismo en el documento de prospectiva panorama 2032 prevé un crecimiento del 7% anual en el número de llegadas de turistas de origen internacional en los países emergentes (Colombia, entre ellos). Pronostica, además, que el turismo alternativo¹⁶⁹ seguirá su proceso de consolidación. Los segmentos que mayor crecimiento presentarán son: aventura, cultura y eventos corporativos, características básicas de la oferta turística huilense, lo que constituye una ventaja comparativa.

Colombia tiene vigente 17 Tratados de Libre Comercio¹⁷⁰, que facilitan aprovechar estas tendencias en favor del turismo; hasta ahora, el Huila no ha aprovechado esta oportunidad para ambientar alianzas con prestadores de servicios turísticos, con las agencias mayoristas y tur-operadores en los mercados emisores. En materia de internacionalización de la economía resultan importantes los estudios de mercado realizados por el Programa de Transformación Productiva, PTP, del MInCIT para los productos turísticos de salud y de naturaleza, segmentos en los que el departamento del Huila puede jugar un papel importante.

4.3.1.2. VINCULACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL HUILA A LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO DEL PAÍS

El plan nacional sectorial de turismo 2015-2018 ha proyectado recibir 5 millones de turistas de origen internacional con generación de gasto de 6 mil millones de dólares, que pretende conquistar con productos de talla mundial¹⁷¹. Según Procolombia, en los segmentos de naturaleza y de salud, por lo menos tres de los productos de talla mundial (turismo de salud, termalismo y el turismo de naturaleza (territorio Páez) se ubican en el Huila. Su desarrollo eficaz encuentra un ambiente favorable en los mercados nacional e internacional.

En los últimos tres años, se ha avanzado en el diseño de productos turísticos fundamentados en actividades de naturaleza, mix de navegación de aventura con espeleología, cabalgata, ciclo montañismo y senderismo. Adicionalmente, se diseñó un producto de turismo rural soportado en las fincas cafeteras de los municipios de Gigante y Garzón. En materia de ordenamiento territorial, ya se incorporan las actividades turísticas como un uso productivo del suelo, en clara interpretación de la política pública de turismo del país. Los municipios con potencial turístico han adoptado herramientas jurídicas orientadas a la declaración de reservas naturales y áreas protegidas, algunos de ellos como la Serranías de Las Nieves, La Ceja, el Páramo de Miraflores son claros prospectos para el desarrollo de actividades turísticas. Por su parte, el sector privado ha aprovechado los incentivos fiscales y ha generado nueva oferta hotelera y de restaurantes con gastronomía internacional motivado en un mejor comportamiento del sector turístico que, de no darse, podría provocar una burbuja que puede estallar en cualquier momento.

¹⁶⁹ Turismo alternativo: ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo cultural; eventos corporativos, salud y bienestar

¹⁷⁰ <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398>

¹⁷¹ Productos de talla mundial: ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo cultural; eventos corporativos, salud y bienestar

Aunque no se priorizan por el país los parques arqueológicos de San Agustín, Alto de los Ídolos y Alto de Piedras, como tampoco el Observatorio Astronómico La Tatacoa, estos son los mayores destinos en el Huila con 70.000 y 73.000 visitantes/año, a pesar de que no han logrado aún estructurar un producto turístico con perfil internacional. Es fundamental generar nuevos atractivos complementarios para el aprovechamiento de la dinámica propia de estos destinos turísticos. La caída de los precios del petróleo y de los principales productos de exportación de Colombia al tiempo con el fortalecimiento del dólar hace que se voltee la mirada al turismo como una gran alternativa. Nuestros destinos se abaratan y el turista aumenta su poder de compra eligiendo visitar a Colombia.

Un gran soporte para este posicionamiento en consonancia con la política de turismo del país, es el mejoramiento de la infraestructura vial en las áreas turísticas del departamento. La remodelación de los aeropuertos Benito Salas en Neiva y Contador en Pitalito (este último ha reiniciado operación comercial regular con Bogotá); la construcción de la Troncal del Libertador, la vía Santana-Putumayo-Neiva; la doble calzada Espinal-Neiva y la reciente adjudicación del llamado Anillo Turístico del Sur ofrecerán, en el mediano plazo, una infraestructura muchísimo más atractiva para el turismo. Además, en el mes de octubre se inauguró el Recinto Ferial en Neiva que sin duda fortalecerá el turismo corporativo y sigue en construcción el Parque de la Música Jorge Villamil Cordovéz en Neiva; Ambos proyectos con indudable impacto en el turismo.

4.3.1.3. EL DEPARTAMENTO DEL HUILA ESTÁ FORMANDO SU TALENTO HUMANO PARA SUPERAR LAS TRADICIONALES DEBILIDADES DEL TURISMO

En el departamento del Huila están identificados requerimientos de formación para 18 de los 37 municipios del Departamento que cuentan con una oferta turística identificada (Ver Tabla No. 70). De estos requerimientos, actualmente en el departamento se atienden, por una oferta regional a distintos niveles, las disciplinas que aparecen en la Tabla No. 71.

El reto para el desarrollo turístico del departamento está condicionado al énfasis que se ponga en el desarrollo de la formación del talento humano, dado que esta actividad, más que otras, tiene una dependencia vital del recurso humano, en cuanto es un elemento irremplazable dentro de sus procesos, a pesar de los avances tecnológicos pues no sustituyen, pero facilitan, el contacto interpersonal, convirtiéndose en su valor competitivo más grande.

4.3.1.4. LA POSIBILIDAD DE UN ACUERDO DE PAZ CON LAS FARC permitiría un escenario muy favorable para el turismo en el departamento del Huila. Así como en épocas aciagas las consecuencias de una situación de orden público complicada como tradicionalmente se ha vivido en el sur del país, y particularmente en el Huila, se reflejaron en una caída importante en las estadísticas de visitantes a los destinos turísticos del sur del departamento (San Agustín, especialmente), un acuerdo como el que se discute en La Habana¹⁷² reduciría de forma apreciable los temores que existen en los turistas potenciales por situaciones de riesgo para su integridad personal. Esta percepción es particularmente cierta para los extranjeros que en la década de los 80's llegaron en número de 70.000/año y que hoy aparecen en las cifras de visitantes en cuantía cercana a los 7.000. La mayoría de visitantes extranjeros al parque arqueológico de San Agustín proceden de Alemania y Holanda. Un nuevo escenario de paz volvería a colocar en los primeros planos de interés de los turistas europeos a San Agustín y fortalecería el análisis del punto anterior.

¹⁷² En septiembre 23/15 se logró un histórico acuerdo en los términos de aplicación de justicia para las FARC, lo que, en opinión de los expertos, facilita el acuerdo definitivo de paz.

Tabla 70. Formación de talento humano requerida

FORMACIÓN REGIONAL DE TALENTO HUMANO REQUERIDA – APUESTA DE TURISMO								
No.	MUNICIPIO	FORMACIÓN BÁSICA	MEDIA TÉCNICA	SERVICIO SOCIAL	EDUCACIÓN SUPERIOR			
					NIVEL TECNOLÓGICO		NIVEL PROFESIONAL	
1	Acevedo	Colegios Amigos del Turismo	Ecología	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Ambiental	
2	Agrado	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Agrícola	
3	Garzón	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera / Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Agrícola	
4	Gigante	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Agrícola	
5	Isnos	Colegios Amigos del Turismo	Arqueología	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Antropología	
6	La Argentina	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Ambiental	Administración de Empresas Turísticas / Ingeniería Ambiental
7	La Plata	Colegios Amigos del Turismo	Arqueología	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera / Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Administración de Empresas Turísticas	Ingeniería Ambiental
8	Nátaga	Colegios Amigos del Turismo	Historia Religiosa	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos		
9	Neiva	Colegios Amigos del Turismo	Gastronomía – AVT	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera	Administración de Empresas Turísticas	
10	Paicol	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos		
11	Palermo	Colegios Amigos del Turismo	Recreación	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos		

FORMACIÓN REGIONAL DE TALENTO HUMANO REQUERIDA – APUESTA DE TURISMO								
No.	MUNICIPIO	FORMACIÓN BÁSICA	MEDIA TÉCNICA	SERVICIO SOCIAL	EDUCACIÓN SUPERIOR			
					NIVEL TENOLÓGICO		NIVEL PROFESIONAL	
12	Pitalito	Colegios Amigos del Turismo	Organización de Eventos	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera / Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Administración de Empresas Turísticas	
13	Rivera	Colegios Amigos del Turismo	Gastronomía - Salud	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera / Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Fisioterapia	
14	San Agustín	Colegios Amigos del Turismo	Arqueología	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Tecnología en Gestión Hotelera / Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Antropología	Administración de Empresas Turísticas / Ingeniería Ambiental
15	Tesalia	Colegios Amigos del Turismo	Organización de Eventos	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos		
16	Timaná	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Agrícola	
17	Villavieja	Colegios Amigos del Turismo	Astronomía / Ecología	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Ambiental	
18	Yaguará	Colegios Amigos del Turismo	Aventura	Punto de Orientación al Turista	Tecnología en Guianza Turística	Mercadeo de Productos Ecoturísticos	Ingeniería Ambiental	

Fuente: Elaboración propia del Consultor

Tabla 71. Oferta académica para formación en turismo

OFERTA ACADÉMICA PARA FORMACIÓN EN TURISMO			
INSTITUCIÓN	NIVEL DE OFERTA	ACTUAL	PROSPECTADA
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	Formación Básica	CAT – Colegios Amigos del Turismo -Neiva -Tesalia -Paicol -Yaguará	CAT- Colegios Amigos del Turismo 18 municipios
INSTITUCIONES EDUCATIVAS - SENA	Media Técnica	Turismo Recreación Organización de Eventos Cocina	Ecología Aventura Arqueología Historia Religiosa Gastronomía AVT Gastronomía salud Organización de Eventos Astronomía Recreación
INSTITUCIONES EDUCATIVAS – SERVICIO SOCIAL	Servicio Social	Puntos de orientación al turista: -Neiva -Pitalito -Tesalia -Paicol -Yaguará	Puntos de orientación al turista: 18 municipios
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA	Educación Superior Nivel Tecnológico	Tecnología en Gestión Hotelera	Tecnología en Guianza Turística Tecnología en Gestión Hotelera
FUNDACIÓN ESCUELA TECNOLÓGICA – FET	Educación Superior Nivel Tecnológico	Tecnología en mercadeo de productos Ecoturísticos	Tecnología en Guianza Turística
UNIVERSIDADES			
Universidad Surcolombiana	Educación Superior Nivel Profesional	Ingeniería Agrícola Ingeniería Ambiental (Esp)	Administración Turística / Antropología / Fisioterapia
Universidad Corhuila	Educación Superior Nivel Profesional	Administración Turística Ingeniería Ambiental	
Corporación Universitaria CUN	Educación Superior Nivel Profesional	Administración Turística	
Corporación Universitaria Antonio Nariño	Educación Superior Nivel Profesional		Administración Turística

OFERTA ACADÉMICA PARA FORMACIÓN EN TURISMO			
INSTITUCIÓN	NIVEL DE OFERTA	ACTUAL	PROSPECTADA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA	Cursos de Apoyo (complementarios)	<ul style="list-style-type: none"> - Guianza de recorridos por las naturaleza - Identificación, promoción y venta de un producto turístico - Recreación: una herramienta a la transformación social - Técnicas de reserva y recepción hotelera - Alistamiento y montaje para el servicio de mesa - Turismo en espacios rurales - Preparación y alistamiento para un servicio de cocina - Organización de eventos del sector turismo - Mentalidad empresarial orientada al sector turístico - Formación en diseño y organización de eventos recreativos - Fortalecimiento en cocina típica colombiana - Formación en protección del medio ambiente - Formación de operadores de actividades náuticas, con énfasis en deportes de aventura - Guías especializados en actividades náuticas y salvamento acuático 	

Fuente: Elaboración propia del Consultor

4.3.2. LO QUE EXIGE LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA TURÍSTICA

Para asegurar un resultado diferente al de diez años después de lanzada la Agenda Interna de Productividad y Competitividad, los prerequisites para la continuidad de la Apuesta Productiva Turística se resumen en:

4.3.2.1. UNA NUEVA ESTRUCTURA PARA LA APUESTA TURÍSTICA

“Convertir al Huila en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural para el mercado nacional e internacional, con una oferta de productos innovadores, diferentes, especializados y de calidad” /tal como reza su propósito, resulta imposible de orientar y, por supuesto, de cumplir. “Turismo Ecológico” tiene sus propios componentes al igual que “Turismo Cultural”. Más difícil aún resulta, con semejante generalidad, lograr el propósito de...“convertir al Huila en el primer destino colombiano de turismo ecológico y cultural...”. El enfoque territorial distribuyendo al Huila en cuatro clústers turísticos¹⁷³ no resultó suficiente para liderar los esfuerzos hacia el cumplimiento de las metas por cada uno de ellos pues así no se establecieron; por el contrario, las metas se señalaron globales en términos de turistas llegando al Huila (2.2 millones/ al 2020), sin identificar el aporte de cada clúster según su especialidad.

Esta generalidad ocultó otros objetivos más específicos como el termalismo, el turismo rural y el turismo corporativo o empresarial, claro a los propósitos de Neiva en el campo turístico.

Por lo anterior, se considera que la Apuesta Turística se reestructura desde su concepción bajo los siguientes términos:

Propósito:

“Convertir al huila en un destino importante de naturaleza y cultura sustentado en los renglones arqueológico, paleontológico y astronomía; deportes náuticos y de aventura, turismo rural y agroturismo; salud y bienestar y turismo corporativo para los mercados nacional e internacional con una oferta de productos innovadores, diferenciados, especializados y de calidad que contribuyan a la generación de divisas al país”

¹⁷³ Clúster Eco Arqueológico; Clúster Neiva ciudad región; Clúster Desierto de la Tatacoa y su área de influencia y Clúster Yaguará - Betania.

Objetivos:

- » Consolidar el turismo cultural en los productos turísticos arqueología, paleontología y astronomía posicionados en el mercado internacional, especialmente el primero
- » Promover el turismo rural y el agroturismo en alianza con la Apuesta Productiva Agroindustrial.
- » Posicionar a Neiva como un centro empresarial, de negocios aprovechando la nueva infraestructura para eventos y exposiciones.
- » Aprovechar las aguas termales para participar del turismo de bienestar y posicionar las nuevas especialidades en salud en Neiva con reconocimiento nacional
- » Desarrollar el turismo náutico para el uso adecuado de los dos embalses ubicados en el departamento del Huila y en complementación con la oferta de aventura en el entorno cercano a tales embalses.

Metas:

Estas aparecen relacionadas en los planes, programas y proyectos que se plantean para la continuidad de la misma en el capítulo siguiente.

4.3.2.2. LOS RENGLONES PRIORIZADOS EN LA APUESTA TURÍSTICA ACTUALIZADA

De acuerdo con los objetivos trazados, y aplicando la misma estructura de otras Apuestas Productivas, se establecen como renglones priorizados a los siguientes:

4.3.2.2.1. RENGLÓN: TURISMO CULTURAL ARQUEOLÓGICO, PALEONTOLÓGICO y DE ASTRONOMÍA**Justificación**

En el Huila, la arqueología, astronomía y paleontología son actividades culturales reconocidas a nivel internacional, especialmente las dos primeras, con las que se pueden estructurar productos turísticos y consolidar su ubicación como destinos turísticos.

Arqueología

En Suramérica, Machu Picchu capta anualmente la visita de 2 millones de turistas de origen internacional mientras, al cierre del año 2013, los parques arqueológicos de San Agustín, Isnos y Tierradentro registraron la llegada de 84.000 visitantes de los cuales el 10% fueron extranjeros (tan sólo el 4% del volumen actual de turistas que visitan a Machu Picchu) cuando hace apenas 25 años recibía similar flujo turístico, alrededor de 60.000 visitantes extranjeros. El parque arqueológico de San Agustín es administrado por el ICANH, Instituto Colombiano de Antropología e Historia, lo que implica que todas las decisiones se toman en Bogotá. Además de esta, son varias las razones por las cuales la zona arqueológica de San Agustín, Isnos y Tierradentro se ha rezagado en el mercado internacional, particularmente:

- No se percibe la implementación de una estrategia de comercialización con los turoperadores internacionales.
- Las campañas de promoción turística promueven a San Agustín, desconociendo los parques arqueológicos de Alto de Las Piedras, Alto de Los Ídolos y Tierradentro; el turista crea en su mente la percepción de un solo lugar donde piensa que encuentra toda la oferta de atractivos arqueológicos.
- San Agustín se promueve como un destino turístico, no como un producto turístico; el turista no viene preparado para realizar actividades diferentes a las de senderismo en el Parque Arqueológico y en el entorno de los sitios arqueológicos, como La Chaquira, El Tablón, Purutal, Cerro de la Horqueta, Alto de La Pelota, y el Estrecho del Magdalena. Falta un guía turístico que le permita al turista recibir previamente información cierta y confiable sobre los atractivos turísticos de la zona arqueológica de San Agustín, Isnos y Tierradentro y ampliar los servicios de profesionales en guianza turística y especializados en arqueología.

Astronomía

La observación de la cúpula celeste se considera como una modalidad de turismo que requiere protección especial para su principal insumo: Cielo oscuro, condición exigida, entre otras, por la Asociación Internacional de Cielos Oscuros (IDA, por sus siglas en inglés), para aceptarlos como observatorios astronómicos. Algunos de los destinos astronómicos del mundo están en Irlanda, Islas Canarias y Tenerife en España. En

Portugal, Gran Lago Alqueva,¹⁷⁴ En Islandia, paraíso de auroras boreales, miles buscan ver el show de colores que se forman en los cielos de Islandia.¹⁷⁵ Más cerca de nuestro entorno, la zona desértica de Arizona, Estados Unidos¹⁷⁶, el Desierto de Atacama, Chile, son reconocidos observatorios astronómicos.

En Colombia se consideran a Villa de Leyva, la Guajira y el Desierto de La Tatacoa, en el Huila, como lugares privilegiados para la observación astronómica. En Villa de Leyva se realiza anualmente el Festival de las Estrellas; la región es rica en tradiciones orales con respecto a su posición geográfica. En el Desierto de La Tatacoa, la astronomía surgió a finales de la década de los 90's de la anterior centuria, época en que se auscultaron las razones que motivaban el viaje de los turistas. La astrofotografía de la cúpula celeste surgió como una actividad novedosa en una región que es considerada como reserva paleontológica antes que de observación astronómica. Con el apoyo técnico de la Universidad de Antioquia se construyó el actual Observatorio Astronómico aprovechando las ventajas de un cielo despejado, baja polución lumínica y su cercanía al Ecuador celeste, así como el mejoramiento de la infraestructura vial, y las facilidades funcionales¹⁷⁷, mejoras que han dinamizado la economía local por la visita de 130.000 turistas/año, en su gran mayoría jóvenes estudiantes¹⁷⁸. Adelantar el proceso de admisión a la consideración de cielos oscuros, lo cual implica el cumplimiento de exigentes condiciones de iluminación de los centros urbanos cercanos aumentaría las visitas de turistas. A finales de año en La Tatacoa también se celebra la "lluvia de estrellas", una noche de observación astronómica gracias a las ventajas del desierto para esta interesante actividad.

Paleontología

En el mundo existen varios destinos turísticos cuyo principal atractivo es la paleontología, entre ellos se destacan: La Patagonia, en Argentina, con una amplia muestra de fósiles petrificados y referentes de dinosaurios; la región de Tarija, en Bolivia, con el Museo Nacional donde reposan importantes piezas paleontológicas y arqueológicas; en Bulgaria, en Asenovgrad también existe un museo que muestra fósiles de animales vertebrados, invertebrados y unicelulares; Chile es otro destino paleontológico de singular importancia por sus vestigios paleontológicos y museos que recogen gran muestra de diferentes vestigios fósiles de origen animal y vegetales fosilizados¹⁷⁹.

En el municipio de Villavieja, en el Desierto de La Tatacoa, al norte del Huila, se encuentra, dentro del Desierto de La Tatacoa, el sitio de La Venta, lugar donde el científico norteamericano Robert Stirton encontró vestigios fósiles de un mono que permitieron complementar la información del periodo del mioceno. A partir de esos hallazgos, otras investigaciones han engrosado los activos fósiles provenientes de La Tatacoa que lo han situado como un importante depósito paleontológico. El Museo Paleontológico de Villavieja con el apoyo técnico de la Universidad Nacional ha logrado acopiar una importante colección de piezas que exponen de manera permanente al público que lo visita.

No obstante estos excelentes soportes para el desarrollo del turismo cultural en el Huila, sus resultados podrían ser mejores si la comunidad de Villavieja se apropiara de un tesoro turístico que pareciera no reconocer. Por ello, al igual que las actividades de arqueología en la zona arqueológica de San Agustín, Isnos y Tierradentro, no se ha estructurado su producto turístico. Posicionar el turismo cultural exige, al menos, un plan que incluya las siguientes acciones:

- Mejoramiento de la infraestructura vial como complemento de las vías 4G definidas para el Huila y el sur del país y su correspondiente señalización turística.
- Formación de profesionales en guianza, fundamentalmente en bilingüismo, arqueología, paleontología y astronomía, una falla enorme en todo el departamento.

¹⁷⁴ Fuente: www.muyinteresante.es

¹⁷⁵ Fuente: www.muyinteresante.es

¹⁷⁶ Fuente: www.muyinteresante.es

¹⁷⁷ Alimentación y alojamiento

¹⁷⁸ Fuente: ASOTUR-2013

¹⁷⁹ Fuente: consulta en internet

- Acompañamiento en la comercialización de paquetes turísticos con las agencias de viajes mayoristas y de viajes y turismo en los mercados emisores.
- Estructuración de campañas de promoción turística tanto del destino como de los productos turísticos de arqueología, paleontología y astronomía, incorporando las actividades de aventura que se realicen en dichas ciudades.

4.3.2.2.2. RENGLÓN: TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Justificación

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el documento plan de negocios para el subsector de turismo de bienestar construyó este glosario técnico para el turismo de salud, médico y de bienestar:

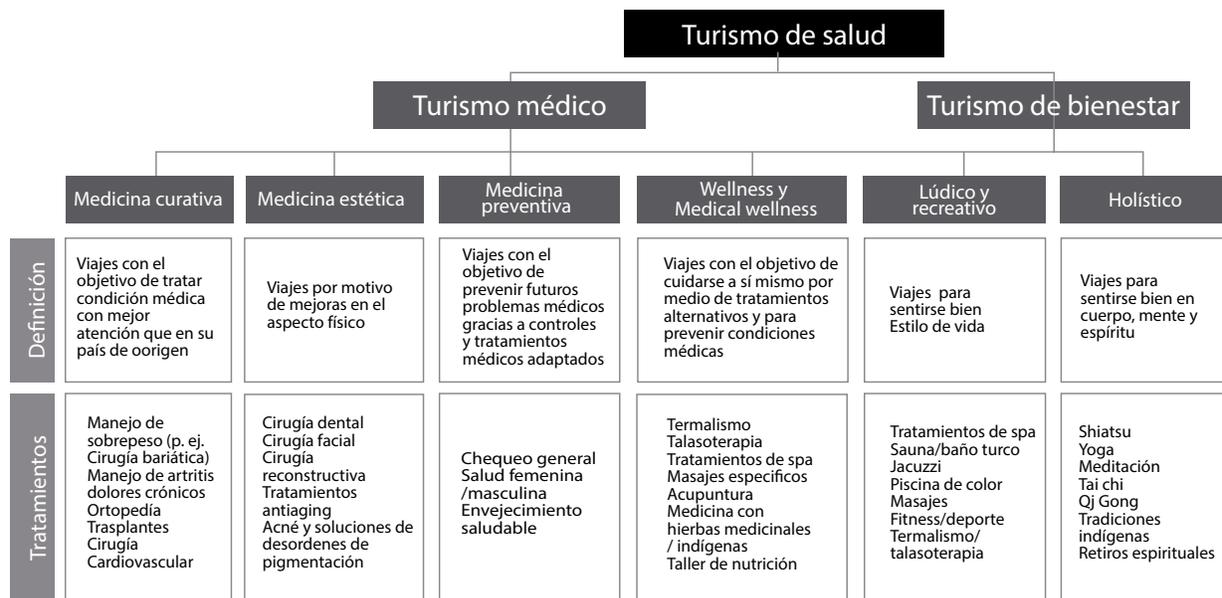
» **Turismo de salud:** El motivo por el cual una persona viaja con el objetivo primordial de recibir servicios de salud a nivel médico o de bienestar¹⁸⁰.

» **Turismo médico:** Viajes con el objetivo primordial de recibir tratamientos curativos, estéticos o preventivos¹⁸¹.

» **Turismo de bienestar:** Viajes con el objetivo primordial de realizar actividades encaminadas al cuidado, a sentirse bien recibiendo tratamientos alternativos y a descansar¹⁸².

El documento estructura el turismo de salud a partir de dos componentes básicos: turismo médico y turismo de bienestar (ver gráfica 29) y reconoce que el turismo de salud es una actividad que en Colombia es incipiente frente al concierto internacional, pues tan solo el 1.3% de las llegadas de turistas internacionales a Colombia en el año 2011 se motivaron en salud. Sin embargo, el análisis realizado para el periodo 2006-2011 muestra un crecimiento del turismo de salud del 12%, facturando en el año 2011 un total de 449 millones de dólares lo cual es un buen indicativo de la importancia que puede adquirir.

Gráfica 29. Turismo de salud y bienestar



Fuente: MInCIT - Estudio de mercado del subsector de turismo de bienestar, 2013

¹⁸⁰ Fuente: MInCIT - Estudio de mercado del subsector de turismo de bienestar, 2013

¹⁸¹ Fuente: MInCIT - Estudio de mercado del subsector de turismo de bienestar, 2013

¹⁸² Fuente: MInCIT - Estudio de mercado del subsector de turismo de bienestar, 2013

Los turistas por salud incorporan, directamente o a través de sus acompañantes, actividades de turismo. En Colombia, los ingresos por tratamientos médicos provienen de 41 centros hospitalarios, segmento que contribuye con 336 millones de dólares/año, seguido de los SPA que generaron 101 millones de dólares en 250 establecimientos. Otras actividades generaron 10 millones de dólares.

Los principales componentes del turismo de bienestar son: la talasoterapia, termalismo y SPA (sanación por agua) muy desarrollados en los últimos 20 años, aunque los dos primeros resultan sinónimos teniendo en cuenta la descripción original de los Spa¹⁸³.

El termalismo en Colombia es una actividad igualmente incipiente. La mayoría de las 310 fuentes de aguas termales que existen en el país ofertan actividades recreativas, no terapéuticas, con picos de operación en las temporadas vacacionales, desaprovechando las propiedades fisicoquímicas del agua y de los lodos termales como elemento vital para la oferta cotidiana de servicios de bienestar. En los SPA, se identifican claramente tres tipos de servicios: los de recuperación, generalmente administrados por clínicas y hospitales; los relacionados con belleza asociados a centros de estética y el de relajación que generalmente funciona dentro del establecimiento hotelero.

En materia de turismo de salud, Colombia le apuesta al año 2032 a captar un volumen de 2.8 millones de turistas que le generen al país 6.300 millones de dólares. Para cumplir con este propósito, el país deberá trabajar en el mejoramiento de la percepción de calidad de los procedimientos médicos y de bienestar ofertados; cualificar el talento humano vinculado al sector incluyendo el bilingüismo; acreditar las instituciones prestadoras de servicios de salud y bienestar con estándares de clase mundial; crear el sistema de información que unifique los datos de los pacientes, permita el manejo de un expediente único y facilite la consolidación de estadísticas detalladas de los proveedores de servicios del sector para identificar claramente el aporte del renglón a las metas del sector turismo, tanto en la captación de turistas extranjeros, como de gasto/turista y al aporte del segmento de turismo de salud al cumplimiento de las metas.

El turismo de salud y bienestar en el Huila

Al igual que en el país, en el Huila el turismo de salud es una actividad incipiente, con mayor peso del segmento médico y con potencialidades para el turismo de bienestar soportado en el termalismo. Si bien no existen estadísticas oficiales sobre esta actividad, se estima que el número de visitas con fines médicos no supera el centenar de turistas/año. Sin embargo, los empresarios del renglón esperan que estructurando el clúster de salud esta actividad se dinamice y cree sinergia con los empresarios del turismo y las instituciones del Gobierno Departamental del Huila y del municipio de Neiva. Al respecto, desde el año 2009 Neiva lidera la estructuración de la oferta de turismo de salud al identificarla como una Apuesta Productiva en el 2012. En el año 2013 se actualizó el diagnóstico sectorial.

En materia de prestación de servicios de salud, a Neiva concurren, además de los huilenses, usuarios de los departamentos vecinos (Caquetá, Putumayo, Nariño, oriente Cauca y sur del Tolima) que demandan servicios de baja, mediana y alta complejidad; el Hospital Universitario de Neiva Hernando Moncaleano Perdomo concentra la mayor cantidad de remisiones, seguido de las IPS que atienden las remisiones de las EPS de la región.

Cuatro instituciones prestadoras de servicios de salud de Neiva (Hospital Universitario Hernando Moncaleano Perdomo, Clínica Coven, Clínica Mediláser y Clínica Uros) trabajan conjuntamente con tres instituciones prestadoras de servicios odontológicos para lograr construir una oferta exportable a partir de los servicios relacionados en el cuadro siguiente. En suma, se han identificado por el municipio de Neiva 18 disciplinas médicas con las que la ciudad atiende la demanda del mercado surcolombiano, entre ellas, la medicina cardiovascular con proyección al mercado internacional soportada en la existente zona franca uniempresarial de Salud (Coven) y el Hospital Universitario Hernando Moncaleano Perdomo. Los indudables avances de la medicina en el departamento han captado pacientes que antes venían de tránsito hacia Bogotá o pasaban desde el sur a Popayán.

¹⁸³ Hoy se llaman Spa a diversos establecimientos que ofrecen servicios de bienestar no asociados al agua por lo que este concepto se ha distorsionado. De ahí que termalismo y Spa ofrecen servicios similares.

En el ámbito del turismo de bienestar, el termalismo, como se anotó, es su mayor soporte en la oferta del Huila. Termales Los Ángeles y Termales de Rivera, ambos en el municipio de Rivera, son los establecimientos más notorios aunque con limitada oferta terapéutica. A ellos se unió, en 2007, el Spa Rivera Termales que surgió, con el apoyo del Gobierno Departamental, el municipal de Rivera e inversionistas privados para el aprovechamiento, con fines terapéuticos, de las aguas termales de este municipio. Esta iniciativa se quedó, parcialmente, en la fase inicial convirtiéndose hoy en un lugar de recreación de uno de los accionistas privados perdiéndose el objetivo de participar del turismo de bienestar fortaleciendo la oferta de termalismo. No obstante, las ventajas competitivas del agua termal de Rivera siguen vigentes. Para consolidar esta oferta de bienestar existen otras actividades que podrían incentivarse sin dejar de otorgar prioridad a las actividades de termalismo como:

Relajación, Yoga, Feng Shui, que se ofrecen aleatoriamente y por personas con algún conocimiento en estas disciplinas.

4.3.2.2.1 COMO FORTALECER LAS OPCIONES DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR

Las variables críticas que se deben atender para desarrollar el turismo de salud y bienestar en el departamento del Huila son:

- La acreditación homologada internacionalmente de los prestadores de servicios de salud
- Certificación en sostenibilidad y normas técnicas sectoriales de los prestadores de servicios turísticos,
- Bilingüismo
- Diseño e implementación de una estrategia de marketing turístico que incluya diseño y comercialización del producto turístico de salud, y promoción turística tanto del producto como del destino.

4.3.2.2.3. RENGLÓN: TURISMO RURAL Y AGROTURISMO

Justificación

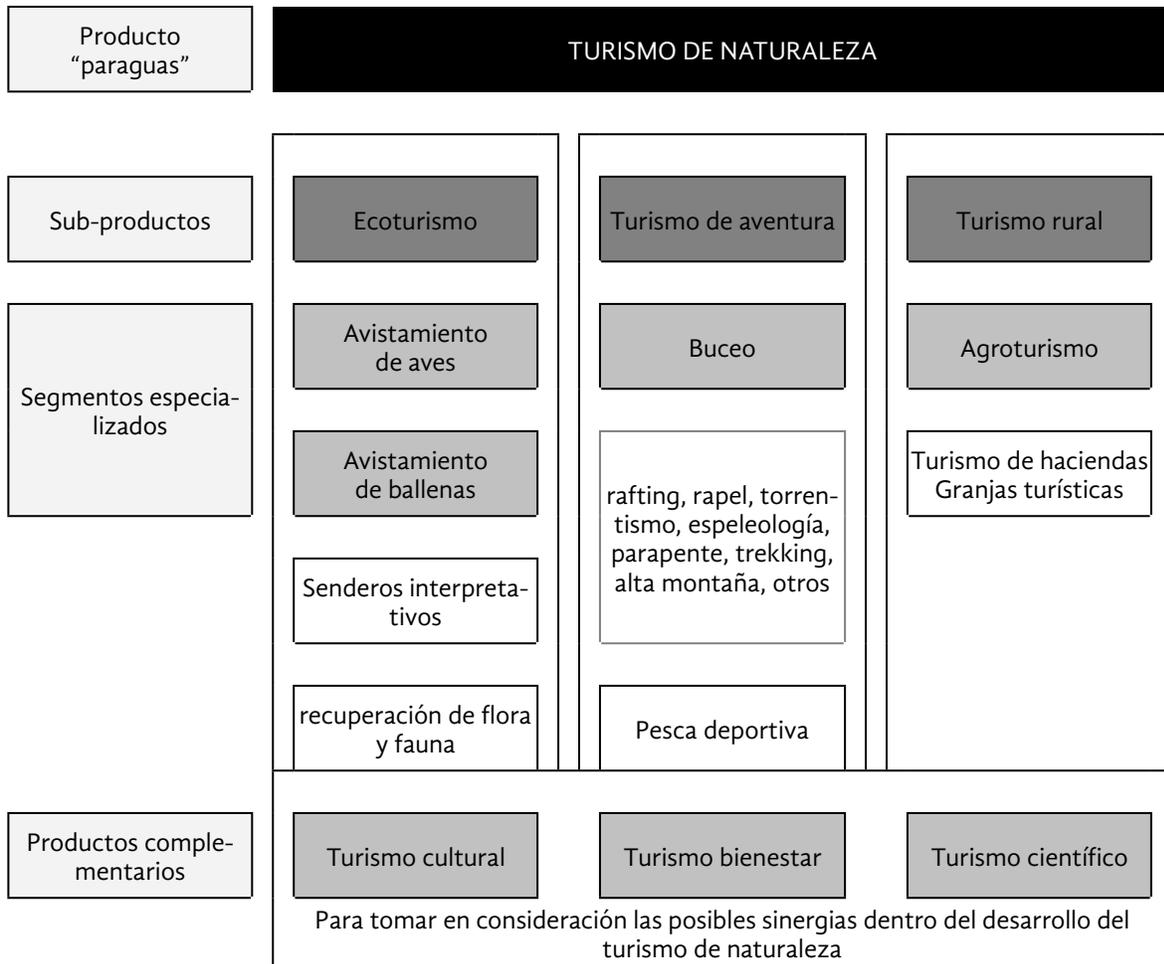
Hablar de turismo rural y agroturismo es vivenciar actividades que se desarrollan en espacios naturales, alejadas de las caóticas congestiones de los ambientes urbanos, con un desarrollo local basado en actividades económicas propias de pequeña escala, que guarda y preserva características culturales de la población, en cuanto a oficios, construcciones, herramientas y procesos, así como resalta la explotación sostenible y casi artesanal de los recursos naturales como un atractivo de incalculable valor en un mundo donde la industrialización y la tecnología nos aparta de cualquier vestigio de tradicionalidad.

El desarrollo del turismo de naturaleza en sus líneas rural y agroturismo, tiene una gran proyección en el departamento del Huila, pues ofrece un turismo vivencial y de experiencias, donde, además del contacto con la naturaleza, se puede apreciar el vínculo básico entre ésta y la actividad productiva. Como complemento, los factores naturales, tradiciones locales, costumbres, armonía del entorno, estilos arquitectónicos tradicionales, riquezas históricas y paisajísticas hace de este tipo de turismo, uno de los más variados y particulares además de promover la inclusión de género y el empleo.

El turismo rural y su variable agroturismo son subproductos del turismo de naturaleza¹⁸⁴, que cobijado bajo su “sombrija”, tiene una interacción muy estrecha con otros tipos de turismo, que pueden hacer parte de una oferta integral. La gráfica 30 muestra la estructura del turismo de naturaleza lo que hace que el propósito de esta Apuesta Productiva se cobije también en este paraguas.

¹⁸⁴ El Turismo de Naturaleza Colombia, en su condición de país miembro de la Organización Mundial del Turismo, acogió la definición de turismo de naturaleza que dicha Organización promulgó en el año 2002: “El Turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales .

Gráfica 30. Turismo de naturaleza



Fuente: Estudio de mercado turismo de naturaleza, PTP-2013

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Programa de Transformación Productiva realizó en el año 2013 el plan de negocios para el producto turismo de naturaleza, identificando las actividades que prospectan para el mercado internacional. La gráfica número 31 nos muestra los productos de turismo de naturaleza priorizados para Colombia:

En turismo rural aparece con prioridad 1 el Eje Cafetero de alta calidad que, como se ha reconocido, hoy está en el sur de Colombia con el Huila como el principal productor; En prioridad 3, aparecen las haciendas de bienestar y las tradicionales lo cual hace que los esfuerzos de más de una década por posicionar las haciendas cafeteras del centro del Huila se reactiven. En el subproducto de aventura aparecen actividades que perfectamente se pueden realizar en el entorno de los dos embalses que existen en el Huila, lo cual será tratado en el turismo náutico y de aventura.

Gráfica 31. Productos de naturaleza priorizado

	Ecoturismo	Aventura	Rural
Prioridad 1	PNN / Zonas de amortiguación AP Aves	Aguas continentales	Eje cafetero de alta calidad
Prioridad 2	Playas Prístinas Ballenas	Buceo Valles y montañas	
Prioridad 3		Playas de aventura	Haciendas bienestar Haciendas actividades tradicionales

Fuente: Estudio de mercado turismo de naturaleza, PTP-2013

Las metas del Plan País para este renglón es recibir en el año 2026, 976.336 turistas de origen internacional y que represente el 22% del total de turistas llegados al país.

Para el caso específico del departamento del Huila, el Plan identifica que bajo la sombrilla del producto turismo de naturaleza se pueden desarrollar actividades de: aventura, rural y ecoturismo y le trazó, como a todas las regiones, plazos para la estructuración de los productos que se van a ofertar en el mercado internacional entre el periodo 2013-2024. En el cuadro siguiente se definen las estrategias de posicionamiento para el turismo rural y agroturismo. De nuevo, aplicables en mucho a las que favorecen esta modalidad en el Huila.

Tabla 72. Las estrategias de posicionamiento para el turismo rural¹⁸⁵:

Fuerza	Destino de experiencias rurales emblemáticas, de calidad y de excelencia
FÍSICOS	<ul style="list-style-type: none"> Destino de rutas de turismo rural: ruta láctea, del cacao, de las frutas, de las flores; de cultivos ancestrales y plantas medicinales; de granjas andinas; de las hatos llaneros Destino de alojamientos con características y arquitectura de estilo y tradicional (fincas cafeteras) Experiencias rurales tematizadas (panela, arroz) y de contacto con las costumbres de Colombia
EMOCIONALES	Pasión, alegría, en comunidad con la humanidad, sentido de pertenencia
SOCIALES	Cultura, tradición, orgullo, identidad, sentido de pertenencia, vuelta a los orígenes
SIMBÓLICOS	Atardecer, café, frutas; flores; ganadería; etnias; familias; música, baile, eventos tradicionales.

¹⁸⁵ Decálogo de posicionamiento para Turismo Rural de Colombia - Plan de negocios de naturaleza para Colombia – MinCIT - 2013

4.3.2.2.3.1. PROPUESTA DE PRODUCTO DE TURISMO RURAL Y AGROTURISMO PARA EL HUILA

La existencia en el Huila de fincas cafeteras, cacaoteras, ganaderas y paneleras, para citar cuatro renglones de indudable atractivo, a tono con los lineamientos del estudio de mercado elaborado por el Programa de Transformación Productiva, que identifica como prospectos turísticos las actividades rurales que se realizan en el circuito Garzón-Gigante, así como, en los municipios de Acevedo, y Bruselas en el municipio de Pitalito; también las haciendas ganaderas de los municipios del Agrado y Tesalia y, agregamos, las fincas cacaoteras en Rivera, una de las cuales, la del Ingeniero Agroindustrial Andrés Felipe Caballero, especializada en mostrar variedades de productos en cacao elaborado artesanalmente, y los trapiches paneleros en el sur del Huila (San Agustín e Isnos) que resultan llamativos para atraer a turistas ciudadanos que son consumidores de tales productos pero que no conocen su forma de preparación. Chile es un país que cuenta con un completo portafolio de turismo rural cuyo manejo depende del Ministerio de Agricultura, lo cual suena lógico porque los principales ofertantes son los propietarios de fincas con quienes se tiene una relación directa. En el 2014, la Cámara de Comercio de Neiva, desarrolló la caracterización del producto turístico del circuito cafetero de Gigante – Garzón, aún sin resultados prácticos.

4.3.2.2.3.1.1. OTRAS OPCIONES DE TURISMO RURAL Y AGROTURISMO

El cultivo de la caña panelera y su transformación en panela, una actividad de extracción campesina que hoy busca posicionamiento como edulcorante natural y alimento nutritivo, resulta otra actividad agropecuario con indudable atractivo turístico. La cercanía a los cultivos y trapiches desde el circuito turístico del Sur (parque arqueológico San Agustín, Isnos) puede atraer turistas si los paneleros reciben una capacitación para incrementar sus ingresos con la estructuración de visitas guiadas a los procesos de extracción de la miel de caña y beber guarapo de caña recién elaborado.

Desde hace por lo menos diez años se viene promoviendo en Campoalegre el parque del Arroz en la antigua Hacienda Potosí, como también un plan de visitas a las fincas ganaderas en Tesalia, como componente del Territorio Páez. El reconocimiento de los bizcochos de Achira con diferencias grandes en sus procesos de producción (Altamira ofrece un bizcocho diferente al de Fortalecillas, por ejemplo) es otro atractivo a estructurar.

El disfrute del ambiente a través de la observación de aves¹⁸⁶ en su hábitat natural es otra opción interesante. Con alrededor de 1.876 especies, Colombia es el país número uno en diversidad de aves en el mundo; El Macizo Colombiano, los Parques Nacionales Naturales y los Parques Regionales Naturales se prospectan para el desarrollo de la observación de aves, para lo cual se han elaborado estudios de caracterización de aves específicamente para el Macizo Colombiano, el Corredor Biológico Guácharos – Puracé y Corredor Biológico río Magdalena entre San Agustín y el Desierto de La Tatacoa. En San Agustín, Huila, se promueve un proyecto en tal sentido.

La reactivación y concreción de todas estas opciones podrían lograrse con proyectos específicos que atraigan inversionistas y logren el apoyo institucional dentro de esta amplia concepción del turismo de aventura. Por supuesto, los propios agricultores y ganaderos deben ser los promotores de esta actividad que complementarían muy bien sus ingresos tradicionales.

Finalmente, vale anotar que la posibilidad del proceso de paz actualmente en discusión entre el Gobierno y las FARC y que colocamos como un argumento en favor de la continuidad de la Apuesta Turística, tendría un directo impacto favorable en este renglón.

4.3.2.2.4. TURISMO NÁUTICO Y DE AVENTURA

Justificación

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia ha proyectado el turismo náutico como un producto de talla mundial para mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico frente a los países de la

¹⁸⁶ Fuente: Política Nacional de Turismo de Naturaleza, MCIT, 2012

región Caribe, entre ellos República Dominicana y Panamá. Para lograr este propósito, el MInCIT ha elaborado tres documentos de planeación: la Política de Playas Turísticas, el Plan Nacional de Turismo Náutico y un ejercicio de ideación denominado “Magdalena Travesía Mágica” que se enfoca en la identificación de los productos turísticos operables en los municipios ribereños del río Magdalena en el trayecto comprendido entre Neiva y Barranquilla. Con la Política de Playas Turísticas se busca ordenar su operación en los destinos tanto del Caribe Colombiano como los de la cuenca del Pacífico.

El turismo náutico se orienta a crear las condiciones para el desarrollo de equipamientos, tipo marina, muelles y embarcaderos, la formación del talento humano y el marketing turístico. El sesgo que muestra el Gobierno Nacional en el turismo náutico en las costas Caribe y Pacífico, desconoce las potencialidades de este renglón en los ríos, embalses (Betania, entre ellos) lagos y lagunas del interior del país en los que no se han desarrollado infraestructuras y equipamientos que posibiliten el turismo náutico. Estos escenarios (sumado el embalse de El Quimbo), son una realidad que invita a priorizar este renglón asociado a las actividades de aventura como más adelante se fundamenta.

No obstante, se destacan esfuerzos importantes de promoción del turismo náutico en Guatapé y Lago Calima y, en menor escala, en Hidroprado. En el primero, se ofrecen paseos en lancha, práctica de deportes náuticos, combinados con visita a las poblaciones vecinas, incluida la réplica del pueblo inundado; el segundo fundamenta su atractivo en la permanente presencia de corrientes de aire que permiten la práctica de Surfing; también combina actividades con visita a las poblaciones de su entorno y al museo; la oferta del embalse de Prado es recreativa y orientada a atraer a la población de la capital del país. Otros destinos son el embalse de Tominé cuya atractivo es la pesca deportiva; la constante en estos destinos es la estacionalidad de la demanda, pues los turistas hacen presencia en fin de semana, puente festivo y periodos vacacionales.

4.3.2.2.4.1. EL TURISMO NÁUTICO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Contrario a lo reseñado arriba, en el departamento del Huila el turismo náutico sigue siendo una tarea pendiente, a pesar de que hace 30 años se construyó el embalse de Betania. Como si la naturaleza nos quisiera imponer un nuevo reto, comenzando 2016 entrará en operación el embalse de El Quimbo, un espejo de agua de 8.000 hectáreas, que si bien se construyó con el propósito de generar energía eléctrica, al igual que la CHB, puede permitir el desarrollo turístico y piscícola.

No es posible que siga desconociéndose el embalse de Betania, como tampoco el nuevo de El Quimbo, como escenarios para el desarrollo del turismo náutico. Yaguará no ha construido la infraestructura mínima requerida para ello. Un reciente estudio sobre el desarrollo del turismo en Yaguará proyecta la construcción de infraestructura, formación del talento humano y fortalecimiento de la institucionalidad para que en un plazo no mayor a cuatro años el turismo náutico en Yaguará, con base en el embalse de Betania, atraiga aprox.112.000 turistas. Actualmente recibe 87.500/año que no son atraídos por oferta náutica importante. Tan solo operan en Yaguará dos empresas de transporte fluvial que en suma prestan servicio con once lanchas y la Caja de Compensación Familiar que ofrece el viejo Ferri Momico; existe una empresa prestadora de servicios de aventura con cinco kayaks dobles.

En cuanto a El Quimbo, los municipios aledaños al embalse tampoco se han preparado para atender el desarrollo del turismo náutico y no se perciben emprendimientos en este renglón. Esto es lo que debe modificarse radicalmente a partir de la priorización del turismo náutico y de aventura en la AIPC actualizada.

4.3.2.2.4.1.1. EL TURISMO DE AVENTURA COMO COMPLEMENTO DEL TURISMO NÁUTICO EN EL HUILA¹⁸⁷

El complemento de aventura para el turismo náutico resulta una interesante mezcla para estructurar productos turísticos competitivos. Según su definición, El turismo de aventura son actividades lúdico recreativas alrededor de los elementos aire, tierra, agua, que generan riesgo controlado en contacto directo con la naturaleza como parapente, rappel, escalada, rafting o canotaje, barranquismo, canyoning, ciclomon-

¹⁸⁷ Fuente: Federación Colombiana de Eco-parques, Ecoturismo y Turismo de Aventura - FEDEC

tañismo, cabalgatas, puenting, espeleología, buceo, kayak, hydrospeed y pesca deportiva, entre otros. Muchos de ellos, teniendo en cuenta el entorno cercano a los embalses de Betania y El Quimbo, pueden hacer parte de paquetes turísticos con las dos alternativas de turismo. (Ver las actividades actuales en Yaguará y Paicol en la Tabla 73)

Tabla 73. Actividades de aventura desarrolladas en el departamento del Huila 2014

No.	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	OPERADORES	TURISTAS
1	Rafting río Magdalena	San Agustín	2	800
2	Rafting Río Páez	Paicol	1	1.400
3	Espeleología recreativa	Paicol	1	700
4	Espeleología recreativa	Yaguará	2	780
5	Espeleología recreativa	Acevedo	1	829
6	Kayak	Yaguará	2	520
7	Cabalgata	San Agustín	4	24.000
8	Cabalgata	Yaguará	1	1.040
9	Ciclomontañismo	Paicol	1	400
10	Ciclomontañismo	Yaguará	1	50

Fuente: Diagnóstico Agenda Interna-2014

Según el cuadro anterior, en el departamento del Huila se aprovechan 10 escenarios naturales para la práctica de actividades tipificadas como turismo de aventura, que se puede proyectar para el mercado internacional, si se desarrollan productos con los estándares de calidad exigidos.

Además de las actuales, se identifican para el Huila como viables las siguientes actividades de aventura:

Senderismo¹⁸⁸

Se realiza sobre caminos rurales y tradicionales, ubicados en entorno natural; busca acercar las personas al medio natural y al conocimiento de la región o la localidad a través de los elementos patrimoniales de naturaleza, cultura y etnografía.

Bici turismo¹⁸⁹

Es una actividad recreativa, deportiva y no competitiva que consiste en viajar en bicicleta visitando los lugares que se encuentran a su paso. Se pueden hacer viajes de cualquier duración, tanto de un día como de varias semanas, meses o años.

Cabalgata¹⁹⁰

El propósito principal de la cabalgata es convivir con la naturaleza usando al caballo como medio de transporte y, en caminos rurales o en municipios con un entorno campestre.

Canopy¹⁹¹

Un Canopy tour es un paseo por los árboles de un bosque o selva, mediante puentes colgantes, tirolesas, escalerillas y un sin fin de instalaciones que hacen de estos paseos una forma divertida, emocionante y

¹⁸⁸ Fuente: Manual de Senderismo, Comité de Senderos de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada

¹⁸⁹ Fuente: Adaptación del consultor a partir de Wikipedia

¹⁹⁰ Fuente: Adaptación del consultor con base en la definición de Wikipedia

¹⁹¹ Fuente: Internet, Geointeractivos

segura de vivir al máximo la naturaleza. Hoy en día forma parte de los principales atractivos de parques de aventura en todo el mundo y en desarrollos eco turísticos para turistas de todas las edades por lo que requiere una amplia responsabilidad tanto para con los usuarios como con la misma naturaleza.

Ciclomontañismo¹⁹²

El ciclismo de montaña, considerado como un deporte de inercia, es un ciclismo de competición realizado en circuitos naturales generalmente a través de bosques por caminos angostos con cuestras empinadas y descensos muy rápidos. (Topografía que se encuentra en la mayoría de parajes naturales del Huila)

Motociclismo – Enduro¹⁹³

El enduro es una modalidad de motociclismo cuyo objetivo es realizar recorridos usualmente al aire libre, a campo traviesa o en circuitos controlados, similares a motocross pero de mayor distancia. El término “enduro” proviene del inglés endurance (resistencia). En Neiva, especialmente en la vía hacia Bogotá, se han desarrollado pruebas de motociclismo en esta modalidad con participantes nacionales y con una importante asistencia de público. La pista está autorizada por la Federación Nacional de Motociclismo para estas competencias.

4.3.2.2.5. TURISMO CORPORATIVO

Justificación

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA, por sus siglas en inglés), en el año 2013 se realizaron en el mundo 11.685 eventos corporativos; Estados Unidos lidera el segmento con la realización de 829 eventos, seguido de Alemania con 722 y en tercer lugar España con 562 eventos; Colombia se ubicó en el puesto número 28 con la realización de 128 eventos corporativos¹⁹⁴. Por ciudades, París es líder con 204 eventos, seguida de Madrid con 186 eventos y en tercer lugar Viena con 182 eventos. Con una estancia promedio de cuatro noches, el gasto promedio por delegado a los eventos fue de dos mil quinientos dólares y el promedio de gasto diario fue de setecientos cuarenta dólares.

En Colombia, Bogotá es líder con 47 eventos corporativos de carácter internacional, seguida de Cartagena (puesto 57 a nivel mundial) con la realización de 42 eventos y en el tercer lugar se ubica Medellín (puesto 74 en el mundo) 33 eventos corporativos de carácter internacional¹⁹⁵.

4.3.2.2.5.1. PERFIL DEL TURISTA CORPORATIVO Y FACTORES CLAVE PARA SU DESARROLLO

Los turistas corporativos generalmente son personas de elevado nivel educativo, alto nivel de ingresos, con una alta disponibilidad para gastar y que esperan una alta calidad de los servicios recibidos.¹⁹⁶ El concepto integral de seguridad juega un papel importante a la hora de elegir el destino para la realización de eventos e incluye no solamente que el destino esté blindado contra las actividades propias del terrorismo y vandalismo sino que, además, ofrezca calidad en el sistema de salud y emergencias, disponibilidad de tecnologías de la información y las comunicaciones con sistemas interactivos para sus actividades magistrales y sistemas de reservas en línea vinculados igualmente a pagos electrónicos y los ya tradicionales servicios de traducción simultánea e información turística amén de una acomodación hotelera amplia y de buena calidad, y salas de conferencias para grupos de diferentes tamaños.

A pesar de la continua amenaza de la videoconferencia y del uso del internet, el crecimiento del mercado de reuniones y conferencias parece estar asegurado.

¹⁹² Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Ciclismo_de_monta%C3%B1a

¹⁹³ Fuente: Adaptación del consultor con base en la definición de Wikipedia

¹⁹⁴ Fuente: ICCA repórter de estadísticas-2013

¹⁹⁵ Fuente: ICCA Repórter de estadísticas-2013

¹⁹⁶ Fuente: OMT documento Panorama 2020

4.3.2.2.5.2. EL TURISMO CORPORATIVO EN COLOMBIA

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reconoció la tendencia prevista por la Organización Mundial de Turismo que identifica el crecimiento constante del segmento de eventos corporativos y que, estima, representa el 20% de los motivos de viaje del turista de origen internacional. El Ministerio calificó los eventos corporativos como un producto turístico de talla mundial¹⁹⁷ con los que pretende cumplir la meta establecida al año 2018 ya mencionada¹⁹⁸. Para ello, promovió en el año 2010 el documento CONPES 3640 con el propósito de diversificar la oferta de destinos y productos turísticos en todo el territorio nacional. Este documento definió cinco estrategias para fortalecer el segmento de eventos, congresos y convenciones:

- » Apoyar las ciudades y regiones en la identificación de su potencial para el desarrollo del turismo de eventos.
- » Apoyar el desarrollo de infraestructura y planta turística adecuada para este segmento.
- » Generar incentivos a la inversión en el desarrollo de infraestructura y planta para este sector.
- » Apoyar el mejoramiento del producto turístico para este segmento y
- » Fortalecer la promoción turística de Colombia como destino de eventos, congresos y convenciones, tanto en el ámbito internacional como en el mercado nacional.

Santa Marta, Cali, Triángulo del Café¹⁹⁹, son, según el CONPES 3640, la segunda generación de ciudades destino para el desarrollo del segmento del turismo de eventos corporativos; y en una tercera generación trabajan: Ibagué, Neiva, Popayán y Villavicencio. Las ciudades de segunda y tercera generación han construido centros de convenciones y recintos feriales pero no se han ocupado de estructurar la cadena de producción de este servicio turístico. Los centros de convenciones deben articular a su portafolio de servicios la oferta local de alojamiento, restaurantes, transporte, guianza, entretenimiento y compras, así como, programas de pre y pos evento tanto para el participante como para sus acompañantes, una realidad para Neiva y el Huila.

4.3.2.2.5.3. EL TURISMO CORPORATIVO EN EL HUILA

Desde hace 20 años, Neiva cuenta con un Centro Cultural y de Convenciones José Eustasio Rivera de buenas especificaciones pero que, tal como se registró en el diagnóstico de la AIPC, 77% de los eventos realizados en dicha sede son de origen local y tan solo 23% corresponden a eventos de carácter nacional. Adicionalmente, en octubre se inauguró el llamado Recinto Ferial, una excelente infraestructura para exposiciones que complementará la oferta del Centro de Convenciones y que obliga a concretar esfuerzos grandes para posicionar a Neiva como destino de eventos corporativos, con los beneficios que ya se han detallado. Además, para el caso del Huila, el turismo corporativo encuentra atractivos como la zona arqueológica de San Agustín-Isnos y Tierradentro; Desierto de La Tatacoa, Rivera (termalismo y turismo rural), y Yaguará (turismo náutico y aventura) además de las expresiones folclóricas y la gastronomía²⁰⁰.

4.3.2.2.6. CONSIDERACIONES FINALES

Se considera que redefiniendo la estructura de la Apuesta Turística es posible reorientar su rumbo. Las condiciones señaladas en el 2005 en gran medida siguen vigentes por lo que, una vez más, la gestión hará la diferencia en relación con los logros de los primeros diez años. Estableciendo metas claras para cada renglón priorizado será posible monitorear su aplicación y desarrollo. Por esto, en el capítulo correspondiente de planes, programas y proyectos definiremos los referidos a esta Apuesta con sus respectivas justificaciones.

¹⁹⁷ Fuente: Plan Sectorial Nacional de Turismo, "Turismo factor de Prosperidad para Colombia"-2011

¹⁹⁸ Fuente: Plan Sectorial Nacional de Turismo, "Turismo para construir la Paz"-2015

¹⁹⁹ Armenia, Pereira y Manizales

²⁰⁰ Precisamente, la proyección de Neiva como ciudad de eventos y convenciones se apoyaba en los atractivos turísticos cercanos a la capital, lo cual no se desarrolló desafortunadamente.

4.3.3. CAMBIOS EN LA APUESTA PRODUCTIVA TURÍSTICA

4.3.3.1. RECLASIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

Además del cambio en la estructura operacional de la Apuesta Turística para señalar renglones es importante fortalecer los complementos del sector turístico. Aunque no aparece un capítulo específico para las artesanías (en la apuesta minera se señala la meta de producción de artesanías en arcilla) sí se mencionan un programa de Escuelas de Formación Artesanal y otro para la creación de empresas comercializadoras de artesanías típicas producidas en el Huila, al igual que referencias permanentes para la gastronomía, folclor y las expresiones artísticas (danza, teatro) como componentes importantes de paquetes turísticos.

En ese orden de ideas se crea una nueva Apuesta Productiva denominada Economía Creativa, conocida internacionalmente como Economía Naranja. En esta nueva Apuesta Productiva se incorporan aquellas actividades que nacen de la creatividad del ser humano (arte, folclor, danza, teatro, música, etc.,) que tienen una relación directa con la apuesta turística pero que requieren una estructura organizacional empresarial que facilite su sostenibilidad y mejore su aporte al turismo y, de contera, al bienestar de sus protagonistas en términos de empleo e ingresos. Muchas de las organizaciones en este campo solo operan para aprovechar el Festival de San Pedro pero no están organizados para una oferta todo el año.

En el Capítulo 6 se profundiza con respecto a esta Apuesta por lo que nos limitamos a registrar este evento que, indudablemente, modifica la estructura inicial de la Apuesta Productiva Turística.

4.4. APUESTA PRODUCTIVA PISCÍCOLA

Introducción

La apuesta piscícola fue la tercera seleccionada para la aplicación de la estrategia Agenda Interna orientada por el DNP en el 2005. Su selección se fundamentó en la demanda creciente de proteína animal en los mercados nacionales e internacionales, la generación de 3.584 empleos, y criterios técnicos como la disponibilidad del recurso hídrico requerido para el mantenimiento de la biomasa, la temperatura ambiente, el nivel de precipitaciones adecuado para el cultivo de especies tropicales como la tilapia, con rápido crecimiento, amplia tolerancia a variedad de condiciones ambientales, y fácil de reproducir en cautividad.

A pesar de la claridad con que se analizó su potencial para que el Departamento le apostara a esta actividad, en el año 2014 su nivel de cumplimiento en la atención de las necesidades fue de 45% y la tasa de cumplimiento de las acciones del 48%. El diagnóstico realizado en la primera fase de este proceso de actualización identificó las causas de su bajo cumplimiento y que aparecen consignadas en el documento correspondiente a la fase uno de este trabajo. El resultado, naturalmente, lleva a definir su continuidad y a estructurar las condiciones para superar los resultados logrados en los primeros diez años de vigencia de la Agenda Interna.

El presente documento, por lo anterior, plantea el conjunto de acciones que deberá realizarse para que la piscicultura continúe siendo una apuesta productiva en el marco de la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación, con base en las realidades de la piscicultura en la región y de manera articulada con los planteamientos realizados en el Plan Nacional para el Desarrollo de la Acuicultura Sostenible en Colombia – PlaNDAS, elaborado por la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca en febrero de 2014, “Hacia la sostenibilidad y competitividad de la acuicultura colombiana”.

Lo cierto es que, si bien la apuesta productiva piscícola es el alumno aventajado frente a las demás apuestas, es claro que se requieren acciones definitivas que garanticen la sostenibilidad y sustentabilidad de esta apuesta productiva. Actualmente hay factores determinantes que pueden generar un estancamiento e incluso retroceso en los resultados obtenidos, uno de ellos, es la sobreexplotación de los recursos naturales, bajo prácticas sanitarias no adecuadas, durante muchos años; otro factor es el llenado de la represa de El Quimbo bajo condiciones inadecuadas que puede presentar un alto riesgo para el desarrollo de la piscicultura en el departamento del Huila.

4.4.1. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA

4.4.1.1. LA PISCICULTURA²⁰¹ ES UN COMPONENTE IMPORTANTE DE LA OFERTA ALIMENTARIA MUNDIAL CON GRANDES POSIBILIDADES DE ACCESO A LOS MERCADOS AMPLIADOS

Según el departamento de pesca y acuicultura de la organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, FAO, el pescado y los productos pesqueros están entre los productos alimenticios más comercializados a nivel mundial y se espera que sigan una tendencia alcista en la que los países en desarrollo siguen aportando la mayor parte de las exportaciones mundiales. La acuicultura seguirá siendo

²⁰¹ La acuicultura está representada por la producción bajo condiciones técnicas de peces y camarón, como, específicamente en el Huila, se realiza únicamente la piscicultura, equivale a decir acuicultura en nuestro departamento.

uno de los sectores de producción de alimentos de origen animal de más rápido crecimiento y, en el próximo decenio, la producción total de la pesca de captura y la acuicultura superará a la de carne de vacuno, porcino y aves de corral, según FAO.

“En 2010 el pescado representó el 16,7 % del aporte de proteína animal a la población mundial y el 6,5 % de todas las proteínas consumidas. Además, proporcionó a más de 2.900 millones de personas cerca del 20% de su aporte de proteínas de origen animal y a 4.300 millones de personas en torno al 15 % de dichas proteínas. Las proteínas de pescado pueden representar un componente nutricional esencial en determinados países con una elevada densidad de población donde el aporte proteínico total puede ser escaso”²⁰².

Se espera al año 2022, que la acuicultura mundial se incremente un 18%, alcanzando una producción aproximada a los 99 millones de toneladas, 53% de los productos pesqueros que consumirá el mundo, donde se exportará el 36% del total de la producción pesquera, lo que significa que el comercio del pescado para consumo humano se incrementará 22%.

“El crecimiento de la población, la mejora de los ingresos, la urbanización y la diversificación de la dieta, con una mayor demanda de proteína de origen animal, especialmente en países en desarrollo, se mencionan entre los principales factores que impulsan el crecimiento de la acuicultura mundial”²⁰³.

La piscicultura en el departamento del Huila alcanzó en producción al año 2013, según cifras oficiales, aproximadamente 37.194 toneladas principalmente de tilapia (95%) de acuerdo con MADR, Cadena de la Acuicultura, 2013 con un incremento de 26.549 Ton entre 2005-2013, es decir, una actividad con dinámica creciente. Esta actividad ofrece enormes posibilidades de generar valor agregado inicialmente como proveedora de pescado fresco bajo condiciones ecológicas, lo que el Huila está logrando con la obtención parcial de plantas certificadas y por la posibilidad de lograr certificaciones de sostenibilidad. Sin embargo, existe la posibilidad de atender mercados especializados con productos de cuarta y quinta generación²⁰⁴ hoy atendida por competidores con visión clara sobre las potencialidades en esos mercados.

La ventaja estratégica de contar con la represa de Betania y en el corto plazo con el Quimbo, para la producción piscícola dentro de límites ambientales, además de la migración que se está realizando a estanques en tierra, hacen del Huila, el departamento con gran potencial para el desarrollo de la piscicultura en Colombia. El Huila ya accedió al mercado de Estados Unidos, con el filete de tilapia fresco y mantiene un excelente posicionamiento.

4.4.1.2. LA PISCICULTURA ES CATALOGADA COMO “SECTOR DE CLASE MUNDIAL” POR EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA, PTP, DEL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

La calificación de la acuicultura como sector de clase mundial, surgió tras analizar factores como las exportaciones (que entre el año 2002 y 2012, se multiplicaron por diez), y el empleo en la industria del cultivo y producción de peces como tilapia y trucha, que en el 2012 alcanzó más de 25 mil puestos de trabajo y está en continuo crecimiento. Esto permitirá articular los esfuerzos público - privados para fomentar la competitividad y productividad de los sectores con elevado potencial exportador y que el programa de transformación productiva adelante acciones con el fin de potencializar el desarrollo del sector acuícola para declarar la trucha y la tilapia como especies establecidas no invasoras, la normalización para el aprovechamiento racional y sostenible de los recursos pesqueros, la caracterización logística del sector, capital humano, entre otras tareas requeridas. Ya se cuenta con un plan de negocios piscícola elaborado por el PTP que incluye, entre otros aspectos, análisis de escenarios de crecimiento productivo del sector, barreras de ingreso a otros mercados, análisis de precios, análisis de posición competitiva frente a otros países, segmentos de enfoque del mercado, identificación de brechas competitivas, elección de mercados objetivo, y nichos especializados de mercado.

²⁰² Estado mundial de la pesca y la acuicultura. FAO 2014.

²⁰³ Hacia la sostenibilidad y competitividad de la acuicultura colombiana. Programa de Transformación Productiva. 2014

²⁰⁴ Productos para hornos microondas, ensaladas, presentación con arroz o pastas, apanados.

4.4.1.3. EL INCREMENTO SOSTENIDO DEL CONSUMO PER CÁPITA DE PRODUCTOS DE PISCICULTURA EN COLOMBIA

A tono con el comportamiento mundial en el que se espera un incremento en el consumo per cápita de 16,4 kg a 19 o 20 kg, con una tendencia en el mercado hacia el consumo de productos frescos, en Colombia, el consumo per cápita de carne de pescado es de 5.2 Kgs, cuatro veces menos que el consumo per cápita mundial. Al mismo tiempo, el consumo per cápita de carne de cerdo es de 5.16Kg., de carne bovina 19.6 kg., y de pollo 23.8 Kgs., datos al 2011, según proyecciones de la FAO. En 2006, el consumo per cápita aparente, según el MADR al 2011, era 2,26 Kgs. En productos acuícolas y de 2,81 en total (pesca+ acuicultura). El colombiano consume hoy 2,39 Kilos adicionales de carne de pescado en total (0.5 Kgs. adicionales de procedencia acuícola) para un incremento de 80% en el periodo 2006-2011. Al mismo tiempo, el consumo de carne de pollo creció 18%; la de carne bovina 5% y la de carne de cerdo 39%, cifras inferiores al incremento del consumo per cápita de la carne de pescado.

El plan de negocios piscícola plantea el incremento del consumo per cápita interno a partir del desarrollo de estrategias de promoción sectorial, fundamentado en conceptos de producción sostenible, calidad e inocuidad y nutrición con un sustento científico, tecnológico y de innovación aplicado a procesos productivos y de distribución, incluida la introducción sostenible de especies no nativas a las áreas de producción.

4.4.1.4. LA TILAPIA HACE PARTE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO INTERNACIONAL 2015 DE PROCOLOMBIA

El plan estratégico de comercio internacional construido en el año 2015 por Procolombia con la Federación Colombiana de Acuicultores, plantea alternativas comerciales para los productos tilapia, trucha y embutidos, en los mercados de México, Perú, Chile y Canadá para la mojarra; México y Canadá para la trucha y mercados vulnerables como Haití y África²⁰⁵ que permitan apoyar programas de seguridad alimentaria con productos embutidos elaborados a partir de subproductos, una invitación para generar valor agregado consolidando los pasos que ha dado la piscicultura del Huila en este aspecto.

Además, el reconocimiento a la tilapia en particular y a la piscicultura en general como integrantes del plan estratégico del país hacia el mercado ampliado es, al mismo tiempo, un reconocimiento a la piscicultura del Huila. En efecto, la tilapia, principal línea de producción en el Huila, se ha consolidado a partir del año 2007 en el quinto lugar del "TOP 10" del consumo per cápita en Estados Unidos. Al año 2013, Colombia tenía una participación del 14% en el segmento de filete fresco, y su participación se incrementó en el año 2014, al exportar aproximadamente un 18% más durante ese año²⁰⁶, mientras que países como Ecuador, Honduras, Salvador y Costa Rica han reducido sus exportaciones por carencia de áreas nuevas para siembra en el caso de los países centroamericanos y pérdida de competitividad frente al camarón en el caso del Ecuador.

Si bien, el filete de tilapia fresco ha logrado un mercado en Estado Unidos, su posicionamiento dependerá de la continuidad en la oferta, calidad y precios competitivos, por lo cual es necesario optimizar el aparato productivo, con mayor tecnificación e integración en la cadena de valor²⁰⁷.

4.4.1.5. CADA VEZ EXISTEN MÁS RECURSOS PARA SUPERAR LIMITACIONES Y DIFICULTADES EN EL DESARROLLO DE LA PISCICULTURA

El avance indudable del sector piscícola en el Huila pese a las dificultades que no se pueden desconocer hay que considerarlas como un proceso de aprendizaje que no puede dejarse al azar. Es responsabilidad del Estado fijar políticas que fomenten el desarrollo sectorial, acompañado de la expedición de reglas claras, la revisión del marco regulatorio, la simplificación de los trámites excesivos e innecesarios que propician la informalidad y ahuyentan la inversión, el fortalecimiento de la compleja

²⁰⁵ Identificar países específicamente.

²⁰⁶ Entrevista Sara Patricia Bonilla. Directora Ejecutiva Fedeaqua.

²⁰⁷ Hacia la sostenibilidad y competitividad de la acuicultura colombiana. Programa de Transformación Productiva. 2014

institucionalidad acuícola, y el desarrollo de instrumentos para acceso al crédito así como el apoyo a la investigación, desarrollo e innovación. Al mismo tiempo, el sector privado deberá poner en práctica un nuevo modelo de negocio, basado en sistemas de producción innovadores y tecnificados, que mejoren la productividad y permitan desarrollar cadenas de valor integradas, consolidar regionalmente el sector, para que surjan conglomerados que ofrezcan una oferta permanente, mejoren la cadena logística y de distribución, implementen sistemas de calidad y ofrezcan productos nuevos a precios competitivos.

Para cumplir esto, hay en el mercado del conocimiento suficiente oferta de soluciones tecnológicas, operativas y procedimentales que son las que permitirán superar las causas del bajo cumplimiento en el desempeño de la apuesta piscícola. Se requiere, como condición única, que los empresarios piscicultores tomen decisiones para mantener la sostenibilidad de sus negocios y garantizar la participación del departamento en un mercado de gran dinámica.

4.4.2. LO QUE EXIGE LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA PISCÍCOLA

Al igual que en las anteriores apuestas y definidos los argumentos que sustentan la continuidad de la piscicultura como Apuesta Productiva, se relacionan las estrategias a las que se califican como prerrequisitos para que se dé, en la práctica, esta continuidad con resultados superiores a los actuales.

4.4.2.1. MEJORAR LA ESTRUCTURA OPERACIONAL Y EMPRESARIAL PARA LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA Y LA SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL

La coyuntura que afronta la piscicultura en el Huila por una nueva crisis sanitaria debe aprovecharse para mejorar la operación de las unidades productivas, exigiendo el cumplimiento de los requerimientos del mercado cada vez más rigurosos. Es imperativo alcanzar un mayor número de plantas certificadas en Buenas Prácticas de Manufactura, BPM, y sistemas productivos en Buenas Prácticas Acuícolas, BPA. El ICA y Fedeaqua, identifican la NO obtención de estas certificaciones como un factor que impide la sostenibilidad en términos sanitarios y la penetración de nichos de mercado a nivel nacional e internacional.

De la misma manera, es obligatorio revisar la estructura empresarial actual. La natural diferenciación entre grandes productores y pequeños piscicultores, en ningún caso debe explicarse por el no cumplimiento de las exigencias de producción y la normatividad ambiental. Seguramente, el traslado de la producción del embalse a estanques en tierra provocará una exclusión de algunos que iniciaron producción en la represa de Betania, que no les exigió un nivel importante de inversión. Para evitar esto, deben incurrir en una capitalización de sus empresas ya con recursos propios o con la invitación a nuevos inversionistas para apalancar su operación. Esto resulta definitivo para la continuación de la piscicultura sin que se vea como una barrera de entrada insalvable. Igual ocurre con las exigencias en materia de infraestructura. Hay que cumplirlas. No hacerlo resultaría una decisión de atender solamente mercados no exigentes lo cual también resulta viable pero no deseable. Es mejor afrontar estas realidades antes que culpar a factores extraños de las limitaciones comerciales.

4.4.2.2. FORTALECER LA ESTRATEGIA DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y LA FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO REQUERIDO POR EL SECTOR

La formación del recurso humano se ha enfocado en los gerentes de empresas y ha sido entregada a través de la gestión de entidades gremiales o las casas productoras de alimentos balanceados. Sin embargo, no existe una conciencia generalizada sobre la atención de las necesidades de formación de los operarios de las productoras piscícolas por el temor de que sus costos de operación se aumenten, en unos casos, o por el tiempo que destinan a la operación de los procesos lo que dificulta cumplir con programas presenciales de formación. Para superar esta limitación, se pueden utilizar tecnologías TIC's para la creación de aulas virtuales con los que el personal operativo acceda a los procesos formativos aportando al incremento de la productividad, un factor fundamental para la competitividad.

Adicionalmente, se plantea la necesidad de que el cuerpo docente de las universidades esté o haya estado vinculado al sector productivo piscícola, de tal forma que la articulación de las necesidades del sector con la formación académica sean una realidad.

En cuanto a la transferencia de conocimiento, hay que fortalecer a Acuapez, el Centro de Desarrollo Tecnológico al igual que la institucionalidad del sector representado en Fedecua y por su intermedio, alcanzar convenios de cooperación en investigación aplicada y de tecnologías que ofrezcan soluciones reales a la problemática del sector, especialmente en cuanto a procesos de producción desde la genética, que produzcan victorias tempranas que incrementen la confianza en las instituciones participantes. Los piscicultores, como iniciativa privada entendiendo su papel en la Apuesta, han contratado personal especializado formado en el exterior a nivel de doctorado, para garantizar la transferencia de tecnología de países que ya han tenido desarrollos importantes en términos de investigación aplicada. Así, se supera lo que, de acuerdo con el coordinador del diagnóstico de esta apuesta en la fase uno, ocurrió con las tareas no aplicadas de la academia al desarrollar más de 30 proyectos que no han sido aún aplicados por los productores por diferentes causas. Esto no puede seguir ocurriendo.

4.4.2.3. ATRACCIÓN DE INVERSIÓN FORÁNEA (NACIONAL Y EXTRANJERA)

De la misma manera como se plantea como acción transversal a todas las apuestas la necesidad de atraer capital foráneo, en este caso resulta estratégico aplicar esta alternativa para, entre otras razones, disipar los temores de muchos pequeños empresarios de una posible salida de sus operaciones por no contar con los recursos necesarios para sostener sus niveles actuales de producción. La piscicultura, como componente del sector agroindustrial, resulta atractiva para muchos inversionistas, entre otras razones, por las proyecciones de ingreso al mercado mundial. Las mismas observaciones expuestas en las estrategias definidas para el sector agroindustrial son, en consecuencia, válidas para realizar acciones, levantar recursos y lograr el apalancamiento de un sector que lo necesita. El portafolio de proyectos como instrumento transversal, debe alinearse a este sector estimulando y asesorando a los piscicultores con el objetivo de estructurar sus propuestas.

Un mecanismo que contribuirá a la atracción de inversionistas es la existencia (o creación) de zonas francas, que generan un beneficio indudable de reducción de costos al permitir la disponibilidad de alimentos balanceados y material genético y de fortalecimiento de las exportaciones.

4.4.2.4. AFRONTAR EL RETO DE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

La producción acuícola y pesquera a nivel mundial afronta el desafío de la sostenibilidad ambiental. La piscicultura en el Huila había venido aprovechando las condiciones que brinda la represa de Betania; sin embargo, las condiciones cambiantes, como la sobrecarga y la construcción de la represa de El Quimbo, han generado mayores riesgos y, con ello, mayor necesidad de Investigación y desarrollo, tanto en biotecnología como en condiciones que generen mayor productividad para la producción en tierra, tal como se anotó. Además, la sostenibilidad de la producción en la represa de Betania se encuentra en alto riesgo, dadas las condiciones sanitarias creadas, situación que se mitiga en la actualidad con una menor densidad de siembra regulada por la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca y la migración de producción a estanques en tierra. En el 2004, se estableció el Plan de Ordenamiento pesquero y acuícola para la represa de Betania (no para todo el sector) pero, muchas de las disposiciones allí establecidas no se aplicaron por la dispersión de responsabilidades que se presenta entre la autoridad pesquera y la autoridad ambiental.

Esto que llamamos situación coyuntural es, indudablemente, una crisis que debe enfrentarse y aprovecharse para crear, como anteriormente se expuso, un nuevo modelo de negocio y su primera característica es la consolidación de la sostenibilidad ambiental. Mucho ayudará el fortalecimiento institucional, particularmente el establecimiento de la entidad regulatoria en el Huila, AUNAP y la consolidación de las empresas o líneas estratégicas de negocios que soporten la totalidad de la cadena de valor fundamentadas en lograr la diversificación de productos y subproductos y la generación de valor agregado en el sector. La investigación deberá enfocar sus esfuerzos en temas de sostenibilidad ambiental y de nuevas especies, con una focalización en las condiciones

sanitarias, como desarrollo de vacunas y biotecnología aplicada a las condiciones de agua (menor utilización de agua), y el fortalecimiento de laboratorios de análisis de productos, aguas y genética.

Un programa que ayudaría a afrontar este reto es la creación de incentivos para los sistemas de producción que utilicen procesos de recirculación de agua y esquemas de manejo de aguas residuales, ambos directamente relacionados con la sostenibilidad ambiental.

4.4.2.5. DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

El que el 95% de la producción piscícola esté representada en una sola especie ofrece un alto riesgo de desestabilización del negocio como un todo. Esto quedó consignado en el diagnóstico de la fase uno y los piscicultores son conscientes de esta amenaza por lo que la sugerencia de esta estrategia se orienta a acelerar el ritmo de la diversificación estudiando e incorporando nuevas especies a la producción.

En cuanto a las especies producidas y las opciones para la diversificación de producto, la cachama, el yamú, la trucha, el capaz, el pangasius y bagres²⁰⁸, son especies que permitirían generar diversificación en la producción de nuevas especies. Sin embargo, cada una de las especies mencionadas presenta un alcance de mercado y unas barreras específicas que determinan la posibilidad real de desarrollo. La cachama y el yamú son especies que se han venido desarrollando hace algunos años por los productores más grandes del Huila pero presentan alternativas de producción en pequeña escala con miras a atender pequeños segmentos de mercado a nivel nacional.²⁰⁹ Es importante mencionar que el paquete tecnológico para la producción de cachama a nivel industrial en el país tomó aproximadamente quince años.²¹⁰

La trucha es una especie que se produce en aguas frías lo que hace que su abastecimiento se realice con aguas que vienen de reserva, y su concesión sea de difícil trámite. En la actualidad se cuenta con algunos centros de producción al sur del departamento en zonas afectadas por el conflicto armado, lo que limita la posibilidad de desarrollar dicha especie en el mediano plazo, lo cual se aceleraría con el acuerdo de paz y su posterior consolidación.

El capaz cuenta con estudios preliminares que aún no entregan como resultado un paquete tecnológico totalmente desarrollado presentando un alto riesgo para su producción a nivel industrial; su potencial de mercado se ubica en pequeños segmentos del mercado nacional.

El pangasius, una especie rústica,²¹¹ presenta unas condiciones de mercado determinantes en la situación actual de la piscicultura a nivel nacional y en el mercado de Estados Unidos. En Colombia, ha contribuido a incrementar el consumo per cápita aunque aún no es permitido legalmente su cultivo por las barreras ambientales impuestas por la posible afectación de los ecosistemas naturales. No obstante, se han realizado pruebas por particulares que no confirman esta situación. Desde el punto de vista comercial, en el mercado de Estados Unidos resulta una alternativa muy importante dado el crecimiento en el consumo per cápita. Las condiciones de esta especie son una alternativa de diversificación en el mediano plazo.

El bagre es una especie con gran potencial de desarrollo en el mercado nacional y de Estados Unidos y aunque a nivel nacional no se cuenta con un paquete tecnológico desarrollado, países como Brasil ya los tienen y podrían ser adoptados. Algunos productores de la región han desarrollado pruebas piloto encontrando resultados importantes. Sin embargo, la regulación ambiental presenta barreras para la producción industrial de dicha especie.

²⁰⁸ El pangasius y los bagres, representan el puesto seis y siete respectivamente en el top 10 del consumo per cápita en Estados Unidos.

²⁰⁹ Entrevista realizada con Fedeaqua y piscicultores de la región. Julio de 2015.

²¹⁰ El paquete tecnológico incluye el desarrollo en cantidad y calidad de la semilla de la especie con un nivel de sobrevivencia adecuado, el desarrollo de un alimento específico que garantice la conversión de proteína, niveles de rentabilidad y las condiciones de cultivo que garantice la sostenibilidad del negocio.

²¹¹ Se denomina especie rústica, a la especie que cuenta con condiciones de producción básicas, que no se afecta fácil sanitariamente y que no tiene requerimientos de alimentación exigentes. Entrevistas Fedeaqua, AUNAP y piscicultores de la región.

Las otras alternativas de diversificación de la oferta piscícola llevan implícito el concepto de valor agregado para lo cual se requiere desarrollar estrategias comerciales sólidas que permitan generar estabilidad y rentabilidad en mercados definidos. Según Fedeaqua, la piscicultura en el Huila se desarrolla de manera tradicional, y la visión de sus principales protagonistas es hacia mercados asegurados y de bajo riesgo. La generación de valor agregado con diferenciación se traduce, por ahora, en la obtención de sellos como productos orgánicos, ecológicos, sociales, ambientales, inocuidad alimentaria, huella hídrica, cero residuos que hacen diferenciación, pero que no constituyen valor agregado sino cumplimiento de requisitos de mercado (ver capítulo 1, contextualización, en este documento).

El Centro de Desarrollo Tecnológico Acuapez, un protagonista de primera línea en este objetivo de diversificación, está en etapa preliminar y requiere, se reitera, mayor apoyo financiero y tecnológico para impactar mejor al sector. Sin embargo, el sector debe lograr el nivel de articulación esperado con las distintas entidades adscritas a la CRECI encargadas de la formulación de proyectos para el sector, y con centros similares a nivel nacional e internacional que le permita participar en distintas convocatorias en ciencia, tecnología e innovación.

El desarrollo consciente y decidido de estos cinco prerrequisitos, provocarán el cumplimiento de las metas que hasta el momento no se han alcanzado.

En el capítulo correspondiente a los planes, programas y proyectos se presentan los necesarios para la implementación de la Apuesta Piscícola.

4.5. APUESTA PRODUCTIVA MINERA

Introducción

Analizar la continuidad o no de la Apuesta Productiva Minera exige considerar las causas que motivaron su bajo desempeño, pero también la identificación de las oportunidades de mejora que sean posibles para la continuidad de la Apuesta Minera así como las condiciones en que se debe continuar si se concluye en que cumple las condiciones para seguir siendo una opción de desarrollo del Huila en el actual escenario global. Para ello, se ha consultado a todos los grupos de interés del sector minero con quienes se ha compartido y retroalimentado los argumentos que se exponen para su continuación, a manera de validación y para asumirlos como una propuesta colectiva. Para esta tarea, se acudió, además, a los parámetros metodológicos de la original Agenda Interna de Productividad y Competitividad (AIPC) del año 2005 impuestos por el DNP especialmente los ocho factores de Competitividad. Así se llegó a las consideraciones que sustentan la continuidad de la apuesta como también a las estrategias para que se superen los resultados de los primeros diez años de vigencia.

4.5.1. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA

4.5.1.1. EL GOBIERNO HA ADOPTADO UNA POLÍTICA EN FAVOR DEL SECTOR MINERO AL QUE SIGUE RECONOCIENDO COMO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO NACIONAL, INCLUIDA LA PEQUEÑA MINERÍA

El Plan Nacional de desarrollo 2014-2018, consigna la siguiente visión del sector:

...“El sector minero-energético seguirá siendo uno de los motores de desarrollo del país, a través de su aporte al crecimiento económico, al aparato productivo, al empleo rural y a la inversión privada. Para esto, Colombia aprovechará al máximo su potencial en recursos naturales, tanto renovables como no renovables, bajo los más altos estándares ambientales y sociales, en articulación con las demás políticas sectoriales...”

Con tal visión, el PND 2014-2018 (Ley 1753 de 2015), complementó, más que modificó, algunos aspectos de la legislación minera para impulsar la actividad y dar claridad a las “reglas de juego” para incentivar y controlar la minería en el país. Es así como definió los mecanismos para el trabajo bajo el amparo de un título en la pequeña minería, denominados subcontratos de formalización minera (art. 19), que había sido ya regulado en el pasado por el decreto 480 de junio 3 de 2014 bajo la Ley 1658 del 15 de julio de 2013. En este aspecto, incluye las devoluciones de áreas para la formalización y da término perentorio a la Agencia Nacional Minera, ANM, para que en dos años resuelva las solicitudes de legalización de hecho y de formalización de minería tradicional, pues gran cantidad de solicitudes están represadas limitando la definitiva legalización y permitiendo escudar extracciones ilegales e impactantes. Al mismo tiempo, reglamenta las guías ambientales expedidas por Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible - Minambiente para que sean el instrumento a seguir mientras los mineros en legalización obtienen la respectiva autorización ambiental y dice que su incumplimiento da lugar a la terminación del subcontrato.

En el artículo 20 de la Ley 1753 de 2015, complementa lo referente a áreas de reserva para el desarrollo denominadas “Áreas de reserva estratégica mineras”, que fueron delimitadas por minminas con

base en la Ley 1450 de 2011 (art. 108) pero también define otras áreas como las “áreas de reserva para la formalización” y “Áreas de reserva para el desarrollo minero energético”²¹².

Con el objetivo de atacar la especulación de títulos mineros, el PND estableció también un nuevo alcance de la capacidad económica del proponente para una concesión, pues debe ahora demostrar que tiene no solo recursos para la exploración, como se venía exigiendo, sino que debe tenerlos para la explotación, desarrollo y ejecución del proyecto minero (art. 22 Ley 1753/2015), aunque esto limitará también la posibilidad a las personas de bajo recursos. También modificó el canon superficiario que es un valor que se paga en forma anticipada por aquella persona que firma un contrato de concesión, pues disminuye el porcentaje del valor por hectárea a pagar por año, según el número de hectáreas, pero a su vez lo aumenta a medida que el tiempo en exploración, construcción y montaje se prolonga o prorroga.

El PND también modificó otros aspectos mineros de menor trascendencia para el desarrollo minero pero que aclara o facilita la administración del recurso minero como la clasificación de la minería, la elaboración de programas de gestión social, la integración de áreas, el cierre de minas, las prórrogas.

Es claro que la concepción de la minería mostrada en el Plan de Desarrollo 2014-2018 representa, como se anotó, un claro compromiso del Gobierno para hacer realidad la visión del sector. El Huila puede jugar un gran papel si se dedica a provocar una reconversión efectiva del sector y consolidar sus esfuerzos en los renglones priorizados.

4.5.1.2. EXISTENCIA EN EL DEPARTAMENTO DE IMPORTANTES RESERVAS MINERAS Y EXPERIENCIA EN EL SECTOR COMO APORTANTE DEL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

Al igual que en el 2005, este argumento sigue vigente. El Huila es un protagonista del subsector minerales no metálicos (que aparece, según el censo minero 2010, entre el 49% del resto de productos mineros del país) aunque cuenta también con recursos hidrocarburiíferos muy conocidos. Refiriéndonos exclusivamente a los renglones priorizados, en roca fosfórica, las reservas inferidas alcanzan 73 millones de toneladas métricas al 2008, según datos de la Secretaría de Agricultura y Minería²¹³.

El departamento del Huila es de alto potencial en minerales estratégicos, lo que llevó al Gobierno Nacional a mantener el 6.8% del territorio del departamento reservado para estudiarlas y luego, una vez definidas en detalle sus potencialidades, otorgarlas mediante un proceso de selección objetiva, al mejor oferente. De 1.871.020 has que tiene el Huila, se han reservado 126.902 has siendo el cuarto departamento después de Tolima, Antioquia y Cauca, con mayor área reservada por su interés estratégico para minerales como oro, cobre, hierro, coltan uranio, carbón, fosfatos y minerales de magnesio²¹⁴.

Las reservas de roca fosfórica se calculan en 138 millones de toneladas²¹⁵, con contenido de fósforo desde el 5% al 31%, expresado como P₂O₅, lo que le permitiría abastecer el consumo nacional durante varios años según FAO y sustituir totalmente la importación de productos transformados fuente de fósforo ^{216/217}

²¹² Nota acerca del estado jurídico de las "Áreas de Reserva Estratégica Minera" El 15 de mayo de 2015, la Sección Tercera del Consejo de Estado ordenó la suspensión de los efectos jurídicos de las Resoluciones 180241/12 emitida por el Minminas; y las Resoluciones 0045 de 20 de junio de 2012 y 429 de 27 de junio de 2013 emitidas por la Agencia Nacional de Minería, por medio de las cuales estas entidades crearon y delimitaron 516 zonas específicas denominadas Áreas Estratégicas Mineras o Bloques Mineros. Esta acción se tomó en el marco de la Acción de Nulidad presentada por el Centro de Estudios para la Justicia Social Tierra Digna, dirigida a cuestionar la legalidad de esas decisiones del Gobierno Nacional. El Consejo de Estado consideró necesario suspender dichas resoluciones al constatar la violación del derecho fundamental a la consulta previa a las comunidades étnicas que debe respetarse en la adopción de planes de desarrollo y explotación minera en el país.

²¹³ Selección de la mejor alternativa para la industrialización de la roca fosfórica en el departamento del Huila, Secretaría de Agricultura y Minería; Gobernación del Huila, 2008. Pág. 17

²¹⁴ UPME. Indicadores de la minería en Colombia. Versión preliminar. Bogotá, 2014. p.74.

²¹⁵ Los datos son de los años 80, dado que no se encuentran estudios más recientes.

²¹⁶ Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. . Gobernación del Huila y Cámara de Comercio de Neiva / 2.2.4.4.1. -Por propiedades de las realidades/potencialidades. Pág. 31.

²¹⁷ Op. Cit. Secretaría de Agricultura y Minería; Gobernación del Huila, 2008. Pág. 17

(Colombia participa a nivel mundial en la producción de roca fosfórica con el 0.04%, y el Huila con el 0.2%)²¹⁸.

En arcillas no hay un cálculo preciso de reservas de este recurso; sin embargo, hay estudios parciales de reservas en el sector de Pitalito.²¹⁹ En minerales calcáreos se estiman unas reservas de alrededor de 900 millones de toneladas²²⁰ con base en estimaciones a nivel general de la industria a partir de estudios sectoriales, interpolando o extrapolando datos extraídos de estudios puntuales aislados; todas estas reservas deben validarse como primera acción para los desarrollos empresariales consecuentes.

4.5.1.3. LA MINERÍA, ESPECIALMENTE EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS, ES UN ACTIVIDAD CON SIGNIFICATIVO VALOR AGREGADO Y DEMANDA CIENCIA Y TECNOLOGÍA, CLAVES EN UNA CONCEPCIÓN NUEVA PARA ESTA APUESTA PRODUCTIVA

Aunque la participación del sector industrial en el PIB Departamental es tradicionalmente baja, el sector minero representa un gran aportante al agregado industrial del Huila, con un potencial en vertiginoso desarrollo pues la mejora en procesos industriales, la transferencia de tecnología y la apertura de nuevos segmentos de mercado con nuevos productos posiciona ya al Huila como productor de fertilizantes e insumos químicos para la agroindustria, industria petrolera e industria química del país.

El aumento de las plantas de procesamiento minero-industrial (hoy existen 27 plantas, 28,6% más de las existentes al 2005); el mejoramiento tecnológico en 11 de ellas para producción de carbonatos finos y ultrafinos; la incorporación de nuevos eslabones en la cadena producción – industrialización – comercialización (calcinación y/o acidulación y el propio transporte de carga, por ejemplo) son prueba del dinamismo industrial del sector en el Huila ubicado principalmente en la zona industrial de Palermo.

El desarrollo industrial de la roca fosfórica es otro potencial en desarrollo, pues de tres empresas que procesaban fosfatos en el año 2005 (Fosfatos del Huila S.A., Fertipáez S.A. y Productos Químicos Panamericanos), se pasó a cuatro (se creó Quimint S.A), logrando mejoras tecnológicas y diversificación de productos ofreciendo fertilizantes fosfatados como superfosfatos simples y triple entre otras variedades en mezcla.

El renglón de arcillas aceleró su desarrollo industrial en los últimos cinco años, aprovechando la sinergia del sector constructor, tiempo donde se renovaron tecnológicamente las ladrilleras de Pitalito, Neiva y Campoalegre, instalando nuevas tecnologías de proceso de extrusión y cocción del ladrillo, diversificando productos (Ladrillera Andina pasó de ofrecer dos hasta trece productos), disminuyendo las emisiones atmosféricas, cambiando el combustible de leña a carbón y cascarillas, y aumentando la capacidad de producción. Actualmente se encuentran instalados en el Departamento seis (6) hornos Hoffman²²¹ (tres en Pitalito, uno en Garzón, uno en Campoalegre y uno en Neiva), aunque no todos modificaron sus hornos (continúan con hornos tipo árabe)²²² pero por lo menos 25 ladrilleras de 62 existentes en Pitalito, se mecanizaron en los últimos años mejorando la tecnología del proceso de extrusado, con importantes volúmenes de inversión y generación de empleo²²³

Alrededor de los sectores industriales de mármoles, arcillas, fosfatos y oro se están generando, aunque tímidamente, trabajos de investigación y formulación de proyectos con el fin de transferir tecnología e in-

²¹⁸ http://www.upme.gov.co/SeccionMineria_sp/fichas/ROCA_FOSFORICA.png

²¹⁹ Ídem 5

²²⁰ Ídem 5

²²¹ Los hornos Hoffman es un tipo de horno para ladrillos, en los cuales la cocción se realiza de forma continua, no hay que parar el proceso. Cuentan con hornos Hoffman las Ladrilleras Andina, El Cortijo, Ladrillera Los Diamantes, Alfareros del Macizo Colombiano, Ladrillera Laboyos, Ladrillera el Farol Laboyano.

²²² Información suministrada por actores del sector ladrillero.

²²³ La inversión realizada para la compra, construcción y montaje de una fábrica de ladrillo con horno Hoffman está en al menos \$1000 millones de pesos para las de menor envergadura instaladas en Pitalito cada horno para su funcionamiento demanda al menos 15 trabajadores. Las ladrilleras mecanizadas con hornos tipo árabe, emplean alrededor de 10 trabajadores.

novar en procesos y productos, constituyéndose en un potencial de desarrollo en ciencia y tecnología en el sector minero. Solo con la aplicación de tecnología es posible cambiar la imagen catastrofista de la minería con el acompañamiento de una normatividad rigurosamente aplicada. Las permanentes acusaciones a las actividades mineras de depredar el territorio en donde operan, causar problemas de salud por el uso de químicos no permitidos tienen que eliminarse con planes concretos de aplicación de Ciencia, Tecnología e Innovación. También el mejoramiento del uso del agua en los procesos extractivos y de transformación, aunque, comparativamente, el sector argumenta utilizar solamente 0,48% del agua consumida por todos los sectores de la economía.

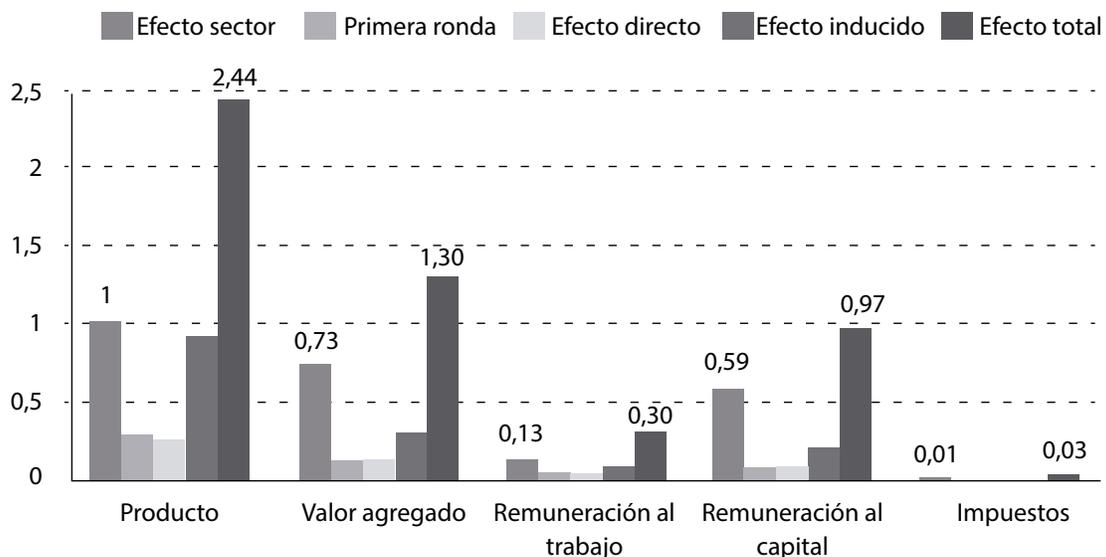
4.5.1.4. LA ACTIVIDAD MINERA GENERA UN POSITIVO IMPACTO SOCIO ECONÓMICO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Finalmente, si se fortalecen las acciones que ameritan la continuación de la apuesta minera según lo argumentado en los numerales anteriores, los renglones priorizados de mármol, arcillas, fosfatos (y oro, no priorizado) generarán un impacto socio económico positivo dentro de los límites sostenibles y sustentables similar al de otros sectores productivos. La actividad es intensiva en mano de obra, en demanda de servicios para la operación de minas y plantas (contratación de medios de transporte, mantenimiento, mecánica, compra de materiales e insumos) beneficiando la cadena productiva hacia atrás y hacia adelante. Además, gracias a sus encadenamientos, la producción minera genera efectos indirectos e inducidos en otros sectores de la economía, los cuales no son de ninguna manera despreciables.

Como se observa en la gráfica 32, un aumento de la producción minera de 1 peso genera aumentos en la producción bruta nacional de 2,44 pesos. De estos, 1 peso corresponde al aumento de la producción de sector, 0.27 pesos al aumento de producción generado por los proveedores directos del sector minero, 0.26 pesos al aumento de la producción de los intermediarios del sector y 0.91 pesos al efecto inducido por el gasto de los hogares²²⁴.

En términos de valor agregado, un aumento en 1 peso en la producción minera induce un aumento del valor agregado nacional de 1.3 pesos, de los cuales 1 peso, corresponde a remuneración al capital, 0.27 pesos a la remuneración al trabajo y 0.03 pesos a los impuestos. Estos efectos, en detalle, se observa igualmente en el gráfico 32.

Gráfica 32. Efecto del aumento de un peso en el valor de producción del sector minero



Fuente: Cálculos de Fedesarrollo con base en cifras del DANE.

²²⁴ MARTÍNEZ O, A y AGUILAR, T. Estudio sobre los impactos socio-económicos del sector minero en Colombia: encadenamientos sectoriales. Bogotá, Abril 2013.

La minería es, adicionalmente, una fuente significativa de ingresos para el Estado. Las regalías provenientes de la minería han ascendido considerablemente durante los últimos años. Mientras en el año 2004, las regalías aportadas por el sector minero correspondían al 9,9% del total de regalías, en el año 2012 representaron el 18,7% del mismo rubro (tabla 74)²²⁵. Los aportes del sector minero energético en el 2013 representaron el 70% del presupuesto de inversión de la Nación, y en el 2014, el 60%²²⁶.

Aunque la producción en el sector minero energético en el departamento del Huila se ha reducido a una tasa anual de 4%, pasando de 1.668 miles de millones de pesos en 2000 a 975 mil millones de pesos en 2013 (precios corrientes de 2005), la producción de minerales no metálicos se ha incrementado anualmente en 10.4%, lo que le ha llevado a ganar participación en el PIB minero del departamento²²⁷.

Tabla 74. Pago de regalías de minería e hidrocarburos 2004 y 2012

PRODUCTO	REGALIAS 2004			REGALIAS 2012		
	Miles de millones de pesos	%PIB	%Total regalías	Miles de millones de pesos	%PIB	%Total regalías
Hidrocarburos	2.585	0,8%	90,1%	8.500	1,36%	81,3%
Minas	285	0,1%	9,9%	1.958	0,3%	18,7%
Total	2.870	0,9%	100,0%	10,458	1,6%	100,0%

El fomento de la legalización y formalización que se logre bajo la política adoptada por el Gobierno Nacional en favor del sector minero, traerá como consecuencia el aumento de las regalías en todos los renglones priorizados de la apuesta minera, especialmente por explotación de arcillas y oro.

4.5.2. LO QUE EXIGE LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA MINERA

La problemática minera es tan amplia que resulta un campo fértil para proponer estrategias de mejoramiento que garanticen que, con su adopción, se redireccionarán sus acciones para mejorar los resultados. Sin embargo, se definen tres como las más importantes:

4.5.2.1. CREACIÓN DE UN ENTORNO FAVORABLE AL DESARROLLO MINERO PARA MEJORAR SU IMAGEN COMO RENGLÓN PRODUCTIVO

Es prioritario propiciar un ambiente favorable a las actividades mineras, especialmente en los renglones priorizados. Crear un entorno favorable, como se anotó en la Apuesta Agroindustrial, implica adoptar un conjunto de *políticas, instituciones y servicios de apoyo* que forman el medio donde las actividades empresariales se inician y se desarrollan. (Ver Apuesta Agroindustrial en este documento)²²⁸.

La articulación entre el Gobierno Nacional y las entidades territoriales resulta imperativa en la creación de un entorno favorable. Por tanto, políticas orientadas al mejoramiento en infraestructura vial, energética, fortalecimiento del capital humano, atracción de capital y la transferencia de conocimiento y tecnología deben tener un fuerte soporte institucional liderado por la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila que se traduzca en resultados que consoliden a los minerales no metálicos y al oro, incorporado como renglón priorizado, como opciones competitivas. Los casos mostrados en el acápite anterior sobre el desarrollo industrial dentro del sector son indicativos de que es posible tener

²²⁵ AGENCIA NACIONAL DE MINERÍA. Congreso Nacional de Minería 2015. Bogotá, Abril 4 de 2015.

²²⁶ Ídem.

²²⁷ DELGADO, M. y ULLOA, J. la economía del departamento del Huila: Diagnóstico y perspectivas de mediano plazo. Fedesarrollo. Bogotá, agosto 13 de 2015. p. 24

²²⁸ Op. Cit. FAO 2009

una minería bien distinta a la que tradicionalmente se muestra en los informes de prensa cuya ocurrencia, desafortunadamente, oculta avances importantes como los que están ocurriendo en la minería en el Huila.

4.5.2.2. ADOPCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE RECONVERSIÓN MINERA BAJO EL MARCO DE CRECIMIENTO VERDE PARA UNA MINERÍA SOSTENIBLE

El aporte del sector minero al entorno favorable sugerido tiene que ser la adopción de un plan de reconversión productiva que incorpore definitivamente la Ciencia, la Tecnología y la Innovación dentro del marco del crecimiento verde definido en el Plan de Desarrollo 2014-2018.

El crecimiento económico del país (4.3%/año entre 2000-2012 no es sostenible desde el punto de vista ambiental. La razón está en que la economía colombiana es más intensiva en la utilización de recursos naturales que el promedio de los países de la OCDE, “con presiones sobre los recursos naturales ejercida por la industria extractiva, la ganadería extensiva, la urbanización y la motorización”²²⁹.

La política nacional de *crecimiento verde* es una oportunidad para que mineros del departamento potencien sus esfuerzos en buenas prácticas productivas y ambientales, enmarcadas en un plan de reconversión productiva fomentado por un entorno favorable, y no caigan en experiencias que han dejado nefastas consecuencias en la salud humana en otros departamentos mineros por tradición como Antioquia. Los mineros del Departamento en el renglón de oro, han acogido el Plan Único Nacional de Mercurio, reduciendo su uso en los últimos 5 años a aproximadamente 5%²³⁰, como en el caso de la Cooperativa Multiactiva Agrominera del Municipio de Iquira, que solo lo aplica en el proceso final de recuperación del oro, pero usando condiciones controladas que les permite reciclar el mercurio y evitar su emisión al ambiente (en retortas²³¹), al igual que lo hacen los mineros de la Asociación ASTMIPAN, aunque estos últimos dependen más de este metal líquido y sus plantas que son más pequeñas, cuentan con las adecuaciones para evitar las fugas o derrames y pérdidas de mercurio.

4.5.2.2.1. REQUERIMIENTOS AMBIENTALES EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE RECONVERSIÓN MINERA

El plan estratégico de reconversión minera exige un cambio de mentalidad de sus actores y, como consecuencia, un cambio en la forma de hacer las cosas. Esto se logra con procesos de aprendizaje actitudinales y operacionales con fuerte apoyo en Ciencia, Tecnología e Innovación pues la clave en reconversión productiva en cualquier actividad es lograr un crecimiento sostenible. Precisamente, la minería y particularmente la del Huila, debe seguir procurando su desarrollo pero mejorando su desempeño ambiental. Este objetivo se medirá, según el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, con los siguientes factores, entre los más importantes:

- » Reducción del mercurio en la minería de oro artesanal y de pequeña escala.
- » Reconfiguración y adecuación de los terrenos para su utilización posterior, conforme con los usos planeados en los instrumentos de ordenamiento territorial.
- » Garantizar el cumplimiento de las obligaciones contractuales de los titulares mineros en la etapa de cierre y prevenir, de esta manera, la configuración de pasivos ambientales.
- » Acompañamiento a las Unidades de Producción Minera (UPM) para el cumplimiento de los estándares técnicos, laborales, económicos y medioambientales para mejorar su competitividad.
- » Disminución de conflictos socio ambientales asociados a la exploración y explotación de hidrocarburos y minerales.
- » Cumplir las disposiciones normativas relacionadas con la prohibición de actividades mineras y de hidrocarburos en ecosistemas de páramo, humedales de importancia internacional (Convenio Ramsar) y otras áreas contempladas en la ley.
- » Tratamiento de aguas residuales y reciclaje de residuos sólidos.

²²⁹ PND 2014.2018 Bases. Documento final DNP 2014

²³⁰ Declaración dada por el gerente de la Cooperativa José Ignacio Pérez V.

²³¹ Retortas son dispositivos metálicos condensadores donde se introduce la amalgama para ser quemada, evitando la fuga de vapores a la atmosfera y condensando el mercurio, el cual se vuelve a aprovechar.

4.5.2.2. OTRAS ACCIONES DEL PLAN DE RECONVERSIÓN MINERO

Reducción de la informalidad

Deben señalarse metas claras de reducción de la informalidad aplicando las orientaciones contenidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 focalizadas a la legalización de las unidades productivas mineras. Es necesario que el ente departamental y los territoriales, se conviertan en facilitadores del proceso de legalización y formalización minera, con asistencia técnica y legal tal como se señala en la estrategia de crecimiento verde.

Transferencia de tecnología e innovación para la modernización del equipamiento y conocimiento aplicable a los renglones priorizados

Se requiere que los gestores minero-industriales promuevan, mediante alianzas público privadas en donde esta figura sea aplicable, la transferencia de conocimiento tecnológico y la modernización de sus procesos productivos y de gestión para que generen nuevos valores de producto, mejoramientos en calidad y aumentos en productividad. En este programa deben incluirse acciones concretas de mejoramiento y reestructuración de las áreas comerciales para la incursión en mercados competitivos obteniendo la certificación de los procesos en calidad y gestión que hoy se han vuelto obligatorios si se quiere acceder a los mercados ampliados.

4.5.2.3. DEFINICIÓN DEL CÁLCULO DE RESERVAS MINERAS CON APLICACIÓN TECNOLÓGICA PARA GARANTIZAR BASES REALES PARA LA OBTENCIÓN DE RECURSOS PROVENIENTES DE INVERSIONISTAS POTENCIALES

En el negocio minero es de rigor tener certidumbre geológica respecto de los recursos sobre los cuales se tienen expectativas de explotación; por ello, se deben tener claras las cantidades y calidades del potencial minero porque sobre esa base se deben estructurar todos los requerimientos para su aprovechamiento.

De lo anterior, parte la importancia de establecer en forma técnica y precisa el cálculo de reservas, para este caso, de roca fosfórica, arcillas y mármoles, amén de que debería extenderse para otros minerales o materiales mineros, igualmente promisorios para el departamento. Lograr reservas mineras certificadas es un factor competitivo en la atracción de capitales.

4.5.3. CAMBIOS EN LA APUESTA MINERA

De acuerdo con la conformación metodológica del proceso de actualización de las Apuestas Productivas, se modifica la versión original de la apuesta así:

4.5.3.1. INCORPORACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ORO COMO RENGLÓN PRIORIZADO

Justificación:

4.5.3.1.1. El oro es un metal de gran demanda en el mercado mundial y Colombia y el Huila son productores de este mineral

Colombia ha sido un tradicional productor de oro aunque con amenazas de deterioro ambiental, violencia y pauperización social. No obstante, subsisten empresas que ejercen su explotación dentro de los límites ambientales y legales y responden por las exportaciones del metal precioso en el concierto mundial. De acuerdo con la Tabla 75 la producción de oro tuvo un importante incremento en los últimos siete años, llegando a un pico de 66.178 kilogramos en el año 2012 y disminuyendo en los últimos dos años. Para el 2015, es posible que mantenga su decrecimiento según los resultados al primer trimestre. En la gráfica 33 se observa tal comportamiento.

Producción de oro a nivel nacional

En el país, Antioquia es líder en la producción de oro seguido por Chocó. (Ver tabla 76). De acuerdo con las cifras al 2014, el Huila es el onceavo departamento productor de oro en el país.

Tabla 75. Producción histórica de oro (Kilogramos)

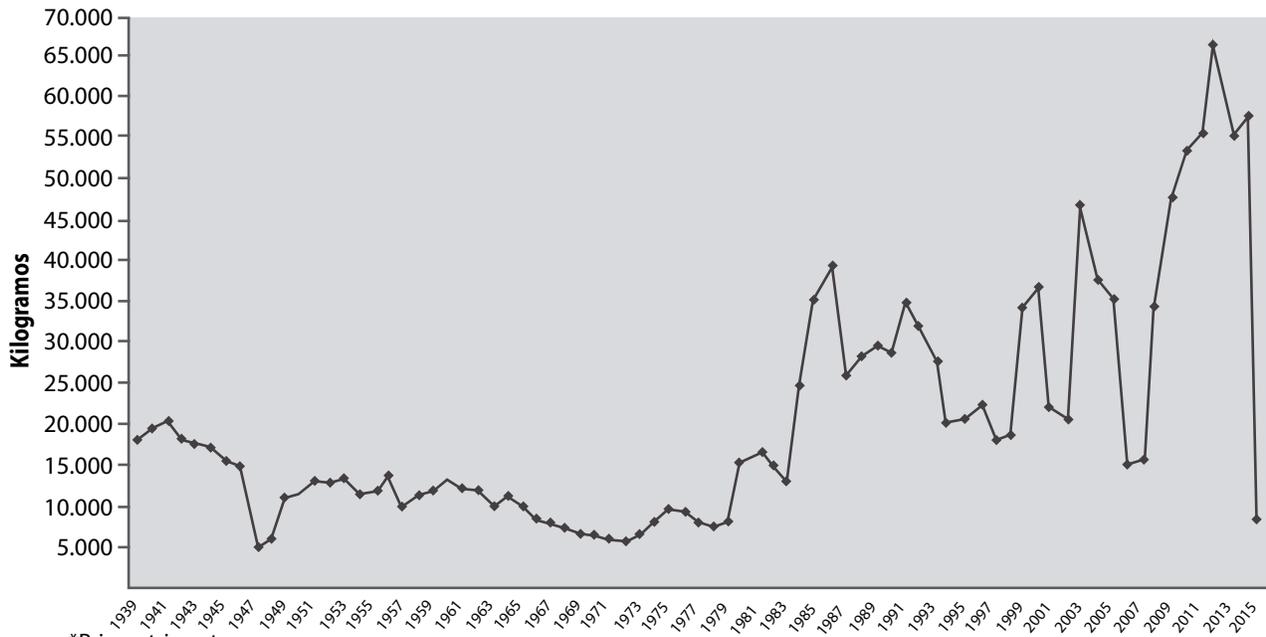
Año	Total	Año	Total								
1938	20.405	1951	13.397	1964	11.345	1977	7.998	1990	29.352	2003	46.515
1939	18.557	1952	13.133	1965	9.837	1978	1.665	1991	34.833	2004	37.739
1940	19.655	1953	13.601	1966	8.562	1979	8.376	1992	32.113	2005	35.786
1941	20.405	1954	11.741	1967	8.012	1980	15.876	1993	27.469	2006	15.683
1942	18.557	1955	11.845	1968	7.423	1981	16.460	1994	20.760	2007	15.482
1943	17.589	1956	13.634	1969	6.780	1982	14.702	1995	21.136	2008	34.321
1944	17.217	1957	10.112	1970	6.548	1983	13.641	1996	22.073	2009	47.838
1945	15.760	1958	11.562	1971	5.874	1984	24.879	1997	18.811	2010	53.606
1946	15.193	1959	12.377	1972	5.810	1985	35.546	1998	18.811	2011	55.908
1947	4.977	1960	13.497	1973	6.725	1986	39.995	1999	34.599	2012	66.178
1948	6.532	1961	12.474	1974	8.232	1987	26.546	2000	37.018	2013	55.745
1949	11.181	1962	12.343	1975	9.601	1988	29.020	2001	21.813	2014	57.015
1950	11.801	1963	10.094	1976	9.265	1989	29.506	2002	20.823	2015*	8.455

*Primer trimestre

FUENTE: SIMCO, Banco de la República, Ministerio de Minas y Energía, Minercol, Igeominas (2001-2010), Servicio Geológico Colombiano (2011) Y Agencia de Minería, con base en liquidación de regalías.

Gráfica 33. Comportamiento histórico de la producción de Oro en el país

HISTÓRICO PRODUCCIÓN DE ORO



*Primer trimestre

Fuente: SIMCO, Banco de la República, Ministerio de minas y energía, Ingeominas (2004-2010), Servicio geológico Colombiano (2011) y Agencia Nacional de Minería, con base en liquidación de regalías.

Tabla 76. Producción de oro por departamento (Kilos)

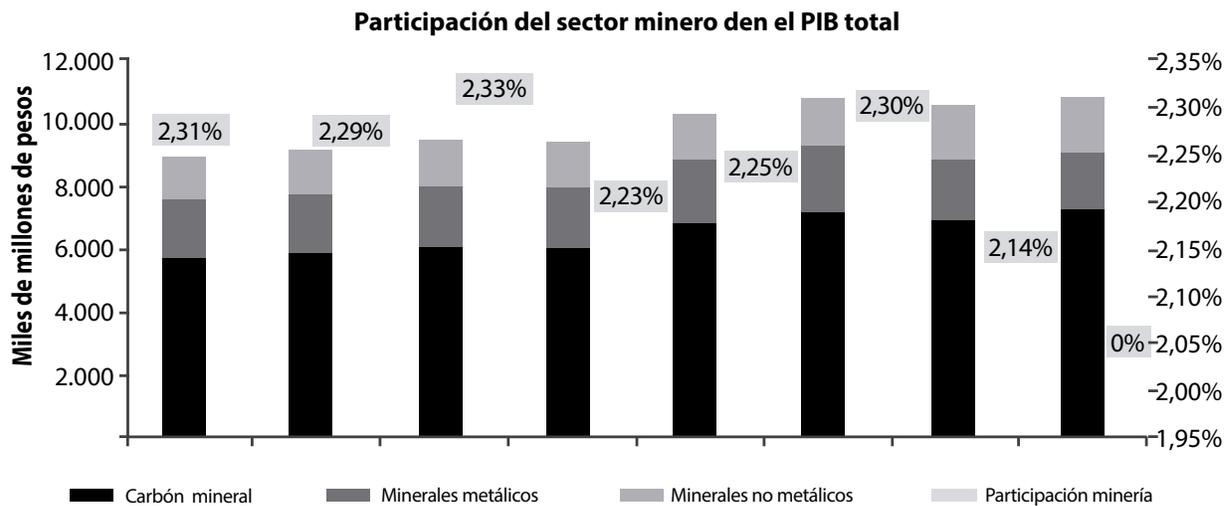
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ANTIOQUIA	22,376.18	10,724.24	11,414.18	25,995.60	28,027.85	18,898.47	19,156.33	27,451.59	26,456.88	28,091.13
BOLIVAR	4,194.18	191,13	417,27	2,389.82	3,431.14	5,763.72	5,423.03	4,124.65	2,238,40	2,746.11
CALDAS	2,013.33	1,416.57	1,120.85	1,080.28	1,217.53	1,200.49	1,273.08	1,753.23	1,747.71	1,089.31 ^o
CAUCA	349.86	281.40	350.69	621.54	2,316.77	1,036.72	1,127.57	3,166.92	3,345.48	4,314.42
CHOCÓ	1,882.35	1,192.29	1,589.95	3,340.44	10,847.19	24,529.71	27,915.13	24,438.01	15,153.76	11,317.68
HUILA	7.12	2.84	3.67	4.81	22.28	43.55	-	292.04	256.46	107.40
NARIÑO	203.53	122.06	199.57	238.67	442.66	328.83	235.77	2,827.87	3,586.91	5,187.62
RISARALDA	35.46	29.95	24.67	30.05	43.75	35.24	35.99	163.42	184.28	255.55
SANTANDER	520.92	139.61	35.97	61.97	140.07	53.83	60.36	28.91	48.63	271.41
TOLIMA	238.13	241.47	255.15	217.25	275.80	483.06	268.90	281.53	276.16	247.85
VALLE DEL CAUCA	114.84	62.55	47.00	203.08	569.99	522.04	200.57	642.70	658.58	718.48

Fuente: SIMCO, 2015.

4.5.3.1.2. PARTICIPACIÓN DE LOS MINERALES METÁLICOS EN EL PIB MINERO Y NACIONAL

Los minerales metálicos participan con 16,59% del PIB minero al 2014. Con relación al PIB total representa 0,35% del mismo al llegar a 2.7 billones de pesos, con tendencia decreciente en los últimos tres años (Ver gráfica 34).

Gráfica 34. Comportamiento del PIB minero

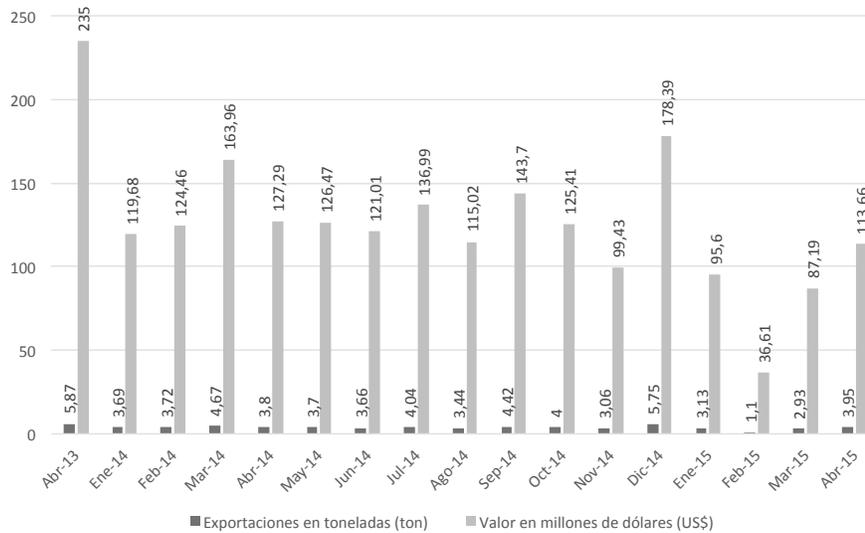


Fuente: DANE, (P cifras provisionales, Pr cifras preliminares, Cálculos dirección de minería empresarial, Minminas)

4.5.3.1.3. EXPORTACIONES DE ORO

A abril de 2015, Colombia exportó 3,95 toneladas de oro (gráfica 35), con un crecimiento frente al mismo mes del 2014 y al segundo trimestre del año anterior pero decrece en comparación con el último trimestre del 2014, lo cual comprueba el comportamiento cíclico de la producción del metal y, por ende, de sus exportaciones.

Gráfica 35. Colombia - Exportaciones de Oro



Fuente: SIMCO; DANE, Comercio Exterior, Cálculos: Dirección de Minería MME

4.5.3.1.4.-PRECIO DEL ORO

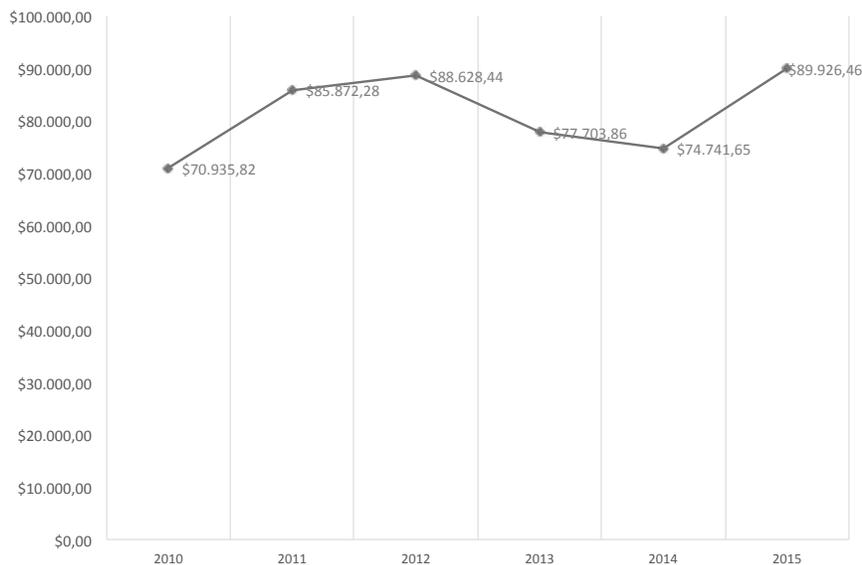
El precio de compra del oro en Colombia ha estado fluctuando entre los \$70.935 por gramo y los \$89.926 en los últimos 6 años (ver tabla 77 y gráfica 36), lo que ha promovido la explotación legal e ilegal de este mineral debido a su estabilidad ante las diferentes crisis económicas a nivel global. El precio del oro varía a diario de acuerdo con la cotización de la onza troy en la bolsa de Londres.

Tabla 77. Variación del precio promedio de compra de oro por gramo

	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Precio de compra	\$70,935.82	\$85,872.28	\$88,628.44	\$77,703.86	\$74,741.65	\$89,926.46

*Promedio del año al 26/8/2015. Fuente: Banco de La República.

Gráfica 36. Variación del precio de compra del oro 2010 – 2015



*Promedio del año al 26/8/2015. Fuente: Banco de La República.

4.5.3.2. LAS PERSPECTIVAS DEL ORO EN EL HUILA SON ALTAMENTE PROMISORIAS DENTRO DE LAS CONDICIONES LEGALES Y AMBIENTALES EXIGIDAS

Producción de oro en el departamento del Huila

Características:

Según el Ing. Luis Fernando Téllez Jaramillo, investigador y consultor de la Cooperativa Multiactiva Agrominera del municipio de Iquira, la minería del oro representativa en el departamento del Huila se adelanta sobre filones cuarcíferos mineralizados del Batolito de Ibagué y la formación Saldaña, ubicadas en la cordillera central en jurisdicción de los municipios de Iquira, Palermo y Neiva, principalmente.

La minería es subterránea y se realiza con socavones de pequeña sección (3 a 4 m²) donde parcialmente se usa madera para el sostenimiento. En todas las minas, el arranque del mineral se realiza con perforación y voladura, combinando la fragmentación con martillos picadores. El 67% de las minas usan taladros eléctricos para la perforación y el 33% cuenta con compresores diésel para perforación neumática. El transporte subterráneo se realiza en el 33% de las minas con vagonetas sobre carrilera; otro 33% de las minas realiza el transporte de minerales con carretillas y el 28% usa malacates para izar la carga desde niveles inferiores a superiores por clavadas (excavación vertical).

La ventilación en todas las minas es natural, apoyándose el 50% de ellas en ventiladores auxiliares eléctricos para llevar aire a sitios aislados desde superficie. La energía que demanda cada planta de la región de Iquira es de 35 Kwh.

En cuanto a la mano de obra, en promedio se emplean cinco operarios directos por mina. Adicionalmente, según la necesidad, se contratan profesionales para tareas de asesoría como ingenieros de minas y/o ingenieros ambientales. En el caso de la Cooperativa Multiactiva Minera en Iquira, laboran dos ingenieros de minas como contratistas. En plantas de beneficio, en promedio, se emplean 3 trabajadores directos que reciben frecuentemente capacitación por parte del SENA.

4.5.3.2.1 PROCESOS INDUSTRIALES EN LA MINERÍA DE ORO EN EL HUILA

La industria del oro en el Huila, representada por las llamadas plantas de beneficio, ha venido mejorando su tecnología para la recuperación de los metales preciosos. Los mineros asociados a la Cooperativa Multiactiva Agrominera del municipio de Iquira tienen instaladas seis plantas que en promedio procesan 0.65 ton/hora de menas auríferas cuya utilización es del 69%; además, se encuentra una más en etapa de montaje en la zona industrial de Palermo con tecnología de punta para procesar 1 ton/hora. La planta La Estrella, que pertenece a un contrato de concesión diferente al de la cooperativa, ubicada también en territorio de Iquira, desarrolla procesos similares.

Todas las plantas utilizan trituradoras de mandíbulas y molinos de bolas para la conminución. El 86% de las plantas usan mesas vibratorias para la concentración del mineral. Ninguna de las minas usa mercurio para procesar el mineral “crudo” como era característico en el pasado. Para la extracción del oro en liga con sulfuros, usan soluciones cianuradas. 57% de las plantas realizan procesos de lixiviación por percolación y el 43% procesos de cianuración por agitación.

Las plantas ubicadas en el municipio de Iquira, usan para la recuperación del oro celdas de precipitados con zinc mientras que la planta en instalación en Neiva, usará carbón activado y los recuperará por electrodeposición. Es de anotar que esta planta cuenta con laboratorio propio para analizar el mineral pudiendo controlar perfectamente el balance de sus procesos y adelantará, también, los procesos de fundición y refinación.

Un aspecto importante del proceso de industrialización es que para su mejoramiento y expansión y cambio de tecnología del proceso de cianuración de lixiviación por percolación a lixiviación por agitación que permite recuperar mayor cantidad de oro al extraer el que se encuentra en tamaños ultrafinos, además de usar flotación para la concentración del mineral, los mineros se han asesorado de expertos antioqueños y en el caso del montaje en marcha de la planta en Palermo, se asesoran de expertos peruanos.

4.5.3.2.1.1. INFRAESTRUCTURA: En cuanto a la Infraestructura, las vías que conducen a los sectores de producción minera son destapadas, en malas condiciones de mantenimiento y estrechas, lo que no permite la circulación de vehículos de carga.

La red eléctrica que atiende a la zona minera de Iquira, (Subestación de Paicol), está en malas condiciones. Existe el proyecto de la subestación de Río Negro que demandará la renovación de toda la red eléctrica de la región.

4.5.3.2.1.2. MANEJO AMBIENTAL: Todas las plantas cuentan con tanques de neutralización de arenas cianuradas y/o trasladan las arenas a otras plantas de la misma zona donde se recupera oro residual. Las arenas cianuradas se neutralizan y almacenan en patios, fotodegradándose naturalmente por acción del sol. Las arenas residuales son sílice, casi en su totalidad aprovechables como subproducto lo cual está implementándose también en la planta de beneficio YC, propiedad de Yaved Cantillo; las aguas que utilizan para sus procesos son recirculadas desde tanques o piscinas de sedimentación reponiendo solamente las pérdidas de proceso o evaporación. Ninguna planta realiza vertimientos a drenajes o corrientes de agua.

En cuanto a su legalidad, la minería de oro activa está liderada por organizaciones como la Cooperativa Multiactiva Agrominera del municipio de Íquira y la Asociación de mineros trabajadores de los municipios de Neiva y Palermo. La Cooperativa cuenta con contrato de concesión minera No. IDR-10331 y su respectiva licencia ambiental y la Asociación está amparada en la solicitud de legalización como mineros tradicionales con No. OE2-09041 y están amparados ambientalmente por la normatividad vigente hasta tanto se decida el otorgamiento del respectivo contrato de concesión. La explotación adelantada por Minerales del Alto Magdalena Ltda., con contrato de concesión No. HFS-15091X, es la explotación actual que extrae oro de los aluviones del río Magdalena y cuenta con licencia ambiental.

Existe, desafortunadamente, un número importante de explotadores artesanales de oro en los ríos del departamento que constituyen un problema social y ambiental para los municipios donde la actividad de ordenamiento está en buena medida en cabeza de los alcaldes que no atienden debidamente su responsabilidad de carnetización, control y seguimiento. En todo caso, no existen en el departamento explotaciones ni concesiones de oro en zonas de parques naturales o reservas forestales.

A las minas legales se les realiza seguimiento y fiscalización por parte de la Agencia Nacional de Minería tres veces al año; la CAM, dos veces al año, además de los informes anuales de cumplimiento ambiental que deben presentar los licenciarios y visitas de asistencia técnica que se realizan anualmente por el Ministerio de Minas y Energía sin desconocer las inspecciones de las Administradoras de Riesgos Laborales, ARL que lo hacen al menos una vez al año.

4.5.3.2.1.3 ASPECTOS EMPRESARIALES: PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN

A partir del año 2012, la producción de oro en el departamento del Huila se incrementó a 292.04 kilogramos (tabla 78), cayendo para el 2014 a 107.4 kilogramos. Esta reducción, según representantes del sector, se debe, en buena medida, a la desaparición de las oficinas compradoras de este metal en el Huila (C.I. Goldex y C.I. Metales Hermanos), comercializadoras internacionales que cayeron en problemas legales por lo que los mineros están vendiendo el oro a intermediarios y solo algunos lo hacen en las comercializadoras legales en otras ciudades del país, lo que lleva a que esta producción no siempre sea declarada con su lugar de origen correcto. Por otra parte, el cierre de algunas explotaciones de oro de aluvión en el municipio de Neiva contribuyó a esta disminución.

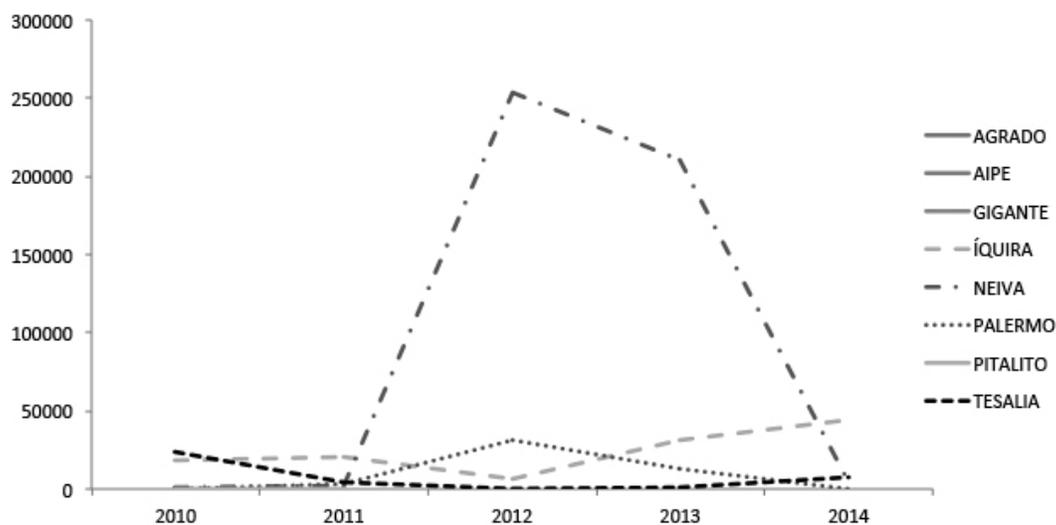
En el Huila, la producción de oro la han liderada los municipios de Íquira, Palermo y Neiva, con fuerte caída en Neiva en el año 2014 y repunte en este último año del oro producido en Palermo (tabla 78, gráfica 37).

Tabla 78. Producción del Huila por municipio (gramos)

M/PIO	2010	2011	2012	2013	2014
Agrado			629.00		
Aipe				397.97	383.28
Gigante					45.66
Íquira	18,452.01	20,506.83	6,042.47	31,441.22	44,092.86
Neiva	789.95	1,784.66	254,003.94	209,951.75	3,815.48
Palermo	187.83	3,045.35	31,168.91	13,332.23	51,768.26
Pitalito	88.72	492.36			
Tesalia	24,035.73	4,300.05	195.50	1,334.92	7,290.18
TOTAL	43,554.24	30,129.25	292,039.82	256,458.09	107,395.72

Fuente: SIMCO, 2015.

Gráfica 37. Huila producción de oro por municipio (gramos).



Fuente: SIMCO, 2015.

En cuanto a la estructura empresarial de la producción de oro en el departamento del Huila se identifican como productores:

- Cooperativa Multiactiva Agrominera del municipio de Íquira**, que asocia 19 minas y 8 plantas de beneficio y emplean 84 mineros.
- Asociación de Mineros Trabajadores de los municipios de Neiva y Palermo**, que asocia 23 mineros con 43 socavones, ubicados en la parte alta de los municipios de Neiva y Palermo y emplea a más de 70 personas que vienen desarrollando trabajos de explotación subterránea de oro en las veredas Quebradón, La Julia, El Centro y La Lindosa, en jurisdicción de los municipios de Neiva y Palermo.
- Minerales del Alto Magdalena Ltda.**, empresa que explota oro de aluvión en jurisdicción de Palermo.
- Mineros artesanales** que lavan con batea y canalón los materiales aluviales principalmente del río Magdalena, río Yaguará, río Yaguaracito, río Aipe y Bache entre otras corrientes menores.

4.5.3.2.1.4. EXPORTACIONES DEL HUILA

Durante el año 2014, la Cooperativa Minera de Íquira exportó directamente oro a Francia, dentro de un programa apoyado por la organización Fairmined²³². Actualmente la Cooperativa minera está certificada por respetar los derechos laborales, precio justo y administración responsable, responsabilidad ambiental y trazabilidad del producto, resaltando que es la única en el país certificada con el sello *Fairmined* y una de las tres únicas certificadas en Suramérica.

Para el primer semestre de 2015, se incrementaron las exportaciones de oro de 1.2 kilos en todo el año 2014 a 4 kilos y para mediados del tercer trimestre del año, ya se habían exportado otros 3 kilos para un total de 7 kilos en lo corrido del año. Esto significa que la Cooperativa exportó en el primer semestre el 35% de su producción, aportando una importante suma en regalías por explotación de \$35.3 millones de pesos, monto que no aportan otros renglones priorizados y esto considerando un solo productor²³³.

Este trabajo es de replicarlo a las demás organizaciones que explotan oro en el departamento pues es muestra que mediante un entorno favorable se puede potenciar la actividad.

4.5.3.2.1.5. REGALÍAS

El oro, es uno de los renglones que más aporta regalías, estimación que se realiza con base en el cálculo del precio promedio del año 2014 y la producción del departamento en ese año (que no fue el mejor) y que corresponde a \$320 millones de pesos²³⁴, monto pagado por los explotadores mineros que son todos de pequeña escala y artesanales.

4.5.3.3. EXISTENCIA DE OCURRENCIAS AURÍFERAS EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA AÚN NO INCORPORADAS A LA PRODUCCIÓN

Proyecciones

Existen 12 títulos mineros con contrato de concesión²³⁵ para oro y sus concentrados que se encuentran en etapa de exploración, algunos contractualmente en etapa de explotación, pero que no han iniciado por no contar aún con licencia ambiental. Dentro de los contratos en etapa inicial, son de destacar los de la compañía Anglo Gold Ashanti, que tiene 8 títulos mineros en territorio de Neiva, Palermo, Íquira, Nátaga y Tesalia que se encuentran en etapa de exploración.

En los próximos 6 años podrán entrar en explotación al menos cuatro títulos mineros de oro de aluvión en las terrazas de los ríos Magdalena, Yaguará, entre otros, donde actualmente se encuentran realizando los estudios de impacto ambiental después de sortear una serie de obstáculos para su financiación y de trámites.

A nivel internacional se ha promocionado el *proyecto de oro San Luis* (ubicado en la zona alta de Neiva y Palermo), por parte de la empresa exploradora Cliffmont Resources Ltda.²³⁶, empresa Junior con base en Vancouver (Canadá) focalizada en exploración, que se financió a través de la bolsa de Toronto (Canadá). Sin embargo, su venta no se ha cristalizado porque no se ha podido negociar el título minero con los propietarios de una de las licencias de explotación donde se realizó la exploración.

²³² Fairmined es una organización internacional que certifica las organizaciones mineras artesanales y de pequeña escala que cumplen con las más altas prácticas responsables a nivel mundial. Para saber más de Fairmined consultar en <http://www.fairmined.org/>

²³³ A precio promedio de lo corrido del año, las regalías que se pagan por explotación de Oro están en \$3597, oo por gramo.

²³⁴ En resumen se paga el 4% del precio base de liquidación mensual por gramo de oro vendido que para el 2014 correspondió en promedio a \$3597/gramo.

²³⁵ Catastro Minero Colombiano.

²³⁶ Para más información sobre este proyecto y Cliffmont Resources Ltd., consultar en: <http://www.cliffmontresources.com/s/Home.asp>

Por características geológicas observadas hasta el momento, el oro de filón no se encuentra diseminado y en condiciones que ofrezcan oportunidades rentables para ser explotado a cielo abierto y menos que se pueda establecer gran minería, pero si permite que se desarrollen explotaciones de pequeña y mediana minería por métodos subterráneos, contrario a lo que sucede con los depósitos de aluvión, cuya limitación sería de tipo ambiental.

El río Magdalena es potencial depósito no estudiado de oro, a todo lo largo de su trayecto en el departamento del Huila, metal presente no solo en su cauce sino en todas las terrazas aluviales del valle del Magdalena. Con la inundación del embalse de El Quimbo, quedaron cubiertos importantes recursos auríferos que iban a ser explotados legalmente bajo contrato de concesión (ya habían sido explorados), particularmente en el área de la Escalereta entre Garzón y El Agrado. Igual ocurrió cuando se construyó la represa de Betania.

4.5.4. CONCLUSIONES

A manera de resumen de los argumentos que soportan la incorporación del oro como renglón priorizado de la Apuesta Minera se reitera:

1. El Huila es el 11° departamento productor de oro, de acuerdo a cifras del año 2014.
2. La actividad minera del oro en el departamento del Huila, con alta demanda de mano de obra y de bienes y servicios; involucra también gran inversión de capital y un valioso aporte a la industrialización en las regiones donde se explota este mineral.
3. El Huila ha iniciado exportaciones del metal, lo que hace de este producto una potencial fuente de Divisas y una fuente significativa de ingresos para los municipios, con regalías que superan las de renglones priorizados.
4. Las innumerables manifestaciones de oro que se tienen identificadas, en los próximos 10 años aportarán al departamento significativos recursos económicos.

4.5.5. PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA APUESTA MINERA ACTUALIZADA

En el capítulo siguiente, aparecen los planes, programas y proyectos que se consideran básicos para implementar la actualización de la apuesta minera de acuerdo con los argumentos y las exigencias para su continuidad.

4.6. APUESTA PRODUCTIVA ENERGÉTICA

Introducción

Definir la continuidad de la Apuesta Energética con base en el aprovechamiento del potencial hidrológico departamental²³⁷, el crecimiento de la demanda nacional²³⁸ y la conformación de un mercado regional unido a través de Colombia²³⁹, son razones suficientes para ello pues estos factores siguen vigentes al 2015 y demostradas con suficiencia en la fase anterior de diagnóstico de este trabajo.

No obstante lo anterior, el actual escenario es diferente al de hace diez años cuando se adoptó la AIPC, por lo que hoy incorpora otros argumentos que fortalecen mantener su condición de clara opción para el desarrollo del Huila.²⁴⁰

Vale anotar, de entrada, que el desarrollo de los proyectos de energía se estiman para el largo plazo por lo que un plan en tal sentido supera el periodo que resta para cumplir el horizonte al 2020 previsto para la Agenda Interna de Productividad y Competitividad en el 2005. Se tendrá, por tanto, esta característica para la formulación de los planes, programas y proyectos para la implementación de la apuesta energética revisada, en todo caso, ajustados a la visión que sobre el tema tiene las políticas del Gobierno Nacional.

4.6.1. FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA

4.6.1.1. SEGURIDAD ENERGÉTICA Y EQUIDAD SOCIAL

El mundo en su conjunto, como una aldea global, para el año 2050 contará con una población superior a los 9 mil millones de habitantes, de los cuales un 20% no contará con servicio de energía; es decir, vastos territorios estarán por fuera del desarrollo productivo por carencia de energía, calificada, precisamente, como “motor del desarrollo”.

Para atender esta realidad, una preocupación de todos los gobiernos es asegurar el suministro energético. Al mismo tiempo, o como consecuencia de ello, las canastas energéticas son cada vez más diversificadas y con tendencia a incorporar tecnologías limpias y socialmente equilibradas con su entorno, nuevos y mejores usos de la energía y nuevas formas de hacer negocios.

En el caso del Huila, la energía, además de apuesta productiva por sus ventajas comparativas, debe adoptarse como una política de desarrollo estratégica y prioritaria por su relación con los distintos sectores productivos. En el primer caso, dadas las mayores potencialidades para la generación de energía, no solo por su potencial hídrico, sino además por el aprovechamiento de otras fuentes alternativas de energía con tecnologías disponibles, debe alcanzar la meta de 100% de cobertura de la demanda de energía con una ecuación más favorable a los intereses del departamento.

²³⁷ Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. Gobernación del Huila y Cámara de Comercio de Neiva / 2.2.5 Apuesta Productiva Estratégica 5: Energética / Cuadro 2.4 / Pág. 36.

²³⁸ Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. Gobernación del Huila y Cámara de Comercio de Neiva/ 4.4.5.2.- Comportamiento del sector energético en Colombia / Tabla AE.2 / Pág. 202.

²³⁹ Actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. Gobernación del Huila y Cámara de Comercio de Neiva/ 4.4.5.3.-El sector energético en Latinoamérica y el Caribe / Tabla AE.3 / Pág. 204.

²⁴⁰ En este análisis se ha tenido en cuenta la opinión de la Electrificadora del Huila contenida en la carta 01GG-031607.S.2015 de septiembre 24/15 firmada por el Dr. Julio Alberto Gómez M., gerente.

4.6.1.2. LA GENERACIÓN DE ENERGÍA ES COMPATIBLE CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA PROTECCIÓN DEL RECURSO HÍDRICO EN LAS CUENCAS DEL ALTO MAGDALENA

Es indudable que el Huila debe seguir considerando la generación hidráulica de energía y las energías alternativas como componentes de su canasta energética. En el primer caso, resulta perfectamente compatible generar energía con nuestros recursos hídricos. Así lo confirma la misma definición de *“Desarrollo Sostenible como aquel que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades, por lo menos en las mismas condiciones de las actuales”*.²⁴¹

La *sostenibilidad ambiental* evolucionó notoriamente después del 2005, con los Decretos 2820 del 2010, renovado con el 2041 del 2014 *“Por el cual se reglamenta el Título VIII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales”*. Los proyectos de generación eléctrica deben satisfacer una estricta lista de requisitos o términos de referencia, para que se puedan adelantar, sin daño a la naturaleza o con impactos mitigables o re-remediables, bajo planes de manejo, según la ingeniería ambiental vigente. Obtener las licencias ambientales implica realizar previamente profundos Estudios de Impacto Ambiental (DAA y EIA), que caractericen el estado e impacto que pueden sufrir los ecosistemas dentro de las áreas de influencia, para planificar su manejo de acuerdo con las autoridades.

La verdadera protección al medio ambiente, va mucho más allá de la no intervención de la naturaleza, porque eso significaría que su estado actual es perfecto cuando, claramente, los largos años de depredación la han degradado de tal manera que se encuentra en riesgo de desestabilización. No hacer nada, no garantiza conservarla. Hay que pasar de la contemplación pasiva a la acción correctiva. Preservar el recurso hídrico en la Cuenca del Alto Magdalena (El Río y sus 13 afluentes), es una responsabilidad de los huilenses.

Ambientalismo hidroeléctrico, vale decir hidroelectricidad y sostenibilidad, son conceptos susceptibles de compatibilidad y no de contrariedad por definición.

En cuanto a las energías alternativas, conocidas como Fuentes No Convencionales de Energía Renovables, FNCER, el Huila no puede estar al margen de su desarrollo pues cuenta también con opciones claras y ventajas comparativas para incorporarlas con más fuerza a su matriz de generación de energía.

4.6.1.3. ALINEACIÓN DE LA APUESTA ENERGÉTICA A LA POLÍTICA PÚBLICA ENERGÉTICA NACIONAL

La política pública ha presentado una notable evolución en materia de legislación y planes estratégicos con visión de futuro para el desarrollo de la energía en el país. Por tanto, la actualización de la Apuesta Energética debe guardar coherencia con las metas país.

La Ley 1715 de 2014, por medio de la cual se regula la integración de las energías renovables no convencionales al Sistema Energético Nacional y donde su finalidad es establecer el marco legal y los instrumentos para la promoción del aprovechamiento de las fuentes no convencionales de energía, principalmente aquellas de carácter renovable, lo mismo que para el fomento de la inversión, investigación y desarrollo de tecnologías limpias para producción de energía, la eficiencia energética y la respuesta de la demanda, en el marco de la política energética nacional, resulta un referente obligado para la implementación de la Apuesta Energética revisada. Adicionalmente, la mencionada Ley tiene por objeto establecer líneas de acción para el cumplimiento de compromisos asumidos por Colombia en materia de energías renovables, gestión eficiente de la energía y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, tales como aquellos adquiridos a través de la aprobación del Estatuto de la Agencia Internacional de Energías Renovables (IRENA, por sus siglas en Inglés) mediante la Ley 1665 de 2013. En torno a la ley 1715 de 2014, se tienen avances como el Decreto 2469 de 2014 que da lineamientos para la entrega de excedentes de energía por parte de auto generadores a gran escala, regulado por la CREG mediante la Resolución 175 de 2014 y el Decreto 2492 de 2014 que enmarca lineamientos y mecanismos de respuesta de la demanda, regulado por la CREG mediante la Resolución 098 de 2014.

²⁴¹ Ley 1715 del 13 de mayo de 2014 / Artículo 5º Definiciones / Pág. 3.

Además de lo anterior, el Plan Energético Nacional Colombia: Ideario Energético 2050 – UPME publicado en este año 2015, constituye el marco para la acción en el desarrollo del sector energético colombiano y, por supuesto, para la apuesta energética del Huila.

Al respecto, vale anotar que a pesar de que Colombia es autosuficiente, el 32% de su matriz energética es contaminante y cara. Mientras, la generación de energía en el Huila es completamente limpia y renovable (solo 6% es fósil). A nivel mundial, la dependencia de fuentes de energía fósil representa un 87% de la actual generación de energía.

El departamento del Huila, que según la Visión de Futuro al 2020 será el “Corazón verde de Colombia”, debe transformar en ventaja competitiva su matriz de generación energética en la que el 94% de su energía proviene de fuentes limpias dándole continuidad a la Apuesta Productiva mediante el fortalecimiento de proyectos de generación de energía limpia como las mencionadas.

4.6.1.4. HUILA GENERADOR DE ENERGÍA COMO CONTRIBUCIÓN A UN COSTO REGIÓN COMPETITIVO

El costo país es un indicador de competitividad calculado a través de variables asociadas a infraestructura, servicios públicos, régimen laboral, entre otros. esta figura puede replicarse a nivel regional por lo que utilizamos el concepto de costo región con factores similares a los que constituyen el costo país. Dentro de estos factores, el costo de la energía, al igual que para el país, es elemento esencial para la atracción y consolidación de empresas que califiquen como importantes consumidores de energía principalmente las asociadas a las apuestas productivas.

En suma, la generación de energía con mayor autonomía local, provoca externalidades positivas para el desarrollo económico y social ya que permite garantizar la minimización de costos para las actividades en producción de bienes con alto valor agregado y la mayor cobertura en la prestación de servicios. Los proyectos de generación de energía son, así, transversales a todos los sectores, pero particularmente a los priorizados en la Agenda Interna.

4.6.2. LO QUE EXIGE LA CONTINUIDAD DE LA APUESTA ENERGÉTICA

Los prerequisites para garantizar resultados diferentes a los mostrados en los primeros diez años de vigencia de la AIPC, una vez definida la continuidad de la Apuesta Productiva Energética, están conformados por las siguientes estrategias para alcanzar tales logros:

4.6.2.1. REALIZAR PROYECTOS CON FUENTES NO CONVENCIONALES DE ENERGÍA RENOVABLE, FNCER, DIVERSIFICANDO LA CANASTA ENERGÉTICA LOCAL

Tal como lo sugiere la Electrificadora del Huila²⁴² “la sostenibilidad energética de las regiones se garantiza en la medida en que se cuente con varias alternativas de generación...”

Aunque la hidro-generación constituye aún una alternativa de desarrollo presente para el departamento del Huila, en el país y el mundo existen nuevos desarrollos que permiten el aprovechamiento del agua, minimizando sus afectaciones sociales y ambientales. Además, la posibilidad de utilizar en el Huila fuentes No Convencionales de Energías Renovables, FNCER, como la solar²⁴³, PCH's, biomasa, es cierta por lo que resulta fundamental incorporarlas a la matriz local de generación de energía con un plan de diversificación de la canasta energética local y con una fuerte participación de grandes proyectos de generación con fuentes no convencionales de energía renovable - FNCER, tal como lo sugieren los expertos de la Electrificadora del Huila.

Esta matriz energética estaría integrada por pequeñas centrales hidroeléctricas, PCH's, energía solar y biomasas. Todas estas alternativas ofrecen tecnología disponible, comprobada y sostenible por su fuerte componente socio ambiental.

²⁴² Carta 01-GG-031607-S-2015, ya citada.

²⁴³ <http://www.centralenergia.cl/2010/11/23/complejo-solar-fotovoltaico-de-pica/>

Con las PCH's, se reconocería el argumento de aprovechar todo el potencial energético visto como una ventaja comparativa que no tienen otras regiones y que se puede desarrollar de una forma social y ambientalmente responsable, en asocio con las comunidades locales dando prioridad al desarrollo de actividades agropecuarias y humanas, garantizando el abastecimiento del recurso hídrico con planes de ordenamiento y cuidado de las cuencas.

Actualmente se tienen proyectos identificados para 11 de los 13 afluentes principales del Alto Magdalena que pueden generar 3287 GWH-año de producción eléctrica a partir de 484 MW de capacidad instalada tal como se evidencia en la tabla siguiente. En total, se identifican 39 proyectos potencialmente realizables que se citan como base importante de justificación de este componente pero no como propuesta de ejecución de los mismos que debe corresponder a un plan diseñado por los interesados finales.

Tabla 79. PCH's viables en el Huila

Proyectos		Capacidad (MW)	PCH'S	Noción/ Inversión (Millones US \$)	Plazo/ Construcción (Años) 2 Años X C/PCH
1	Baché	23,1	2	57,75	4
2	Aipe	18,0	2	45	4
3	Venado	46,0	4	115	8
4	Narvárez	42,0	3	105	6
5	La Plata	89,0	6	222,5	12
6	Bedón	41,0	4	102,5	8
7	Suaza	25,0	2	62,5	4
8	Guarapas	4,0	1	10	2
9	Naranjos	91,0	8	227,5	16
10	Neiva	15,0	1	37,5	5
11	Cabrera	90,0	6	225	12
TOTALES		484	39	1210	16
PROGRAMA 1	Satisfacción demanda departamental				
PROGRAMA 2	Licencias ambientales PCH's I				

Fuente: Investigación del coordinador de la Apuesta Energética, Ing. Mauricio Tobar.

Los 39 proyectos de PCH's se registraron en la CAM y la UPME, entre el 2007 y el 2014, por iniciativa completamente espontánea e independiente; Electrohuila adelanta trámites para 2 plantas para el Baché; 6 plantas de la Empresa Proeléctrica en el Cabrera, 1 Planta de la Empresa I-Consult en Río Neiva y 30 plantas de Generhuila en Aipe, Venado, Narvárez, La Plata, El Bedón, Suaza, Guarapas y Naranjos.

Excepto Electrohuila, los promotores son empresas privadas lo que confirma el atractivo del sector como actividad para inversión y desarrollo.

Indudablemente, las PCH's, constituyen una opción absolutamente recomendable, como componente de la matriz energética. Su construcción e implementación, como se anotó desde el comienzo del análisis de la actualización de la Apuesta Energética, supera el horizonte del 2020 aunque algunos requieren cuatro

años. Los de mayor capacidad de generación requieren un mínimo de entre 12 y 16 años (casos La Plata y Naranjos).

En cuanto a la energía solar se estima que para el 2050 su utilización será del 11% a nivel mundial, con la posibilidad que a corto plazo (2020) sus costos serán muy similares y competitivos a los que ofrece en la red eléctrica. Por tanto, su estructura financiera actual muestra tendencia decreciente que la hace una alternativa viable que, desde ya, debe considerarse. Es tiempo de que en el Huila se explote todo su potencial de exposición solar para promover así un plan de desarrollo con tecnología clave y comprobada a largo plazo como es la energía solar. Esta alternativa es “menos agresiva” en cuanto a los impactos negativos que se le pudieran llegar a causar al medio ambiente, como también minimizar las afectaciones a las comunidades asentadas en las diferentes regiones del departamento.

De acuerdo con la tabla 80 *“Potencial energético de los residuos agroindustriales del Huila”*, el Departamento es un productor de residuos agroindustriales, normalmente denominadas biomasas, que son una alternativa bastante interesante. Aparecen en la tabla la caña panelera, como bagazo y residuos de cosecha, la cascarilla de arroz y la pulpa del café. Sin que exista una fórmula matemática en el sector, se afirma que plantas de generación con biomasa inferiores a los 10 MW no resultan sustentables. En este sentido, habría que decir que no toda la producción de biomasa en el Huila es susceptible de aprovechamiento. Por ejemplo, los volúmenes de producción de arroz del Huila al 2015 hacen insuficiente la disponibilidad de cascarilla de Arroz para justificar una planta de generación de energía. La cascarilla de arroz originada en el Huila debe sumarse a la producción del Tolima para tal propósito. Solo con esta unificación de los residuos de cascarilla se podría dar origen a una planta de 10 MW.

Con la caña panelera y la pulpa de café, en cambio, sus residuos resultan de producciones de gran magnitud localizadas en el Huila y pueden dar lugar a plantas generadoras de energía superiores a los 10 MW que deberían ubicarse en cercanías a los mayores puntos de siembra y recolección. La logística, definitivamente, resulta un factor determinante a resolver.

Sin tener una experiencia de producción como las 2 anteriores, vale la pena contemplar a la Palma Real, Cuezco. Estudios preliminares la presentan como una especie nativa, que se adapta a terrenos secos en bajas y medianas alturas, con una alta productividad por hectárea y un poder calorífico superior. Dado que la reforestación constituirá una acción masiva para las altas cuencas de los otros proyectos de generación eléctrica, es importante incluirla en la lista de biomasas potenciales.

Una recomendación para validar las opciones de generación con biomasa, que, tal como se observa, requiere mayor verificación es la de invertir (Gobierno Departamental, Electrificadora, Emgesa y otros privados) capital de riesgo en un proyecto regional que promueva la investigación y desarrollo de esta tecnología emergente de alta incertidumbre pero con potencial de desarrollo que asegure este tercer componente de la matriz en cuanto a su sostenibilidad en el tiempo.

Tabla 80. Potencial energético de los residuos agroindustriales del Huila

Cultivo	Producción ton/año	Producto energético	% energético	Producción producto energético (ton/año)	Poder calorífico (KJ/Kg)	Potencial energético bruto (MWh/año)	Poder calorífico (Kc/Kg)
Caña azucar	21.897.120	Bagazo	29%	6.350.165	8.895	1.791.12	
Caña miel	165.648	Bagazo	29%	48.038	8.895	13,55	
Caña panela	13.451.384	Bagazo	29%	3.900.901	8.895	1.100.26	
Algodón	123.611	Cáscara	200%	247.222	16.747	131,29	
Arroz riego	1.704.551	Cascarilla	25%	426.138	13.900	187,83	3,32
Arroz sec. manual	109.195	Cascarilla	25%	27.299	13.900	12,03	
Arroz sec. mec	620.675	Cascarilla	25%	155.169	13.900	68,39	
Arroz total	77.872	Cascarilla	25%	19.468	13.900	8,58	
Café	487.726	Pulpa	50%	243.863			
Palma africana	2.289.472	Pulpa	50%	1.144.736	20.515	744,68	4,90
Caña azúcar	21.897.120	Residuos cosecha	46%	10.072.675	15.000	4.791.04	
Caña miel	165.648	Residuos cosecha	46%	76.198	15.000	36,24	
Caña panela	13.451.384	Residuos cosecha	46%	6.187.637	15.000	2.943,13	
Palma real/cuezco		Pulpa	50%		24.576		5,87

Fuente: Investigación del coordinador de la Apuesta Energética, Ing. Mauricio Tobar.

4.6.2.2. FOMENTAR LA ATRACCIÓN DE CAPITALS FORÁNEOS, CON EL LIDERAZGO, GESTIÓN Y PARTICIPACIÓN ACCIONARIA DE LOS HUILENSES EN LOS PROYECTOS Y EMPRESAS

Tal como se plantea en las transversalidades a todas las apuestas en el capítulo siguiente, en el portafolio de proyectos propuesto deben estar los que permitirán implementar la Apuesta Energética revisada. Para hacer realidad la matriz energética se requieren ingentes recursos que afortunadamente están disponibles en diferentes fuentes como el mercado de capitales, recursos de cooperación internacional, alianzas público privadas, APP's, recursos fiscales de todos los niveles; inversionistas pendientes de ubicar sus excedentes, fondos privados de inversión existentes hoy en Colombia en número importante.

Para no seguir como protagonistas pasivos del aprovechamiento del potencial energético del Huila, es necesario el liderazgo y la participación directa de actores del Departamento para convocar a la institucionalidad y a inversionistas privados, para que participen, asociados con locales y foráneos en condiciones favorables, para la ejecución de los proyectos que harán realidad la matriz energética señalada. La consecución de recursos no puede seguir siendo una limitante para que los huilenses participen de tales proyectos energéticos. El capital multinacional debe acompañarse del sano regionalismo que no se opone pero condiciona la participación de recursos foráneos en beneficio del departamento en acciones perfectamente conciliadoras.

La generación de energía eléctrica debe verse por los huilenses como una opción de participación en un negocio ya establecido en el país con claros resultados para los inversionistas. La vinculación de capital, público y privado, es un factor primordial, para que el conjunto de beneficios se atesore localmente. Esta estructura deseada, sin excluir la llegada de inversión extranjera foránea (nacional o extranjera) demanda

una mayor apropiación con *capacidad de gestión huilense*, que gobierne la ejecución, dentro del espacio de la buena administración, los consensos y la sensibilidad regional.

Para alcanzar estos objetivos, la CRECI será el escenario ideal para la formulación de proyectos energéticos importantes para el departamento a través de la mesa sectorial y de la red de aliados. El modelo de desarrollo energético del departamento de Antioquia es quizás el caso más exitoso como ejemplo para el país, un proceso liderado por un grupo en cabeza de las Empresas Públicas de Medellín (EPM), involucrando al sector privado, los académicos y la comunidad en general; logrando así una importante participación del Departamento en el sector energético nacional y además consolidando una región más competitiva y autónoma en términos de generación de energía eléctrica. Además, otros sectores productivos como el turístico han logrado aprovechar todas esas externalidades positivas como se comprueba con la ya famosa ruta de los embalse.

4.6.3. CAMBIOS EN LA APUESTA PRODUCTIVA ENERGÉTICA

Aunque de forma pero con una profundidad importante, la creación de las dos fases con que se estructuró la Apuesta Productiva Energética (fase uno, microcentrales; fase dos, grandes centrales) ya no se mantiene.

En su lugar, como ya se expuso, se estructura una matriz energética diversificada e integrada por PCH's, energía solar y biomasa priorizando las Fuentes de Energías Renovables No Convencionales, FNCER en la forma en que se ha planteado en este documento.

La naturaleza del sector energético de ser un mercado abierto y maduro, no descarta la posible ocurrencia de otros proyectos de generación que no son priorizados y, por tanto, se excluyen de la matriz energética. En tales casos, las normas existentes definirán su concreción y desarrollo.

CAPÍTULO 5

LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA AIPC

Presentación

Uno de los requisitos para la implementación de la AIPC actualizada es la formulación de los planes, programas y proyectos que permitirán el desarrollo de las actividades que interpretan las exigencias que se reclaman a las apuestas productivas para que arrojen resultados diferentes a los encontrados en la evaluación del desempeño del Huila en los primeros diez años de vigencia de la AIPC.

En este capítulo, en consecuencia, se presenta la estructura de tales instrumentos básicos para que, la AIPC actualizada, que debe integrarse al Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación, pueda iniciar su implementación. El concepto básico significa que son los proyectos que permiten la implementación inmediata de la AIPC actualizada. La dinámica propia de un proceso de realización de una agenda de desarrollo como la existente permite que se vayan adicionando otros planes, programas y proyectos que, en todo caso, complementan su implementación. Además, los resultados que se van logrando y que se irán conociendo a partir del monitoreo y evaluación que se sugiere se aplique permanentemente para facilitar el redireccionamiento de las apuestas productivas que estén distantes de las metas o se consoliden si se desempeñan según lo proyectado, determinarán el énfasis en la aplicación de planes o la incorporación de otros programas a tales planes o nuevos proyectos a los programas señalados.

En primera instancia, se presentan los factores transversales a todas las apuestas, es decir, planes, programas y proyectos que aplican a aquellas estrategias que pueden (y deben) realizarse en las apuestas definidas aunque su aplicación tendrá las variaciones propias de la naturaleza de cada Apuesta Productiva. A manera de ejemplo, una transversalidad es la estrategia de captación de inversionistas foráneos (nacionales o internacionales) para lo cual se sugiere crear un portafolio de proyectos empresariales para ofrecerlos a los potenciales inversionistas. El portafolio, entonces, tendrá proyectos de todas las Apuestas Productivas y el responsable de la estrategia, INVEST IN HUILA, programa operado por la Cámara de Comercio de Neiva, promoverá todos los proyectos incorporados.

Luego se presentan los planes, programas y proyectos de cada Apuesta, los que están directamente relacionados con lo que se denomina “exigencias para la continuidad de la Apuesta” las que, deben orientarse a provocar un resultado diferente al de los primeros diez años de vigencia de la AIPC y no solo a seguir con la estrategia sin compromiso más allá de su continuidad.

Finalmente, el perfil de todos los planes, sus programas y proyectos, íntimamente interrelacionados, descansa en los resultados del diagnóstico presentado como resultado de la fase uno de este proceso, es decir, buscan superar y fortalecer la capacidad de gestión que, resultó cuestionada por los resultados socializados.

La forma en que se presentan estos mecanismos de implementación de la AIPC actualizada es diferente a la original y facilita su seguimiento y evaluación. En la primera Agenda se señalaron acciones por cada factor de competitividad de los ocho referentes, según la guía del DNP. Pero estas involucran indistintamente planes, programas, proyectos y acciones sin ningún relacionamiento ni metas e indicadores, lo cual explica por qué estos no aparecen taxativamente definidos. Con esta presentación, hay metas para los planes, para los programas y para los proyectos bien interrelacionados lo que, desde la misma estructuración, permite identificar los aportes de los programas y proyectos a los planes estableciéndose, de esta manera, su monitoreo. Al respecto, como se ratifica más adelante en el capítulo pertinente, es la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila, la que debe direccionar este monitoreo como una de las principales funciones que se le asignan como “Gerente” de la AIPC actualizada en cuyo papel más adelante se plantea.

5.1. ESTRATEGIAS TRANSVERSALES PARA EL ÉXITO DE LAS APUESTAS PRODUCTIVAS DEFINITIVAS

5.1.1. ESTRATEGIA TRANSVERSAL 1: IMPLEMENTAR UN MODELO DE GESTIÓN DEL PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD

Justificación

Es definitivo que la AIPC actualizada, hoy Plan Regional de Competitividad sea gerenciada como una verdadera empresa lo cual no implica crear una persona jurídica sino un modelo del que hagan parte las Apuestas Productivas como unidades empresariales que tienen la obligación de generar resultados con el apoyo de los elementos proporcionados por la institucionalidad, la academia y los empresarios.

La estructura básica del modelo debe ser la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI Huila, un recurso de integración y articulación que replica en el departamento la figura de la Comisión Nacional de Competitividad y que acaba de recibir un mayor respaldo del Gobierno nacional al reconocer a las CRC, a nivel nacional, como las únicas interlocutoras entre el Gobierno central y las regiones para la coordinación de las actividades de competitividad, ciencia, tecnología e innovación bajo la concepción de un Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación para eliminar los tradicionales paralelismos y distracción de recursos por la no articulación de programas orientados a objetivos comunes.

Esto se sustenta, además, en lo contenido en el Decreto 1500 de 2012 del MInCIT que plantea establecer alianzas estratégicas entre los sectores público y privado *“para asegurar que las intervenciones del Gobierno Nacional en cuanto a la política de competitividad e innovación se complementen con los esfuerzos y apuestas productivas de los departamentos así como con las decisiones de inversión por parte de los particulares”*²⁴⁴. El artículo noveno, capítulo III de dicho Decreto establece claramente los objetivos de las Comisiones Regionales de Competitividad, CRC con base en el Art. 33 de la Ley 1450 ya comentado. Estos objetivos se reiteran en la Ley 1753 de junio 9 de 2015.

Esta estrategia de gerencia de la Agenda Interna actualizada, que seguramente se convertirá en la Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila, exige implementar un proceso de formación y capacitación liderazgo y gestión que garantice que los protagonistas de cada Apuesta Productiva actúen como elementos direccionadores y ejecutores de las decisiones que, en la CRECI Huila se definan teniendo en cuenta el nuevo papel de las Comisiones Regionales de Competitividad, de ser la única instancia de articulación entre el gobierno central y las regiones. Por esto, la Agenda Interna actualizada debe ser una empresa con unas unidades empresariales, las Apuestas Productivas, con verdaderos líderes, independiente de su área de gestión institucional, académica, empresarial o gubernativa, que lleven a cabo el cúmulo de actividades hacia las metas definidas y con el monitoreo, seguimiento y evaluación que, como más adelante se anota, debe ejecutarse por ellos mismos sin esperar cuestionamientos de terceros.

Este modelo permite sugerir la implementación de una Escuela de Liderazgo y Gestión que forme y acompañe a los protagonistas de las Apuestas Productivas en temas como la planeación estratégica, la transferencia tecnológica, la competitividad y la innovación de una manera integral, es decir, acompañada de procesos de responsabilidad social y ambiental incluyentes para preservar la unidad familiar y la solidaridad ciudadana que reduzca el escepticismo de los huilenses reconocido como una de los componentes negativos de nuestro marco mental, e invite a todos a asumir su papel en el desarrollo del Huila.

²⁴⁴ En efecto, en el Art. 33 de la Ley 1450 de 2011 (PND 2010-2014) se establecieron competencias a las CRC para la coordinación y articulación al interior de los departamentos de los principales actores públicos y privados.

Un recurso muy importante que el Huila debe utilizar para establecer la propuesta Escuela de Liderazgo y Gestión es el establecido en la Ley del Plan 2014-2018 en la Estrategia II, Movilidad social (que contiene la formación del talento humano, uno de los 8 factores de competitividad es formación del talento humano) que crea el Sistema Nacional de Educación Terciaria (SNET), para “promover el aprendizaje a un nivel elevado de complejidad y especialización” y que pretende integrar los medios educativos existentes para estructurar una oferta de educación especializada y acorde con las necesidades identificadas en las regiones. Vale recordar que aquí se creó hace 20 años la Escuela de Liderazgo que, lamentablemente, por la crisis fiscal del 98, que obligó al departamento del Huila a reducirse considerablemente, fue cerrada y convertida hoy en la ESAP Regional Huila y Caquetá. Sería esta una excelente oportunidad para revivirla con una estructura renovada y acorde con las realidades del mundo globalizado y competitivo que cada vez exige mayor y mejor formación a los líderes.

5.1.1.1. OPERATIVIDAD DEL MODELO DE GESTIÓN

Este modelo, que se asignaría a la CRECI Huila como responsable, tendría dos campos de acción concretos:

- **Dirección y coordinación** del desarrollo de las Apuestas Productivas y
- **Seguimiento, monitoreo, control y evaluación** de cada uno de los planes, programas y proyectos definidos para las Apuestas Productivas.

En el primer caso, la CRECI Huila operaría dentro de las funciones previstas después del ajuste al que la conmina la Ley 1753/15 y se consigna en el capítulo 7 del presente documento en las tareas ya señaladas en el párrafo anterior.

El coordinador estratégico de la CRECI Huila, que se propone realice una actividad permanente con dedicación exclusiva, con el apoyo del Comité Ejecutivo y la Secretaría Técnica, sería el responsable de la dirección de la AIPC actualizada y coordinaría con las mesas sectoriales de cada Apuesta Productiva, el avance de los planes, programas y proyectos aprobados en la CRECI Huila con anterioridad.

Las entidades gestoras y ejecutoras de los planes, programas y proyectos en cada Apuesta Productiva deben entender que la gestión es un proceso que integra en forma permanente la planeación de objetivos y estrategias de política, la ejecución de programas y proyectos y la evaluación que permita ajustes según resultados. Más integralmente, un proceso de gestión, se grafica en el llamado acrostico poder:

P laneación
O rganización
D irection
E valuation
R edireccionamiento

También se utiliza el PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar). Cualquiera que se aplique lleva a los mismos fines.

En cuanto al segundo campo de acción, se adopta el sistema SIGA para el monitoreo, seguimiento y evaluación de la AIPC actualizada.

El monitoreo, seguimiento y evaluación es, indudablemente, una estrategia transversal para garantizar el cumplimiento de la AIPC actualizada integrante de un modelo de gestión que exige generar las condiciones previas para que opere el principio de la autoevaluación, es decir, la posibilidad de que los propios gestores, con los instrumentos adecuados, sepan si están cumpliendo lo planificado o qué tan distantes están de las metas señaladas.

El Sistema SIGA, “Sistema de Seguimiento de la Gestión de la Agenda”, parte de estos supuestos:

1.- Todo plan que se proponga debe cumplir el siguiente proceso:



-Para ser viable se requiere:

- » Identificar prioridades para asegurar énfasis.
- » Asignación de recursos por programa, subprogramas (si cabe) y proyectos
- » Articulación total entre la parte estratégica y el plan de inversiones.
- » Coherencia entre problemas (oportunidades)-objetivos-programas-subprogramas y proyectos.
- » Metas precisas y viables de ser ejecutadas
- » Organización institucional

-Para ser ejecutable se requiere:

- » Existencia de una estructura clara y bien definida
- » Determinación de responsables
- » Definición de línea base e indicadores de gestión
- » Definición de estrategia y procedimientos de autoevaluación

-Para ser evaluable se requiere cumplir con el siguiente cuadro:

SITUACIÓN ACTUAL	DIAGNÓSTICO PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	SITUACIÓN DESEADA
QUÉ HACER PARA MEJORAR LA SITUACIÓN	*OBJETIVOS * EJES DE DESARROLLO * PROGRAMAS	METAS DE RESULTADO
CÓMO, CUÁNTO Y CUÁNDO HACERLO	* SUBPROGRAMA * PROYECTOS ESTRATÉGICOS * PROYECTOS	METAS DE PRODUCTO

Para la correcta aplicación del SIGA, se debe verificar, en primer lugar, que la estructura de las Apuestas Productivas corresponda al cuadro siguiente parte derecha. Para ello, se introdujeron modificaciones a las acciones de la original AIPC, conformando las Apuestas Productivas en planes, programas, proyectos con metas, línea base e indicadores (ver los planes, programas y proyectos en este capítulo). Al mismo tiempo, se relacionan los factores de Competitividad con los proyectos pero dentro de tal estructura y no de manera independiente como en la estructura original²⁴⁵.

Para facilitar la adopción de esta estructura se utilizaron los formatos en los que se presentan los planes, programas y proyectos por cada Apuesta Productiva en este capítulo siguiendo las necesidades identificadas para cumplir con los propósitos de evaluación ²⁴⁶.

²⁴⁵ Es necesario aclarar que muchas de las acciones referidas en la AIPC, son, en realidad, proyectos y no con la concepción de acciones relativas a los proyectos. Por esto, se considera cerrar la estructura con los proyectos lo cual no desconoce las acciones con las que se ejecutan todos los proyectos. Solo para efectos de establecer los compromisos de estructuración de la presentación de la Agenda para efectos de monitoreo, seguimiento y evaluación.

²⁴⁶ En el desarrollo de la fase dos, el coordinador general del proceso capacitó a los coordinadores de cada Apuesta para la aplicación inmediata de

Cuadro comparativo estructura AP

ESTRUCTURA ORIGINAL AIPC	ESTRUCTURA PROPUESTA AP EN PRC
Denominación	Denominación
Objetivo o descripción resumida de la AP	Descripción y objetivos
Sector, producto, cadena o clúster que involucra características ²⁴⁷	Justificación de la apuesta (por aporte a la a la internacionalización y consolidación de la economía deptal e impacto social en empleo y bienestar)
Identificación de la competencia a nivel mundial	Sector (es) a (los) que pertenece
Ventajas comparativas y competitivas (de la apuesta y renglones priorizados)	Planes, programas, proyectos y acciones
características de la demanda (opciones de mercado, exportaciones, importaciones)	Metas (de resultado, de producto, de proyecto y de acción)
Impacto social de la apuesta en la economía del huila (empleo, básicamente)	Línea base (en relación con las metas)
NECESIDADES O REQUERIMIENTOS Y ACCIONES PARA EL ÉXITO DE LA APUESTA	Indicadores de gestión (de resultado, de producto, de proyecto y de acción)
Posibles participantes	Horizonte de la apuesta (2020. 2032)
Financiación	Financiación probable requerida (por plan, programa y proyecto)
Entidades ejecutoras	Responsables

Los indicadores de gestión como componente clave del siga

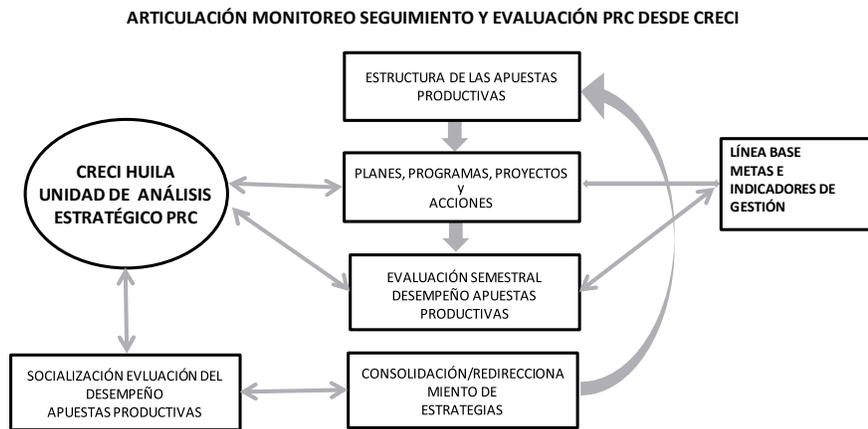
Así como existen metas de resultado y de producto, deben existir indicadores de resultado y de producto. Para saber si se cumplieron las metas de resultado debe contarse con un indicador que lo confirme y señale qué tan lejos se quedó de dicha meta si no se cumplió. Igual para las metas de producto. De la misma manera, un complemento *sinequanon* es la llamada línea base como un valor inicial. La diferencia entre esta línea base y la meta deseada define la viabilidad de su cumplimiento. Al mismo tiempo, los indicadores deben validarse con las fuentes de información disponibles en los distintos sectores, y para los factores relacionados con estos que hacen parte del plan a evaluar.

En los planes, programas y proyectos que se presentan en este capítulo, aparecen los indicadores de gestión que hacen innecesaria cualquier explicación adicional.

esta reforma y la presentación del documento final del proceso de actualización.

²⁴⁷ En estas características se mencionaba la situación actual y futura de la apuesta en cuanto a mercado, producción, Etc., pero no se identificaban como metas a pesar de que en los objetivos se mencionaban algunas pero no en cifras que es lo que hace la diferencia entre los dos factores. En esta ocasión sí deben quedar las metas claras dentro de las condiciones exigidas por un plan evaluable.

Operación del Sistema SIGA por la CRECI Huila

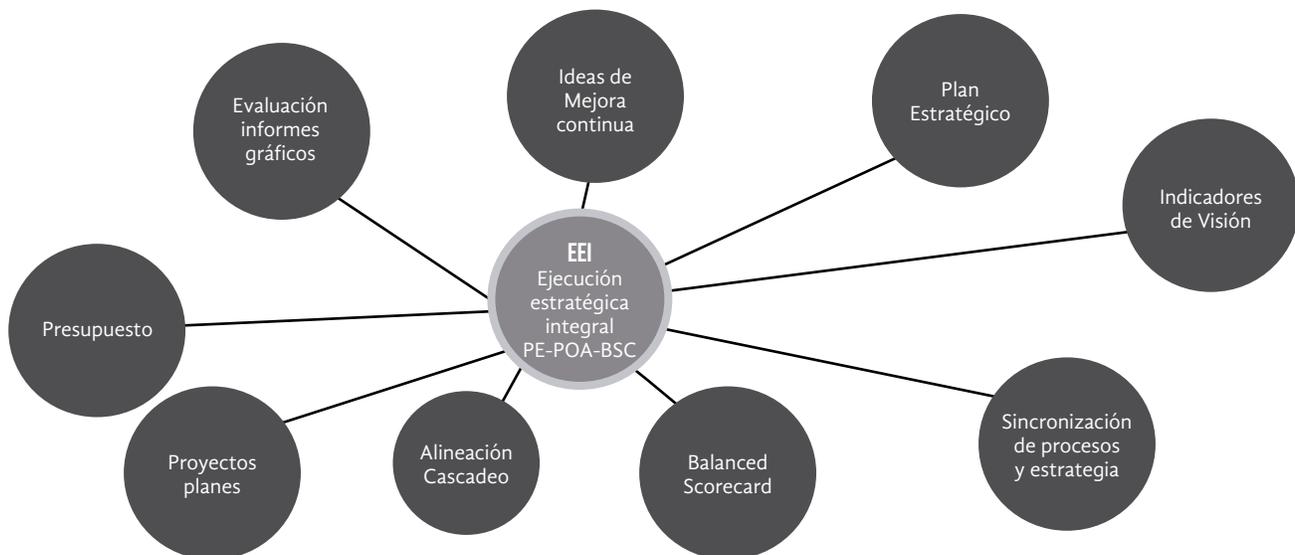


El proceso parte de la estructura de las Apuestas Productivas en la forma presentada. La CRECI, a través de la Unidad de Análisis Estratégico propuesta, hace el seguimiento permanente y cierra evaluaciones preliminares semestralmente. Este cierre hace referencia al conocimiento de los resultados que mes a mes se emiten por las fuentes tradicionales de información y análisis, ya sea mediante proyecciones de cifras o informes preliminares que permiten inferir cómo va el comportamiento de lo que nos interesa evaluar. El objetivo de estos análisis semestrales es conocer con adecuada anticipación, cuál va a ser el resultado al cierre de una vigencia anual de tal manera que se pueda redireccionar, si ello es deseable, con mayor oportunidad.

La CRECI Huila socializará los resultados con los actores de las Apuestas Productivas los cuales pueden provocar una consolidación de las estrategias o un redireccionamiento de las mismas. En ambos casos, hay que regresar a la estructura inicial para afectarla con las decisiones que se tomen al terminar cada evaluación.

Organización mínima requerida para el sistema SIGA

Se debe conformar una Unidad de Análisis Estratégico, UDAE, responsable de aplicar el Sistema de monitoreo, seguimiento y evaluación. Esta UDAE haría parte de una Ejecución Estratégica Integral, EEI creada por el experto Mario Héctor Vogel, que integra el Plan Estratégico de la Organización (en este caso CRECI Huila), el plan operativo anual y el Balance Scorecard, BSC, también conocido como tablero de comando, tal como aparece en la siguiente imagen:



5.1.2. ESTRATEGIA TRANSVERSAL 2: ATRACCIÓN DE CAPITALES FORÁNEOS, PARA INCREMENTAR LA FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL EN EL SECTOR EMPRESARIAL

Justificación

En un mundo globalizado como el actual no puede desconocerse la disponibilidad de capital en el entorno mundial no solo como natural ejercicio de colocación de excedentes financieros que alimentan el mercado de capitales sino la gran dinámica que se observa a nivel mundial en la circulación de recursos financieros. Muchas empresas multinacionales buscan “poner un pie” en regiones productoras y mercados promisorios a las que facilitan conocimiento y recursos (varias empresas colombianas están incursionando en otros mercados haciendo inversiones para fortalecer su portafolio y aumentar sus réditos)²⁴⁸.

A nivel Colombia, los flujos por Inversión Extranjera Directa, IED, han sido, en promedio, del 3,6% del PIB, incrementándose a 4,2% a partir de 2005. Las inversiones de portafolio en el mercado local aumentaron luego de la crisis de 2009, alcanzando en promedio el 1,5% del PIB entre 2010 y 2015. Del total de estos flujos, la compra de acciones por no residentes aportó en promedio el 60% y el restante correspondió a adquisición de TES. Es importante destacar que uno de los factores que explica el incremento de estas entradas de capital a partir de 2014 ha sido la mayor participación de Colombia en los índices de deuda local de países emergentes de JP Morgan²⁴⁹.

Por destino de la inversión, 50% de los aportes de capital por inversiones directas se han destinado al sector minero y petrolero, seguido de la industria (17%), el sector financiero (11%) y otros sectores como el comercio, transporte y comunicaciones (sectores coincidentes con los requerimientos de inversión del Huila).

El Huila no se ha destacado en la atracción de inversionistas foráneos en ningún sector²⁵⁰ aunque hoy se observa la presencia de capital foráneo en la construcción y el comercio (Ripley, Éxito y los centros comerciales consolidados y en construcción como San Pedro Plaza, San Juan Plaza, Plaza Arauco, entre otros) y en la hotelería. Esta presencia obedece al crecimiento de las ciudades intermedias visto desde afuera como una opción para el formato de centros comerciales y almacenes de grandes superficies más que a una estrategia dirigida desde el Huila para captar inversionistas. En menor grado, hay inversión en agroindustria (Ceagrodex, Contegral, y OLAM, de la India, en café). Sin embargo, de acuerdo con el indicador de “formación bruta de capital fijo”, FBKF, este componente de productividad ha disminuido en los últimos 10 años lo que indica que la economía huilense requiere de una importante inyección de capital.

5.1.2.1. REQUERIMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTA ESTRATEGIA

Una estrategia como esta exige la disposición de instrumentos que faciliten el éxito esperado. Entre ellos:

1. Creación de un portafolio de proyectos empresariales
2. Institucionalidad
3. Facilidades de Inversión

²⁴⁸ A diario los medios de comunicación registran negociaciones entre empresas para adquirir otras pequeñas pero con líneas de productos interesantes en presente y futuro que me haría extenso en citar tales ejemplos. Sin embargo, basta mencionar a Nutresa, producto de una alianza de esta mejicana con la Nacional de Chocolates; Bavaria hoy de Sabmiller gracias a un intercambio accionario de Santodomingo, el mayor accionista de la cervecera colombiana.

²⁴⁹ JP Morgan consideró a Colombia con buena calificación para la inversión como país emergente lo cual constituye una gran oportunidad para “vender” proyectos empresariales. Fuente: B de la R Informe de la Junta Directiva Julio de 2015.

²⁵⁰ La presencia de Emgesa como propietario del proyecto hidroeléctrico El Quimbo en el Huila, una inversión que supera los 1.100 millones de dólares es un ejemplo de que el capital llega a donde existan posibilidades de obtención de tasas de ganancia esperada, en este caso a través de la subasta realizada por el Gobierno Nacional y que ganó con este proyecto.

5.1.2.1.1. EL PORTAFOLIO DE PROYECTOS EMPRESARIALES

Promover la atracción de inversionistas no residentes en el Huila solo es posible con la existencia de proyectos que los motiven. El instrumento idóneo para ello es la conformación de un portafolio de proyectos con las distintas opciones provenientes de todas las Apuestas Productivas. Contar con proyectos no es disponer de una idea de negocio simplemente. Es analizar en profundidad todas las variables exigidas por un plan de negocios desde el producto o servicio y su verificación en el mercado hasta la organización jurídica sugerida pasando por las condiciones de producción y requerimientos financieros y las rentabilidades proyectadas además del entorno existente para el proyecto. Acudir a los fondos de inversión (hay 52 en el país) o a otros potenciales inversionistas es posterior a la conformación del portafolio de proyectos.

En todas las Apuestas Productivas existen proyectos con diferente grado de profundidad. En turismo, por ejemplo, durante los diez años de vigencia de la AIPC no se concretó ninguno de los siete proyectos perfilados como generadores de demanda turística²⁵¹. El fuerte de la inversión privada en el sector se concentró en alojamiento gracias al beneficio fiscal ofrecido en la Ley 788 de 2002, o en aprovechamiento de la tasa compensada otorgada por el departamento del Huila a través de Findeter. Igual ocurre en la agroindustria, la piscicultura, la minería y en generación de energía. Todos los sectores asociados a estas apuestas requieren capital para redireccionar y consolidar sus empresas; factor que a los niveles requeridos no se encuentra totalmente dentro de nuestras fronteras.

La academia, los centros de investigación, los gremios de la producción, son aportantes clave para el portafolio de proyectos, al igual que los diferentes programas de emprendimiento que existen en el país. En el diagnóstico de la AIPC (fase uno del proceso) se mencionó como se han elaborado proyectos en piscicultura en buena cantidad sin aplicación práctica.

En resumen, insumos para el portafolio de proyectos existen. Recursos también. El Sistema General de Regalías, SGR, contempla la financiación de proyectos orientados al aprovechamiento de los recursos existentes en las regiones y, de hecho, ya se han aprobado varios a nivel del Huila aunque sin la traducción en nuevas empresas aún.

5.1.2.1.2. INSTITUCIONALIDAD

Desde hace 4 años se creó en la Cámara de Comercio de Neiva Invest in Huila por un convenio entre Ecopetrol y la Cámara de Comercio de Neiva, orientado a atraer inversiones al departamento con una concepción similar a la aquí expuesta. No se ha presentado un informe sobre las inversiones promovidas (montos, sectores, procedencia de la inversión, etc.). Años antes, se crearon en otras ciudades del país programas con similares objetivos (Invest In Bogotá, Probarranquilla, ProAntioquia) que han contribuido a la vinculación de capital foráneo a sus respectivos territorios.

Invest In Huila, con el soporte institucional de la Cámara de Comercio de Neiva y la coordinación de la CRECI Huila, de la que hace parte, puede liderar esta estrategia. El portafolio de proyectos, será la herramienta básica para su aplicación. Invest in Huila debe contar con un experto en la identificación de inversionistas no residentes en el Huila, además de los residentes, a quienes pueda, con solvencia profesional, contactar y plantearles los planes de negocios del portafolio. Esto implica un buen conocimiento de las instituciones que promueven la inversión (Cámaras de Comercio binacionales, gremios nacionales y regionales, agregadurías comerciales de las embajadas acreditadas en el país y de las agencias gubernamentales que operan en el sector como Bancoldex, Procolombia, etc.).

Estas actividades pueden cobijar gestiones para el apalancamiento de los proyectos con líneas de financiación cuando se requiera. El reciente fortalecimiento de Bancóldex en este campo es un buen referente para procurar su apoyo siempre, con proyectos.

²⁵¹ Parque Islas de Aventura, Parque Temático de La Tatacoa, Parque del Macizo Colombiano, Red de Parques y Museos del Alto Magdalena, Parque Yaguará- Betania, spa Rivera Termales, Tren Turístico Neiva-Villavieja.

5.1.2.1.3. FACILIDADES DE INVERSIÓN

Además de los tradicionales incentivos fiscales como los establecidos para el turismo (en tres años fenece el beneficio de la exención a la renta por 30 años para construcciones hoteleras habitacionales), el mecanismo de zonas francas, ampliamente utilizado en el país por su último fortalecimiento normativo hace 10 años, es una oportunidad para el establecimiento de iniciativas que potencien las ideas de inversión, pues van más allá de la reducción tributaria por disponer de facilidades para la ubicación de los proyectos empresariales para atender tanto al mercado nacional como a los internacionales.

En el Huila opera, desde el 2014, la Zona Franca Surcolombiana, un complejo industrial de bienes y servicios localizado en la vía Neiva-Palermo, que ofrece ubicación a las industrias de los sectores agroindustrial, minero, petrolero, textil, farmacéutico, metalmecánico, servicios de las TIC (call center, data center, BPO, KPO,), logística y todo tipo de servicios complementarios para su buen funcionamiento, generando ventajas competitivas a las empresas que se instalen en este complejo. Su área neta urbanizable es de 51.9 has, con 166 lotes industriales de bienes y servicios, más de 84.000 m² de vías, 145.056 m² de zonas verdes, 22.194 m² de zonas comunales y 8.115 m² de zonas de servicios²⁵².

El régimen franco colombiano es un extraordinario aliado para la atracción de inversionistas, objetivo de esta estrategia, pues ofrece beneficios tributarios como:

- » Tarifa única de impuesto de renta del 15% para usuarios industriales de bienes y servicios. Esto genera un ahorro del 55.8% sobre el impuesto de renta pagado en Colombia, el cual en condiciones normales es del 34%.
- » Exención de IVA para materias primas, insumos y bienes terminados que se vendan desde territorio aduanero nacional a usuarios industriales de bienes y servicios de Zona Franca.
- » Al pagar impuesto de renta la empresa, los dividendos en cabeza de los socios están exentos.
- » Adicionalmente, y procedente del municipio de Palermo por la ubicación de la Zona Franca en esa jurisdicción, las empresas instaladas y calificadas en Zona Franca Surcolombiana se benefician de la exención del impuesto de Industria y Comercio del municipio durante 10 años (a partir del 2012), previo cumplimiento de requisitos.

También, beneficios aduaneros:

- Extra territorialidad aduanera
- No pago de tributos aduaneros (IVA y arancel), por bienes de capital, equipos, insumos y repuestos provenientes del exterior.
- Nacionalización parcial de mercancías
- Las exportaciones que se realicen desde Zona Franca a terceros países se benefician de los acuerdos comerciales internacionales negociados por Colombia.
- Se reconoce origen nacional sobre bienes elaborados, manufacturados, o que sean producto de cualquier proceso productivo desarrollado en la Zona Franca. (Excepto Perú).
- Posibilidad de realizar procesamientos parciales por fuera de la Zona Franca.
- Posibilidad de vender al territorio nacional el 100% de la producción de bienes o servicios producidos en Zona Franca con el respectivo pago de arancel e IVA únicamente sobre el porcentaje de insumos provenientes de terceros países.
- Agrupación de documentos de transporte en una declaración de importación
- Terminación de regímenes temporales en Zona Franca.
- Valoración de equipos, según el estado de la mercancía: la determinación de la base gravable se realiza sobre el estado real del bien, evitando así el pago de impuestos sobre mercancía inservible u obsoleta.
- Procesos aduaneros simplificados, gracias al formulario de movimientos de mercancías, emitidos por el usuario operador, quien hace las veces de DEX.

²⁵² Presentación Zona Franca Surcolombiana. Información suministrada por esta institución para la actualización de la AIPC.

La Zona Franca Surcolombiana va en la segunda etapa de las cinco proyectadas, lo cual garantiza que los potenciales inversionistas pueden pensar en la utilización de esta figura lo que fortalece esta estrategia.

5.1.3. ESTRATEGIA TRANSVERSAL 3: ADOPCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE RECONVERSIÓN PRODUCTIVA FUERTEMENTE SOPORTADA EN LA CT+I Y CON SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Justificación

En todos los sectores de las Apuestas Productivas se requiere un proceso de reconversión productiva. En Agroindustria, la orientación hacia la generación de valor agregado exige superar la concepción primaria de las actividades agropecuarias; en turismo, superar la visión estrecha de las organizaciones dedicadas a su posicionamiento requiere de los desarrollos informáticos incorporados en las TIC's además de un fortalecimiento de la institucionalidad. En piscicultura, las actuales dificultades por la sobre-explotación del embalse de Betania y el inevitable traslado de la producción a estanques en tierra demanda innovación y tecnología y un nuevo modelo de negocio que exigirá además una estructura empresarial más sólida; mejorar la imagen de la minería debe soportarse en tecnologías de punta, algo que ya están haciendo mineros responsables en el Huila. Finalmente, responder a las inquietudes sociales sobre el impacto de los proyectos convencionales de generación de energía, una gran potencialidad para el departamento, hace que se diversifique la canasta energética como se planteó en el capítulo anterior.

La reconversión productiva²⁵³ es un proceso de cambio que se lleva a cabo en un sector o en las organizaciones para adaptarse con éxito a las nuevas condiciones y exigencias del entorno. Tiene como características más importantes:

- » Se soporta en una realidad incuestionable
- » Parte de un cambio en la actitud y la forma de ver las cosas por parte de las personas.
- » Implementa modificaciones profundas e integrales.
- » Exige la participación de toda la organización.

Dados el diagnóstico de la fase uno del proceso de actualización de la AIPC y el registro de los argumentos en favor de la continuidad de las apuestas productivas y, al mismo tiempo, las exigencias para su operatividad en adelante y el golpe en el mercado mundial por los bajos precios del petróleo y los "commodities" a los países altamente dependientes de estos productos básicos como Colombia, se cumplen las características de un proceso de reconversión productiva por lo que adelantarlos resulta inevitable.

5.1.3.1. ESQUEMA DEL PROCESO DE RECONVERSIÓN PRODUCTIVA

Adoptar un plan estratégico integral (es decir involucra a todas las Apuestas Productivas en todos los factores de competitividad) exige un compromiso de todo el empresariado, las instituciones y la academia para asumir su papel. En cada Apuesta, previa verificación de la situación actual que se ha resumido aquí por limitaciones metodológicas, se define la factibilidad para la reconversión (con elección de alternativas), se establece la organización mínima para la misma, sus mecanismos de ejecución y su implementación. Al igual que la estrategia transversal uno (1), el proceso exige seguimiento y evaluación.

De hecho, reconversión productiva no es una novedad. Hace rato se viene hablando de ella y se han aplicado en sectores como el agropecuario y en empresas que han tenido que adaptarse a cambios enormes del entorno como los actuales. La diferencia está en el alcance del proceso en cuanto a los objetivos. Al denominar plan estratégico integral se quiere indicar la exigencia de cobijar a todas las Apuestas Productivas con metas claras y periodo de aplicación para lograrlas. Si el Huila le sigue apostando a los renglones

²⁵³ Tomado de monografía de Mcs. Carmen Rosa Valdés Sáenz, Universidad Hermanos Saíz Montes de Oca. Facultad Forestal Agronomía. Pinar del Río. Cuba.

líderes como los definidos en el 2005 más los nuevos consignados en este documento, resulta lógico que el alcance de la reconversión productiva involucre a los sectores que lideran nuestra economía de manera articulada, coherente y decidida para provocar mejores resultados.

Este plan debe soportarse en dos herramientas clave:

- **Ciencia, tecnología e innovación**
- **Sostenibilidad ambiental**

Con la primera, ciencia, tecnología e innovación, se logrará el mejoramiento en procesos productivos mediante transferencia de conocimiento, incorporación de nuevas tecnologías mediante el uso de maquinaria de última generación y, por supuesto, la formación del talento humano que garantice la consolidación de estos cambios.

El plan estratégico de CTI del Huila 2010, vigente y que debe integrarse al Sistema único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila, según la Ley del Plan 2014-2018, proyecta liderar el proceso de tránsito de la actual economía del Huila de ser una conducida por factores (Explotación de recursos naturales básicamente aunque con asomos a la economía conducida por la eficiencia) a una economía conducida por el conocimiento (alto valor agregado, innovación, negocios diferenciados) en un plazo de 17 años (hasta el 2032). Su argumentación es la misma que se aplica para este Plan Estratégico de Reconversión Productiva y que está consignada en el PECTI Huila 2010 como:

“El departamento del Huila tiene la necesidad de cambiar hacia un modelo de desarrollo científico-tecnológico, económico y social que facilite la transformación y mejoramiento de las situaciones actuales...”²⁵⁴... Concebir lo anterior pasa por un fortalecimiento en materia de instituciones, infraestructuras, recursos para C+T+I y un aumento de la producción científica y tecnológica así como un mayor nivel de educación en CyT en niveles de maestría y doctorado. En materia económica, debe producir un valor agregado medio-alto o alto enfocándose en factores como: productos con un precio en el mercado entre US\$100 –US\$1.000 /Kg; un salario promedio entre 12 y 24 US/Hr, así como una infraestructura en CyT donde se generen estructuras especializadas en generar, promover y soportar negocios de alto valor y aplicaciones de impacto social con alto contenido de conocimiento como redes y parques de CyT”

Esta referencia exige la inclusión de otros argumentos en favor de la herramienta de C+T+I como fuerte soporte para la reconversión productiva. Para mayor profundidad sobre este factor se sugiere consultar las estrategias propuestas por el PECTI que se fortalecerá con su inclusión en el Sistema único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación entre otras razones, por la necesaria priorización de la C+T+I en favor de las Apuestas Productivas, la cual no es clara en este momento por la dispersión existente. Un referente sencillo en esta materia es la necesidad de fortalecer la institucionalidad y las organizaciones empresariales del sector turístico modernizando su funcionalidad con estrategias TIC. Igual puede mencionarse la obligación de generar valor agregado en la agroindustria (Ver capítulo I).

En cuanto a la segunda herramienta, la sostenibilidad ambiental, en el 2014, la CAM, lanzó el Plan 2050, de lucha contra el cambio climático con tareas claras para contrarrestar sus efectos nocivos por su realidad incuestionable. Es imperativo adoptar por todos este plan y aplicarlo en lo que corresponda a sus actividades propias. Solo así se reconocerán las llamadas fronteras naturales de toda acción productiva.

La FAO ha sugerido un programa denominado *ciudadanía global y responsabilidad social corporativa* que perfectamente se pueda adoptar en el Huila y dentro del Plan 2050 al que se ha hecho mención. Para ello, debe revivirse la acción 4 de las correspondientes a la sostenibilidad ambiental (pág. 74 Agenda Interna original) referida a *“Desarrollo, transferencia y adopción de tecnologías sobre prácticas ambientales sostenibles y limpias que permitan obtener certificaciones de organismos autorizados. Esta acción conlleva la sensibilización de la población involucrada en las cadenas de café, cacao, frutales y tabaco para adoptar mecanismos y estrategias de producción limpia a través de la asistencia técnica aplicada de tal forma que se*

²⁵⁴ Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila, Colciencias, Grugetec, Codecyt Huila 2010, Pág.32.

logre en tiempo cercano el reconocimiento y la certificación de organizaciones internacionales de producción limpia, V.G sello verde”.

En esta acción se reconoce que al 2005 existían procesos de certificación en producción limpia “*aún no sistematizados como tampoco masificados que permitan o garanticen producciones sustentables y sostenibles para un mercado global*”. A hoy, según los recientes análisis, se están construyendo beneficiaderos ecológicos que disminuyen la contaminación de las aguas de quebradas y ríos y se están construyendo depósitos con la pulpa y el mucílago para la elaboración de abonos orgánicos para el mismo cultivo. También se han iniciado procesos para la utilización de la madera del arbusto cuando se da la renovación para la fabricación de muebles, mejorando de esta manera el reciclaje de los subproductos del mismo. Aunque no se llevan estadísticas precisas en esta materia, se estima que en la actualidad una quinta parte de la fincas están aplicando estos procedimientos. En otras palabras, es mucho lo que falta por hacer.

Fedecacao, Fedecafé, Asohofrucol, los piscicultores, los mineros, los generadores de energía y el mismo turismo, además de los gobiernos departamental y municipales, la CAM y las universidades, mantienen esta responsabilidad hacia el cumplimiento definitivo de este compromiso en un escenario de cambio climático mucho más exigente en términos de respuestas para preservación del planeta.

5.1.4. ESTRATEGIA TRANSVERSAL 4: PROMOVER EL CONTROL Y LA REDUCCIÓN DEL COSTO REGIÓN, FACTOR CLAVE PARA LA COMPETITIVIDAD REGIONAL

Justificación

El *costo país* es uno de los factores que más incide en la posición de un país en los rankings globales de competitividad y, como consecuencia, se constituye en un objetivo de política para el fortalecimiento de la competitividad de los países y, al mismo tiempo, en excusa recurrente de empresarios e instituciones. Colombia no es la excepción. La ANDI, ANALDEX, SAC, entre algunos gremios, claman por una reducción del *costo país* para mejorar la competitividad de sus productos reconociendo que *la competencia no se limita a los productos finales; los bienes intermedios que hacen parte de una cadena global de producción también se miden en su estructura de costos con los de otros países. Lo anterior ha obligado al país a internacionalizar los precios de sus productos finales e intermedios*.²⁵⁵ Aunque la infraestructura vial, la energía, los aranceles, etc., componentes de este *costo país*, son manejados desde el Gobierno central, las regiones y su red de ciudades y centros de producción terminan registrando diferencias importantes en estas variables, ya por la mayor influencia de las representaciones políticas en los niveles decisorios nacionales o por la afinidad de su ubicación geográfica con metas país en exportaciones o integración regional internacional, como ejemplos, que también resultan influenciados por estas decisiones que generan lo que podemos llamar costo región. Existen territorios con *costo región* más altos que otros por lo que, al igual que los países, deben las regiones asumir iniciativas, dentro de los límites normativos y las posibilidades reales de complementación mediante contrapartidas a los esfuerzos nacionales, que promuevan un *costo región* más favorable para la competitividad.

5.1.4.1. FACTORES DEL COSTO PAÍS APLICABLES AL COSTO REGIÓN

Con base en los factores del *costo país* definidos por la ANDI, se realizó un análisis comparativo de los que permiten una gestión desde las regiones, con base en la realidad del departamento del Huila, para acompañar los esfuerzos nacionales en procura de un menor costo región, de acuerdo con la argumentación expuesta. En la tabla 81 se aprecia el ejercicio.

De acuerdo con el análisis, el Huila aportaría parcialmente en los factores incertidumbre jurídica, costos de producción, logística, transporte e infraestructura, costos laborales y trámites y tarifas. En incertidumbre jurídica la intervención regional es muy escasa pues solo puede garantizar el tra-

²⁵⁵ Estrategia para una nueva industrialización - ANDI 2015

tamiento existente en materia impositiva. En costos de producción hay una posibilidad en energía y gas si aumenta su autonomía en su generación. En cambio, en alcantarillado agregando agua puede influenciar ampliamente si mejora su eficiencia en la prestación de estos servicios. En el sistema tributario su manejo es de total discrecionalidad del Gobierno Nacional. En costos de logística, transporte e infraestructura, dos renglones resultan importantes: oferta de facilidades como zonas francas y servicios especializados y uso de regalías para vías secundarias y terciarias como complemento de los planes viales macro de la Nación.

Al respecto, Colombia cuenta hoy con un ambicioso plan de infraestructura de mediano y largo plazo bajo el mecanismo de concesiones privadas, conocido como el programa de Cuarta Generación de Concesiones, 4G, el cual suma una inversión estimada de \$47 billones para ejecutarse entre 2015 y 2020 e involucra 8.918 km a intervenir (aportando durante la etapa de construcción 1,6 puntos adicionales al PIB, generando más de 200 mil empleos directos y, vía encadenamientos, contribuyendo al crecimiento de sectores estratégicos de la economía. Luego, durante la etapa de operación, se espera una reducción de los costos de transporte del orden del 20%, una reducción del 30% en los tiempos de viaje, con lo que se obtendría un aumento significativo de la competitividad del país.

Tabla 81. Análisis comparativo costo país vs. costo región

No.	Factor	Descripción o Variables	Costo Región
1	Incertidumbre jurídica	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad jurídica es presupuesto indispensable para la inversión. • Cambios permanentes en la normatividad tributaria, ambiental, laboral, comercial, aduanera y de transporte. • Necesidades de precisión de normativa e indispensable en los impuestos territoriales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo es aplicable en la garantía a inversionistas o empresas en normas sobre tratamiento impositivo en materia local.
2	Costos de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Energía. • Gas natural. • Costos de combustibles. • Cobros del servicio público de • Alcantarillado. 	<ul style="list-style-type: none"> • En energía y gas se podría intervenir si el Huila amplía su generación propia. • En servicio de alcantarillado tiene plena opción de contribuir al menor costo región.
3	Sistema tributario	<ul style="list-style-type: none"> • Segunda tasa de tributación total más alta de Latinoamérica. (75,4% Sobre ganancias.) • Base gravable. • Impuestos (renta y patrimonio.) • Impuestos territoriales. • Financiación del gasto público. 	<ul style="list-style-type: none"> • No aplicable excepto en impuestos territoriales que se trata en el factor “trámites y tarifas”, y en infraestructura que se trata en el factor siguiente.
4	Costos de logística, transporte e infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • “De 224 millones de toneladas al año que se movilizan al interior del país, se concentra el 98% en el modo carretero.” • “De acuerdo con el Foro Económico Mundial (2014 - 2015), Colombia es 66 entre 144 países, por la calidad de la infraestructura de transporte (puesto 108 en general), por modos de transporte; carretera (126), férrea (102), portuaria (90) y aérea (78).” 	<ul style="list-style-type: none"> • Se depende de la gestión que se haga frente al Gobierno Nacional en materia vial. En logística ofreciendo facilidades como Zonas francas y servicios especializados. • Más autónomamente, se pueden ofrecer contrapartidas (regalías) para las vías secundarias y terciarias como complemento clave.

No.	Factor	Descripción o Variables	Costo Región
5	Costos laborales	<ul style="list-style-type: none"> • Simplificación laboral • Flexibilización laboral • Costos laborales 	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede mejorar con más productividad y empleo formal.
6	Trámites y tarifas	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia de la apertura de un negocio. • Declaraciones de impuestos ante la DIAN. • Trámites ante los municipios (ej.: Industria y comercio) • Trámites ante la Superintendencia de Sociedades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplia posibilidad de reducción del costo región eliminando sobre cargas a la creación de empresas y sustituyéndolas por estímulos según resultados en empleo y fortaleza de los sectores.

Fuente. Elaboración propia con base en documento ANDI.

Este programa es altamente favorable para el Huila, al que, por fin, se le está reconociendo su papel de nodo de conectividad y corredor estratégico para el acceso al sur del continente y a Venezuela vía La Uribe, Meta. Se incluyeron las siguientes vías:

Neiva – Mocoa- Santana²⁵⁶

Trayecto: Neiva-Campoalegre-Gigante-Garzón-San Juan de Villalobos-Mocoa-Santana.

Inversión \$1,5 billones, mantenimiento \$1.5 billones. Total \$ 3 billones.

Longitud intervenida: 447 Kms (22 Kms. de doble calzada (Neiva-C/legre), más 36 Km de variantes en municipios intermedios; 18 Kms. de mejoramiento en 3 tramos y 393 de vía existente rehabilitados incluido el tramo La Portada- San Agustín.

Adjudicada el: 9 junio de 2015

Girardot – Neiva (APP's)

Trayecto: Girardot-Espinal-Saldaña- Castilla- Aipe- Neiva.

Inversión \$800 mil millones de pesos.

Longitud 74 Km de doble calzada entre Girardot – Saldaña y Aipe-Neiva. Rehabilitación de 171 km, más el mejoramiento de 21,3 km, así como la construcción de la variante occidental de Neiva.

Conexión Pacífico – Orinoquía.

Valle del Cauca, Tolima, Huila y Meta.

Trazado desde Florida, Valle del Cauca, pasando por puntos clave para la conectividad interdepartamental y regional como La Herrera, en la cordillera Central en el Tolima; Colombia, sobre la cordillera Oriental, en el Huila, hasta el municipio de Mesetas, en el Meta. Su extensión estimada es de 454 Kms, y definirá además el recorrido y la mejor alternativa para construir la vía, que hasta Santa María en el Huila tendría una longitud estimada de 184 Kms, complementar y actualizar los que en 2011 ya realizó el Invías, para el tramo de 270 Kms entre Colombia, Huila y Mesetas, Meta, pasando por Uribe y San Juan de Arama.

El diseño de este estudio tuvo un costo de \$20.673 millones, y el 18 de noviembre, en audiencia pública, será adjudicado el contrato.

Circuito Turístico del Sur

Recientemente (septiembre 2015) se adjudicó el contrato para el mejoramiento y la terminación de aprox. 40 Kms del llamado Circuito Turístico del Sur, un viejo anhelo de los huilenses para consolidar la oferta de turismo cultural.

²⁵⁶ Así van las autopistas de Cuarta Generación en Colombia - Sala de prensa Vicepresidencia de la República 25/03/15.

El deficiente estado de las vías en las zonas productoras rurales (agrícolas, turísticas y mineras, como se observa en las apuestas respectivas) debe superarse para que los productores no queden al margen de la modernización de la infraestructura porque se generaría una exclusión costosa por el difícil acceso de los productos y servicios a las nuevas facilidades viales, hoy denominadas de cuarta generación.

Finalmente, en trámites y tarifas, mejorar la eficiencia en la apertura de los negocios y reducir las cargas administrativas e impositivas (como estampillas pro-diversos fines) es total decisión local. Al respecto, la CRECI Huila ha solicitado modificar los sobre costos a la apertura de negocios por limitar la captación de nuevas empresas pues, comparativamente con otras ciudades, los costos son mucho más altos. Vale un análisis donde se contemple una sustitución de los recursos que ingresan por estos conceptos y se compensen con otras rentas contemplando en ellas, los beneficios por la mayor actividad comercial y de empleo que se obtendría de esta decisión.

5.2. PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS POR APUESTAS PRODUCTIVAS

5.2.1. APUESTA PRODUCTIVA AGROINDUSTRIA DE BASE TECNOLÓGICA

PLAN 1: RECONVERSIÓN TECNOLÓGICA Y PRODUCTIVA DE LOS RENGLONES PRIORIZADOS DE LA APUESTA AGROINDUSTRIAL

Justificación: El departamento del Huila, reconocido por su vocación agropecuaria, requiere de un proceso de reconversión para transformar sus productos primarios en productos de alto valor agregado y así consolidar la Apuesta Agroindustrial de base tecnológica.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Elevar la productividad agropecuaria en los renglones priorizados en 10 p.p. e incrementar la transformación agroindustrial en 3% del PIB Huila al 2020.	0,9% del agregado industrial como participación en el PIB Huila al 2013. Rendimientos (ton/ha) al 2013, en cultivos priorizados: café especial: 1.72; cacao: 0.5; frutales (cholupa: 7.1; granadilla: 10.7; maracuyá: 12.1; mora: 5.6; uva: 7.8).	% de transformación agroindustrial por renglones agropecuarios. % Incremento de productividad agropecuaria medido en los rendimientos (Ton/Ha)

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.986.185 millones de pesos.

PROGRAMA 1: INCREMENTAR LA TRANSFORMACIÓN AGROINDUSTRIAL DEL HUILA.

LINEA BASE: 57.1% de transformación de la producción agropecuaria al 2014.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Elevar al 70% el grado de transformación de la producción agropecuaria al 2020.	% Transformación de la producción agropecuaria/Total de producción agropecuaria.	Con la ejecución de este programa se aporta 1.2 p.p. a la meta de resultado.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$ 1.320.000 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Bajo uso de C+T+I en la actividad agropecuaria.

CAUSA 2. Escasa cultura de generación de valor agregado.

CAUSA 3. Baja capacidad de endeudamiento

CAUSA 4. Impacto ambiental negativo

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Reconversión productiva de los renglones priorizados sembrando variedades resistentes al cambio climático, plagas y enfermedades, con mejor densidad de siembra, sistema de riego más adecuado, BPA y certificaciones de cultivos.

Causas que atiende: 1, 2.

JUSTIFICACIÓN: Para mejorar la calidad y productividad en los renglones priorizados para construir una agroindustria sólida, es necesario implementar sistemas productivos más eficientes.

OBJETIVO: Reconvertir en los próximos 5 años 200.303 has. nuevas en los rubros priorizados a un ritmo de 40.077 has/año, para un total al final del periodo de 392.215 has.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 1.200.000 millones de pesos. (Ver memoria de cálculo anexa por el Autor.)

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, CEPASS.

META DE PROYECTO	200.303 hectáreas de renglones priorizados reconvertidas productivamente en los próximos 5 años, con 40.077 hectáreas reconvertidas por año.
INDICADOR DE PROYECTO	No. de hectáreas de renglones priorizados reconvertidas en los próximos 5 años.

PROYECTO 2: asistencia técnica para mejorar cobertura y atención a los productores de café e incentivo para la reconversión de la caficultura y ajuste a los sistemas productivos en las regiones vulnerables a la variabilidad climática.

Causas que atiende: 3

JUSTIFICACIÓN: la dinámica del departamento del Huila durante los últimos 5 años aumentó el área cafetera de 100.000 a 150.000 hectáreas, las cuales no estaban registradas. Igualmente aumentaron el número de cafeteros en un 35% en el mismo lapso de tiempo. Por lo tanto, se requiere de la asistencia técnica para garantizar la atención del servicio.

OBJETIVO: incrementar cobertura y atención al 85% de los cafeteros, apoyar la reconversión para la reconversión de 60.000 hectáreas de café, 15.000 de ellas con incentivo y el ajuste a sistemas agroforestales (árboles de sombrero) de 15.000 hectáreas de zonas aptitud 3 para café.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo - Sostenibilidad ambiental

INVERSIÓN APROXIMADA: \$24.035 millones de pesos

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, Gobernación del Huila, Banco Agrario, Comité departamental de cafeteros, recursos propios cafeteros.

META DE PROYECTO	El 85% de los cafeteros atendidos, 60.000 hectáreas de café renovadas y reconvertidas con variedades resistentes a roya, 12.000 hectáreas reconvertidas por año y 15.000 hectáreas con sistemas agroforestales (3000 hectáreas por año)
INDICADOR DE PROYECTO	de cafeteros atendidos, No. de hectáreas reconvertidas con variedades resistentes a roya del café y áreas de café con sistemas agroforestales

PROYECTO 3: Incrementar el valor agregado en los renglones priorizados (café, cacao, frutales), mediante procesos de transformación agroindustrial.

Causa que atiende: 1, 2.

JUSTIFICACIÓN: La agregación de valor es un requerimiento básico para mejorar el nivel competitivo de la producción primaria del Huila.

OBJETIVO: Aumentar en 5% el monto de producción de café, cacao, frutas, caña panelera, cereales y leguminosas, carne y leche bovina con procesos de transformación agroindustrial para llegar a los mercados nacional e internacional con productos finales o intermedios de alta calidad e inocuidad.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 30.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, CEPASS.

META DE PROYECTO	Aumentar en un 5% el volumen de la producción de café, frutas, cacao, caña, carne y leche, cereales y leguminosas huilenses que recibe procesos de transformación industrial para convertirse en producto final o intermedio.
INDICADOR DE PROYECTO	% de producción en renglones priorizados que se transforma en producto final o intermedio sobre el total de la producción departamental

PROYECTO 4: Construcción de 60 centrales de beneficio, micro centrales y beneficiaderos ecológicos comunitarios así: 50 para café, 10 para cacao, garantizando un producto de calidad estandarizado y un sistema productivo amigable con la naturaleza.

Causa que atiende: 1, 2.

JUSTIFICACIÓN: Para garantizar un grano de café pergamino de alta calidad, como una almendra de cacao de excelente textura, aroma, color y sabor, se requiere homogenizar los procesos de cosecha lo que se obtiene con las centrales de beneficio además de un proceso amigable con el medio ambiente.

OBJETIVO: Garantizar que el 20% de la producción del departamento en café y cacao tenga un proceso de cosecha estandarizado y de calidad.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento – Desarrollo empresarial – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$60.000 millones de pesos.
(inversión promedio de \$ 1.000 millones por beneficiadero.)

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, CEPASS.

META DE PROYECTO	10.000 toneladas de café pergamino, 1.000 toneladas de cacao seco en pepa procesados en el año 2020 en los nuevos 60 centrales de beneficio construidos para un total de 11.000 toneladas procesadas.
INDICADOR DE PROYECTO	No. de toneladas procesadas en centrales de beneficio al año 2020.

PROYECTO 5: adecuación de beneficiaderos convencionales a ecológicos e implementación de secaderos solares con materiales resistentes disminuyendo el uso de madera.

Causa que atiende: 4

JUSTIFICACIÓN: los beneficiaderos convencionales están generando subproductos que impactan negativamente las fuentes hídricas, por lo tanto, con nuevas tecnologías se reduce la afectación.

OBJETIVO: reducir el impacto ambiental en las microcuencas abastecedoras de agua para el consumo humano.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento -Sostenibilidad ambiental

INVERSIÓN APROXIMADA: \$36.150 millones de pesos

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, Gobernación del Huila, Comité departamental de cafeteros, recursos propios cafeteros, CAM.

META DE PROYECTO	Adecuación de 3.000 beneficiaderos convencionales a ecológicos y 5.000 secaderos solares
INDICADOR DE PROYECTO	Reducción de la carga contaminante generada en el sector cafetero

PROYECTO 6: Promover investigaciones sobre resistencia al cambio climático, genética de las plantas, resistencia a plagas y enfermedades, mejoramiento de equipo y maquinaria agroindustrial destinados a la alimentación animal y humana, a la salud y la belleza que utilicen como materia prima algunos de los productos de los renglones priorizados.

Causa que atiende: 1, 2.

JUSTIFICACIÓN: La investigación científica y tecnológica y su aplicación es un requerimiento para el desarrollo agroindustrial reconocido desde la Agenda Interna original por lo que se llamó "Agroindustria de base tecnológica".

OBJETIVO: impulsa un mínimo de 30 investigaciones genéticas, agroecológicas y agroindustriales para café, cacao, caña, ganadería, pasifloras, lulo, mora, maíz, frijol, buscando mejorar productividad, resistencia al cambio climático, plagas y enfermedades, así como sistemas productivos efectivos, eficientes y competitivos, con resultados en los próximos 5 años.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Conectividad, infraestructura y equipamiento – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 30.000 Millones de Pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, Empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, FEDECACAO, FERACAFÉ.

META DE PROYECTO	10 proyectos de investigación aplicada en los rubros priorizados en producción agropecuaria y agroindustria con resultados prácticos positivos y aplicables en los próximos 5 años.
INDICADOR DE PROYECTO	No. de proyectos con resultados prácticos positivos que conduzcan a mejorar la competitividad de los rubros priorizados en los próximos 5 años.

PROGRAMA 2: INCREMENTAR LA ASOCIATIVIDAD AGROPECUARIA EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS

LÍNEA BASE: El 51.4% de los productores de los renglones (74.980 de un total de 146.000) se encuentran asociados a los gremios y organizaciones empresariales.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
73% de los productores en los renglones priorizados asociados gremial y empresarialmente.	% productores asociados gremial y empresarialmente.	Este programa le genera un 0.2 % a la meta de resultado del Plan, que al mejorar la asociatividad se mejoren todos los sistemas productivos del Plan.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$ 1.000 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

Causa 1. Acentuado individualismo y muy baja cultura empresarial.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS.

PROYECTO 1: Fortalecer la actividad gremial en los rubros priorizados, incrementando el número de afiliados a los mismos mediante la creación de asociaciones municipales en los M/pios cuya producción garantice su sostenibilidad.

Causas que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Con excepción del Comité Departamental de Cafeteros, el resto de gremios presenta una débil agremiación que se debe fortalecer con la creación de Comités Municipales o Regionales según su capacidad de sostenibilidad operacional y económica. A manera de ejemplo se crearán comités municipales o regionales en Fedegan, Fedearroz, Fenalce, Fedepanela, Asohofrucol.

OBJETIVO: Incrementar la asociatividad gremial en los rubros priorizados pasando en 5 años del 51.4% al 73% de los productores.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo institucional.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 500 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, Empresarios de los Renglones Priorizados, CRECI Huila, gremios Involucrados.

META DE PROYECTO	10 nuevos comités municipales/regionales creados y sostenidos en los renglones priorizados en los próximos cinco años
INDICADOR DE PROYECTO	No. nuevos comités de renglones priorizados/ comités municipales/regionales al 2015.

PROYECTO 2: Promover la asociatividad productiva y empresarial en los renglones priorizados para fortalecer la competitividad del sector primario y agroindustrial del Huila.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: En un mundo competitivo y globalizado hacer esfuerzos individuales resulta un “suicidio”. A pesar de las exitosas experiencias de asociación cooperativa el número de cooperados puede aumentar significativamente, lo que ha sido planteado por cafeteros y otros productores. Lograr la creación de unidades de producción, comercialización y administración en los renglones priorizados es una decisión estratégica para mejorar los resultados en los renglones agroindustriales.

OBJETIVO: Elevar el índice de asociatividad empresarial en los renglones priorizados de la Apuesta Agroindustrial.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo institucional – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$500 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, gremios Involucrados.

META DE PROYECTO	Promover, crear y consolidar cinco (5) organizaciones empresariales de naturaleza jurídica (Cooperativas, SAS u otras) en los renglones priorizados de la Apuesta Agroindustrial en los próximos 5 años.
INDICADOR DE PROYECTO	Nuevas organizaciones empresariales en renglones priorizados al 2020/No. de empresas del sector al 2015

PROGRAMA 3: OPERATIVIDAD DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS

LINEA BASE: Cuatro (4) cadenas agroalimentarias identificadas, funcionando regularmente.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Fortalecimiento y consolidación de las cinco (5) cadenas productivas en los renglones priorizados de la Apuesta Agroindustrial.	No. de cadenas agroalimentarias fortalecidas y cumpliendo metas.	Este programa le aporta el 0.1 % a la meta del plan dado que las cadenas agropecuarias mejoran la productividad y competitividad de los mismos.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$ 5.000 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER

Causa 1. La débil cultura empresarial en los rubros priorizados, hacen que el funcionamiento de las cadenas identificadas (cacao, frutícola, panelera y ganadera) sea aún muy deficiente. No se ha creado en la región ni la cadena de café y ni la cerealista.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Reestructuración y consolidación de las cadenas agroalimentarias de los renglones priorizados. (5)

Causas que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Para obtener sectores agroindustriales altamente productivos y competitivos es necesario el buen funcionamiento de las cadenas con la decidida participación de todos los agentes de los clúster productivos.

OBJETIVO: Reestructuración y/o creación de seis cadenas productivas en los renglones priorizados, que contribuyan al cumplimiento del plan de competitividad en la Apuesta Agroindustrial.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo institucional.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 5.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, Empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, gremios Involucrados.

META DE PROYECTO	Cinco (5) cadenas agroalimentarias operando adecuadamente
INDICADOR DE PROYECTO	No. de cadenas agroalimentarias en funcionamiento.

PROGRAMA 4: INFRAESTRUCTURA Y DOTACIÓN DE SISTEMAS MODERNOS DE RIEGO

LÍNEA BASE: 43.000 hectáreas con riego operando actualmente en el Huila.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
22.000 has. nuevas con riego para los renglones agroindustriales priorizados a 2025.	No. hectáreas nuevas con riego permanente.	El programa aportará el 0.2% a la meta de resultado.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$ 600.000 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

Causa 1. Pocas tierras aptas para la agricultura que limitan el área cultivada en los renglones priorizados.

Causa 2. Reducción del área cultivada por lo proyectos hidroeléctricos, lo cual no ha sido reemplazada.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Construcción del distrito de riego Hobo, Campoalegre, Rivera, Neiva que dotará de agua a 22.000 has. de tierras planas, para las cuales el acuerdo de marzo de 2009 entre EMGESA, la Gobernación del Huila y los seis municipios del área de influencia del Proyecto de El Quimbo, estableció una reserva de 20 metros cúbicos de agua por segundo del caudal del Río Magdalena, con destino a este proyecto, que cuenta con estudios de prefactibilidad favorables.

Causas que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Las tierras planas y cálidas del valle del Río Magdalena presentan condiciones edáficas y ecológicas excepcionales para los cultivos priorizados pero al carecer de riego no pueden ser explotadas adecuadamente. Al dotarlas de agua se vincularán a la producción agropecuaria en los renglones priorizados.

OBJETIVO: Incrementar en 22.000 has. El área provista de riego en el departamento para cultivos en los rubros agroindustriales priorizados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento – Innovación y desarrollo – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 600.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES: SGR, BID, COOP. INTL, FINAGRO, INCODER/SEDAM, empresarios de los renglones priorizados, CRECI Huila, gremios Involucrados.

META DE PROYECTO	22.000 hectáreas nuevas con riego en el Huila.
INDICADOR DE PROYECTO	No. de hectáreas nuevas con riego en el Huila.

5.2.2. APUESTA PRODUCTIVA TURÍSTICA

PLAN 1: FORMACIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA EL SECTOR TURISMO EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA.

Justificación: Una de las razones por las cuales el Huila no ha podido convertir los insumos en productos turísticos competitivos, es la poca formación del talento humano en el conocimiento específico de cada una de las diferentes actividades de la cadena productiva del turismo y los distintos niveles de organización.

META DE RESULTADO	LÍNEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Llegar a 9.000 jóvenes formados en competencia en turismo a diferentes niveles educativos en el periodo 2016-2020.	4.500 jóvenes capacitados en turismo, en los diferentes niveles de Formación.	Número de jóvenes formados en turismo al 2020. (Se explica procedencia según el nivel de formación.)

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 1.280 millones de pesos.

PROGRAMA 1. FORMACIÓN EN TURISMO A NIVEL EDUCATIVO BÁSICO Y MEDIA TÉCNICA, EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL DEPARTAMENTO.

LÍNEA BASE: 4.210 Alumnos con formación en turismo.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Duplicar en los próximos 5 años la población escolar en nivel básico y media técnica con formación en turismo. (1.683 alumnos adicionales cada año hasta 2020.)	Número de estudiante de nivel básico y media técnica con formación en turismo al 2020/ Estudiante con formación en turismo al 2015.	Con la ejecución de este programa para el fortalecimiento de la apropiación social del turismo desde la etapa escolar, contribuyendo en un 94% al cumplimiento de la meta de resultado.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 780 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

Causa 1. Poca apropiación de las actividades turísticas en las comunidades con alto potencial en el sector.

Causa 2. Poca articulación con la media técnica en áreas de turismo.

Causa 3. Escasas oportunidades de vinculación de los jóvenes a las actividades turísticas.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Implementación del programa nacional Colegios Amigos del Turismo (CAT), en 14 nuevas instituciones educativas del departamento.

Causa que Atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Apropiación social del turismo en los municipios desde el nivel básico para mejorar la percepción del turismo como renglón productivo.

OBJETIVO: Ampliar la cobertura del programa Colegios Amigos del Turismo principalmente en los municipios con potencial turístico.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Talento humano – Entorno económico.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$240 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Fondo de Promoción Turística – MInCIT / Ministerio de Educación / Secretaria de Turismo Dpto. / Alcaldías municipales / SENA / IE / IES.

META DE PROYECTO	Incrementar en 4.000 (100%) el número de estudiantes vinculados al programa CAT, en los municipios con potencial turístico.
INDICADOR DE PROYECTO	% de estudiantes del nivel básico en el programa CAT al 2020/Total del nivel básico en 2015.

PROYECTO 2: Duplicar las instituciones educativas con articulación de la media técnica en turismo.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Mejorar las competencias laborales en turismo y preparar a los jóvenes para ingresar al mercado laboral en el sector.

OBJETIVO: Ampliar la cobertura de la media técnica de IE en municipios con interés prioritarios de atención, dada su potencialidad turística.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Talento humano.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 240 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA / Ministerio de Educación / Alcaldías municipales.

META DE PROYECTO	Incrementar en 210 los alumnos de IE en formación en turismo nivel media técnica en articulación con el SENA, municipios con potencial turístico.
INDICADOR DE PROYECTO	% de jóvenes articulados a la media técnica en turismo al 2020/Total de jóvenes articulados a la media técnica en turismo al 2015.

PROYECTO 3: Creación de un programa de prácticas para los estudiantes de turismo en los municipios con potencialidad turística mediante convenios de servicio social con las IE.

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: Una forma de vincular jóvenes en actividades turísticas es asignarle responsabilidades en los puntos de orientación turística de los municipios, además de vincular a los gestores de turismo a esta estrategia.

OBJETIVO: Vincular tempranamente a estudiantes en turismo con la realidad del sector.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Talento humano.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$300 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT / Ministerio de Educación / Alcaldías municipales/Empresarios del sector

META DE PROYECTO	Vincular a 150 jóvenes de formación en turismo a prácticas sociales en puntos de orientación turística en los municipios con potencial turístico al 2020.
INDICADOR DE PROYECTO	Estudiantes en práctica social en turismo/Total de estudiantes en turismo de los municipios con potencial turístico al 2020.

PROGRAMA 2. FORMACIÓN EN TURISMO A NIVEL EDUCACIÓN SUPERIOR (FORMAL Y CONTINUADA) PARA FORTALECER LA OFERTA LABORAL ESPECIALIZADA EN TURISMO.

LÍNEA BASE: 180 profesionales a nivel técnico, tecnológico y profesional formados en turismo al 2015.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Formar 100 profesionales nuevos en turismo al 2020 (20/Año)	No. de profesionales formados en turismo al 2020/Total línea base al 2015.	Con la ejecución de este programa se incrementará en 55,5% los profesionales formados en turismo, con esto se aportará un 6% al cumplimiento de la meta de resultado.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 500 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

Causa 1. Escasa aceptación del turismo como programa formativo con futuro.

Nota: Con el programa 1 se atiende esta causal.

Causa 2. Baja estructura empresarial del sector turismo que se limita a actividad familiar.

Causa 3. Baja capacitación de los empresarios para estructurar estrategias de gestión de recursos y formulación de proyectos.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS²⁵⁷

PROYECTO 1: Estructurar un programa de formación en gestión empresarial en turismo a nivel de diplomado (120 horas) con una cohorte anual para provocar un cambio de mentalidad en el sector.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Se requiere fortalecer las unidades empresariales del sector turístico del Huila, para mejorar el nivel de competitividad y el reconocimiento del turismo como opción productiva.

OBJETIVO: Fortalecer la operatividad de las empresas del sector turístico del Huila para lograr un mayor reconocimiento social a partir de sus resultados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Talento humano – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT / Ministerio de Educación / Alcaldías municipales participantes IES FET, CORHUILA, CUN, SENA.

META DE PROYECTO	Formar 200 gestores de turismo en el periodo 2016-2020 en gestión empresarial.
INDICADOR DE PROYECTO	No. gestores en turismo formados en gestión empresarial/ total gestores en turismo.

²⁵⁷ Nota. Se asume que las IES Corhuila, FET, cun siguen con su oferta turística a nivel pregrado por lo que no se establecen en este proyecto.

PROYECTO 2: estructurar un programa académico en formulación de proyectos y gestión de recursos (Crowdfunding y Coworking) para la atracción de inversionistas y fortalecimiento de la actividad turística.

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: Se requiere fortalecer las unidades empresariales del sector turístico del Huila, para mejorar el nivel de competitividad de las mismas.

OBJETIVO: Fortalecer la operatividad de las empresas del sector turístico del Huila para lograr un mayor reconocimiento social a partir de sus resultados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Talento humano – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$300 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT / Ministerio de Educación / Alcaldías municipales participantes IES FET, CORHUILA, CUN, SENA

META DE PROYECTO	Capacitar 200 personas al 2020 (empresarios y representantes de instituciones regionales, que apropien y multipliquen la formación en el sector, para la presentación de proyectos de inversión y gestión de recursos ante las distintas fuentes de financiamiento y trabajo asociado a nivel internacional)
INDICADOR DE PROYECTO	No. de personas capacitadas en presentación de proyectos de inversión y gestión de recursos ante las diferentes fuente de financiación identificadas/ Total de representantes del sector

PLAN 2. ESTRUCTURACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING TURÍSTICO PARA EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

Justificación: la consolidación del Huila como un destino turístico atractivo, para nacionales y extranjeros, requiere de un plan para la identificación de mercados emisores y canales de promoción y comunicación, para trazar una estrategia de comercialización y posicionamiento del destino.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Incrementar el no. de turistas nacionales y extranjeros 7%/año en los próximos 6 años (incluidos 2014-15) para llegar a 1.2 millones de turistas al 2020.	No. de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Huila: 877.834 al 2013	No. de turistas al año 2020/No. de turistas año 2013

INVERSIÓN APROXIMADA: \$5.150 millones de pesos.

PROGRAMA 1. DEFINICIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA CONJUNTA PARA POSICIONAR AL HUILA COMO UN DESTINO TURÍSTICO EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS DE LA APUESTA PRODUCTIVA

LÍNEA BASE: 877.834 turistas al año 2013 llegaron al Huila.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Un (1) plan publicitario nacional e internacional para cumplir la meta de alcanzar un crecimiento de 7%/año en los próximos 7 años con una agresiva campaña publicitaria	Un (1) plan publicitario ejecutado con metas anuales de cumplimiento (7% crecimiento anual del número de turistas).	Con la ejecución de este programa, se logra trazar una estrategia concreta que permita el cumplimiento del 7%/año en los renglones priorizados.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$5.000 millones de pesos entre 2016-2020.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. El departamento no tiene una estrategia publicitaria institucional y comercial permanente y focalizada para el posicionamiento de la oferta turística.

CAUSA 2. Más del 80% de los motivos de viaje hacia el departamento del Huila, corresponden a realización de negocios.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS.

PROYECTO 1: Estructuración del plan publicitario integral y por renglones priorizados para incrementar el flujo de turistas al departamento del Huila.

Causa que atiende: 1,2.

JUSTIFICACIÓN: Dada la competencia existente en el turismo mundial, posicionar el destino turístico y sus productos es altamente pertinente si se quiere mostrar al Huila como un destino competitivo.

OBJETIVO: Consolidar la oferta turística del Huila en el mercado nacional y en el internacional

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico, Desarrollo institucional, Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$150 millones de Pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT, Gobernación del Huila (Regalías), FONTUR, Innpulsa Colombia

META DE PROYECTO	Un plan publicitario formulado al 2016 y en ejecución periodo 2016-2020, que se consolide como la estrategia de atracción de turistas nacionales y extranjeros.
INDICADOR DE PROYECTO	Plan de publicidad turístico formulado y ejecutado.

PROYECTO 2: Diseño de un portal web de uso exclusivo para el marketing estratégico especializado y permanente de la oferta turística del departamento, que involucre los empresarios del sector en la promoción de los servicios.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: como complemento del plan publicitario del proyecto 1, su estructuración debe contemplar el uso del internet como vehículo publicitario e informativo del departamento y el adecuado aprovechamiento de las herramientas TIC's y ampliar la cobertura y efectividad de las campañas de marketing diseñadas.

OBJETIVO: Diseño de un portal web, para la implementación de la estrategia de marketing para contribuir al posicionamiento del Huila como destino turístico.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 70 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
MInCIT, Gobernación del Huila, FONTUR, iNNpulsa Colombia, sector privado.

META DE PROYECTO	Un portal web especializado con información turística del departamento, permanentemente actualizado y reconocido, que involucre empresarios del sector en la oferta de productos y servicios.
INDICADOR DE PROYECTO	Portal web especializado en turismo Huila, funcionando.

PROGRAMA 2. ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS PARA SOPORTAR EL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

LÍNEA BASE: ND (No existe estadística sectorizada por actividad turística excepto en el renglón arqueología y Paleontología)

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Estructurar al menos un (1) producto por cada renglón priorizado para un total de cinco (5) productos estructurados al 2020.	No. de productos ofertados en portafolios nacionales e internacionales	Con cinco (5) productos ofertados se espera cumplir con mínimo el 70% de la meta del Plan.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$150 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. No consolidación de productos turísticos que dificulta el mercadeo de los mismos pues no se asocian al público o segmento objetivo.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA.

PROYECTO 1: estructurar 2 productos de turismo rural y agroturismo, apoyados en los renglones agroindustriales café, panela y fincas ganaderas.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Aprovechar las potencialidades que ofrece la geografía departamental, y las actividades agrícolas y/o agroindustriales para impulsar el desarrollo de actividades de este renglón turístico.

OBJETIVO: Estructurar una oferta diversificada en turismo rural, aprovechamiento de los atractivos de las actividades tradicionales del sector agropecuario.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$30 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de promoción turística Fontur, Gobernación del Huila, alcaldías municipales y empresa privada.

META DE PROYECTO	2 Actividades asociadas al turismo rural y agroturismo en operación que atraigan 50.000 turistas adicionales /año
INDICADOR DE PROYECTO	No. productos de turismo rural y agroturismo ofertados

PROYECTO 2: Estructurar y poner en operación 2 proyectos de turismo náutico y de aventura para el aprovechamiento de los embalses de Betania y El Quimbo y su entorno inmediato.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Las grandes potenciales para el turismo del embalse de Betania y El Quimbo, junto con los escenarios definidos para actividades de aventura, constituyen una gran ventaja para desarrollo económico competitivo de estas actividades que debe mostrarse como producto consolidado.

OBJETIVO: Reconocer el aporte del renglón de turismo náutico y de aventura a la oferta turística diversificada para la atracción de turistas nacionales en este renglón.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$30 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de Promoción Turística, Gobernación del Huila, Alcaldías municipales y empresa privada.

META DE PROYECTO	2 Productos de turismo náutico y de aventura operando en el departamento al 2020 para atraer 70.000 turistas adicionales/año
INDICADOR DE PROYECTO	Turistas atraídos por actividades asociadas al turismo náutico y de aventura/ total turistas llegando al departamento

PROYECTO 3: Estructurar y ofrecer 2 productos de salud y bienestar para la atracción de turistas que demanden estos servicios.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Aprovechar la calidad de la oferta médica en la ciudad de Neiva y las ventajas comparativas de las aguas termales en Rivera para fines terapéuticos, para atracción de turistas de alto poder adquisitivo, principalmente extranjeros.

OBJETIVO: Reactivar el proyecto SPA Rivera Termales y consolidar la oferta de termalismo en el municipio de Rivera y aprovechar la oferta médica de Neiva.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial – Desarrollo institucional.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$30 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de Promoción Turística, Gobernación del Huila, Alcaldías municipales, secretarías de salud, Hospitales y Clínicas especializadas de la empresa privada.

META DE PROYECTO	2 productos de turismo de salud y bienestar para captar 40.000 turistas adicionales /año que demandan estos servicios al 2020
INDICADOR DE PROYECTO	No. turistas por productos asociados al turismo de salud y bienestar /Total turistas visitando al Huila.

PROYECTO 4: Estructurar 2 productos de turismo cultural con énfasis en la cultura agustiniana (San Agustín- Isnos) y la paleontología y astronomía de La Tatacoa.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Se requiere fortalecer la oferta arqueológica del Huila incorporando los atractivos de San Agustín en Isnos; al mismo tiempo, estructurar un producto con base en la paleontología y la observación astronómica del desierto de La Tatacoa.

OBJETIVO: Estructurar una oferta turística diversificada en el renglón de turismo cultural.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$30 Millones de Pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de Promoción Turística, ICANH, Gobernación del Huila, Alcaldías municipales, empresa privada.

META DE PROYECTO	2 actividades de turismo cultural con énfasis en la cultura Agustiniana, la paleontología y la Astronomía para atraer 60.000 turistas/año.
INDICADOR DE PROYECTO	No. Turistas en el renglón turismo cultural/total turistas llegados al Huila

PROYECTO 5: Diseñar un (1) producto de turismo corporativo que contemple la realización periódica de eventos aprovechando la infraestructura existente en Neiva y Pitalito.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El turismo corporativo atrae miles de visitantes para lo cual se requiere fortalecer la capacidad de gestión de eventos feriales, académicos, gremiales para vender a Neiva como ciudad de eventos gracias al Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y el Recinto Ferial La Vorágine, y de Pitalito para su feria equina y coliseo.

OBJETIVO: Estructurar una oferta especializada para el turismo corporativo, para posicionar las principales ciudades del departamento como sede de importantes eventos de orden nacional e internacional fortaleciendo la capacidad de gestión como lograr la asesoría de expertos en estos eventos como Corferias, Plaza Mayor de Medellín, Centro de Convenciones del Pacífico en Cali.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial- Desarrollo institucional

INVERSIÓN APROXIMADA: \$30 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de Promoción Turística, Gobernación del Huila, Alcaldías municipales, administración de Centro de Convenciones y Recinto Ferial, empresa privada.

META DE PROYECTO	Realización de 4 eventos de turismo corporativo en Neiva y Pitalito para la captación de 20.000 turistas/año en el periodo 2016-2020.
INDICADOR DE PROYECTO	No. turistas asistentes a los eventos corporativos/total de turistas visitando al Huila.

PROYECTO 6: Promover, en coordinación con Invest in Huila la atracción de inversionistas nacionales e internacionales, además de los locales para consolidar los productos de los anteriores proyectos.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Al igual que en todas las Apuestas Productivas, es necesario atraer inversionistas para fortalecer al Huila como destino turístico

OBJETIVO: Alimentar el portafolio de proyectos sugerido en la estrategia transversal para atraer capital foráneo con los proyectos que se orientan a nuevos productos o consolidación de los existentes.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial- Desarrollo institucional

INVERSIÓN APROXIMADA: No requerida directamente

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MInCIT- Fondo de Promoción Fondos de Inversión Gobernación del Huila, Alcaldías municipales, Procolombia, Bancoldex, empresa privada.

PLAN 3. ESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA DE ESTADÍSTICAS BÁSICAS PARA EL TURISMO, METODOLOGÍA PARA SU IMPLEMENTACIÓN Y ACTUALIZACIÓN

Justificación: El turismo en el Huila tiene grandes vacíos en información estadística específica que permita validar su evolución y aporte al PIB, para así poder formular política pública para el desarrollo de este sector.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Creación de la cuenta satélite de turismo para el departamento del Huila en el 2020.	No existe cuenta satélite de turismo	Cuenta satélite de turismo incorporada a las cuentas económicas del departamento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$900 millones de pesos.

PROGRAMA 1. ESTRUCTURACIÓN DE LA CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO PARA EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

LÍNEA BASE: No existe un sistema de información turística y cultural. Solo se ofrece información parcial para el conocimiento de destinos, características, etc.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Un sistema de información estadística robusto y actualizado sobre turismo entre 2016-2020.	Sistema de información estadística aplicada al turismo, estructurado y actualizado.	Con la ejecución de este programa, se contribuirá en más del 90% al cumplimiento de la meta de resultado.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$900 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER

CAUSA 1. Ausencia de información específica sobre turismo que dificulta su seguimiento y evaluación y definición de políticas para el sector a partir de bases ciertas. Las cifras de turismo están en otros rubros del PIB que resultan afectadas por actividades no asociadas al turismo.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA

PROYECTO 1: Implementar la metodología DANE para la recolección de información estadística de turismo, con destino a la cuenta satélite de turismo –CST.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: La falta de información consolidada en el sector, constituye un alto grado de incertidumbre para el conocimiento de estado actual real del sector y su aporte a la economía, limitando así la formulación de política pública.

OBJETIVO: Consolidar una base de información estadística sobre el sector turístico, mediante indicadores como número de turistas año, aporte específico de cada subsector y renglón al consolidado de la actividad.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Fortalecimiento institucional – Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$250 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
MInCIT, Gobernación del Huila, FONTUR, Innpulsa Colombia.

META DE PROYECTO	Un sistema de información estadística para el turismo, con la información específica consolidada y actualizada.
INDICADOR DE PROYECTO	Sistema de información estadístico aplicado al turismo consolidado.

PROYECTO 2: Adquisición/Diseño de un software especializado para la implementación de la cuenta satélite de turismo.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Se requiere un sistema especializado para la recolección y el tratamiento de la información estadística, que genere información importante y actualizada para la toma de decisiones.

OBJETIVO: Construir un software de información turística especializado, que se actualice de manera permanente, y que realice publicaciones periódicas de Informes en su sitio web.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico, Desarrollo institucional – Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$650 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
MinCIT, Gobernación del Huila, FONTUR, iNNpulsa Colombia.

META DE PROYECTO	Un (1) sitio web especializado en producción de estadísticas para el sector turístico departamental, articulado al sistema de información.
INDICADOR DE PROYECTO	Un (1) sitio web disponible para consulta sobre turismo en el Huila.

5.2.3. APUESTA PRODUCTIVA PISCÍCOLA

PLAN 1: MEJORAR SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD PISCÍCOLA

Justificación: Desde el 2005, cuando se señala la piscicultura como una Apuesta Productiva, se reconoce la dependencia de esta actividad en términos de especie, producto y mercado; por lo cual resulta necesario un proceso de diversificación para garantizar la sostenibilidad de esta actividad económica.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Incrementar el margen bruto/costos para la producción de tilapia nilótica para exportación de 3 p.p. al 2020.	Margen bruto 22% para la producción de tilapia nilótica en jaulones para exportación.	Margen bruto/costos.

INVERSIÓN APROXIMADA: ND

PROGRAMA 1: DIVERSIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN MEDIANTE LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS ESPECIES

LINEA BASE: La producción de tilapia corresponde al 95.2% de la producción piscícola del departamento del Huila. (35.529 ton/año de tilapia frente a 1.764,6 ton/año otras especies).

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Incrementar la producción de otras especies del 4,2% al 10%, al año 2020. (cachama 1.327 a 5.100 ton/año, capaz 0 a 260 ton/año, bocachico 77,9 a 300 ton/año, trucha 64,5 a 260 ton/año, bagre 0 a 270 ton/año y camarón 0 a 40 ton/año)	Producción de otras especies/ Total de producción acuícola en el departamento del Huila.	Con este plan se espera mejorar el margen bruto en 1 p.p.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$1.280 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Alta dependencia de una sola especie en la producción piscícola que genera un gran riesgo a la operación del negocio.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA.

<p>PROYECTO 1: Estudio de factibilidad para la implementación de seis (6) especies alternativas a la tilapia.</p> <p>Causa que atiende: 1.</p> <p>JUSTIFICACIÓN: La incorporación de cada especie requiere un estudio de factibilidad que justifique integralmente la incorporación de nuevas especies, ya que la adquisición de paquetes tecnológicos por sí sola no valida tal incorporación.</p> <p>OBJETIVO: Identificar la factibilidad económica en los factores de decisión (infraestructura, mercado, finanzas, producción y organización empresarial.)</p> <p>FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – desarrollo empresarial.</p> <p>INVERSIÓN APROXIMADA: \$680 millones de pesos.</p> <p>FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES: SGR, ACUAPEZ, Empresarios del sector piscícola.</p>
--

META DE PROYECTO	Un (1) estudio de factibilidad para seis (6) especies a incorporar en la producción piscícola del Huila.
INDICADOR DE PROYECTO	Seis especies incorporadas a la producción piscícola en el departamento del Huila.

PROYECTO 2: Adquisición y transferencia de seis (6) paquetes tecnológicos que permitan la diversificación de las especies señaladas en la meta de programa.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Existen paquetes tecnológicos que se pueden adquirir, con lo cual se disminuye el tiempo de implementación de nuevas especies según estudios de factibilidad.

OBJETIVO: Diversificar la producción piscícola del departamento del Huila en las especies: cachama, capaz, bocachico, trucha, bagre y camarón.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$600 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
SGR, empresarios del sector y nuevos inversionistas.

META DE PROYECTO	Seis (6) paquetes tecnológicos adquiridos y transferidos al sector privado
INDICADOR DE PROYECTO	Grado de diversificación de la producción piscícola.

PROGRAMA 2: DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS PARA LA PISCICULTURA.

LINEA BASE: 92,4% de las exportaciones piscícolas del Huila se destinan al mercado de los Estados Unidos.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Aumentar en 4,4% las exportaciones piscícolas a mercados diferentes al de Estados Unidos al 2020.	Exportaciones piscícolas a nuevos mercados/Total de exportaciones piscícolas del Huila.	Se reducirá la participación del mercado norteamericano en las exportaciones en 4,4 puntos porcentuales.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$3.200 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Bajo nivel de valor agregado en la producción de tilapia y filete fresco de tilapia.

CAUSA 2. No se han estudiado otros mercados potenciales.

CAUSA 3. Bajo periodo de vida útil del filete fresco de tilapia que limita sus exportaciones.

CAUSA 4. Bajos niveles de implementación de normas técnicas o sistemas de gestión que permitan el acceso a nuevos mercados.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Incrementar la producción con valor agregado.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El mercado mundial exige productos con alto valor agregado, lo cual obliga a los piscicultores del Huila a ampliar su portafolio con estos productos.

OBJETIVO: Diversificar productos para atender nuevos mercados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: innovación y desarrollo – desarrollo empresarial – conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
Fondo Nacional de Regalías para Ciencia, Tecnología e Innovación.

META DE PROYECTO	Agregar valor a dos (2) productos exportables en desarrollo de subproductos y aumento de vida útil.
INDICADOR DE PROYECTO	Exportación con valor agregado/Exportaciones básicas totales.

PROYECTO 2: Análisis de cuatro (4) nuevos mercados a partir del plan de negocios para la piscicultura elaborado por el PTP.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: La incertidumbre por parte de los Piscicultores por el desconocimiento de las condiciones y requerimientos del mercado aún no atendidos es un factor que limita la penetración de nuevos mercados.

OBJETIVO: Motivar la diversificación de mercados, a partir de un mayor conocimiento de mercados priorizados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Internacionalización de la economía.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
Empresarios del sector piscícola, Invest in Huila, Procolombia, PTP.

META DE PROYECTO	Cuatro (4) mercados analizados
INDICADOR DE PROYECTO	Nuevos mercados potenciales identificados/mercados base

PROYECTO 3: implementación para la certificación de sistemas de gestión en: Buenas Prácticas Acuícolas, seguridad alimentaria, seguridad de la cadena de suministro, responsabilidad social y sostenibilidad, huella hídrica; certificación de plantas con cero residuos y sellos de productos orgánicos, comercio justo, sellos ecológicos, sociales y ambientales.

Causa que atiende: 3, 4.

JUSTIFICACIÓN: La implementación de sistemas de gestión permite generar un valor agregado y diferenciación frente a la competencia.

OBJETIVO: Romper barreras de ingreso a nuevos mercados, generando valor agregado al cliente.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Internacionalización de la economía – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MADR, empresarios del sector, Gobernación del Huila, SGR.

META DE PROYECTO	Cuatro (4) nuevas empresas certificadas
INDICADOR DE PROYECTO	Empresas certificadas/Total de empresas piscícolas.

PROGRAMA 3: FORTALECIMIENTO DEL CLÚSTER PISCÍCOLA EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA MEDIANTE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

LINEA BASE: 0 certificación internacional del clúster piscícola

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Lograr una (1) certificación de clúster de bronce de la “Secretaría Europea para el análisis de clúster” por el clúster piscícola del departamento del Huila al 2020.	Clúster piscícola certificado internacionalmente.	Mayor acceso al mercado mundial en el que se reconozca la certificación francesa.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$4.500 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER

CAUSA 1. Baja integración empresarial que no permite consolidar el clúster piscícola en el departamento del Huila.

CAUSA2. Bajos niveles de desarrollo empresarial piscícola en el departamento del Huila.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Implementar una estrategia de asociatividad con los actores del clúster piscícola del Huila para el reconocimiento internacional del clúster que le permita aprovechar mercados.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Participación incipiente de los actores del sector en actividades y proyectos de fortalecimiento del clúster piscícola que no reconoce una actividad colectiva e integrada.

OBJETIVO: Preparar al clúster piscícola para la certificación francesa de bronce.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo institucional – Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$500 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, empresarios del sector, Innpulsa, Procolombia, Bancoldex, Acuapez.

META DE PROYECTO	Una (1) certificación francesa obtenida.
INDICADOR DE PROYECTO	Certificación con reconocimiento internacional en los mercados potenciales.

PROYECTO 2: Transferencia de procesos existentes en la piscicultura en otros países, mediante vigilancia tecnológica, VITEC.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: La presentación del proceso de vigilancia tecnológica y el conocimiento de sus resultados en términos de productividad, es vital para que los productores realicen la transformación productiva que requiere el sector.

OBJETIVO: Generar conciencia en los productores piscícolas para lograr la transformación productiva que requiere el sector.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo empresarial – Innovación y desarrollo – Formación del talento humano.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$100 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Gobernación del Huila, Bancoldex, SGR, Colciencias, empresarios del sector.

META DE PROYECTO	Aplicar al menos dos (2) procesos recomendados por VITEC.
INDICADOR DE PROYECTO	No. de nuevas tecnologías aplicadas en el sector por las empresas piscícolas

PROYECTO 3: Formación al personal técnico del sector en: sistemas de recirculación, hatchery, acuicultura sostenible, sanidad acuícola, oxigenación y aireación, genética y semillas, acuaponía, especies nativas y foráneas promisorias, y nutrición.

Causa que Atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: La implementación de nuevos sistemas productivos requiere de personal técnico que garantice la eficacia y la eficiencia.

OBJETIVO: Garantizar la productividad, calidad y sostenibilidad en la producción piscícola y el ambiente en el departamento del Huila.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Formación de talento humano – Innovación y desarrollo.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$800 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, ICETEX, Gobernación del Huila (Fondo Jenaro Díaz), Colfuturo, Acuapez, empresas del sector.

META DE PROYECTO	20 profesionales de nivel técnico formados en las áreas señaladas al 2020
INDICADOR DE PROYECTO	Profesionales especializados en áreas específicas/Total de personal técnico del sector.

PROYECTO 4: Implementar un plan de incentivos para el personal que labora en el sector piscícola, en el departamento del Huila.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Altos niveles de rotación del personal, bajos niveles de formación y competencias del personal que labora en el sector piscícola.

OBJETIVO: Generar estímulos salariales al personal asociado a los resultados para mejorar la permanencia y pertinencia en las empresas del sector y captar personal competente.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Formación de talento humano – Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$100 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

MinTrabajo, SENA, empresas del sector.

META DE PROYECTO	Un (1) plan de incentivos salariales con base en resultados, implementado en 2020
INDICADOR DE PROYECTO	Tasa de rotación del personal al 2020/Tasa de rotación al 2016, en el sector piscícola.

PROYECTO 5: Mejoramiento de la productividad piscícola en factor genética mediante implementación de dos (2) paquetes tecnológicos de la línea de genética NMTYY (Natural Male Tilapia YY), Supermacho y GST (Genetically Supreme Tilapia).

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: La línea genética YY produce machos XY, sin utilizar hormonas metiltestosterona para realizar reversión sexual, disminuyendo riesgos asociados al uso de hormonas en la producción, y eliminando barreras de ingreso a mercados europeos. La línea genética GST se caracteriza por la producción de animales de rápido crecimiento y rendimiento de filete de tilapia (140 días para obtener un pescado de 1.000 gr, con rendimientos entre el 5 y 8 % superior.)

OBJETIVO: Mejoramiento genético para incrementar productividad y garantizar el acceso a mercados especializados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
SGR, Colciencias, empresarios del sector y Acuapez.

META DE PROYECTO	10% de la producción del Huila con línea genética YY y GST.
INDICADOR DE PROYECTO	% mejoramiento de la productividad genética.

PROYECTO 6: Adquisición y adaptación de un modelo tecnológico de vigilancia individual de las condiciones fisiológicas del pez (sensores)

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: El monitoreo de las condiciones fisiológicas del animal permitirá tomar acciones instantáneas para mejorar rendimientos zootécnicos y reducir la tasa de mortalidad.

OBJETIVO: Administrar las condiciones de producción animal en el departamento del Huila, para reducir mortalidad y problemas zootécnicos.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: innovación y desarrollo – Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
SGR, empresarios del sector, Innpulsa, Procolombia, Bancoldex, Acuapez.

META DE PROYECTO	Implementar el sistema de sensores en cinco (5) empresas productoras
INDICADOR DE PROYECTO	Disminución de la tasa de mortalidad o mejoramiento de la productividad

PLAN 2: GARANTIZAR SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL DE LA PISCICULTURA EN EL HUILA

Justificación: Los altos niveles de mortalidad a partir de la situación sanitaria en la represa de Betania, debido entre otros factores a su sobreproducción, hace un llamado urgente a atender los requerimientos de sustentabilidad ambiental, fundamentado en gran parte en la implementación de buenas prácticas de manejo.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
50% de unidades productivas piscícolas calificadas como sustentables ambientalmente en el departamento del Huila al 2020.	0 Centros cumpliendo con normatividad ambiental en el departamento del Huila.	Unidades productivas sustentables/ Total unidades productivas

INVERSIÓN APROXIMADA: \$7.230 millones de pesos.

PROGRAMA 1: DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN DE TILAPIA EN SISTEMAS ALTERNATIVOS A EMBALSES EN HUILA

LINEA BASE: 85% de la producción de tilapia en embalses.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Incrementar a 57% la producción de tilapia en estanques en tierra.	% Producción de tilapia en estanques en Tierra/producción piscícola total del Huila.	Con este programa se reduce en 30% en la Represa de Betania.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$ 5.630 millones de pesos

CAUSAS A ATENDER

CAUSA 1. Sobreproducción aproximada de 32.561 ton/año en la Represa de Betania.

CAUSA 2. Bajos niveles de investigación y desarrollo de programas de sanidad animal.

CAUSA 3. Bajos niveles de implementación de buenas prácticas acuícolas y modelos de bioseguridad, regulación y control.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS:

PROYECTO 1: Fomentar la producción en métodos alternativos, en agua con cuerpos artificiales controlados.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Garantizar la sustentabilidad ambiental de las unidades productivas en Betania.

OBJETIVO: Fomentar la producción de tilapia en estanques en tierra para garantizar la sostenibilidad ambiental.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Sostenibilidad ambiental – Desarrollo empresarial – Innovación y desarrollo – Conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.400 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Min Agricultura a través del ICR, SGR, empresarios del sector y nuevos inversionistas.

META DE PROYECTO	40.000 ton de pescado producido en métodos alternativos, en cuerpos de agua artificiales controlados al año 2020.
INDICADOR DE PROYECTO	Producción en estanques/Total de la producción piscícola del Huila.

PROYECTO 2: Adquisición y transferencia de paquetes tecnológicos de la ostra de agua dulce para la disminución de la carga orgánica en la Represa de Betania.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Altos contenidos de carga orgánica facilitan el desarrollo de enfermedades, por disminución de la calidad del agua. Proyecto de viabilidad desarrollado previamente por ciencia, tecnología e innovación.

OBJETIVO: La implementación del cultivo de ostras permitirá la disminución de la carga orgánica en el embalse de Betania.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Fondo Nacional de Regalías para Ciencia, Tecnología e Innovación; Colciencias.

META DE PROYECTO	Disminuir la carga orgánica de la Represa de Betania en un 25% al 2020.
INDICADOR DE PROYECTO	Carga orgánica al 2020/Carga orgánica al 2016.

PROYECTO 3: Desarrollo de vacunas autólogas contra enfermedades bacterianas de importancia en tilapia, en la Represa de Betania.

Causas que atiende: 1, 2, 3.

JUSTIFICACIÓN: Altos contenidos de carga orgánica facilitan el desarrollo de enfermedades, por disminución de la calidad del agua.

OBJETIVO: Desarrollar y probar vacunas contra aeromonas hydrophilas y estreptococos agalactiae.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$530 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SGR, Colciencias, empresarios del sector, Acuapez.

META DE PROYECTO	Desarrollar y probar dos (2) vacunas patentes.
INDICADOR DE PROYECTO	Tasa de mortalidad en piscicultura.

PROYECTO 4: Disposición final de residuos de mortalidad animal y capacitación al sector piscícola en este campo.

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: Alto impacto de la mortalidad ambiental sobre el medio ambiente y el turismo en la represa de Betania.

OBJETIVO: Desarrollar programa de sensibilización, formación, implementación y control sobre la disposición de recursos en la represa de Betania.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$300 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

CAM, empresarios del sector, SGR, Alcaldías de Yaguará y Palermo.

META DE PROYECTO	Mitigación ambiental en áreas por mortalidad animal.
INDICADOR DE PROYECTO	100% de áreas recuperadas.

PROYECTO 5: programa de certificación de unidades productivas en modelos de BPA y bioseguridad

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: Inadecuadas prácticas de producción y seguridad animal facilitan el desarrollo de enfermedades por deterioro en las condiciones de cultivo.

OBJETIVO: Mejorar las condiciones de cultivo piscícola en el departamento del Huila.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.000 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Fondo Nacional de Regalías para Ciencia, Tecnología e Innovación; Colciencias.

META DE PROYECTO	40 empresas certificadas en BPA y bioseguridad
INDICADOR DE PROYECTO	Empresas certificadas/Total de empresas del sector

PROYECTO 6: Desarrollo social, formativo y de fidelización de trabajadores.

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: El personal de campo comprometido con la implementación de Buenas Prácticas Acuícolas en los centros productivos permitirá mejorar en términos reales su desarrollo.

OBJETIVO: Contar con el personal comprometido, formado y fidelizado en los centros de producción piscícola en el departamento del Huila.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Formación del talento humano - Desarrollo empresarial– Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresarios del sector.

META DE PROYECTO	100% de operarios del sector fidelizado en BPA
INDICADOR DE PROYECTO	Operarios del sector fidelizados/Total operarios del sector

PROGRAMA 2: AUMENTAR EL GRADO DE EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS DE LA ACTIVIDAD PISCÍCOLA PARA SU APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE

LÍNEA BASE:

- Consumo de agua por tonelada producida.
- Consumo de energía eléctrica KW/Ton.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Disminuir 10% uso de agua por ton, reducir en 30% consumo energía eléctrica/ton.	-Lts/Seg utilizados por ton. -Kwh utilizados por ton.	Mejoramiento de resultados operacionales en 30 % por menores costos.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$1.600 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Se requiere altos consumos de energía para garantizar producción sostenible en sistemas alternativos de producción en tierra.

CAUSA 2. Consumo improductivo del recurso hídrico.

CAUSA 3. Inexistencia de normatividad regulatoria que garantice el aprovechamiento racional y sostenible de los recursos pesqueros y el desarrollo de la acuicultura.

CAUSA 4. Baja articulación institucional y de control que apoye el desarrollo sustentable de la piscicultura en el departamento del Huila.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Implementar fuentes de energía alternativas que permitan la masificación del recambio de agua y aireación eficaces y eficientes a menores costos.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: La transformación productiva del sector implica grandes requerimientos de energía, por lo cual se requiere que los costos operacionales no resten competitividad al sector.

OBJETIVO: Generar un ambiente favorable para la implementación de tecnologías para la transformación productiva.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Conectividad, infraestructura y equipamiento – Entorno económico.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.500 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
SGR, Colciencias, sistema financiero, empresarios del sector.

META DE PROYECTO	Un (1) plan piloto de generación alternativa de energía implementado.
INDICADOR DE PROYECTO	Disminución de costos de energía en un 30%.

PROYECTO 2: Implementación de un modelo de gobernanza para el aprovechamiento sostenible de los recursos pesqueros en el departamento del Huila.

Causas que atiende: 2, 3, 4.

JUSTIFICACIÓN: El aprovechamiento de los recursos exige un modelo de gobernanza que garantice la sostenibilidad de los cuerpos de agua utilizados para la explotación piscícola.

OBJETIVO: Definir un modelo de gobernanza para la producción piscícola a través de la explotación conjunta de recursos naturales.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo empresarial

INVERSIÓN APROXIMADA: \$100 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Min. Ambiente y Desarrollo Sostenible, empresas piscícolas, Innpulsa, Aunap, Acuapez.

META DE PROYECTO	Un modelo de regulación y aprovechamiento racional y sostenible de recursos pesqueros implementados
INDICADOR DE PROYECTO	Grado de participación de las empresas (%/Total de empresas) en el modelo.

5.2.4. APUESTA PRODUCTIVA MINERA

PLAN 1: FORTALECIMIENTO DEL ENTORNO PARA EL DESARROLLO MINERO INDUSTRIAL EN LOS RENGLONES PRIORIZADOS EN LA APUESTA MINERA

Justificación: Con la consolidación de un entorno favorable al sector, se lograrán importantes avances en el desarrollo minero-industrial que permita la consolidación de la Apuesta Productiva departamental.

META DE RESULTADO	LÍNEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Incrementar al 8% la participación de los subsectores minerales metálicos y minerales no metálicos dentro del PIB minero deptal al 2025.	Participación de minerales metálicos y no metálicos en el sector minas y canteras en el PIB minero deptal al 2013: 4,2%.	Rubros minerales metálicos y no metálicos/PIB minero deptal

INVERSIÓN APROXIMADA: \$85.310 millones de pesos.

PROGRAMA 1: MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA VIAL Y ENERGÉTICA EN LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN MINERA DEL DEPARTAMENTO

LÍNEA BASE:

- 21 Kms. Vías secundarias sin especificaciones para transporte de carga.
- 48 Km. Vías terciarias, sin especificaciones para transporte de carga.
- Red de Energía de la región de Íquira (2.5 MVA) ya obsoleta.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
-Pavimentación de 21 kms. de vías secundarias y 24 kms. de vías terciarias en los próximos 10 años. -Mejorar 18 kms. de vías terciarias en 5 años. -Construir 20 kms. de red eléctrica en los próximos 2 años.	-Kms. pavimentados/Total Kms. -Kms. mejorados /Total Kms. -Kms. red eléctrica/Total red requerida	-Reducción de costos de transporte y garantía de suministro de minerales en toda época del año a menores costos de transporte. -Duplicar la capacidad de producción instalada en plantas de beneficio de oro.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$76.910 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. El mal estado de las vías y sus bajas especificaciones para el transporte de carga inciden significativamente sobre el precio final de los minerales.

CAUSA 2. La deficiente red de distribución eléctrica de media tensión en la zona minera de Íquira, limita la ampliación de la capacidad de las plantas de beneficio, obstaculizando el desarrollo minero industrial en el renglón oro.

PROYECTOS QUE ATENDERAN ESTAS CAUSAS.

PROYECTO 1: Mejoramiento de la red vial del mármol (Vías Palermo – La Lupa, Aleluyas – San Luis (Neiva), La Lupa – La Libertad), y vías mineras de Íquira.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: Facilitar el tránsito de vehículos de carga pesada, para sacar los minerales hacia centros de transformación, reduciendo costos y aumentando la seguridad vial.

OBJETIVO: Reducción de los costos de operación y producción.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 75.310 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:
 INVÍAS, Departamento, municipios del área de influencia, Minminas (OCAD Minero).

META DE PROYECTO	- Ampliación y pavimentación de 21 Kms tramo vial Palermo - La Lupa. - Ampliación y pavimentación de 24 Kms. del tramo vial Aleluyas – Corozal (San Luis – Neiva). - Ampliación y mejora de 7 kms de vía La Lupa – La Libertad (Incluye puente sobre Quebrada San Pedro). -Ampliación y mejora de 11 Kms de vía terciaria Pacarní- Buenos Aires (5 Kms), más tramo a Alto Damitas (4 Kms), más tramo al Cedro (2 Kms).
INDICADOR DE PROYECTO	- Kms. de vías ampliadas y pavimentadas/Total Kms. - Kms. de vías ampliadas y mejoradas/Total Kms.

PROYECTO 2: Construcción de nuevas redes de conexión eléctrica en las veredas Buenos Aires, Alto Damitas, y El Cedro del municipio de Íquira.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Las actuales redes eléctricas son obsoletas y no garantizan la estabilidad en el suministro, insumo fundamental para las plantas de beneficio de oro, ubicadas en la zona que requieren ampliar la capacidad de planta.

OBJETIVO: Construir una red de interconexión eléctrica, que garantice el suministro de energía requerida para el desarrollo de proyectos minero industriales de explotación de oro.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.600 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Electrificadora del Huila, Minminas (OCAD Minero), comunidad minera, municipio, departamento.

META DE PROYECTO	Tender 20 Kms de redes eléctricas en 34,5 KVA en el lapso de 2 años.
INDICADOR DE PROYECTO	Nuevas Kms. de redes eléctricas instaladas

PROGRAMA 2: FORTALECIMIENTO DEL CAPITAL HUMANO PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR MINERO INDUSTRIA

LÍNEA BASE: El personal vinculado al Sector con formación en pregrado y posgrado al 2014: 1,8%, total de empleados capacitados en el sector: 30% en el mismo periodo.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Aumentar a 5% el personal del sector con formación en pregrado y posgrado, y al 50% del total de empleados del sector capacitados en los próximos 5 años.	-Trabajadores con formación el pregrado y posgrado/ total trabajadores del sector. -Total de personal capacitado del sector/ total trabajadores del sector.	Mejoramiento del 10% en costos de los procesos de producción del sector

INVERSIÓN REQUERIDA: \$3.900 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Baja mano de obra calificada por carencia de programas de formación especializada y cumplimiento de competencias laborales específicas para el sector tanto a nivel operativo como gerencial.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA

PROYECTO 1: Incrementar la mano de obra calificada en el sector minero industrial.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El desarrollo de un sector minero industrial más competitivo, requiere de un talento humano altamente calificado capaz de apropiarse fácilmente de la transferencia de conocimiento y tecnológica, para liderar procesos de innovación productiva en el sector minero departamental.

OBJETIVO: Aumentar el número del personal del sector minero con formación profesional (Incluye técnica y tecnológica) y/o posgrado.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Formación de talento humano – Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$3.100 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SENA / Mesa Sectorial (CRECI) / IES / empresarios del sector/profesionales y operarios

<p>META DE PROYECTO</p>	<p>Incrementar en al menos 3,2% el personal vinculado al sector con formación profesional y/o posgrado en los próximos 5 años, principalmente en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minería a cielo abierto. • Minería bajo tierra. • Supervisión de minas. • Joyería. • Operador de plantas de procesamiento y transformación de minerales. • Administración de empresas mineras.
<p>INDICADOR DE PROYECTO</p>	<p>No. de personal con formación profesional y/o de posgrado del sector/ Total del personal vinculado al sector</p>

PROYECTO 2: Promover el fortalecimiento de las competencias profesionales del recurso humano, mediante procesos de capacitación y/o fortalecimiento del conocimiento en países líderes en tecnologías aplicadas al sector minero industrial.

Causa que Atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: La transferencia de conocimiento de países líderes del sector es fundamental para la actualización del conocimiento del personal operativo y directivo de las empresas mineras en pro del desarrollo e internacionalización del sector minero industrial del departamento.

OBJETIVO: Fortalecer las competencias profesionales estratégicas del personal vinculado al sector mediante participación en prácticas o pasantías, en países líderes en conocimientos de tecnologías de producción aplicadas a los renglones priorizados.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Formación de talento humano – desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$800 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

SENA, Mesa Sectorial (CRECI), IES, empresarios, oficinas comerciales de países de interés, Cámara de Comercio de Neiva/ ICETEX.

META DE PROYECTO	10 funcionarios vinculados a los renglones priorizados capacitado en el exterior, en el término de 5 años.
INDICADOR DE PROYECTO	Personal capacitado en el exterior / Total personal vinculado a la apuesta.

PROGRAMA 3. ATRACCIÓN DE CAPITAL PÚBLICO PRIVADA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR MINERO

LÍNEA BASE: Activos totales de las empresas representativas de los renglones priorizados: \$68.000 millones de pesos al 31 diciembre 2014.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Incrementar en un 50% el valor de los activos de las empresas más representativas del sector al 2020.	% Crecimiento de los activos de las empresas representativas del sector minero entre 2014- 2020.	Aumento de 30.000 millones en activos provenientes de nuevos inversionistas.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$4.500 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. El desconocimiento de los recursos minerales y reservas mineras en los renglones priorizados, impide la atracción de inversionistas

CAUSA 2. Inexistencia de proyectos empresariales del sector minero que atraigan inversión.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS

PROYECTO 1: Evaluación de reservas mineras en los renglones priorizados.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El conocimiento del recurso minero y sus reservas explotables disminuye la incertidumbre de la planificación minera, reduciendo el riesgo de inversión en las empresas del sector, lo que estimularía la inversión y valoración de los activos mineros (UPME).²⁶⁰

OBJETIVO: Avanzar en el conocimiento del volumen de reservas mineras probadas, en las características de los yacimientos y su calidad, mediante prospección y evaluación.²⁶¹

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno Económico.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$ 3.300 millones de Pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresarios del sector, inversionistas de capital de riesgo, Gobernación del Huila, UPME, Instituto Geológico Colombiano – Minminas (OCAD Minero.), Invest in Huila

²⁵⁸ En el departamento, solo la empresa Fosfatos del Huila cuenta con reservas probadas de 3 Millones de Toneladas de roca fosfórica, las demás empresas tienen alguna certeza de reservas hasta nivel de probables e inferidas.

²⁵⁹ Prospección Yacimientos Auríferos Íquira, perforando al menos 2000 Mts con recuperación de núcleo; en los Depósitos de Arcilla perforando al menos 500 Mts en el valle de Laboyos y en yacimientos de Mármol perforando al menos 3.000 Mts con recuperación de núcleo (Palermo, Neiva, Santa María y Teruel.)

META DE PROYECTO	Adelantar en los próximos 5 años la evaluación de yacimientos de oro, arcillas y mármoles prospectando el subsuelo con al menos 3.500 mts. de perforaciones profundas.
INDICADOR DE PROYECTO	Aumento de reservas probadas/Reservas probadas existentes al 2015.

PROYECTO 2: Formulación de proyectos empresariales y de investigación en el sector minero industrial a través del “Centro de Desarrollo Tecnológico del sector minero-energético”.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Consolidar al Centro de Desarrollo Tecnológico, como ente para la investigación aplicada y la estructuración de un portafolio de proyectos para obtención de los recursos necesarios para financiar el desarrollo del sector.

OBJETIVO: Apoyar con recursos las actividades de investigación, formulación estudios de factibilidad posteriormente estructuración de proyectos aplicados en el Centro de Desarrollo para la atracción de capital de inversión para el sector, en coordinación con Invest in Huila

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Innovación y desarrollo

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Dpto. Huila, Universidades, gremios y empresas privadas Centro de Desarrollo Tecnológico del sector minero-energético, Invest in Huila

META DE PROYECTO	Formular 5 proyectos empresariales para alimentar el portafolio de proyectos de Invest in Huila por el Centro de Desarrollo para atraer, por lo menos, 50% de la meta de inversión al 2020.
INDICADOR DE PROYECTO	Incremento de la inversión según registro mercantil de la Cámara de Comercio de Neiva.

PLAN 2: RECONVERSIÓN PRODUCTIVA PARA UNA MINERIA INTELIGENTE.

Justificación: El crecimiento y desarrollo económico de la actividad minera en el departamento, requiere un proceso de reconversión productiva, a partir de procesos de innovación en las etapas de extracción e industrialización, para alcanzar una minería ambientalmente inteligente, bajo los preceptos nacionales de crecimiento verde.²⁶⁰

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Legalización de al menos 60% de las unidades mineras al 2020 y mejoramiento de la producción por transferencia tecnológica de 2.5 p.p.	Unidades mineras legalizadas al 2015: 32%. Crecimiento de producción minerales no metálicos: 10.4% anual	No.Unidades mineras legalizadas/Total unidades mineras. % aumento producción al 2020/ Tasa de crecimiento al 2015

INVERSIÓN REQUERIDA: \$21.510 millones de pesos.

²⁶⁰ PND – 2014-2018 “Todos por un nuevo País”

PROGRAMA 1. FORMALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD MINERA DEPARTAMENTAL

LÍNEA BASE: legalización de unidades mineras 32% del total al 2015.
En el renglón de mármoles: 67% de las minas totales

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Alcanzar al 2020 un 60% de las unidades productivas mineras legalizadas que cuenten con procesos productivos sostenibles en todos los renglones priorizados.	Unidades productivas mineras legalizadas/Total de unidades productivas mineras del departamento.	Con la ejecución de este programa se contribuirá a la consolidación de un sector minero formal, aportando un 20% a la meta del plan.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$1.860 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. El sector minero departamental es característico de una actividad informal que lo limita en su desarrollo.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS.

<p>PROYECTO 1: Asistencia técnica y jurídica especializada para el proceso de formalización y legalización minera.</p> <p>Causa que atiende: 1.</p> <p>JUSTIFICACIÓN: La alta informalidad en el sector minero departamental, en una importante proporción por desconocimiento, requiere de una asistencia técnica y jurídica para el acompañamiento del proceso de formalización.</p> <p>OBJETIVO: Reducir la informalidad en el sector minero, por medio de un programa de legalización en apoyo entre el gremio minero y la institucionalidad departamental.</p> <p>FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico – Desarrollo empresarial.</p> <p>INVERSIÓN APROXIMADA: \$660 millones de pesos.</p> <p>FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES: ANM, Dpto. Huila, Alcaldías, Cámara de Comercio, gremios y empresas del sector</p>

META DE PROYECTO	Formalizar el 60% de las unidades productivas mineras no formalizadas del departamento.
INDICADOR DE PROYECTO	Unidades productivas mineras formalizadas/Total unidades productivas mineras en explotación.

PROYECTO 2: Acompañamiento a las unidades productivas mineras para la Implementación de procesos productivos sostenibles.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El sector minero está obligado a la implementación de procesos productivos y de gestión sostenibles.

OBJETIVO: Asistir a los mineros en procesos de legalización, para que implementen procesos productivos sostenibles (económicos, sociales y ambientales)

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo empresarial-Sostenibilidad ambiental

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.200 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

ANM, Dpto. Huila, Alcaldías, SENA, gremios y empresa privada del sector.

META DE PROYECTO	Asistir al 100 % de las unidades productivas mineras en implementación de procesos productivos, inscritas al proceso de formalización mencionado en el proyecto 1.
INDICADOR DE PROYECTO	No. unidades productivas asistidas en procesos productivos/total unidades productivas en proceso de formalización.

PROGRAMA 2. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO DEL SECTOR MINERO

LÍNEA BASE: Crecimiento de la producción de minerales no metálicos: 10.4% en el periodo 2000-2013 en el Huila.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Incrementar la producción del renglón minerales no metálicos en 2,5 p.p./año entre 2016-2020 con nuevas tecnologías	% de Crecimiento/año de la producción de minerales no metálicos	Con la transferencia tecnológica aplicada a los procesos de extracción e industrialización del sector minero; se contribuyendo en un 50% a la meta del plan.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$13.830 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Escasa aplicación de tecnología en los procesos productivos

CAUSA 2. Baja inversión y alta informalidad que limita los niveles de producción y diversificación

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS.

PROYECTO 1: Aplicación tecnológica en procesos de perforación, movimiento de materiales, transporte y ventilación bajo tierra de minerales no metálicos.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El incremento de la tecnificación de los procesos en las explotaciones mineras permite aumentar la productividad, recuperar subproductos, mejorar la calidad y el control sobre los factores de impacto al medio ambiente.

OBJETIVO: Transferir tecnología a las actividades extractivas e industria minera para aumentar la productividad en producción de minerales no metálicos.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$11.150 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresa privada, Departamento del Huila, Procolombia, Minminas (OCAD minero), ANM, Invest In Huila, Universidades, recursos de financiación del sistema financiero

META DE PROYECTO	3 aplicaciones tecnológicas (1 para arcilla, 1 para mármol y 1 para fosfatos) incorporadas a los procesos productivos.
INDICADOR DE PROYECTO	% de Incremento de producción en cada renglón priorizado.

PROYECTO 2: Generación de 3 nuevos productos diferenciados y de calidad en los renglones priorizados.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: la diversificación de productos es necesaria para posicionar un sector más competitivo, para incursionar nuevos mercados nacionales e internacionales.

OBJETIVO: Focalizar los esfuerzos económicos y técnicos, hacia el desarrollo de nuevos productos innovadores a partir de tecnologías limpias, para incrementar las oportunidades de negocio a nivel nacional e internacional en los renglones: mármol, arcilla, roca fosfórica y oro.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo empresarial – Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.680 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresa Privada, Dpto. Huila, iNNpulsa, Invest in Huila, SENA, Minminas, Centro de Desarrollo Minero-Energético, IES, sistema financiero.

META DE PROYECTO	3 nuevos productos (1 por cada renglón priorizado) por incorporación de nuevas tecnologías a los procesos productivos.
INDICADOR DE PROYECTO	Nuevos productos diferenciados/ Total de oferta tradicional

PROGRAMA 3. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN AMBIENTAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MINERO

LINEA BASE: Grado de informalidad ambiental del sector: 90% en 2013.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Reducir el grado de informalidad 40 p.p. en los próximos 5 años.	% Disminución grado de informalidad de las unidades productivas mineras.	Mejoramiento de las condiciones ambientales en el sector minero del Huila.

INVERSIÓN REQUERIDA: \$5.820 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Falta de conciencia y responsabilidad ambiental y social empresarial que genera mala percepción de la actividad minera.

CAUSA 2. Las emisiones de gases efecto invernadero provenientes de la explotación de cales, carbonatos y cerámicas, se estiman en 434,90 Gg de CO₂ Eq y corresponden al 8% de las emisiones totales del departamento.

CAUSA 3. La huella ecológica del sector minero en el departamento la componen principalmente los residuos sólidos de los procesos extractivos e industriales, el uso de mercurio en procesos de beneficio de oro y la demanda de recursos naturales renovables.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTAS CAUSAS.

PROYECTO 1: Reducción de las emisiones atmosféricas en el sector minero industrial.

Causa que atiende: 2.

JUSTIFICACIÓN: Para alcanzar una minería ambientalmente inteligente, es necesario minimizar las emisiones de los procesos industriales del sector, mediante la aplicación de tecnologías avanzadas, para reducir las emisiones de gas de efecto invernadero.

OBJETIVO: Reducir las emisiones atmosféricas de material particulado, gases de combustión y reacción con el fin de minimizar los gases efecto invernadero mediante la reconversión tecnológica a sistemas más eficientes.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Sostenibilidad Ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.400 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresas mineras, CAM, Universidades, Gobernación, Alcaldías, gremio minero, MADS

META DE PROYECTO	Reducir en un 6% el total de las emisiones de gases de efecto invernadero, (GEI) de la actividad Industrial en los renglones priorizados.
INDICADOR DE PROYECTO	% Reducción de GEI/ Emisión de GEI en periodo

PROYECTO 2: Reducción de la huella ecológica del sector minero.

Causa que atiende: 3.

JUSTIFICACIÓN: La reducción de la huella ecológica con la recuperación de una mayor cantidad de subproductos de explotación y de procesos industriales, con la disminución de la demanda de recursos naturales y la reducción de los residuos sólidos y líquidos, permitirá aportar significativamente a la sostenibilidad ambiental del sector.

OBJETIVO: Terminar con el uso de mercurio, reducir los residuos y desechos, el consumo de recursos naturales en los procesos de extracción y procesamiento de minerales.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Desarrollo empresarial – Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.640 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Empresa privada, Dpto. Huila, Innpulsa, Invest in Huila, SENA, Minminas, Centro de Desarrollo Minero-Energético, IES.

META DE PROYECTO	<p>Meta 1: Reducir el consumo del mercurio en la minería del oro a cero, en el término de 3 años (al 2018).</p> <p>Meta 2: Que en 5 años no exista disposición de residuos de mina (rocas “estériles”) en ladera.</p>
INDICADOR DE PROYECTO	<p>Indicador 1: Número de minas que consumen mercurio.</p> <p>Indicador 2: Número de minas que disponen residuos en ladera.</p>

PROYECTO 3: Fortalecimiento de la gestión comunitaria del sector minero.

Causa que atiende: 1, 2, 3.

JUSTIFICACIÓN: La gestión social participativa fortalece las relaciones comunitarias con el sector minero, mejorando la percepción de la comunidad sobre la minería y por consiguiente la imagen de la minería, facilitando además el acceso a los recursos naturales.

OBJETIVO: Mejorar la imagen del sector minero en la sociedad relacionada

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Sostenibilidad ambiental – Entorno económico

INVERSIÓN APROXIMADA: \$780 millones de pesos

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES:

Mineros, CAM, Minminas, ANM, SENA, Departamento, municipios, Universidades.

META DE PROYECTO	Mejorar la percepción social de la minería del 47% positiva en el 2015 a más de 67% en el 2020, promedio nacional actual.
INDICADOR DE PROYECTO	Percepción social positiva de la minería: > 67%.

5.2.5. APUESTA PRODUCTIVA ENERGÉTICA

PLAN 1: CONSTRUCCIÓN DE UNA MATRIZ ENERGÉTICA DIVERSIFICADA

Justificación: La demanda energética tanto nacional como departamental tiene una tendencia creciente, por lo cual es necesario incrementar la generación de energía por la vía de diversificación de la matriz energética apuntando a fuentes no convencionales, para reducir la dependencia del Sistema Interconectado Nacional, SIN, y mitigar el impacto de la generación con recursos fósil altamente contaminantes.

META DE RESULTADO	LINEA BASE	INDICADOR DE RESULTADO
Incrementar participación de generación con producción limpia así al 2032: Hidrogenación por PCH's: 15% FNCE: Energía solar: 5% Biomasa: 3%	Hidroelectricidad:94% Fósiles: 6% FNCE: 0 % Cifras año 2014. PCH's: 5% Energía solar: 0 Biomasa: 0	% participación en la generación de energía por FNCE/ Total de generación en Huila

INVERSIÓN APROXIMADA (Promedio): Energía solar: US\$14 millones /Mw; Biomasa: US\$2.2 millones/Mw; Hidrogenación: US\$3 millones/Mw.²⁶¹

PROGRAMA 1. GENERACIÓN DE ENERGÍA A PARTIR DE PEQUEÑAS CENTRALES HIDROELÉCTRICAS.

LÍNEA BASE: La generación de energía a través de pequeñas centrales hidroeléctricas, PCH's cuenta con una capacidad instalada de 11 Kwh, que abastece el 5% de la demanda departamental.

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Abastecer por lo menos un 15% de la demanda interna al año 2032.	% Demanda departamental de energía, abastecido por las PCH's.	Con el desarrollo de este programa se logra aprovechar el potencial hidrológico del Huila, con mitigación de impactos sociales y ambientales, y contribuyendo al autoabastecimiento de la demanda energética departamental.

INVERSIÓN APROXIMADA: US\$1.210 millones de dólares.

CAUSAS A ATENDER.

CAUSA 1. Alta dependencia del SIN. Solo un 1,2% de la capacidad Instalada está dado por PCH's. El valor restante corresponde a las grandes centrales Betania y El Quimbo.

²⁶¹ Se menciona el valor de generación según fuente, porque no se conoce finalmente los proyectos que sean viabilizados para materializar.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA

PROYECTO 1: Incrementar la generación de energía con la construcción de Pequeñas Centrales Hidroeléctricas.

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: El desarrollo de proyectos de PCH's, permite el aprovechamiento del alto potencial hidrológico departamental, con un bajo impacto social y ambiental, lo que se traducirá en abastecimiento energético para pobladores del área de influencia a costos más competitivos.

OBJETIVO: Desarrollar proyectos de Pequeñas Centrales Hidroeléctricas, para incrementar el porcentaje de autoabastecimiento energético del Huila. Actualmente se tienen proyectos identificados para 11 de los 13 afluentes principales del Alto Magdalena que pueden generar 3287 GWH-AÑO de producción eléctrica a partir de 484 MW de capacidad instalada

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Conectividad, infraestructura y equipamiento.

INVERSIÓN INDICATIVA APROX. US \$1.210 millones (Base total para todos los proyectos identificados)

FUENTES DE FINANCIACIÓN/RESPONSABLES: Inversionistas públicos y privados (EPM, EPSA, EMGESA/ CDT Minero Energético, UPME-Minminas, Electrificadora del Huila, CAM.

META DE PROYECTO	Alcanzar una capacidad instalada total al 2032 de 200 Kwh.
INDICADOR DE PROYECTO	% Aumento de capacidad Instalada de generación con PCH's

PROYECTO 2: Atracción de inversionistas para el desarrollo de las PCH's identificadas.

Causa que atiende: 1

JUSTIFICACIÓN: El desarrollo de proyectos de PCH's, exige altas inversiones que obliga a la convocatoria de inversionistas huilenses y foráneos (nacionales e internacionales)

OBJETIVO: Garantizar los recursos financieros y económicos requeridos para realizar con éxito las PCH's e incrementar el porcentaje de autoabastecimiento energético del Huila, en coordinación con Invest in Huila.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Entorno económico - Desarrollo institucional - Desarrollo empresarial

INVERSIÓN INDICATIVA APROX. US \$1.210 millones (Base total para todos los proyectos identificados)

FUENTES DE FINANCIACIÓN/RESPONSABLES: Inversionistas públicos y privados (Fondos de inversión) (EPM, Electrificadora del Huila. EPSA, EMGESA/ CDT Minero Energético, UPME-Minminas, INVEST IN Huila, CAM.

META DE PROYECTO	Captar el 100% del capital requerido por los proyectos de PCH's individualmente considerados
INDICADOR DE PROYECTO	% Aumento de la inversión en el subsector generación de energía.

PROGRAMA 2. ANALIZAR LA INCORPORACIÓN A LA CANASTA DE GENERACIÓN DE ENERGÍA LAS ALTERNATIVAS DE ENERGÍA SOLAR Y BIOMASA (FNCER)

LINEA BASE: % DE GENERACIÓN CON FNCER EN EL HUILA: 0

META DE PRODUCTO	INDICADOR DE PRODUCTO	IMPACTO
Realizar dos (2) estudios de factibilidad para definir las alternativas de uso de FNCER en la canasta diversificada de energía del Huila al año 2020.	Definición de incorporar FNCER como alternativa de generación de energía	De resultar favorables los estudios se diversificaría la generación de energía en el Huila y se contribuye a mitigar el impacto ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$2.500 millones de pesos.

CAUSAS A ATENDER

CAUSA 1. No existen estudios a nivel de factibilidad que permitan definir la diversificación de la generación de energía en el departamento del Huila.

PROYECTOS QUE ATENDERÁN ESTA CAUSA

PROYECTO 1: Realización de un (1) estudio de factibilidad para la generación de energía de fuente solar.

Causa que atiende: 1

JUSTIFICACIÓN: El departamento del Huila requiere considerar otras fuentes de energía, particularmente las no convencionales para aumentar su autonomía en la generación y, en el largo plazo, reducir costo región y contaminación ambiental.

OBJETIVO: Definir la opción de energía solar en el Huila como integrante de la canasta de generación de energía.

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.400 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES: Inversionistas institucionales y privados; actuales generadoras de energía (Agremiadas en ACOGEN)/ Centro de Desarrollo Minero Energético, UPME-Minminas, Electrificadora del Huila, CAM, invest in Huila, CRECI Huila.

META DE PROYECTO	Un (1) Estudio de factibilidad realizado para definir viabilidad de incorporar la energía solar a la canasta de generación de energía del Huila.
INDICADOR DE PROYECTO	Decisión de incorporación de la energía solar a la canasta de generación de energía del Huila

PROYECTO 2: estudio de factibilidad para la incorporación de la biomasa como alternativa de generación de energía en el Huila

Causa que atiende: 1.

JUSTIFICACIÓN: La biomasa se está incorporando a la generación de energía en el mundo por su aporte a la sostenibilidad ambiental y poder calorífico.

OBJETIVO: Definir si la biomasa puede hacer parte de la canasta de generación de energía del Huila

FACTOR DE COMPETITIVIDAD: Innovación y desarrollo – Sostenibilidad ambiental, Desarrollo institucional, Desarrollo empresarial.

INVERSIÓN APROXIMADA: \$1.100 millones de pesos.

FUENTES DE FINANCIACIÓN/ENTIDADES RESPONSABLES: Inversionistas institucionales y privados; actuales generadoras de energía (Agremiadas en ACOGEN)/ Centro de Desarrollo Minero Energético, UPME-Minminas, Electricidad del Huila, CAM, invest in Huila, CRECI Huila

META DE PROYECTO	Un (1) Estudio de factibilidad realizado para definir viabilidad de incorporar la biomasa a la canasta de generación de energía del Huila.
INDICADOR DE PROYECTO	Decisión de incorporación de la biomasa a la canasta de generación de energía del Huila

5.2.6. RESUMEN INVERSIONES APROXIMADAS

Tabla 82. Resumen planes, programas, proyectos e inversiones aproximadas

APUESTA PRODUCTIVA	INVERSIÓN REQUERIDA (MILL DE PESOS)	PLANES	PROGRAMAS	NO. DE PROYECTOS BÁSICOS
Agroindustrial	\$1.986.185	1	4	10
Turística	\$ 7.330	3	5	15
Piscícola	\$ 23.440	2	5	19
Minera	\$ 106.820	2	6	13
Energética	\$ 2.500	1	2	4
Total	\$2.126.275	9	22	61

Fuente. Elaboración propia.

Los proyectos indicativos exigen recursos por 2 billones de pesos con las siguientes aclaraciones:

- 1) La Apuesta Energética no incluye el costo de los proyectos de generación y solo tiene en cuenta el valor de los dos estudios de factibilidad (para energía solar y biomasa)
- 2) Solo en la apuesta minera se considera el valor de las vías secundarias y terciarias en las zonas mineras y no aparece el costo de las vías 4G aplicables al Huila.
- 3) En piscicultura no se contemplan inversiones para diversificación de la producción mediante la incorporación de nuevas especies por dificultades de proyección de los valores definitivos aproximados.
- 4) La Apuesta Agroindustrial incluye las inversiones en infraestructura (riego exige 600.000 millones, por ejemplo) y el plan de reconversión productiva por 1.2 billones.

CAPÍTULO 6

NUEVAS APUESTAS PRODUCTIVAS

Presentación

Previsto en la metodología contemplar la posibilidad de nuevas apuestas productivas, al igual que nuevos renglones productivos, se realizó consulta directa a los protagonistas de las actividades involucradas en las nuevas posibilidades por la gran implicancia que tienen para el futuro del departamento.

De acuerdo con lo analizado, se presenta en cada Apuesta Productiva los cambios realizados (eliminación de renglones priorizados o incorporación de nuevos) y mostrar, de manera independiente, las actividades que se consideran como nuevas Apuestas Productivas. Así, en la Apuesta Agroindustrial, al igual que en la Apuesta Turística y la Minera, se presenta la calificación como nuevos renglones priorizados (en el primer caso un renglón en transición) con su respectiva justificación. Vale precisar que en la Apuesta Turística no se trata realmente de un cambio pues, como se anotó anteriormente, no se señaló como renglón productivo a las artesanías ni a otros componentes de los paquetes turísticos (danza, música, gastronomía) amén de escasas referencias a las artesanías. No obstante, existe una clara relación entre las actividades en la nueva Apuesta Productiva Economía Creativa y el Turismo como el mejor canal de comercialización de sus productos. De hecho, la Economía Creativa ha generado en otros países un gran beneficio para las actividades involucradas.

Por tal razón, en este capítulo se presenta a la Economía Creativa como una nueva Apuesta Productiva, con tres renglones priorizados: desarrollo de TIC's y arte digital, artesanías y danza y música.

Esta propuesta ofrece excelentes condiciones para ser considerada como Apuesta Productiva bajo las condiciones exigidas por el DNP y los nuevos escenarios analizados a lo largo de este documento por lo que se expone a continuación su justificación.

6.1. LA ECONOMÍA CREATIVA COMO NUEVA APUESTA PRODUCTIVA

6.1.1. DEFINICIONES²⁶²

La economía creativa, también conocida como economía naranja, se define como un conjunto de actividades que de manera encadenada permite que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Su estructura está conformada por un “área de soporte a la creatividad” que contiene:

- » Investigación, innovación y desarrollo creatividad y cultura: I+D+i
- » Formación técnica especializada en actividades creativas.
- » Institucionalidad y derechos de propiedad intelectual.
- » Educación profesional creativa.
- » Dos conjuntos: uno denominado “economía cultural”: que incluye actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión como artes visuales, artes escénicas y espectáculos y turismo y patrimonio cultural material e inmaterial. El otro, denominado “industrias culturales” y envuelve grupos de creaciones funcionales, nuevos medios y software” como diseño, software de contenidos, agencias de noticias y otros servicios de información, publicidad y moda. En el intermedio de estos conjuntos aparecen las denominadas “industrias culturales convencionales” (editorial, audiovisual y fonográfica).

De acuerdo con la experiencia británica²⁶³, un país avanzado en este concepto, hacen parte de la economía creativa los siguientes sectores de actividad económica y cultural:

Artesanías	Arquitectura
Artes escénicas	Artes y antigüedades
Cine	Diseño
Editorial	Moda
Música	Publicidad
Software	Televisión y radio
Software interactivo de entretenimiento (videojuegos)	

Estos sectores no son, universalmente, los mismos. Lo que sí es universalmente aplicable es que la economía creativa representa la ruptura del modelo de desarrollo postindustrial, particularmente por su alta dependencia de los *commodities*, dándole paso al aprovechamiento de otras ventajas comparativas sostenibles como la cultura, folclor, patrimonio material e inmaterial autóctono de países y regiones en particular, con lo que se logra la consolidación de una sociedad del conocimiento donde la economía creativa no solo será un motor de crecimiento económico, sino también de desarrollo social, ambiental y cultural.

²⁶² Definiciones tomadas del libro "La Economía Naranja" Una Oportunidad Infinita - Buitrago- Duque. BID

²⁶³ Mapeando las Industrias Creativas - Economía Creativa Guía Introductoria John Newbiggin - British Council

6.1.2. JUSTIFICACIÓN

6.1.2.1. Además de la amplitud que se aprecia en la definición de la economía creativa el escenario actual favorece su consideración como Apuesta Productiva. En efecto, el agotamiento del actual modelo de desarrollo industrial, da paso a la consolidación de nuevas actividades económicas altamente competitivas en términos sociales y ambientales que tienen como insumo o materia prima la cultura y el patrimonio de sus pueblos fundamentado en el conocimiento y la creatividad contribuyendo a la inserción de los países emergentes como Colombia a la llamada “sociedad del conocimiento” que promueve, precisamente, reducir la dependencia de la explotación de los recursos naturales promoviendo la economía creativa.

Como toda iniciativa, la economía creativa recoge reacciones positivas y negativas, estas últimas asociadas a la supuesta mercantilización de la cultura y el arte. Pero, nadie puede desconocer el alto contenido social, además del fortalecimiento de las tradiciones y patrimonio como identidad cultural para una nación o región en particular y, por supuesto, el papel protagónico que han desempeñado los avances en ciencia y TIC’s como plataforma para el sostenimiento de las actividades culturales. Además, no es dable que estas actividades sustentadas en la creatividad e identidad cultural deben siempre asociarse (condenarse) a estados económicamente deprimidos.

6.1.2.2. El gobierno colombiano ha definido promover intensivamente la economía creativa en componentes específicos. En efecto, la Ley 1753/15 expedida el 9 de junio pasado y que adopta el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, contempla, como política nacional Incentivar el desarrollo de una economía naranja justificando esta decisión reconociendo que La economía naranja o economía del conocimiento es una fuente de valor importante en un país que busca convertir el talento humano en un determinante de su desarrollo económico. El plan señala, como compromisos:

Apoyar procesos y actividades del sector cultura, mediante el impulso a la política cinematográfica del país, las artes y la danza, los procesos de comunicación y territorio, los procesos culturales con enfoque diferencial y acción sin daño y, los procesos de recuperación y preservación de la memoria que desarrollan de manera articulada el Museo Nacional de Colombia, la Biblioteca Nacional, el Archivo General de la Nación y el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (a cargo del Parque Arqueológico de San Agustín).

Adelantar un proceso de *fortalecimiento de las capacidades de gestión cultural en lo local*, a través de la consolidación del Sistema Nacional de Cultura.

6.1.2.3. Escenario mundial favorable: la economía creativa representó el 6,1%²⁶⁴ de la economía mundial, y las exportaciones de bienes y servicios creativos, entre 2002 y 2011, crecieron un 134%²⁶⁵, alcanzando una cifra superior a los 600 mil millones de dólares estadounidenses. En los países subdesarrollados su participación en el PIB varía entre el 40 y el 90% según la naturaleza de los países.

Los bienes y servicios creativos, fuertemente acompañados por la ciencia y tecnología para su apropiación y consolidación, se ubican dentro de los primeros rubros de exportación junto con rubros de gran relevancia para la economía mundial como los combustibles y derivados, equipos eléctricos y electrónicos, maquinaria y equipo para diversas industrias y el sector automotriz.

Si la economía creativa fuera un país según el BID, sería la cuarta economía del mundo por encima de países como Alemania, principal potencia económica de Europa; su volumen de exportaciones estaría dentro de los 10 primeros del mundo y albergaría la cuarta fuerza laboral del mundo con más de 140 millones de trabajadores.²⁶⁶

En América Latina, su contribución a su economía es igualmente importante tal como se muestra en el cuadro siguiente:

²⁶⁴ Howking, John - Economía Creativa - Citado libro Economía Naranja.

²⁶⁵ Cálculos de Buitrago y Duque - Economía Naranja - Con base en datos OEA, BID y British Council.

²⁶⁶ Buitrago- Duque. BID – Op. Cit.

Tabla 83. Contribución de la economía creativa a la producción nacional y el empleo.

PAÍS	PIB	EMPLEO
México	4,8%	11%
Brasil	2,7%	1,8%
Colombia	3,3%	5,8%
Argentina	3,8%	3,2%
Chile	1,6%	2,3%
Venezuela	1,6%	-
Perú	2,7%	4,5%

Fuente. Datos Oxford Economics en Economía Naranja BID.

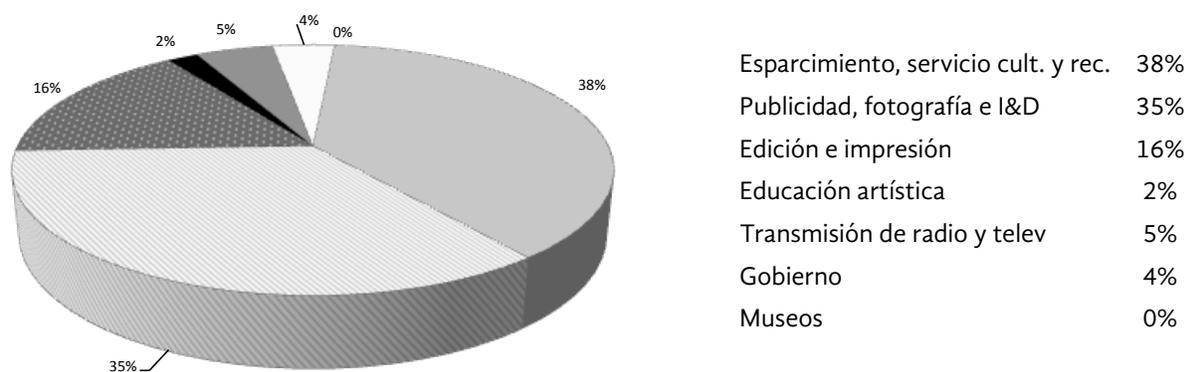
México es el país en los mejores indicadores de su sector creativo como aportante al PIB y al empleo. Argentina, Brasil y Colombia también han logrado posicionar su sector dentro de la economía, pero este se ha apalancando a través de la consolidación de clúster o hub, en las principales ciudades como Bogotá con eventos como el Festival Iberoamericano de Teatro, Buenos Aires con su industria editorial y la ciudad de Río de Janeiro, con la consolidación de diversas actividades culturales en torno al Carnaval de Río; son estos un sinnúmero de ejemplos que obligan a replantear el papel de las ciudades como catalizadoras del desarrollo del sector creativo, mediante su infraestructura tanto física como virtual.

6.1.2.4. AVANCES IMPORTANTES DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN COLOMBIA

Como se aprecia en la tabla anterior, las actividades de economía creativa en Colombia contribuyen en un 3,3% del PIB nacional, y ocupa un 5,8% de la fuerza laboral del país, segundo exportador suramericano de bienes culturales²⁶⁷ y ocupa el puesto 20 entre 141 países del mundo en exportación de servicios creativos²⁶⁸, lo cual le da una importante relevancia a este tipo de actividades.

El avance del sector cultural colombiano es enorme. En el año 2000, año base de la cuenta satélite de cultura, este aportaba 1,55% de la producción y para el año 2007 la cifra alcanzaba el 1,78%, sin contar que bajo esta medición, se excluyen renglones importantes como el de artesanías, formación artística, artes escénicas y visuales respectivamente, por ser característicos de actividades informales que dificultan la obtención de información respecto a ingresos, empleo, redes, consumo, etc. La gráfica siguiente muestra este comportamiento.

Gráfica 38. Contribución de las actividades culturales sobre el total sector (2007)²⁶⁹



Fuente. Datos DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales.

²⁶⁷ Datos Confederación de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD - Reporte de Economía Creativa 2013.

²⁶⁸ Global Innovation Index

²⁶⁹ Ibídem Pág. 16

El desarrollo del sector cultural en el país, se ha apalancado por medio de la consolidación de clúster o hub culturales y creativos, en las principales ciudades como Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.

La capital del país, Bogotá, tiene una importante representación dentro de la producción nacional (25%) y es el epicentro no sólo de las decisiones gubernamentales, sino también es el clúster o hub de actividades del sector cultural y de contenidos más importante del país. Bogotá cuenta con una gran infraestructura con más de 500 espacios entre públicos y privados²⁷⁰, como museos, bibliotecas, galerías de arte y algunos espacios informales, destacando una política pública cultural soportada en la riqueza cultural y patrimonial.

Bogotá se erige como el centro creativo de Colombia, congregando un 92% de la oferta de servicios creativos del país con un alto desarrollo principalmente en los sectores: música, cine, audiovisual y animación digital con actividades y eventos de reconocimiento nacional sino también internacional como: Festival Iberoamericano de Teatro, Feria Internacional del Libro de Bogotá, Bogotá Audiovisual Market, ARTBO, entre otros. En la ciudad existen 816 empresas del sector²⁷¹, congregan el 90% de la industria cinematográfica y audiovisual, 73% de las empresas del sub-sector de contenidos digitales y el 55% de las empresas de videojuegos del país ²⁷² según datos de Invest in Bogota.

Cali, la capital Vallecaucana, cuenta con una amplia riqueza cultural y patrimonial, posicionándose como la capital de la salsa, gracias a un trabajo conjunto entre el sector público y privado con iniciativas como el proyecto de industrias creativas de Cali, logrando posicionar el sector cultural como una fuente de desarrollo socioeconómico para la ciudad, y posicionándose como el segundo hub cultural del país, después de Bogotá. Cali es epicentro de grandes eventos como el mundial de salsa, festivales internacionales de cine, poesía, ballet, festival de música del pacífico petronio alvarez y, por supuesto, la Feria de Cali como máxima festividad de la ciudad. Como producto, ha logrado consolidar el espectáculo *DELIRIO*, solicitado por todos los turistas que llegan a Cali. El florecimiento de las actividades asociadas al sector cultural, motivó a la ciudad a la construcción de la cuenta satélite de cultura que brinda información económica anual y trimestral de manera actualizada.

Con estos dos ejemplos, simplemente cabe formular la inquietud de si Neiva, incluso Pitalito y Garzón, no podrían generar una dinámica similar que atraiga no solamente a los huilenses sino a todo el país dado los atractivos los cuales deben convertirse en productos que consoliden esta nueva Apuesta Productiva y contribuyan al fortalecimiento del turismo.

6.1.2.5. LA ECONOMÍA CREATIVA FORTALECERÁ EL TRÁNSITO DE UNA ECONOMÍA CONDUCTIDA POR SECTORES A UNA ECONOMÍA CONDUCTIDA POR EL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

Tal como se consignó en la estrategia transversal No. 3, es fundamental propiciar una reconversión productiva para cumplir con el tránsito previsto en el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila, PECTI, adoptado en 2010 de pasar de una economía conducida por factores a una conducida por el conocimiento y la innovación. Como su nombre lo indica, la economía creativa está directamente vinculada al conocimiento como se explicó en su definición. Por tanto, como se mostrará enseguida, las actividades de economía creativa que se aprecian en el Huila contribuirán a avanzar hacia la economía del conocimiento como se proyectó en el PECTI 2010.

²⁷⁰ World Cities Culture Report 2013.

²⁷¹ Boletín de Prensa Cifras de Industrias Creativas y Culturales del Bogotá Audiovisual Market.

²⁷² *Ibidem*.

6.2. SELECCIÓN DE RENGLONES PRIORIZADOS EN LA NUEVA APUESTA PRODUCTIVA

Dado el amplísimo espectro de la economía creativa, tal como se planteó en la introducción, se definen tres renglones prioritarios para interpretar las posibilidades reales de esta Apuesta Productiva en el departamento del Huila. Así se establecieron las siguientes:

1. TIC´s y arte digital
2. Artesanías
3. Música y danza

6.2.1. TIC´S Y ARTE DIGITAL COMO RENGLÓN PRIORIZADO EN LA APUESTA PRODUCTIVA SUGERIDA ECONOMÍA CREATIVA

Justificación

6.2.1.1. Aquí en el Huila también se cuenta con la llamada “generación digital”, la población nacida en la era de las computadoras, con nuevas costumbres y hábitos tecnológicos. Estos jóvenes también han sido influenciados, afortunadamente, por las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC´s, y están incursionando en la fuerza laboral huilense. Esto se evidencia en los nuevos comportamientos de los jóvenes emprendedores (llamados generación millenials, jóvenes entre los 15 y los 34 años) que trabajan de manera *freelance* (personas que realizan trabajos de forma autónoma para terceros que requieren de sus servicios de manera determinada), y que apoyan siempre causas y priorizan su independencia para poder dominar los procesos de creación de productos o servicios con un alto grado de innovación como seguidores de los creadores de Twitter, Facebook, Google, etc.

Tal como lo reconoce el Gobierno colombiano, en el contexto internacional, la nueva economía de internet ha redefinido las actividades de producción y comercio durante las dos últimas décadas, y se ha consolidado como un factor de crecimiento en los países. A 2016, la economía de internet habrá alcanzado un tamaño de 4, 2 trillones de dólares en los países desarrollados. Esto, como consecuencia del impacto que internet está teniendo en las economías globalizadas, generando aumento de la productividad, nuevas oportunidades de negocios y nuevas posiciones de trabajo. En este sentido, Colombia enfrenta el reto de incorporarse activamente a esta nueva realidad internacional, lo que requiere un mayor entendimiento del impacto y oportunidades que esta tendencia generará en los diferentes sectores de la economía nacional²⁷³.

6.2.1.2. El Huila está dando “primeros pasos” que, con programas de fortalecimiento y transferencia de conocimiento pueden facilitar dar el gran salto a la economía creativa en este campo específico. Algunos ejemplos:

- Los huilenses cuentan con una interesante estructura de cable operadores con cobertura amplia en el territorio y emisión nacional que puede transmitir nuevos formatos y contenidos audiovisuales credos por talento opita.
- Los huilenses disponen actualmente de escenarios para la generación de empresas de base tecnológica y de innovación social como los 230 kioscos digitales, los 19 puntos Vive Digital, 1 ViveLab, 1 ViveLab Plus, 2 Malokas, 1 Biblioteca del Banco de la República, 4 parques biblioteca, 3 Tecnoparques, 1 Tecno academia, 4 sedes Sena, 19 universidades con presencia en el departamento del Huila, 1 Centro Cultural Surcolombiano y 1 Escuela Nacional de Café, y la Incubadora de Empresas de

²⁷³ Ley 1753/15, Ley del Plan de Desarrollo 2014-2018

Base Tecnológica, aunque con dificultades operacionales. Todos son espacios dotados con medios tecnológicos, espacios de innovación y tertulia creativa, libros físicos y digitales, creación de videojuegos y arte digital, capacitación virtual y presencial, espacios que necesitan de emprendedores y huilenses que los usen al máximo.

- Actualmente, los 37 municipios del Huila tienen, en sus cabeceras municipales, fibra óptica, y los operadores locales de redes pueden generar un negocio tecnológico como distribuidores de los enlaces de última milla.
- Todas las innovaciones están a disposición de los empresarios huilenses. Cafeteros han colocado *café gourmet* o especial vía internet en Japón a excelentes precios. Las artesanías también pueden ofrecerse a cualquier lugar del mundo mediante una página web, un blog, una página de Facebook o Twitter, o Instagram, una transacción en monedas internacionales se puede realizar mediante PayPal, una videoconferencia para cerrar una exportación se puede realizar mediante Google, Hangout, Skype o Fuze; servicios para transmisión de un evento cultural en vivo son ofrecidos actualmente de manera gratuita por YouTube y Google.

No obstante estos primeros pasos, para contribuir al desarrollo efectivo de este renglón fundamental de la economía creativa los huilenses tienen que modificar sus marcos mentales y aceptar, no resistirlo, este cambio enorme en el mundo. Algunas inquietudes al respecto:

- Más de 7.000 tabletas educativas entregadas por el Ministerio TIC, el departamento del Huila y Colciencias, permiten preguntar ¿qué contenidos digitales son consumidos por este medio, y si ese contenido digital es producido o puede producirse en el Huila?
- Los generadores de contenidos audiovisuales cuentan actualmente para su distribución con todas las potencialidades para generar sus propios canales en el internet, y poder transmitir para audiencia de todo el mundo. La concurrencia en la visualización de estos contenidos es pagada por las grandes empresas para la pauta de sus productos, un ejemplo son los llamados *Youtubers*. Poco o nada se aprecia en cuanto al uso de estas herramientas por los huilenses.
- Los huilenses no aprovechan la llamada revolución colaborativa de internet para reforzar procesos de formación y capacitación, particularmente en inglés y otros idiomas, una indudable debilidad opita. Livemocha (se enseña español y a cambio, el interlocutor enseña inglés o el idioma elegido) y otras aplicaciones, revolucionan y vencen las barreras idiomáticas (en la actualidad, el 72 % de todos los contenidos de la web están en inglés, lo que excluye a un gran número de usuarios que no comprenden ese idioma).

6.2.1.3.- El Plan Nacional de Desarrollo (Ley 1753/15), Artículo 39° *Fortalecimiento al desarrollo de software, aplicaciones y contenidos digitales con impacto social*, le entrega al Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), a través del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FONTIC), la responsabilidad de apoyar la creación de planes específicos de TIC para cada sector, que impulsen el desarrollo de aplicaciones y contenidos digitales con enfoque social, incluyendo los multiplataforma, por parte de compañías colombianas. Y, en materia de Servicios, establece el objetivo de consolidar la calidad y cobertura de los servicios TIC, incluidos los terminales que permitan a los estudiantes y docentes avanzar en el propósito de mejorar la educación en Colombia, así como un marco institucional que proteja al usuario y fomente la inversión²⁷⁴. Dentro de la estrategia para alcanzar mayor apropiación de las TIC's, el plan, en materia de clústeres regionales, otorga gran importancia a su desarrollo "para facilitar la generación de economías de aglomeración y, por ende, incrementar la productividad del sector". Su consolidación, según el Gobierno, se hará mediante clústeres tecnológicos *alrededor de las industrias acordes con la vocación productiva de cada región*, lo que llevará a la generación de contenidos y aplicaciones de mayor valor agregado que respondan a las necesidades particulares del territorio.

²⁷⁴ Ley 1753/15, Ley del Plan de desarrollo 2014-2018

Adicionalmente, se fortalecerán, mediante acompañamiento y capacitación técnica, los ecosistemas regionales de innovación en TIC, teniendo en cuenta el papel crucial que juega la innovación, la adopción y el uso de nuevas tecnologías en la diversificación de la estructura productiva regional²⁷⁵. El Gobierno espera crear un escenario propicio para estimular el desarrollo de software mediante:

- Fomentar la interacción por medios electrónicos para la prestación de trámites, servicios, participación ciudadana y la implementación de proyectos de mejoramiento para la gestión institucional e interinstitucional con el uso de medios electrónicos por parte de las entidades que conforman la administración pública;
- Desarrollar modelos que garanticen a los ciudadanos y empresarios la calidad de los servicios y trámites que las entidades públicas prestan en línea; y
- Evolucionar a modelos que faciliten la prestación de trámites y servicios en línea de forma centralizada y trazable.
- Fortalecer la estrategia de datos abiertos.

Este escenario considera algunos componentes como: 1) En el Ministerio de Salud y Protección Social: desarrollo de programas que permitan implementar la historia clínica digital, la universalización, y el acceso al servicio de salud para todos los colombianos (telemedicina); 2) En el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: diseño de aplicaciones para mejorar la productividad y plataformas de información del sector agrícola, junto con el aprovechamiento de los kioscos y puntos Vive Digital para el desarrollo de habilidades TIC de los campesinos; 3) En el Ministerio de Justicia y del Derecho: implementación de programas como justicia en línea con aplicaciones y expediente digital en línea, justicia en red para asegurar la infraestructura tecnológica mínima necesaria y cultura digital en justicia para apoyar las mejoras de las habilidades TIC de los funcionarios del sector justicia. Lo anterior mediante la adopción de “estándares, modelos y lineamientos de tecnologías de la información y las comunicaciones para los servicios al ciudadano (Art. 45, Ley del Plan).

Finalmente, como un soporte fundamental para los objetivos previstos en la Ley del Plan, en el Art. 46 de la misma se adicionan a las funciones del Fondo de Tecnologías de la información y las comunicaciones señaladas en el Art. 35 de la Ley 1341 de 2009:

1. Financiar planes, programas y proyectos para apoyar a emprendedores del sector de contenidos y aplicaciones digitales en todas las etapas del negocio, incluyendo el impulso a la vinculación de capital de riesgo para dichos emprendimientos, para el fomento de capital humano en tecnologías de la información y comunicaciones y de la industria de software y de contenidos digitales.
2. Financiar planes, programas y proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad educativa en el país a través del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.
3. Financiar planes, programas y proyectos para la implementación y puesta en marcha del Sistema Nacional de Telecomunicaciones de Emergencias.

Es fácil concluir en que semejante compromiso que asume el Gobierno Nacional para fortalecer el importante subsector de las TIC's en la economía creativa, además de pertinente con las expectativas previstas para el Huila en esta Apuesta Productiva, resulta un soporte enorme a la decisión de acoger este renglón como prioritario para la nueva apuesta.

²⁷⁵ Propósitos coincidentes con los requisitos contemplados para la continuidad de las Apuestas Productivas en el Plan Regional de Competitividad del Huila en el factor Ciencia, Tecnología e Innovación

6.2.2. COMPONENTES DEL RENGLÓN PRIORIZADO TIC'S Y ARTE DIGITAL

Los principales integrantes del renglón priorizado se resumen en:

- Creaciones funcionales, software y nuevos medios
- Artes gráficas e ilustración
- Software de contenido, especialmente aplicaciones y contenidos digitales con impacto social (aplicaciones de gobierno para el ciudadano, arquitectura TI, herramientas de innovación para las mipymes); videojuegos, contenidos interactivos audiovisuales. Las herramientas de innovación para las mipymes tiene que ver con aumentar la oferta y cobertura de servicios empresariales disponibles dirigido a favorecer el mejoramiento y adopción de capacidades de gestión y gerencia, así como conocimiento especializado relacionado con los procesos de producción y comercialización, donde los centros de desarrollo empresarial local serán claves para aumentar la oferta y cobertura de servicios empresariales.

6.2.3. ARTESANÍAS COMO RENGLÓN PRIORIZADO EN LA APUESTA PRODUCTIVA ECONOMÍA CREATIVA

Presentación

Las artesanías han estado siempre a la sombra del turismo como un atractivo *recuerdo* (souvenir) que los turistas demandan. Pero, el esfuerzo de Artesanías de Colombia ha sido insuficiente y no ha contado con contrapartidas locales que fortalezcan la estructura productiva y empresarial de los artesanos para crear su propia capacidad de generación de ingresos y sostenerse en el mercado con aplicaciones tecnológicas y procesos de gestión de calidad. Estos objetivos obligan a que las artesanías construyan una imagen propia y positiva lo cual es posible lograr con esta calificación como renglón priorizado de la Apuesta Productiva de Economía Creativa.

6.2.3.1. JUSTIFICACIÓN

Las artesanías del Huila han logrado un importante reconocimiento por su calidad y finura de los maestros artesanos, principalmente en actividades en cerámica (mayor trayectoria cultural), tejedurías de fibras vegetales, fique y pindo; con productos de reconocimiento nacional e internacional como las chivas de Pitalito, el sombrero Suaceño que cuenta con denominación de origen, réplicas de figuras precolombinas en San Agustín, además de importantes trabajos de alfarería, cestería y joyería en otros municipios del departamento como se puede apreciar en la siguiente tabla.

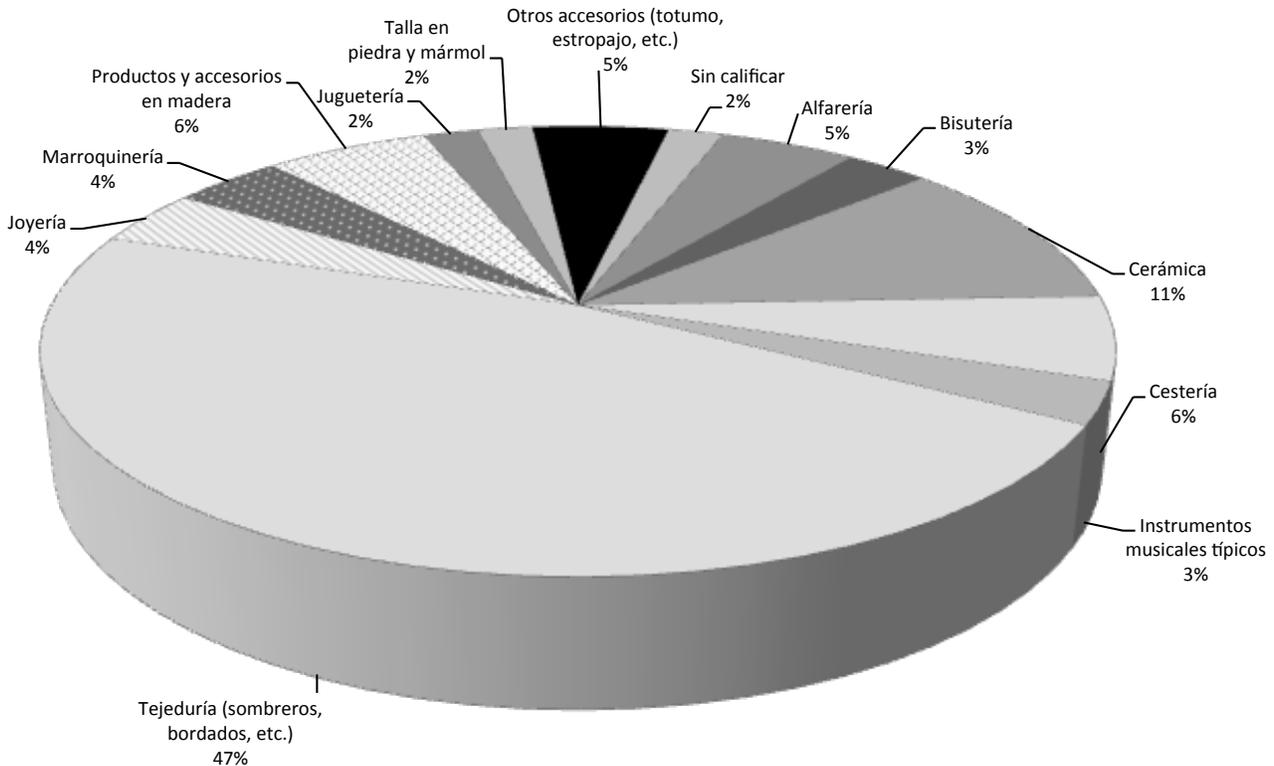
Tabla 84. Productos artesanales según municipios.

MUNICIPIO	ARTESANIAS
Aipe	Muñecas, instrumentos musicales (chuchos, puercas y tambores).
Neiva	Productos contemporáneos en cerámica, madera de torno y calado, vidrio y otras curiosidades.
Campoalegre y Acevedo	Grandes núcleos artesanales alfareros con excelentes productos como ollas, tinajas, tiestos, materias, floreros y alcarrazas.
Pitalito	Chivas, casas campesinas, mercados y otros trabajos en cerámica
San Agustín	Mejores replicas Precolombinas y tejidos de fibra de plátano. (estrecho de Obando.)
Tello	Cestería: fruteros, cestas, canastos, baúles y joyeros.
Palermo, Baraya, Santa María	Sombreros de pindo
Suaza, Acevedo y Guadalupe	Sobreros tejidos en Iraca

Fuente. Sistema Nacional de Información Cultural.

En el departamento existen más de 1.200 familias artesanas, cerca de la mitad de estas con dedicación completa a esta actividad, que es desarrollada principalmente en talleres ubicados en su gran mayoría en su propia casa donde realizan toda la operación. Las unidades artesanales, en su mayoría (47%), son informales e individuales (38% son personas naturales) y tan solo un 9% son personas jurídicas formales; aunque más del 80% de las unidades artesanales emplea menos de 10 operarios por cada una, su impacto en el empleo es muy importante en un escenario de escasa oferta de empleo. Esto podría ampliarse si los artesanos asumen una visión empresarial integral de su actividad.²⁷⁶

Gráfica 39. Distribución del subsector artesanal, según la técnica de producción



Fuente. Elaboración propia con base en datos Sec. Cultura y Turismo del Huila.

Según la gráfica anterior, el sector de mayor participación es el de tejeduría (47%), sector que tiene un agregado de productos muy grandes y representativos como los sombreros y particularmente el suaceño, además de bordados, bolsos, tejidos, etc. Pero quizá el de mayor importancia y tradición en el departamento es el sector de la cerámica (11%), que se ha consolidado en la zona sur del departamento, área de influencia Pitalito y San Agustín, con productos como la chiva uno de los poco ejemplares incluido en el catalogo de exportación de Artesanías de Colombia; otras actividades que desarrollan un importante número de artesanos son la cestería y productos en madera (6% c/u) y la alfarería (5%).

Desde el punto de vista asociativo solo existen 6 grupos asociativos y gestores de la actividad artesanal lo que confirma la necesidad de fortalecer estas organizaciones de cara a la consolidación de cadenas productivas en áreas de influencia estratégicas que respondan a los requerimientos para acceder al mercado externo.

²⁷⁶ Cifras del "Diagnóstico del sector Artesanal del Huila"-Sec. Cultural y Turismo Departamental. Un ejemplo de que esto es posible es la etnia de los Otavaleños de Ecuador que recorren el mundo con sus mantas y ruanas de vistosos colores y también van a la universidad para formarse como empresarios sin olvidar ni sus ancestros ni sus actividades.

Mientras en el 2005 el Huila proyectó cobijar las artesanías con la actividad turística, departamentos como Nariño, Sucre, Córdoba y Boyacá definieron de manera independiente a las artesanías como una Apuesta Productiva para su departamento.²⁷⁷

6.2.3.1.1. POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS

Tabla 85. Exportaciones del sector artesanal nacional 2014

RENLÓN	CIFRAS US \$ FOB
Cerámica	\$ 4.878.896
Cestería	\$ 71.601
Estatuillas	\$ 227.571
Flores artificiales	\$ 3.267.392
Manufactura de vidrio	\$ 81.609
Metal	\$ 10
Productos animales, vegetales y minerales	\$ 3.618.247
Tapicería	\$ 27.842
Trenzas y artículos similares	\$ 18.835
Demás manufacturas y objetos de adorno	\$ 180.902
Total de Artesanías	\$ 12.372.906

Fuente. Elaborado con datos de Procolombia.

Las artesanías colombianas se proyectan en el mercado internacional con excelentes posibilidades. Para el 2014, el valor de las exportaciones ascendió a \$12,37 millones de dólares, con cerámica (39%), productos de origen animal, vegetal y mineral (29%) y flores artificiales (26%) como los mayores renglones exportados y países de la Unión Europea como España y Alemania, Estados Unidos, Japón, y algunos países latinoamericanos como Ecuador y Perú como los principales destinos. Estas cifras muestran las grandes oportunidades de la consolidación de las artesanías como un importante producto de exportación, y para el cual la labor de instituciones como Procolombia y Artesanías de Colombia con la realización de Expo artesanías, la mayor feria realizada a nivel nacional con importante participación internacional se constituye como una vitrina de las artesanías colombianas para el mundo en las que el Huila siempre debe estar con sus productos “estrella” como las chivas de Pitalito, que se han comercializados con importantes firmas Europeas, el sombrero suaceño que cuenta con denominación de origen. Esto genera grandes oportunidades de poder ofrecer productos de alta calidad, mediante herramientas tecnológicas como se exponen en el primer renglón de TIC y arte digital.

El sector artesanal del Huila fue calificado por Procolombia como uno de los 9 sectores con mayores oportunidades de exportación²⁷⁸, que en el año 2014 exportó US\$ 95.766 dólares FOB, lo que representa un 1,7% del total de las exportaciones no mineras del Departamento, con unos destinos que ofrecen grandes potencialidades de comercialización de las artesanías como Alemania, Rusia, Turquía, que sugiere Procolombia. Lo anterior confirma, que las artesanías huilenses no solo tienen mercado en el entorno local y nacional, sino que además existen grandes ventajas comparativas y competitivas para posicionar estos productos en mercados internacionales. 10 Empresas y talleres artesanales del departamento, en actividades tradicionales, instrumentos musicales y juguetería infantil, fueron participantes en Expo Artesanías 2015.

Las artesanías como actividad productiva pueden consolidarse como un renglón estratégico para el desarrollo departamental con alto valor agregado.

²⁷⁷ Agenda Interna para la Productividad y Competitividad - Resultados del proceso y propuestas Iniciales. DNP- Confecámaras - MInCIT

²⁷⁸ Cartilla complementaria del Huila – Procolombia 2015.

6.2.4. DANZA Y MÚSICA COMO RENGLÓN PRIORIZADO EN LA APUESTA PRODUCTIVA ECONOMÍA CREATIVA

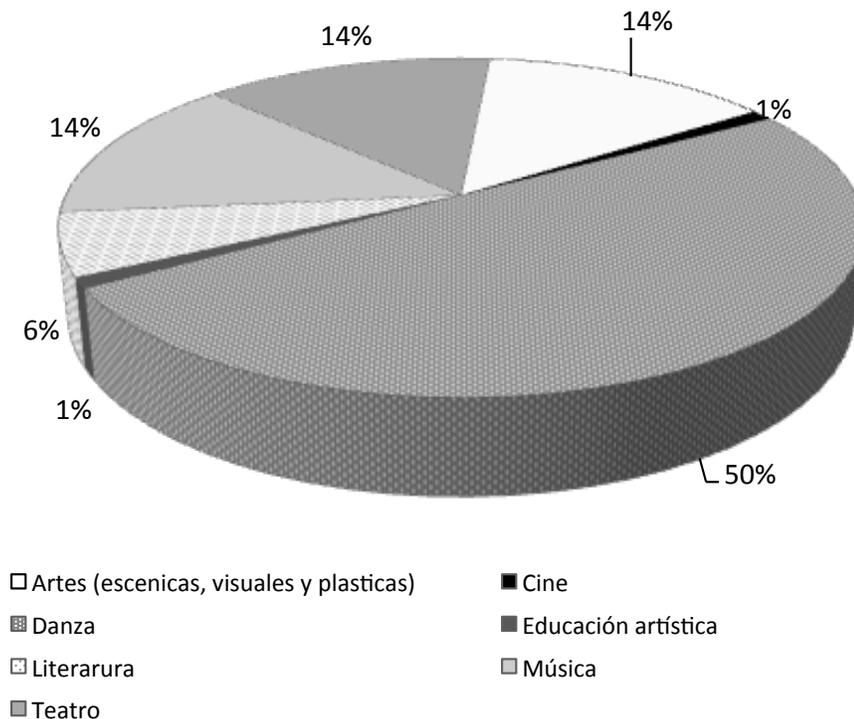
6.2.4.1. JUSTIFICACIÓN

El Huila es uno de los departamentos que ha realizado mayores aportes al folclor colombiano, característico por las rajaleñas y el bambuco, ritmos autóctonos que le cantan a la vida, la mujer, la tierra, sus alegrías y tristezas. Es tierra de compositores como Luis Alberto Osorio, Roberto Salas, Carlos Cortes, José Ignacio Olave, Luis Carlos Álvarez y, por supuesto, Jorge Villamil “El Compositor de las Américas”; también de grandes intérpretes como Rodrigo Silva, el dueto Silva y Villalba, y Lizardo Díaz del dueto de los Tolimenses y otros como Jaime Ricardo Guío, muy diestros con la guitarra, el tiple, la bandola, el requinto, el tambor junto con otros instrumentos muy particulares como la puerca, el chucho, la carrasca, la flauta de millo y la tambora.

Pero el departamento, no solo es la cuna de grandes compositores, sino también de importantes maestros de la danza como el costumbrista David Rivera Moya, creador del Sanjuanero Huilense, con base en los estudios sobre los bailes recopilados de Jacinto Jaramillo; las coreografías de Inés García de Durán, consolidando la danza como una expresión de la idiosincrasia del pueblo huilense, que se refleja principalmente año tras año durante el mes de junio con en el Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco, como máxima expresión del folclor huilense, que se realiza en las diferentes latitudes del departamento, con una importante concentración en Neiva reconocida como “La capital bambuquera de América”, donde confluyen grupos musicales y de danza tradicional, que se ha venido consolidando en torno a este festival que atrae la atención de propios y un importante número de visitantes de diversas regiones del país.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Cultura Municipal, la danza es la mayor expresión artística en la ciudad de Neiva (50%). La música hace el 14%, una participación igual a las artes plásticas y el teatro (ver gráfica 40). Lo anterior permite aseverar que el 64% de la oferta cultural de Neiva está conformada por la danza y la música, una participación muy representativa.

Gráfica 40. Actividades culturales en Neiva



Fuente. Elaboración propia con base en datos Secretaría de Cultura Municipal.

No obstante este rico patrimonio no está disponible durante todo el año. Pareciera que todos los esfuerzos se orientaran a cumplir la cita anual del Festival Folclórico y Reinado Nacional del Bambuco y se dependiera únicamente de los recursos previstos para el gran evento. Así, no existe una programación que permita durante todo el año que se tengan espectáculos de danza y música como atractivo turístico y popular que contribuya a la formación de público y a la consolidación del departamento como un creador, propulsor y promotor de los grupos de danza y agrupaciones musicales con actividad todos los días del año.

El principal objetivo, entonces, además del reconocimiento de que en todo el Huila pero, principalmente en su capital, Neiva, existe una rica oferta artística de danza y música soportada por bailarines y músicos de indudable valía personal y profesional, es apoyar la estructuración de este renglón como un gran soporte del turismo cultural para lo cual se definen las siguientes acciones:

- Mejorar el desempeño de los grupos de danza y música del Huila preparándolos para una actividad durante todo el año. La estrategia a aplicar será un acompañamiento en sus organizaciones para estructurarse empresarialmente y ofrecer con solvencia y competencia sus atractivos artísticos. Un modelo a replicar sería la incubadora de empresas culturales Génesis de la Universidad Pontificia Católica de Río de Janeiro que ha organizado empresarialmente a las escuelas de danza que actúan en el Carnaval de Río de Janeiro pero que actúan todo el año en Brasil y en el exterior.
- Corposanpedro, si su alcance supera la realización del Festival Folclórico, e Incubarhuila, la incubadora de empresas creada en el 2003 para promover el empresarismo de base tecnológica del Huila y el Fondo Mixto de Cultura, pueden asumir la responsabilidad institucional junto con la Secretaría de Cultura y Turismo del Huila de hacer la respectiva tutoría a esta estrategia.
- Fortalecer la capacidad de gestión cultural en el Huila especializando a una institución (pública o privada) para adelantar una agenda cultural por todo el año. Existen insumos importantes que garantizan este objetivo: las subregiones, podrían mostrarse mediante un evento inicialmente trimestral. Un trimestre sería para la música Andina del sur, otro para los músicos y danzas de La Plata, etc. Solo así se justificaría la propuesta de mejoramiento de los grupos para todo el año. Si no hay agenda para todo el año, seguirán dependiendo del San Pedro.
- Una opción en esta agenda sería celebrar el concurso Jorge Villamil Cordovéz en época distinta al de San Pedro con el fin de posicionarlo como el festival del Mono Núñez. La Fundación Jorge Villamil Cordovéz debería encargarse de esta iniciativa. Si Neiva es “Ciudad Villamil” debe hacer más interactiva esta calificación no solo con las 16 esculturas instaladas en la ciudad y el museo que lleva su nombre. La terminación del Parque de la Música debe dar una pauta clara en este sentido.

Finalmente, el departamento debe acercarse mucho más al Ministerio de Cultura para lograr soporte en estas acciones.

6.2.5. CONCLUSIONES

Aunque no tiene aún un reconocimiento nacional como las ciudades que se colocaron como ejemplo, Neiva también es sede de iniciativas similares a las mostradas. Hay teatro, museos y otras expresiones culturales como las artesanías, la danza y la música con el incentivo del Festival Folclórico del Bambuco que cada año atrae visitantes y mueve a las organizaciones comunitarias y artísticas a preparar a sus representantes para participar en el único evento posicionado nacionalmente.

Hay actividad artística, hay conservatorio de música, se organizan eventos pero la percepción es que la institucionalidad no las promueve con la fuerza como lo están haciendo en las ciudades líderes de la economía creativa. La reciente creación de la Corporación del Festival y la existencia de la única sobreviviente de la iniciativa de creación de los Fondos mixtos de Cultura aquí en el Huila pueden liderar la imposición de la economía creativa en Neiva y las principales ciudades del departamento (San Agustín, Pitalito, Garzón y La Plata especialmente).

El departamento del Huila cuenta con toda la materia prima para el desarrollo de esta Apuesta Productiva, incluida la voluntad departamental de realizarlo y en común acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo que prioriza la inversión para la locomotora de la innovación, constituye una gran oportunidad para poder realizar y ejecutar todas estas iniciativas derivadas de la presente Apuesta Productiva.

Todos los anteriores elementos hacen parte de la económica creativa y son incluidos dentro de las actividades y lineamientos del Ministerio de las TIC's, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colciencias, Ministerio de Cultura.

El departamento del Huila se convertirá en una región estratégica para el posconflicto y esta iniciativa generará una gran cantidad de empleos e ingresos que fortalecerán e impulsarán la economía departamental para el desarrollo social y participativo que requiere el país, particularmente las asociadas al turismo.

CAPÍTULO 7

LA RESPUESTA INSTITUCIONAL PARA LA ACTUALIZACIÓN DE LA AGENDA INTERNA: LA CRECI HUILA

Introducción

En el gobierno del presidente César Gaviria (1990-1994) Colombia decidió encarar un proceso de apertura económica como respuesta a la creciente ola de globalización de la economía mundial que hoy se muestra consolidada. El argumento de entonces, que sigue vigente, fue: *se necesita una institucionalidad que aborde los desafíos de la competitividad del país.*²⁷⁹ El país lleva 25 años comprometido con la competitividad y la productividad como estrategias para su desarrollo económico y social, solo que, en los últimos años, estas se han acelerado impulsadas por el “derrumbamiento de fronteras”. Tal como lo consignó Santiago Montenegro Trujillo, entonces Director del DNP, en la presentación de la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad *“La creciente concurrencia de la globalización ha llevado a reconocer la necesidad de que el país se prepare para aprovechar al máximo los resultados de los diferentes tratados de integración, los cuales deben considerar simultáneamente y de forma realista las necesidades y oportunidades de las regiones y sectores para ser competitivos en el contexto internacional.”*²⁸⁰

Este ejercicio de actualización se enmarca en los mismos propósitos. Por ello, se apoya en lo consignado en la Ley del Plan (1753/15) en cuanto a la definición de las Comisiones Regionales de Competitividad como únicas instancias de interlocución entre el Gobierno y las regiones además de integrar, en un sistema único, la competitividad, la ciencia, la tecnología y la innovación y el ajuste que ello implica. Así mismo, la identificación, en el diagnóstico al desempeño del Huila en los primeros 10 años de vigencia de la Agenda Interna, AIPC, de la falta de gestión como la principal limitante al logro de mejores resultados motivan a generar una propuesta de reorganización de la CRECI, Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila para asumir el direccionamiento de la AIPC actualizada y acoplada a los dictados del Plan de Desarrollo 2014-2018.

En este capítulo, se explican y consolidan las varias referencias a la CRECI en este documento precisamente en interpretación anticipada de la gestión que se propone puede (y debe) cumplir este instrumento de integración y cooperación del desarrollo del Huila.

²⁷⁹ CONPES 3527 de 2008

²⁸⁰ Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad, resultados del proceso y propuestas iniciales, Pretextos Ltda., segunda Edición, Septiembre 2005

7.1. ANTECEDENTES

En el año 2006 se emitió el Decreto 2828 que organizó el Sistema Nacional de Competitividad y se crearon las Comisiones Regionales de Competitividad, CRC (Art. 9º), al tiempo que se integró la Comisión Nacional de Competitividad. Las CRC asumirían un papel protagónico en las entidades territoriales en las tareas relacionadas con estos objetivos. Este Decreto fue modificado por el Decreto 061 de 2007 solo en cuanto a la composición de la Comisión Nacional de Competitividad.

En 2008, el CONPES adoptó el documento 3527 sobre la “Política Nacional de Competitividad y Productividad” y señaló para las Comisiones Regionales de Competitividad las siguientes tareas obligatorias (que no se refirieron a la Agenda Interna):

- » Realizar semestralmente encuentros entre CRC
- » Elaborar 29 *Planes Regionales de Competitividad, PRC*
- » Coordinar el funcionamiento de las CRC y los avances de los PRC
- » Implementar un plan piloto de aplicación de las recomendaciones del informe de competitividad subregional del Banco Mundial.

El Decreto 1475 de 2008 modificó parcialmente los Decretos 2828/06 y 061/07 e incluyó al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como miembro de la Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Competitividad y como Coordinador Nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad en representación del sector público al tiempo que designó a Confecámaras como Co-coordinador a nombre del sector privado.

La Ley 1253 de 2008, *por la cual se regula la productividad y la competitividad y se dictan otras disposiciones* reiteró la importancia de la productividad y la competitividad como una estrategia de largo plazo y exigió que *los planes territoriales de desarrollo debían desarrollarse en armonía con la Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación y la Política Nacional de Productividad y Competitividad.*

El **documento CONPES 3668** de 2010, definió el fortalecimiento institucional de las Comisiones Regionales de Competitividad, CRC, en cuatro dimensiones: estructura, funciones, competencias y sostenibilidad del arreglo institucional previo diagnóstico de las CRC frente a las anteriores dimensiones y anota, en cuanto a su estructura, que solo en algunos departamentos (el Huila entre ellos) existe un Decreto que soporta su creación y que 60% de los mismos cuenta con grupos de trabajo sectoriales y temáticos. La mayoría de CRC es vista como una entidad para la planeación y direccionamiento regional y para convocatoria de actores excluyendo funciones importantes como la gestión de recursos, la ejecución de políticas y el seguimiento y control de proyectos. Se califica a su capacidad de formular y gestionar proyectos como “ostensiblemente débil” en la mayoría de los departamentos al igual que muestran una debilidad estructural en materia institucional comprobada por la *“dispersión y, muchas veces, la superposición de iniciativas, instituciones, programas e instrumentos de fomento productivo local dirigidos al nivel regional lo que demuestra las debilidades existentes para coordinar políticas desde el nivel central” restando credibilidad a la gestión de las CRC*²⁸¹. Este diagnóstico fue acogido por la Ley 1450 de 2011, Ley del Plan 2010-2014, que en su Artículo 33 establece que *“las CRC coordinarán y articularán al interior de cada departamento la implementación de las políticas de desarrollo productivo de competitividad y productividad, de fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa y de fomento de la cultura para el emprendimiento a través de las demás instancias regionales...”*

²⁸¹ Precisamente, con el fortalecimiento de las CRC en la Ley 1753/15, el objetivo claro que se busca es ajustar su estructura, funciones, competencias y recursos para reducir la dispersión de las herramientas de competitividad y productividad y mejorar sus resultados en el departamento del Huila.

7.1.1. EL HUILA EN PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

El Huila, tal como se le reconoce en las instancias nacionales, ha sido un departamento aplicado en la implementación de políticas nacionales de productividad y competitividad. Además de haber adoptado el CONPES 3297 sobre AIPC y puesto en vigencia sus Apuestas Productivas en el 2006, ha continuado priorizando en sus distintos Planes Departamentales de Desarrollo, PDD, el apoyo y fortalecimiento de la agroindustria, turismo, piscicultura, minería no hidrocarburífera y generación de energía y actualizando la normatividad relativa a estas tareas para estar a tono con las decisiones nacionales, aunque con resultados escasos.

7.1.1.1. LA CREACIÓN DE LA CRECI HUILA

En 2007, la Gobernación del Huila expidió el Decreto 995 por el cual “Se crea la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila, CRPC, acogiendo el CONPES 3439/06 y el Decreto 2828 del MInCIT de 2006. Mediante este acto, el Gobernador del departamento reconoció a la Junta de Direccionamiento Estratégico de Productividad y Competitividad del Huila como la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila con 24 miembros, nueve (9) del sector público (sin incluir al rector de USCO que representa a la academia), siete (7) en representación de la institucionalidad y gremios (incluidos Codecti, antes Codecyt y un representante de las subregiones); tres representantes (3) de la Academia, incluido el SENA; cinco (5) representantes de las Apuestas Productivas de la Agenda Interna. Tal como ocurrió a nivel nacional, se constituyó una secretaría ejecutiva conjunta entre la Cámara de Comercio de Neiva y Planeación Departamental.²⁸² El Decreto preveía la invitación a otros expertos de acuerdo con los temas tratados.

La periodicidad prevista para la CRPC es trimestral para sus reuniones ordinarias y, para las extraordinarias, “con la frecuencia necesaria”. En relación con sus funciones, el Decreto recoge todas las orientaciones del Gobierno Nacional para la coordinación, la articulación y la formulación de la política de productividad y competitividad en el departamento. Una función de gran impacto prevista claramente por esta disposición y en la que se hace énfasis, es la de *“proponer un modelo de gestión que incluya la asignación de responsabilidades, sistemas de medición y seguimiento de indicadores de productividad y competitividad, revisión periódica de las metas definidas en el plan de competitividad del Huila, rendición de cuentas y divulgación entre la sociedad civil de los resultados de su gestión”*.

7.1.1.2. DECRETO 1406 DE NOVIEMBRE 9/12

En 2012, mediante el Decreto Departamental 1406 de noviembre 9, se ajustó el Decreto 995/07 a las directrices establecidas en el Decreto 1500 del 2012. En esta disposición se cambia la denominación de la Comisión Regional de Productividad y Competitividad del Huila por la de Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Huila, CRECI, sin personería jurídica como la anterior. La incorporación del concepto de innovación es la diferencia más importante entre las dos disposiciones. Su composición pasó a 34 miembros (considerando uno por cada apuesta productiva según CRECI) haciéndose más notoria la presencia del sector público. Califica como “mesas de apoyo” a programas como red de emprendimiento, comité Universidad – Estado – Empresa, Comité Anti-trámites e Infraestructura y Construcción, además de incluir nuevos representantes de Mipymes y Zonas Francas. A pesar de que en este Decreto se mantiene la Secretaría Técnica según Decreto 1475/08, se crea un Comité Técnico de la CRECI como un órgano de apoyo para la toma de decisiones integrado por 12 miembros de variada procedencia y representación y una presidencia dual que no existe a nivel nacional. Se crea, además, un Comité Ejecutivo de 9 miembros y se crea el Gestor Coordinador.

Como funciones, en este Decreto se contempla la actualización del Plan Regional de Competitividad, tarea contemplada desde 2010 en el PND. En cuanto a la periodicidad, establece reuniones por lo menos dos veces al año y contempla reuniones extraordinarias. Para las reuniones del Comité Ejecutivo establece una periodicidad bimensual.

²⁸² A nivel nacional, según el Decreto 1475/08 se definió al MInCIT y a Confecámaras como integrantes de la Secretaría Técnica de la Comisión Nacional de Competitividad.

7.1.1.3. EL PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD DEL HUILA, PRC

Otro instrumento existente y válido en el contexto de la competitividad departamental que debe ser incorporado al nuevo sistema previsto por la Ley del Plan 1753/2015 es el Plan Regional de Competitividad del Huila²⁸³. Este plan fue ajustado de acuerdo con la propuesta del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo a finales de 2010 validados y aprobados en la última sesión de la CRPC, realizada el día 20 de diciembre de 2010.

De su visión puede resumirse que su herramienta clave es tener *un talento humano altamente calificado*, con ingresos altos, con capacidad de actuar en cualquier entorno, apoyado en el fortalecimiento regional en sectores clave,²⁸⁴ formado en una cultura de la productividad con respeto por el medio ambiente.²⁸⁵ Solo después de lograr este talento humano se cumpliría el objetivo clave: *Desarrollo sostenible, diversificado y con alto valor agregado de las potencialidades del Departamento*.

7.1.1.3.1. LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PRC

El PRC adopta objetivos estratégicos que suenan muy lógicos y pertinentes precisamente por las falencias detectadas de siempre en el desempeño del departamento del Huila y que se resumen en:

7.1.1.3.2. DESARROLLAR SECTORES DE CLASE MUNDIAL

Como tercerización de servicios (BPO, Business Process Outsourcing): call centers, cacao, confitería y chocolatería, turismo de salud (Neiva y su área de influencia) y articular la agroindustria al sector de productos de belleza y aseo²⁸⁶

7.1.1.3.3. RECONVERTIR LA PRODUCTIVIDAD SOSTENIBLEMENTE CON BASE EN LA FORMACIÓN Y AFIRMACIÓN DE NUEVAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES²⁸⁷

Articular la formación académica de la región al entorno productivo; bilingüismo universal para la productividad e implementar acciones de formación priorizadas por las mesas sectoriales y de apoyo de la CRC, establecer banco de proyectos para obtener financiación de proyectos empresariales innovadores²⁸⁸

7.1.1.3.4. APOYO AL DESARROLLO Y LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

Mejorar la competitividad de las empresas a través de sistemas de gestión, crear y recrear empresas, promover el acceso a nuevos mercados²⁸⁹

²⁸³ Como la visión de futuro en 2001, la AIPC, la Agenda Prospectiva de Ciencia, Tecnología e Innovación; el Comité Asesor Regional de Comercio Exterior -CARCE Huila- y el Plan Estratégico Exportador Regional PEER, entre otros, y diferentes estudios sectoriales como "Transformación Productiva de Regiones Rezagadas: Implicaciones del Caso Hausmann-Klinger para el Departamento del Huila"; el "Estudio de Internacionalización de la Economía del Huila", (Araujo Ibarra y Asoc. 2001) y los 500 Productos con Potencial de Exportación hacia Estados Unidos, elaborado por la misma firma en el año 2006 y el proyecto. Balance Tecnológico del sector minero del Huila, elaborado por el Dr. Leonardo Pineda de la Universidad del Rosario como modelo para desarrollar el balance tecnológico a los sectores más competitivos del departamento.

²⁸⁴ Aquí cabe preguntar: ¿Cómo se logra este fortalecimiento en los factores señalados si hay que contar con ese talento humano previamente? En otra lectura, ¿tendríamos que alcanzar primero este fortalecimiento para atraer este Talento Humano?

²⁸⁵ Lo cual implica formación fuera del Huila, fundamentalmente.

²⁸⁶ La incorporación de la AI en este objetivo estratégico facilita transferir la actualización de esta al PRC por lo menos en este aspecto. Con esto, se complementa el trabajo realizado finalizando el 2014, que se ocupó del diagnóstico sobre el desempeño del Huila en la AI. Este documento hace parte de la fase dos que procura actualizar dicha AI teniendo en cuenta lo definido por el PND 2014-2018.

²⁸⁷ Este OE tiene una directa relación con la visión al 2032

²⁸⁸ Esta realidad obliga a garantizar transferencia de conocimiento. En cuanto a la AI, estos componentes se analizaron en el factor de competitividad talento humano para determinar avances en el desempeño del Huila en AI, lo cual confirma la relación entre AI y PRC.

²⁸⁹ La formalización empresarial no es estrategia sino el objetivo mismo. Igual ocurre con la estrategia de promover el acceso a nuevos mercados,

7.1.1.3.5. INCORPORAR Y APLICAR CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS CON BASE EN LA AGENDA PROSPECTIVA DE CTI Y SU PLAN ESTRATÉGICO²⁹⁰

Investigación, innovación y desarrollo tecnológico en la educación y la solución de necesidades puntuales para el crecimiento del sector productivo.

7.1.1.3.6. PROMOVER ESTRATEGIAS DE CONECTIVIDAD, INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO, SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y ATRACCIÓN DE INVERSIONES

Infraestructura física y básica, conectividad y equipamiento; ambiente y sostenibilidad y atracción de inversiones²⁹¹

En resumen, el PRC está estructurado por cinco (5) objetivos estratégicos, catorce (14) estrategias y cuarenta y nueve (49) iniciativas. Vale anotar que el PRC acogió totalmente las Apuestas Productivas definidas en la AIPC.

7.1.2. PLAN ESTRATÉGICO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN, PECTI

El 27 de diciembre de 2010, cinco años atrás, la Gobernación del Departamento adoptó el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación elaborado por GRUGETEC-INNCOM. El CODECYT, hoy CODECTI, participó eficazmente en su integración. Su horizonte se fijó al 2032 (igual al del PRC) y su lema fue: *HUILA, HACIA UNA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO*. El plan busca superar la realidad de la economía del Huila de ser una *conducida por factores* a otra *conducida por el conocimiento y la innovación* para llegar a mercados que generen valor agregado (en consonancia con la visión del PRC)²⁹². Esta visión prevé cumplir con un proceso gradual en tres etapas: la actual, economía basada en factores; la intermedia, una economía basada en manufactura y servicios tradicionales (economía basada en la eficiencia) y la última, una economía basada en el conocimiento y la innovación. PECTI es el otro componente a tener en cuenta en el nuevo Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila definido por el PND 2014-2018.

Acoge las mismas estrategias del PRC referidas a los ocho (8) factores de competitividad del Foro Económico Mundial consignadas en la AIPC, con énfasis en las relacionadas con CTI+I (que son todas), base del conocimiento y, como “áreas de enfoque” las cinco Apuestas Productivas de la AIPC, siendo estas una constante en todos los mecanismos existentes en el departamento.²⁹³

La estrategia principal del PECTI: desarrollar conocimiento científico tecnológico de alto nivel, aplicarlo sobre las ventajas comparativas del departamento para transformarlas en ventajas competitivas mediante un proceso gradual de largo plazo de fortalecimiento de las capacidades en CTI que lleve al desarrollo de productos más sofisticados²⁹⁴, exige una notable mejoría en los factores en los que el Huila muestra sus peores resultados.

lo que ocurriría posterior a la formalización empresarial.

²⁹⁰ Con directa relación con AI en cuanto al factor de competitividad CTI.

²⁹¹ Es el mismo objetivo estratégico, no la estrategia.

²⁹² Dos componentes de esta realidad son: El bajo contenido tecnológico de las actividades productivas del Huila: 73% es muy bajo; 13 % es bajo, 5% es medio y tan solo 9% es calificado como ALTO, tal como lo registra el propio PECTI y las brechas obtenidas en el diagnóstico de capacidades del Huila por GRUGETEC en el 2009, tradicionalmente reconocidas. (Tabla 9 del PECTI)

²⁹³ Este aspecto, al igual que en el PRC, fortalece la propuesta que se como respuesta a lo establecido, como reiteración, en el PND 2014-2018.

²⁹⁴ Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila 2010-2032 publicado el 27 de Diciembre de 2010 por la Gobernación del Huila, Colciencias y Codecyt- Huila (hoy CODECTI). Coincidente con la visión del PRC al 2032.

7.1.2.1. EL TRÁNSITO DEL PROCESO HACIA LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO

Este tránsito, según PECTI se escenifica en tres dimensiones: desarrollo humano sostenible, sostenibilidad ambiental y desarrollo productivo y competitivo y se materializa paulatinamente la transformación productiva siempre y cuando se aplique la estrategia de llegar primero a productos de más fácil desarrollo lo cual irá habilitando al aparato productivo para acceder a otros productos de mayor complejidad. Una vez más, en la dimensión tres la base son las apuestas productivas (a las que denomina oportunidades competitivas). Este proceso se mide por su contenido tecnológico en valor agregado (VA) en cuatro niveles: *bajo VA*, *medio-bajo VA*, *medio-alto VA* y *alto VA* a partir de los productos priorizados en la AIPC²⁹⁵. En cacao, por ejemplo, en grano es de bajo valor agregado; cacao en pasta o licor de cacao, son productos de valor agregado medio-bajo; cacao en polvo y manteca de cacao son productos de valor agregado medio alto y el cacao como base para cosméticos y productos nutracéuticos son productos de valor agregado alto.

Este ejercicio debe validarse con el mercado pero orienta el análisis de nuevos renglones productivos y justifica la continuidad de las actuales apuestas por lo que se ha tenido en cuenta en el actual proceso de actualización (Ver Cap. 1 de este documento).

El PECTI señala también otras actividades susceptibles de recibir CTI para su mejoramiento y generación de mayor impacto social como en prestación de servicios públicos y acciones de salud.

El PECTI señala también cuatro habilitadores para la CTI+I que se recogen en las estrategias transversales incorporadas en este ejercicio de actualización, particularmente un portafolio de proyectos, conexión con las fuentes de conocimiento y el fortalecimiento de una plataforma tecnológica. Estos habilitadores, con diferente nombre, siguen siendo requisitos para alcanzar mejores niveles de productividad y competitividad y se refieren a las mismas acciones que se han señalado como retos a atender desde hace mucho rato y que no se han atendido.

7.1.2.2. LINEAMIENTOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL HUILA (OTRO APORTE PARA UN MISMO PROBLEMA)

En el último trimestre de 2014, la Gobernación del Departamento, el MinCIT a través de Bancóldex como operador de Innpulsa, la Cámara de Comercio de Neiva y asohofrucol en convenio, contrataron una consultoría con la Universidad Javeriana cuyo resultado final, después de varios seminarios realizados con protagonistas de diversa naturaleza de las acciones de productividad y competitividad fue la propuesta de una hoja de ruta bajo la *Estrategia de Especialización Inteligente, EdEI* para avanzar en el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la visión de competitividad regional²⁹⁶. La consultoría propone un modelo de negocio para la CRECI que responde al interés por consolidar la CRECI lo cual apunta a la propuesta que en este documento se hace sobre el particular.

Insiste el documento en proponer como tareas para la CRECI:

- 1.- Resolver la falta de estadísticas en niveles absolutos y relativos.
- 2.- Crear oportunidades reales de inversión en sectores estratégicos.
- 3.- Verificar si las Apuestas Productivas, permitirán al Huila alcanzar mejores niveles de rendimiento en sofisticación de productos y exportaciones, innovación y diversificación productiva²⁹⁷.

Los consultores resaltan que la primera condición para implementar su propuesta es la reorganización de la CRECI para que cumpla su papel de orientadora, analista, integradora e interlocutora ante el gobierno nacional (tal como lo exige el PND 2014-2018).

²⁹⁵ Ver el PCTI en página 39 y siguientes.

²⁹⁶ Documento lineamientos para el fortalecimiento de la competitividad del Huila, Olavarría, González y Corzo. Diciembre 2014.

²⁹⁷ El planteamiento del PECTI, ya analizado, de avanzar gradualmente en la diversificación y sofisticación de los productos de las Apuestas Productivas a partir de los niveles de valor agregado citando ejemplos para cada una de ellas es una buena respuesta a esta inquietud planteada por los consultores de la U Javeriana en este Estudio.

A manera de síntesis, la EdEI, propone:

- 1.- Crear una unidad de inteligencia competitiva
- 2.- Estructurar una estrategia regional de desarrollo basado en la innovación y el emprendimiento sustentada en los recursos naturales existentes²⁹⁸
- 3.- Definir una gobernanza que proporcione un liderazgo efectivo y colaborativo en este proceso.
- 4.- Tener una visión compartida de futuro.²⁹⁹
- 5.- Seleccionar prioridades, donde se incorporen tecnologías facilitadoras claves³⁰⁰.-
- 6.- Establecimiento de políticas sustentables.- Con hojas de rutas acotadas y un plan de acción eficaz. Esta fase termina con una serie de proyectos pilotos³⁰¹
- 7.- Mecanismos de monitoreo y evaluación (falencia persistente)

7.1.3. A MANERA DE RESUMEN

Este amplio recorrido por los antecedentes creados tanto a nivel nacional como regional y local en materia de productividad y competitividad permite formular algunas conclusiones:

1. A pesar de que en materia de productividad y competitividad el Huila ha replicado las disposiciones nacionales, su réplica oportuna no ha provocado los resultados esperados tal como se confirmó recientemente con la divulgación de los indicadores de competitividad del Huila, tanto por la CEPAL como por el CPC-CEPEC de la Universidad del Rosario y el diagnóstico de los primeros 10 años de aplicación de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Huila. Particularmente, los resultados más preocupantes se han dado en ciencia, tecnología e innovación dimensión en las que el departamento ocupa, desde hace 15 años, los últimos lugares
2. Los estudios y análisis de la última década sobre la temática en comento son coincidentes en cuanto a:
 - Considerar a las Apuestas Productivas como la base de todo proceso de avance en CTI
 - Identificar a la CTI como un complemento básico para el mejoramiento de la competitividad del Huila, proponer estrategias, programas y proyectos para su apropiación y aplicación para el cumplimiento de las metas identificadas como insustituibles.
 - Proponer la creación de mecanismos e instituciones para la ejecución de las políticas propuestas y la coordinación institucional necesaria para tales fines. No obstante, en ningún estudio o propuesta se reconoce la existencia de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica del Huila, creada en 2003

²⁹⁸ Es la misma propuesta del PECTI; por tanto, no hay nada nuevo y se reitera en el contenido del PECTI lo cual implica insistir en desarrollar lo concebido en el PECTI actualizado (los mismos consultores señalan que no sería un proceso nuevo).

²⁹⁹ El Huila ya ha dado pasos en ese sentido. Desde el 2001 se tiene la visión de futuro del Huila que, aunque poco se referencia, es consistente con los ejercicios de visión sectorial que se han realizado posteriormente (en estos antecedentes aparecen visiones para el PRC, para cada objetivo estratégico y plazos que se han modificado nominalmente, pues a pesar de fijarse el 2032 como año meta, todos los objetivos estratégicos las mantienen al 2020. Vale mencionar que hace 6 años no se evalúa el cumplimiento de esta visión de futuro.

³⁰⁰ Este ejercicio está hecho en el PECTI. Ver los facilitadores propuestos en dicho plan.

³⁰¹ Esto es, precisamente, lo que no se ha hecho y debe ser parte de los propósitos de este nuevo intento por cristalizar acciones en procura de resultados largamente planteados pero no ejecutados.

para asegurar transferencia tecnológica al aparato productivo del departamento por lo que ningún papel se le asigna en estas estrategias.

3. Lo anterior ha generado un cúmulo de ideas, propuestas, acciones y estrategias que, prácticamente, abarcan todo lo que puede hacerse para el mejoramiento de la productividad y competitividad con la aplicación de CTI y el refuerzo institucional. Por tanto, se considera que no hay espacio para más propuestas y lo único que puede recomendarse es llenar el vacío de gestión que se concluye con esta mirada retrospectiva.

7.2. PROPUESTA PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA AIPC DEL HUILA A PARTIR DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y REPRESENTACIÓN REGIONAL ANTE EL GOBIERNO NACIONAL SEGÚN PND 2014-2018

7.2.1. Justificación

La Ley 1753 de junio 9 de 2015 contempla, en su capítulo VII, estrategia territorial: ejes articuladores del desarrollo y prioridades para la gestión territorial, Art.186, referido al Sistema de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y las Comisiones Regionales de Competitividad, la consolidación de un Único Sistema de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y emplaza a las distintas instancias departamentales para integrarse a las Comisiones Regionales de Competitividad en cada departamento para articular sus agendas de trabajo. Exige, para ello, que “Cada Comisión Regional de Competitividad ajustará su estructura” y agrega: “Las Comisiones serán la única instancia de interlocución con el Gobierno Nacional para la implementación de la Agenda Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación”.

De otro lado, la decisión de contar con un Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación invita a la integración del PRC con el PECTI en el Huila para soportar todas las iniciativas en competitividad del departamento del Huila lo que daría origen al

“SISTEMA ÚNICO DE COMPETITIVIDAD, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DEL HUILA”

Alcanzar este sistema único en cumplimiento de lo previsto en el PND 2014-2018 implica fortalecer la CRECI-Huila lo que exige revisar su estructura, desempeño y evaluación, según la normatividad nacional y local. Al mismo tiempo, es necesario revisar el PRC y confrontarlo con el PECTI y los ocho factores de competitividad del Foro Económico Mundial para una exitosa integración al sistema único.

En suma, esta propuesta para la adopción de los mecanismos de coordinación y representación regional ante el Gobierno Nacional, según PND 2014-2018 representa una gran oportunidad para redireccionar la gestión sobre las Apuestas Productivas hoy bajo la denominación del PRC integrado con el PECTI.³⁰²

7.2.1.1. EL MODELO DE NEGOCIO PARA LA CRECI HUILA SEGÚN LA CONSULTORÍA DE LA U. JAVERIANA

La consultoría de la Universidad Javeriana sugiere la reestructuración de la CRECI Huila basado en nueve pilares fundamentales de acuerdo con el modelo Canvas Osterwalder:

- Propuesta de valor
- Los canales de distribución y comunicación
- Las fuentes de ingreso
- Las actividades clave
- La estructura de costos
- El segmento del mercado
- Las relaciones con los clientes
- Los recursos clave
- Los socios clave

La propuesta de valor debe lograr que se perciba que tener una CRECI es de beneficio para todos particularmente a quienes más adelante se especifican como clientes. La propuesta de valor es que la CRECI Huila sea una Unidad de Pensamiento Estratégico (*Think Tank*) y de gestión de proyectos de alto impacto para el fomento de la competitividad y la innovación en sectores priorizados, lo que implicaría:

³⁰² En reciente reunión en el MInCIT se planteó que la resultante de la integración del PRC+PECTI se denominaría Agenda Integrada de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Por ello, indistintamente denominamos AIPC. PRC PECTI de manera general para hacer mención a los mismos mecanismos de integración y planificación de Productividad y Competitividad.

- Diseñar y realizar estudios.- Los análisis generados por la CRECI deben ser un insumo para el diseño, la formulación, la ejecución, la seguimiento y la evaluación de proyectos, programas y políticas de competitividad regional sin generar dualidad con los centros de investigación, IES y otras entidades que son indudables aliados de la CRECI y, se supone, son fuente de los mismos.
- Realizar debates y generar espacios de difusión sobre problemáticas basadas en sus investigaciones y recomendaciones, así como analizar y proponer nuevos enfoques que permitan obtener mejoras en las políticas públicas regionales. Esto es pertinente con los propósitos de la CRECI
- Realizar actividades de asesoramiento en el diseño de políticas públicas de competitividad e innovación con el apoyo de la red de aliados teniendo en cuenta las especialidades requeridas.
- Construir una red de contactos con conocimiento especializado, que permita la rápida identificación de personas con capacidad de dar respuesta a las necesidades puntuales de las apuestas productivas priorizadas y de sus aliados estratégicos (Esta labor es la que no se puede dejar de estimular y reñiría con la primera)
- Identificar y conocer a profundidad las líneas de financiación que permitan la canalización de recursos para la realización de proyectos estratégicos.

En cuanto a su estructura organizacional, la CRECI debe estructurar mesas de trabajo en torno a los sectores priorizados para el Huila. En este punto, la U. Javeriana propone replicar a nivel local el esquema y las mesas de trabajo sectoriales del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MInCIT). Al respecto, los consultores recomiendan acoger la figura de coordinadores sectoriales al interior de la CRECI. Cada mesa tendría un coordinador sectorial “siempre que el sector privado esté dispuesto a formar parte y a aportar recursos para la iniciativa”.

Un componente para contemplar en la reforma a la estructura es la creación de la unidad de inteligencia competitiva responsable de establecer un sistema de estadísticas actualizadas para uso del aparato productivo, la academia y las instituciones.

Finalmente, dentro de esta estructura es clave, plantean los consultores, establecer un sistema de seguimiento, monitoreo, control y evaluación para cada uno de los planes de trabajo sectoriales.³⁰³

En el pilar “segmento de mercado”, se identifica como clientes³⁰⁴ a: Gobernación del Huila, Alcaldía de Neiva (Alcaldías, agregamos), Cámara de Comercio de Neiva, Universidades, Centros de Desarrollo Tecnológico, Gremios y Empresarios de los sectores priorizados.

Para el pilar “canales de distribución y comunicación” (con los clientes) la U. Javeriana sugiere una red de aliados. Esta red de aliados es la que debe sustentar las mesas sectoriales y las de apoyo que deben adscribirse a las primeras.

Para esta red resulta vital la capacidad del gestor quien debe coordinar acciones con los líderes de las mesas sectoriales a partir del portafolio de servicios. En esta red deben estar consultores internacionales, nacionales y locales. Esta red puede alimentar otra fuente de ingresos como la realización de eventos (conversatorios, foros, paneles, conferencias, seminarios y talleres)³⁰⁵.

³⁰³ En la actualización, fase dos, se incluyó la incorporación de un Sistema de Gestión de las Apuestas Productivas que contiene el Sistema SIGA, para el seguimiento, monitoreo y evaluación de la gestión para la competitividad del Huila. Por tanto, las propuestas son coincidentes (Ver Capítulo 4 Estrategias transversales, en este documento)

³⁰⁴ Por definición, clientes de la CRECI comprende a todas las personas u organizaciones para los cuales la Comisión está creando valor a través de su portafolio de bienes y/o servicios.

³⁰⁵ Lineamientos para el fortalecimiento de la competitividad del Huila. PDF. Pág.23.

7.3. MODELO DE GESTIÓN SUGERIDO³⁰⁶

Recogiendo todos los antecedentes registrados en este documento, el equipo consultor para la actualización de la Agenda Interna de Productividad y Competitividad (nombre original) llega a la siguiente propuesta de la CRECI Huila como paso fundamental para que la actualización efectivamente se lleve a la práctica bajo las condiciones previstas en el PND.

7.3.1. Para los considerandos

Además de los expuestos en el Decreto 1406/12 del Gobierno Departamental que no se deroguen en virtud de los cambios previstos en la Ley 1753/15, deben incluirse en los considerandos del Decreto que acoja esta propuesta, si así se dispone:

Que en el Artículo 186 de la Ley 1753 de junio 9 de 2015, *Sistema de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y Comisiones Regionales de Competitividad*. Se establece la integración del Sistema de Competitividad e Innovación con el Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación para consolidar un Único Sistema de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Que la consolidación de un Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación exige la integración del Plan Regional de Competitividad del Huila con el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila lo que, a su vez, conlleva una estructura organizacional acorde con las exigencias, objetivos y metas de dicha integración, especialmente en cuanto a la contribución de la ciencia, tecnología e innovación al cumplimiento del Plan Regional de Competitividad.

Que, en el mismo Artículo 186, establece la obligatoriedad para las distintas instancias departamentales que promueven agendas de competitividad, productividad, ciencia, tecnología e innovación, tales como los Consejos Departamentales de Ciencia, Tecnología e Innovación (CODECTI), los Comités Universidad-Estado-Empresa, los Comités de Biodiversidad, las Redes Regionales de Emprendimiento, los Consejos Regionales de PYME, los Consejos Ambientales Regionales, los Comités de Seguimiento a los Convenios de Competitividad y las demás que sean promovidas por el Gobierno Nacional, de integrarse a las Comisiones Regionales de Competitividad en cada departamento, con el propósito de articular sus agendas de trabajo.

Que, para lo anterior, la misma disposición sugiere a cada Comisión Regional de Competitividad ajustar su estructura de manera que garantice la participación de estas instancias.

Que, como un fortalecimiento de las Comisiones Regionales de Competitividad, las designa, en la misma Ley, como la única instancia de interlocución con el Gobierno Nacional para la implementación de la Agenda Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Que se hace necesario ajustar la estructura de la CRECI Huila para acoger estas orientaciones nacionales y consolidarla como un mecanismo de articulación y representación efectivo que valide la adopción del Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila y garantice su desempeño eficiente y eficaz.

³⁰⁶ El 7 de julio y el 22 de agosto de 2015 el coordinador del grupo consultor socializó esta propuesta con la CRECI Huila. Se espera una opinión de la CRECI Huila que hasta ahora no se ha recibido. En todo caso, es la CRECI Huila la que aprobará esta propuesta.

7.3.2. PARA LAS DECISIONES:

- Intégrese el Plan Regional de Competitividad y el Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación en el Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila como componentes del Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila.

7.3.3. FUNCIONES DE LA CRECI.- Se proponen las siguientes:

- **Articular, integrar y apoyar** ante el Gobierno Nacional en los temas de competitividad, productividad y ciencia, tecnología e innovación a los Consejos departamentales de Ciencia, Tecnología e Innovación (CODECTI- HUILA), el Comité Universidad-Estado-Empresa, los Comités de Biodiversidad, las Redes Regionales de Emprendimiento, los Consejos Regionales de PYME, los Consejos Ambientales Regionales, los Comités de Seguimiento a los Convenios de Competitividad y las demás que sean promovidas por el Gobierno Nacional y operen en el departamento del Huila con el propósito de complementar, antes que repetir sus agendas de trabajo, las cuales deben ser previamente conocidas por la CRECI.
- **Coordinar** los distintos sistemas de información estadística regional como ICER, SIR, MOVISOC, y aprovechar las demás fuentes de información que incluyan al departamento del Huila en sus análisis sectoriales y regionales para ofrecer datos actualizados y oportunos que faciliten el conocimiento de la realidad socio-económica del departamento.
- **Crear una Red de Aliados** coordinada por las mesas sectoriales y el coordinador estratégico de la CRECI. Esta red debe integrarse con expertos de acuerdo con las especialidades requeridas. A manera de ejemplo, la red de aliados para el aprovechamiento de la estadística regional se llamará **Red de Inteligencia Competitiva** y estará integrada por los expertos de las instituciones que son fuente de la misma (Banco de la República, DAP, Cámara de Comercio de Neiva, Fenalco, etc.).
- **Hacer seguimiento, monitoreo, control y evaluación** de cada uno de los planes de trabajo sectoriales y de las Apuestas Productivas acogidas para el desarrollo del departamento teniendo en cuenta factores de competitividad y productividad, presentar sus resultados al finalizar cada año y proponer su actualización y acciones complementarias, previo el análisis de tales resultados.
- **Apoyar las estrategias propuestas en las mesas sectoriales** para el cumplimiento de las metas de las Apuestas Productivas, según los ocho (8) factores de competitividad del Foro Económico Mundial (FEM), el Plan Regional de Competitividad, Ciencia Tecnología e Innovación ya unificado. Estas propuestas, que pueden referirse a planes y proyectos, deben ser presentadas al Comité Ejecutivo de la CRECI, previa socialización con la red de aliados.
- **Apoyar y adoptar** la implementación de políticas nacionales en materia de competitividad, innovación y desarrollo regional y promover alianzas estratégicas para alcanzar los objetivos previstos.
- **Proponer y gestionar planes y proyectos** en las entidades correspondientes estructurados en las distintas instancias (red de aliados, mesas sectoriales, Codecti) previa socialización del coordinador estratégico y la secretaría técnica con la plenaria de la CRECI.
- **Comunicar periódicamente** a la coordinación de la Agenda Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación sobre los avances relacionadas con los objetivos que les son comunes.
- **Servir de escenario de diálogo**, coordinación y articulación en los temas que impacten, positiva o negativamente, las estrategias de desarrollo competitivo y productivo del Huila.
- **Procurar la consecución** de los recursos requeridos para el normal funcionamiento de la CRECI invitando a las instituciones, gremios y a la academia a contribuir al desarrollo adecuado de las funciones aquí consignadas.

7.3.4. EN CUANTO A SU ESTRUCTURA

Se propone que La CRECI- Huila esté integrada por:

- La plenaria³⁰⁷
- El comité ejecutivo
- La secretaría técnica
- Las mesas sectoriales
- La red de aliados
- El coordinador estratégico

7.3.4.1. ESTRUCTURA Y OBJETIVOS DE LA PLENARIA La plenaria estará conformada por los miembros de las instancias de la Comisión Regional de Competitividad y el Sistema Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación en número no mayor de 16, escogidos de manera representativa al interior de las instituciones, sectores, gremios, subregiones y programas de acuerdo con un proceso reglamentado por ellas mismas y comunicado a la CRECI. En todo caso, la plenaria estará conformada por siete (7) miembros del sector público, siete (7) del sector privado y dos (2) de la academia. Sus miembros tendrán un periodo de cuatro (4) años y no podrán ser reelegidos.

La distribución de estos miembros sería:

Sector público:

- El Gobernador del departamento, quien la presidirá
- El (la) director (a) de Planeación Departamental
- El Alcalde de Neiva
- Un Alcalde de las subregiones
- El Secretario de Agricultura y Minería (responsable de tres de cinco Apuestas Productivas)
- El director regional del SENA
- El director de la CAM

Sector privado:

- El Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Neiva
- El Presidente del Consejo Gremial del Huila
- Un representante del Consejo Regional de la Industria Petrolera
- Un representante de los Centros de Desarrollo Tecnológico y demás centros de investigación e innovación reconocidos por Colciencias operando en el Huila
- Un representante de la red de Aliados de la CRECI
- Un Representante de las mesas sectoriales
- El Director de la Caja de Compensación Familiar del Huila, Comfamiliar en representación de las Organizaciones sociales y de trabajadores del departamento del Huila

Academia:

- El Rector de la Universidad Surcolombiana, USCO.
- Un representante de las Universidades privadas con sede permanente en el departamento del Huila escogido por la red de universidades del Huila.

Los parlamentarios del Huila podrán asistir como invitados especiales a las reuniones de la plenaria al igual que otros secretarios, alcaldes o funcionarios directamente relacionados con los temas a tratar en las reuniones ordinarias o extraordinarias.

³⁰⁷ Actualmente esta plenaria se denomina ASAMBLEA, denominación que resulta improcedente por la naturaleza de la CRECI

La plenaria se ocupará de revisar, evaluar y socializar el desempeño de la CRECI en sus diferentes instancias y sugerir fortalecer o redireccionar el comportamiento del departamento del Huila en términos de productividad, competitividad, ciencia, tecnología e innovación para la adopción de nuevos programas o estrategias.

Las reuniones de la plenaria se realizarán ordinariamente dos (2) veces al año (Una semestral al cierre de dicho periodo). De manera extraordinaria, cuando se considere pertinente, previa solicitud al Comité Ejecutivo³⁰⁸.

7.3.4.2. SOBRE EL COMITÉ EJECUTIVO. Al igual que lo consignado en el Decreto 1406/12, es el máximo órgano de la CRECI, pero se le agrega que es la instancia decisoria y emite directrices de obligatoria adopción por las demás instancias de la CRECI.

El Comité Ejecutivo estará integrado por cinco (5) miembros así:

- El Gobernador del Departamento, quien lo presidirá
- El Presidente de la Cámara de Comercio de Neiva
- Dos representantes de la red de aliados. Uno proveniente de las universidades con asiento en el Huila y uno en representación de los centros de investigación e innovación operando en el departamento
- El director regional del SENA
- El Coordinador Estratégico de la CRECI asistirá con voz pero sin voto y actuará como secretario del Comité Ejecutivo.

7.3.4.2.1. Funciones del Comité Ejecutivo

- **Adoptar** las políticas generales y los lineamientos estratégicos necesarios para cumplir las funciones de la CRECI y lograr sus objetivos.
- **Aprobar** la inclusión de proyectos o iniciativas de impacto regional en el Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación del Huila.
- **Priorizar**, con base en las Apuestas Productivas, las propuestas de inversión pública y privada destinadas a la ejecución del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- **Aprobar** el plan de acción anual de la CRECI en relación con el Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y garantizar su cumplimiento supervisando su operatividad.
- **Aprobar** el informe semestral de gestión previa a su presentación a la plenaria de la CRECI.
- **Asignar** acciones específicas a las otras instancias de la CRECI, a sus miembros o a las mesas sectoriales creadas para la ejecución del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- **Crear** las mesas sectoriales necesarias para la ejecución del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación teniendo en cuenta las Apuestas Productivas y las transversalidades relativas a ellas.
- **Promover** la articulación entre el Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y los Planes de Desarrollo Territoriales (departamento y municipios del Huila)
- **Aprobar** el proyecto de presupuesto presentado por el coordinador Estratégico de la CRECI.

7.3.4.2.2. PERIODICIDAD DE LAS REUNIONES DEL COMITÉ EJECUTIVO. El Comité Ejecutivo se reunirá ordinariamente cada dos meses y extraordinariamente cuando las responsabilidades así lo exijan.

7.3.4.2.3. QUÓRUM Y TOMA DE DECISIONES. El quórum decisorio del Comité Ejecutivo será la tercera parte de sus integrantes y las decisiones se tomarán de la misma manera.

7.3.4.3. EN CUANTO A LA SECRETARÍA TÉCNICA. Tal como se ha concebido en disposiciones nacionales (CONPES, Decretos) la Secretaría Técnica de la CRECI estará conformada por la Gobernación del Depar-

³⁰⁸ Este Comité Ejecutivo ya fue creado por el Decreto 1406/12 y esta propuesta le asigna funciones complementarias a las establecidas en dicha norma, muchas de ellas asignadas originalmente a la Asamblea General.

tamento y la Cámara de Comercio de Neiva, en cabeza del (la) Director(a) de Planeación Departamental y el Director de Competitividad de la Cámara de Comercio de Neiva.

7.3.4.3.1. FUNCIONES DE LA SECRETARÍA TÉCNICA

- Coordinar la gestión de la CRECI en apoyo del Coordinador Estratégico y el Comité Ejecutivo
- Designar a los líderes de las mesas sectoriales, articular sus acciones con la red de aliados y apoyar su desempeño con la periodicidad acordada.
- Revisar la gestión de la CRECI y proponer planes y programas para su ejecución.
- Recomendar al Comité Ejecutivo y al Coordinador Estratégico actividades de análisis, planteamientos temáticos sobre temas de interés para el Departamento que debe promover la CRECI.
- Coordinar la participación de los miembros de la CRECI en sus respectivos sectores
- Remitir con ocho (8) días de anticipación a la reunión del Comité Ejecutivo, los proyectos que serán respaldados por la CRECI para ser presentados al Fondo de Ciencia y Tecnología del SGR por la OCAD Departamental o las municipales y consignar sus decisiones en sendas actas en coordinación con el Coordinador Estratégico.

7.3.4.4. EN CUANTO A LAS MESAS SECTORIALES. Para la CRECI Huila, las mesas sectoriales son el escenario natural de la alianza entre los sectores público y privado para la ejecución de las políticas y estrategias relativas a las Apuestas Productivas, base de la aplicación del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación, PRCCTI, al tiempo que para promover y plantear nuevas formas para alcanzar las metas señaladas para las Apuestas Productivas y nuevas actividades susceptibles de calificar como tales.

7.3.4.4.1. NÚMERO Y ESTRUCTURA DE LAS MESAS SECTORIALES

La CRECI tendrá siete (7) mesas sectoriales, una (1) por cada Apuesta Productiva actualmente reconocida (seis en total) y una mesa sectorial transversal que se ocupará de aquella temática común a las Apuestas Productivas como formación de talento humano, costo región atracción de capital, monitoreo, seguimiento y evaluación, desarrollo territorial y sostenibilidad ambiental. Este número se modificará de acuerdo con las decisiones que tome el Comité Ejecutivo, previa consulta a la Plenaria, respecto a nuevas Apuestas Productivas o reforma de las actuales.

En cuanto a su estructura, las mesas sectoriales estarán conformadas por cinco (5) miembros: dos (2) representantes de las empresas vinculadas a cada apuesta productiva (productoras, comercializadoras o consultoras especializadas); un (1) representante de la red de aliados de la CRECI con actividad específica en la Apuesta Productiva de la que se ocupa la mesa sectorial y dos (2) funcionarios de las entidades territoriales (Gobernación del Huila y alcaldías municipales) con responsabilidades específicas en la Apuesta Productiva de la mesa. Cada mesa sectorial tendrá un líder elegido por la Secretaría Técnica de la CRECI de una lista de tres (3) aspirantes presentados por los miembros de la mesa sectorial con criterios de representatividad y legitimidad. Durante la gestión del líder, la empresa o la organización a la que pertenece asumirá los gastos requeridos para su adecuado desempeño además de facilitarle el tiempo para cumplir sus responsabilidades.

Además de lo anterior, el líder procurará captar los recursos que requiere la mesa sectorial para lograr las metas señaladas en cada apuesta productiva con el apoyo de la Secretaría Técnica y el Coordinador Estratégico de la CRECI.

7.3.4.4.2. PERIODICIDAD DE LAS REUNIONES DE LAS MESAS SECTORIALES

Las mesas sectoriales se reunirán ordinariamente una vez cada mes convocadas por el líder de la mesa. De manera extraordinaria, cuando lo considere pertinente sus integrantes.

7.3.4.4.3. QUÓRUM Y TOMA DE DECISIONES. El quórum decisorio de las mesas sectoriales será las dos terceras partes de sus integrantes al igual que las decisiones que se tomen. El Coordinador Estratégico de la CRECI asistirá a las reuniones de las mesas sectoriales con voz pero sin voto, excepto cuando se presente empate en la toma de decisiones.

7.3.4.4.4. LA RED DE ALIADOS

La CRECI integrará una red de aliados con las instancias dedicadas a las actividades relacionadas con la competitividad, productividad, ciencia, tecnología e innovación³⁰⁹ como apoyo técnico, científico y tecnológico a los programas a ejecutar por las mesas sectoriales, de manera específica, y para soportar las decisiones del Comité Ejecutivo y la Plenaria, de manera general. La red de aliados estará adscrita a las mesas sectoriales y estará coordinada por la Secretaría Técnica y el Coordinador Estratégico.

El Coordinador Estratégico (hoy Gestor) de la CRECI promoverá la efectiva identificación y vinculación de los miembros de la red de aliados a las actividades de las mesas sectoriales de la CRECI y propondrá y aplicará estrategias para obtener recursos de distinta índole para garantizar su gestión. Esta red puede alimentar otra fuente de ingresos como la realización de eventos (conversatorios, foros, paneles, conferencias, seminarios y talleres).

Los líderes de las mesas sectoriales articularán con los coordinadores de la CRECI (Secretaría Técnica y Coordinador Estratégico) el reconocimiento como integrantes de la red de aliados a quienes se identifiquen como potenciales aportantes al cumplimiento de los objetivos y metas de la CRECI y serán los responsables de la comunicación, en doble vía, con ellos. Los miembros de la red asistirán a las reuniones de las mesas sectoriales respectivas convocadas por los líderes así como a las otras instancias de la CRECI cuando se considere necesaria su directa participación.

7.3.4.4.5. SOBRE EL COORDINADOR ESTRATÉGICO DE LA CRECI³¹⁰

El Coordinador Estratégico es la instancia administrativa y operacional de la CRECI por lo que le compete gestionar, articular y apoyar las decisiones del Comité Ejecutivo y demás instancias decisorias de la CRECI.

7.3.4.4.5.1. ESCOGENCIA DEL COORDINADOR ESTRATÉGICO

El Coordinador Estratégico será el asesor de competitividad y productividad de la gobernación del Huila por la afinidad de sus responsabilidades con las de la CRECI, mucho más ahora que se unifica el sistema de Competitividad con el de Ciencia, Tecnología e Innovación y que la CRECI resulta su escenario lógico de acción³¹¹.

7.3.4.4.5.2. FUNCIONES DEL COORDINADOR ESTRATÉGICO

- Ejecutar las decisiones del Comité Ejecutivo en coordinación con la Secretaría Técnica
- Llevar la vocería de la CRECI ante las instancias nacionales del Sistema Único de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación
- Impulsar todos los programas, proyectos y acciones incorporados al Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación. Promover su divulgación y dirigir su actualización en coordinación con los líderes de las mesas sectoriales y la Secretaría técnica de conformidad con el plan de acción aprobado.
- Gestionar los recursos necesarios para la adecuada operación de la CRECI aplicando estrategias de captación de recursos de diversa procedencia tanto del sector público como del privado al igual que de cooperación internacional.
- Presentar para aprobación del Comité Ejecutivo el proyecto de presupuesto de la CRECI y el plan de

³⁰⁹ A manera de orientación, por instancias se entiende: Red de universidades, Redes de Emprendimiento, CDT y demás centros de investigación, ciencia y Tecnología; Programa Universidad, Estado Empresa; Consejos Departamentales de Ciencia, Tecnología e Innovación (CODECTI), Comités de Biodiversidad, Consejos Regionales de PYME, Consejos Ambientales Regionales, Comités de Seguimiento a los Convenios de Competitividad, CSIR, Asociaciones de profesionales y las demás que sean promovidas por el Gobierno Nacional, de conformidad con EL Art. 186 de la Ley 1753/15, Ley del Plan Nacional de Desarrollo.

³¹⁰ De acuerdo con el Art. 12 del Decreto 1406/12, la actual CRECI cuenta con un Gestor Coordinador que, en esta propuesta denominaremos Coordinador Estratégico con cambios en su origen y funciones.

³¹¹ Esta opción garantiza un ingreso para el Coordinador Estratégico que es una gran limitante en organizaciones de este tipo (Ejemplos: La Incubadora de Empresas, La Corporación Huila Futuro, que siempre carecieron de fondos para garantizar un ingreso digno para sus directores.

acción anual relativo a la puesta en marcha del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación.

- Presentar al Comité Ejecutivo semestralmente un informe de gestión del Plan Regional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación y, anualmente, el informe de gestión de la CRECI y su ejecución presupuestal. Así también el informe periódico a la coordinación nacional de las Comisiones Regionales de Competitividad.
- Las demás atinentes a sus responsabilidades que le sean asignadas por el Comité Ejecutivo.

**Convenio de asociación, apoyo, colaboración
y financiación N° 040 de 2015 celebrado entre
el departamento del Huila y
la Cámara de Comercio de Neiva**

