ACUERDO DE COMPETITIVIDAD

CADENA PRODUCTIVA DEL TABACO

CONSEJO NACIONAL DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TABACO

Bogotá D.C. 2010

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN....4

PROCESO DE ACTUALIZACIÒN DEL ACUERDO....5

Temas del acuerdo....6

IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TABACO....7

Empleo: 7

Producción....7

Participación del tabaco en el PIB agropecuario. 9

Comercio 9

Situación Mundial....10

Comportamiento del mercado global....12

Exportaciones mundiales....12

Importaciones mundiales....14

VISIÓN DE FUTURO DEL SECTOR....18

Estrategia 1: productividad y competitividad: 20

Acciones:....21

Estrategia 2: desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena....21

Acciones:....21

Avances en desarrollo de la calidad de productos en el período 2001-2010....22

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:....22

Estrategia 3: disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena. 23

Acciones:....23

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:....23

Estrategia 4: desarrollo de alianzas estratégicas....24

Acciones:....24

Estrategia 5: creación de un sistema de información confiable y accesible para todos los actores de la cadena....24

Acciones:....24

Alcances del sistema:....25

Estrategia 6: integración de todos los actores de la cadena....25

Acciones:.....25
Avances en el desarrollo de la concertación de políticas generales entre todos los actores de la cadena productiva período 2001-2010 (FALTAN MUCHAS ACTIVIDADES).....25
Iniciativas a desarrollar en esta estrategia:.....26
Estrategia 7: responsabilidad social y ambiental.....26
Objetivos Estratégicos:.....26
Acciones.....26
Avances en el desarrollo de la sostenibilidad ambiental, período 2001-2010.....27
Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:.....27
Estrategia 8: desarrollo del talento humano.....27
Acciones:.....27
Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:.....28
Avances en desarrollo del talento humano del sector del tabaco período 2001-2010...28
Estrategia 9: investigación, innovación y desarrollo tecnológico.....28
Acciones:.....28
Avances en investigación en el período 2001-2010.....29
CONSIDERACIONES FINALES.....31

PRESENTACIÓN

Con el objetivo de actualizar el Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva del Tabaco suscrito en el año 2001 el Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco tomó la iniciativa de revisarlo a la luz de la Ley 811 de 2003, que dio origen a las organizaciones de cadena e incorporar las modificaciones generadas por los cambios económicos, sociales, y las tendencias del consumo en el entorno nacional e internacional y otros factores que inciden en la productividad y competitividad de la cadena productiva del Tabaco.

Esta iniciativa contó con el respaldo del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural quien participó a través de la Dirección de Cadenas Productivas en el proceso de actualización del Acuerdo y Protabaco S.A que aportó los recursos económicos para realizar el trabajo.

Para tal fin, el Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco convocó a sus miembros a participar en el proceso de revisión del Acuerdo de Competitividad de la Cadena Productiva del Tabaco con el objetivo de identificar los avances alcanzados en su implementación, evaluar la vigencia de sus objetivos, estrategias y acciones y ajustarlos de conformidad con las nuevas realidades jurídicas, económicas y sociales del contexto nacional e internacional.

Con ese objetivo, el Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco, solicitó a la Corporación Calidad facilitar y acompañar la actualización del Acuerdo, mediante un ejercicio de reflexión sobre el futuro de la cadena y la revisión de las estrategias y líneas de acción contenidas en el Acuerdo, con el fin de revalidarlas o reformularlas a la luz de los cambios observados en los mercados y el nuevo marco institucional.

En el primer capítulo se describe el proceso de actualización del Acuerdo de Competitividad llevado a cabo por el Consejo Nacional Tabacalero, con la participación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, FEDETABACO, el Ministerio del Medio Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial, SENA, CORPOICA, Protabaco S.A., Coltabaco PM, CDF Colombia, representantes de las Universidades y la Secretaria técnica de la Cadena productiva del Tabaco.

El segundo capítulo describe la importancia económica y social de la cadena productiva del tabaco a nivel nacional e internacional.

El tercer capítulo presenta la Visión de Futuro planteada por el Consejo de la Cadena productiva del Tabaco, los Imperativos Estratégicos, las metas y las acciones a desarrollar para alcanzarlos.

En la parte final se formulan algunas recomendaciones.

PROCESO DE ACTUALIZACIÒN DEL ACUERDO

La actualización del Acuerdo de Competitividad es el resultado de un proceso de construcción colectivo que se desarrolló a partir de la experiencia y conocimiento de los representantes de las organizaciones y gremios que forman parte de la Cadena Productiva del Tabaco, quienes participaron en la formulación e implementación del Acuerdo suscrito en el año 2001.

En la elaboración de este documento participaron representantes de las siguientes instituciones, y gremios:

- ✓ Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
- ✓ Ministerio del Medio Ambiente
- ✓ FEDETABACO
- ✓ SENA
- ✓ CORPOICA
- ✓ Protabaco S.A.
- ✓ Coltabaco PM
- ✓ CDF Colombia
- ✓ Secretaria técnica de la Cadena Productiva del Tabaco.
- ✓ Universidades

La lista de participantes en la actualización del Acuerdo se relaciona en el Anexo 2.

NOMBRE	ENTIDAD
Juan Rafael Cárdenas	COLTABACO
Roque Basso	COLTABACO
John Santamaría	COLTABACO
Pedro Sampaio	COLTABACO
Franklin Cardozo	PROTABACO
Rodolfo Bolaños	PROTABACO
Jesús Rojas	PROTABACO
Luis Eduardo Figueroa	FEDETABACO
Heliodoro Campos	FEDETABACO
Oscar Patrón	CDF Colombia
Manuel Sanchez	MADR
Felipe Castro	MADR
Jesús E. Peinado	Ministerio de Medio Ambiente.
Enrique Duran	EMPRECOLTA
Lorena Prieto	MADR
Jesús Ayala	UNISANGIL

Verónica Hoyos	U.NACIONAL

Temas del acuerdo

Los temas que conformaron la Agenda de Actualización del Acuerdo fueron:

- ✓ Visión de futuro de la cadena productiva del Tabaco.
- ✓ Definición de imperativos estratégicos y acciones para alcanzarlos.
- ✓ Evaluación de los resultados del Acuerdo.
- ✓ Definición de los objetivos, indicadores, metas, actividades y responsables del seguimiento de cada imperativo estratégico, en el nuevo Acuerdo de Competitividad.

Para realizar la actualización del Acuerdo se realizaron tres sesiones de trabajo con los Miembros del Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco y cuatro reuniones de la subcomisión de expertos creada para definir los indicadores en la que participaron representantes de FEDETABACO, COLTABACO, PROTABACO, CDF COLOMBIA, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural entre otros.

El trabajo se complementó con la revisión de documentos de evaluación producidos por el Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco y las instituciones relacionadas con el sector.

IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TABACO.

Durante los últimos años, el cultivo del tabaco y su transformación industrial a nivel mundial, se ha venido desarrollado en un contexto caracterizado por restricciones derivadas de las altas tasas impositivas implementadas en algunos países para restringir su consumo y una normatividad en los países desarrollados, en particular en Europa que contemplan el desmonte de subsidios y la reducción de su producción, circunstancia que es, al mismo tiempo, amenaza y oportunidad para la producción colombiana del tabaco y sus productos derivados.

El sector tabacalero colombiano se ha desarrollado con dificultades, no sólo por la situación de inseguridad que existía en varias regiones productoras sino por el creciente contrabando, que afectaron su dinámica según se aprecia en los indicadores socioeconómicos que se presentan a continuación.

Empleo:

Durante el período 2004 -2008 el sector ha generado en promedio 17.000 empleos en la producción y aproximadamente 8.000 empleos en la industria según se indica en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1
Evolución del empleo. Período 2004-2008

Empleo	2004	2005	2006	2007	2008
Tabaco rubio (Virginia y Burley)	10.082	10.980	9.164	9.428	9.700
Tabaco negro consumo interno	4.075	6.050	5.840	5.810	5.780
Tabaco negro de exportación	2.947	2.617	2.102	2.173	2.246
TOTAL	17.104	19.648	17.105	17.411	17.127

Fuente: MADR

Para el 2012 se tiene previsto aumentar a 20.000. el empleo generado y para el 2019 a 26.000 empleos.

Producción

La Cadena del Tabaco en Colombia la integran dos eslabones, el primero relacionado con el sector primario, conformado por la producción de tabaco rubio y negro sin desvenar o desnervar, y el segundo eslabón relacionado con el procesamiento de la hoja de tabaco en la fase industrial que corresponde a la fabricación de cigarrillos y

cigarros.

En el año 2008 el área sembrada de tabaco alcanzó la cifra de 8.821 hectáreas y una producción de 19.348 toneladas, registrando una caída del 39% frente al año 2004 en el que se produjeron 32.141 toneladas, caída que se explica por problemas de orden público en las zonas tabacaleras.

El cultivo de tabaco se concentra principalmente en los departamentos de Santander con un 60% aproximadamente, Huila con el 22%, Sucre y Bolívar un 13% y un 5% en el Tolima y el eje cafetero.

En la tabla N° 2 se presentan por departamento, las cifras de superficie cultivada, producción y rendimiento obtenido en el cultivo de Tabaco negro para consumo interno y para exportación, durante los últimos diez años.

Tabla N°2
Tabaco negro Consumo interno y Exportaciones.
Superficie cosechada, producción y rendimiento obtenido por departamento.
Período 1998- 2008

CONSUMO INTERNO												
	Variable	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Boyacá	Superficie	419	520	541	428	268	278	260	209	418	372	554
Boyacá	Producción	551	756	778	577	311	374	373	311	626	538	863
Boyacá	Rendimiento	1316	1454	1438	1347	1160	1347	1435	1488	1498	1446	1558
Santander	Superficie	2341	2448	1842	1597	2897	3545	3449	5113	5708	3611	2195
Santander	Producción	4435	5393	4253	3506	5606	6903	6629	9005	9232	6307	3881
Santander	Rendimiento	1894	2203	2309	2195	1935	1947	1922	1761	1617	1747	1768
Total CI	Superficie	2760	2968	2383	2025	3165	3823	3709	5322	6126	3983	2749
Total CI	Producción	4986	6149	5031	4083	5917	7277	7002	9316	9858	6845	4744
Total CI	Rendimiento	1807	2072	2111	2016	1870	1904	1888	1750	1609	1719	1726
EXPORTACIONES												
Bolívar	Superficie	3153	1160	970	1050	741	1282	1169	682	710	830	267
Bolívar	Producción	8408	2656	1915	2054	1579	2762	2441	1322	1480	1606	606
Bolívar	Rendimiento	2667	2290	1974	1956	2131	2154	2008	1938	2085	1935	2270
Magdalena	Superficie	1796	1463	913	808	290	350	355	315	350	218	148
Magdalena	Producción	3209	2471	1545	1439	498	613	618	549	549	373	240
Magdalena	Rendimiento	1787	1689	1692	1781	1717	1751	1741	1743	1569	1711	1622
Sucre	Superficie	4602	2875	3027	2554	2837	3064	974	1350	960	846	504
Sucre	Producción	5321	5534	5633	4858	4991	5520	1879	2604	1636	1598	1070
Sucre	Rendimiento	1156	1925	1861	1902	1759	1802	1929	1929	1704	1889	2123
Total EXP	Superficie	9551	5498	4910	4412	3868	4696	2498	2347	2020	1894	919
Total EXP	Producción	16938	10661	9093	8351	7068	8895	4938	4475	3665	3577	1916
Total EXP	Rendimiento	1773	1939	1852	1893	1827	1894	1977	1907	1814	1889	2085

Nota: superficie en hectáreas (ha).Producción en toneladas métricas (T) en hoja semiseca. Rendimiento en Kilogramos por hectárea. CI: Consumo interno. EXP exportaciones.
Fuente: Evaluaciones agropecuarias municipales. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Secretarías de Agricultura departamentales. UMATA años 2006,2007 y 2008 Convenio MADR – CCI
Elaboró: Dirección de Política Sectorial- Grupo Sistemas de Información

De acuerdo con las cifras de la Tabla N° 2, el cultivo de tabaco negro para mercado interno se concentra en los departamentos de Santander y Boyacá, mientras que el

cultivo del tabaco de exportación se focaliza en los departamentos del Caribe, Bolívar, Sucre, región que presenta en promedio el mayor rendimiento por hectárea: 2085 kilos/Hectárea.

En los planes de expansión de las empresas se tiene previsto aumentar la producción a 37.000 toneladas aproximadamente en el 2012 y a 60.000 toneladas aproximadamente en el año 2019.

Cabe señalar, que la producción del tabaco presenta limitantes que se derivan de la baja absorción de tecnologías por parte de algunos agricultores, tierras no aptas para el cultivo, deficiencias en los sistemas de riego y su cobertura, entre otros. No obstante, Colombia presenta ventajas por su forma de producción que se realiza principalmente en minifundios, la utilización intensiva de mano de obra y la estructura de financiamiento del comprador al cultivador, que contribuyen a lograr una estructura de costos más competitiva frente a los costos pagados en los países desarrollados como Estados Unidos y Europa.

Participación del tabaco en el PIB agropecuario.[1]

En el año 2008 el PIB del sector agropecuario, silvicultura, caza y pesca creció 2,67% anual. El subsector que presentó el mayor crecimiento fue el de la pesca (6,32%), seguido por el pecuario (5,61%) y finalmente, otros productos agrícolas (2,71%).

Los productos que presentaron crecimientos negativos durante el 2008 fueron papa (-12,12%), caña de azúcar (-9,07%), flores (-1,96%), algodón (-18,96%) y tabaco (-11,4%).

De acuerdo con cifras del Dane, en los últimos años los productos del tabaco participan con un 1.3% en el PIB agropecuario y un 0.53% del PIB manufacturero, aproximadamente.

Comercio

En el período 2004 a 2008 las exportaciones de tabaco en volumen, registraron una severa disminución al pasar de 25.512 Toneladas en el 2004 a 8.681 toneladas en el 2008, caída que se explica principalmente por la disminución de las exportaciones de Protabaco en el año 2006. Si bien las exportaciones en valor también registraron una fuerte caída, del 60% aproximadamente, el precio por tonelada tuvo un incremento del 14%, al pasar de US$3.342.6/ton en el año 2004 a US$ 3.886.7 en el año 2008.

Tabla N° 2
Evolución de las exportaciones del sector de tabaco
Período 2004-2008

[1] **Red de Información y Comunicación Estratégica del Sector Agropecuario – AGRONET PIB Agropecuario año 2008**

	2004	2005	2006	2007	2008
Volumen (Ton)	**25.512**	**15.103**	**13.382**	**14.115**	**8.818**
Valor (US$/FOB)	**85.276.298**	**46.236.390**	**39.702.117**	**50.027.117**	**34.272.710**

Fuente: Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural.

Con las estrategias definidas en el Acuerdo de Competitividad se espera revertir esta tendencia en el mediano plazo, al considerar las oportunidades que ofrecen los mercados de Estados Unidos y Europa, debido a los menores costos de producción en Colombia, los planes de inversión y expansión en que se encuentran comprometidas las empresas transformadoras, para posicionar a Colombia como uno de los veinte (20) principales exportadores a nivel mundial.

Con ese objetivo, para el año 2012 se tiene la meta de exportar 16.900 toneladas aproximadamente y 35.500 toneladas aproximadamente en el 2019.

En cuanto a las importaciones cabe señalar que la mayor parte de las materias primas e insumos que requiere el proceso productivo son de origen nacional, (70% aproximadamente), no obstante se importan algunas materias primas para la fabricación de los cigarrillos como polipropileno, papeles finos, papel de aluminio entre otros. En los planes de desarrollo del sector se tiene previsto aumentar en el 2019 hasta un 90% la participación de las materias primas nacionales en el proceso de producción.

Situación Mundial

Como resultado de las restricciones al tabaco en los países industrializados, conjuntamente con el encarecimiento de la mano de obra y el valor de la tierra, el cultivo se ha desplazado geográficamente hacia países en desarrollo, que hoy contribuyen con aproximadamente el 80%,mientras en la década de los 60 aportaban el 50% de la producción mundial. Asia genera más de 50% de la producción total; América del Sur, Central y del Norte, aportan 11% cada una, y las siguen Europa (8%), África (6%) y Oceanía (1%).

En el año 2007, según datos de la FAO, la producción mundial de tabaco en bruto fue de 6.326.252 toneladas. El mayor productor fue China, con el 38% del total mundial, seguida de Brasil (15%), India (9%), Estados Unidos (6%), Indonesia (3%) y Argentina (3%). Estos seis países son los más relevantes en la producción tabacalera, concentrando el 74% de la producción mundial.

En los últimos años, el país con mayor producción de tabaco ha sido China (32%), seguido de Brasil (10%), India (9%), USA (8%) y UE (6%). La Unión Europea siendo el quinto productor, se destaca como el principal importador de tabaco crudo, seguido de

Rusia, Estados Unidos y Japón. En la UE, la demanda es superior a la oferta y debe seguir importando para abastecer el mercado.[2]

Posición	Región	Producción (1000$ Int)	Símbolo	Producción (1000 T)	Símbolo
1	China	4370623		2397200	
2	Brasil	1656722		908679	
3	India	948074		520000	
4	Estad Unidos	643919		353177	
5	Argentina	309947		170000	F
6	Indonesia	300559		164851	
7	Malawi	215140		118000	F
8	Pakistán	187791		103000	
9	Italia	182322		100000	F
10	Zimbabwe	144034		79000	
11	Turquía	135983		74584	
12	Tailandia	127625		70000	F
13	Corea, RPD	114862		63000	F
14	Tanzania	92254		50600	
15	Canadá	80221		44000	F
16	Laos	75727		41535	
17	Bulgaria	74934		41100	
18	Japón	72928		40000	F
19	Polonia	71984		39482	
20	Bangladesh	71433		39180	

China National Tobacco Co. (CNTC), monopolio estatal produce 30% de los cigarrillos de todo el mundo, pero no tiene mayor relevancia en el comercio mundial porque casi toda su producción es para consumo interno.

Para el año 2009 se estima una producción de tabaco curado de 4.281.5 millones de Kilogramos, con un incremento del 2.6% frente al año 2008, en el que se alcanzó la cifra de 4.172.7 millones de Kilogramos. Las exportaciones totales de tabaco curado en el 2009 se estiman en 1.769.7 millones de kilogramos que corresponden a un incremento del 7.0% frente al año anterior.[3]

Como lo ha señalado la FAO en su informe «Previsiones de la producción, consumo y comercialización del tabaco hasta el año 2010», los cigarros o cigarrillos son el modo de consumo de tabaco más difundido a nivel mundial, representando un 85 por ciento

[2] El tabaco en un mundo de contradicciones. *Alfonso Traub Ramos.* Abril de 2009. http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/2175.pdf

[3] Universal Leaf Tobacco Company, Inc. Diciembre 2008. http://www.universalcorp.com/Include/Menu-Operations.asp

de cómo se consume el tabaco. Se estima que hay actualmente unos 1.100 millones de fumadores en el mundo, que fuman 5,5 billones de cigarrillos al año, y se espera que para el año 2010 su número suba a 1.300 millones.

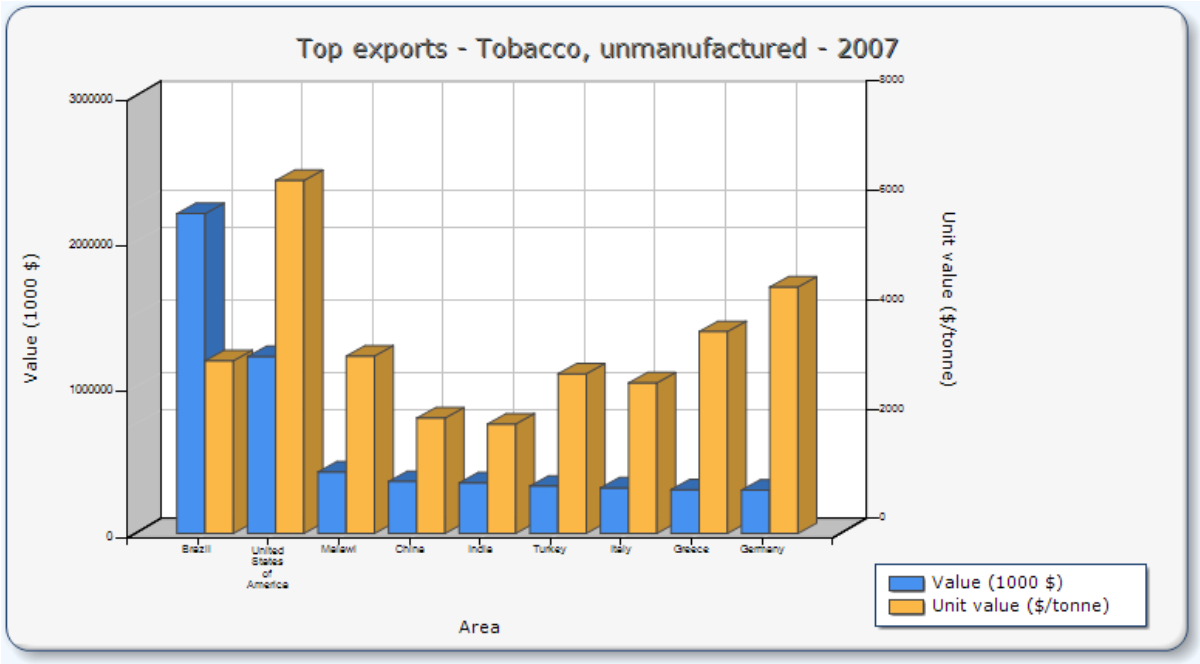
Comportamiento del mercado global

Exportaciones mundiales

Principales exportadores a nivel mundial Año 2007[4]

Rank	Área	Quantity (tonnes)	Flag	Value (1000 $)	Flag	Unit value ($/tonne)
1	Brasil	694325		2194075		3160
2	United States of América	187859		1213027		6457
3	Malawi	130183		422685		3247
4	China	168836		356664		2112
5	India	173345		347166		2003
6	Turkey	111166		324702		2921
7	Italy	113429		312348		2754
8	Greece	81285		300170		3693
9	Germany	66046		297732		4508
10	Argentina	100399		259052		2580
11	Zimbabwe	65511	R	244738	R	3736
12	Belgium	47614		195689		4110
13	France	27334		169735		6210
14	Canada	24611		142280		5781
15	Mozambique	44452	R	139955	R	3148
16	Bulgaria	48225		139729		2897
17	Indonesia	45880		120270		2621
18	Zambia	36649	R	115039	R	3139
19	The former Yugoslav Republic of Macedonia	25974	R	98399	R	3788
20	Thailand	38981		98159		2518

[4] http://faostat.fao.org/site/342/default.aspx

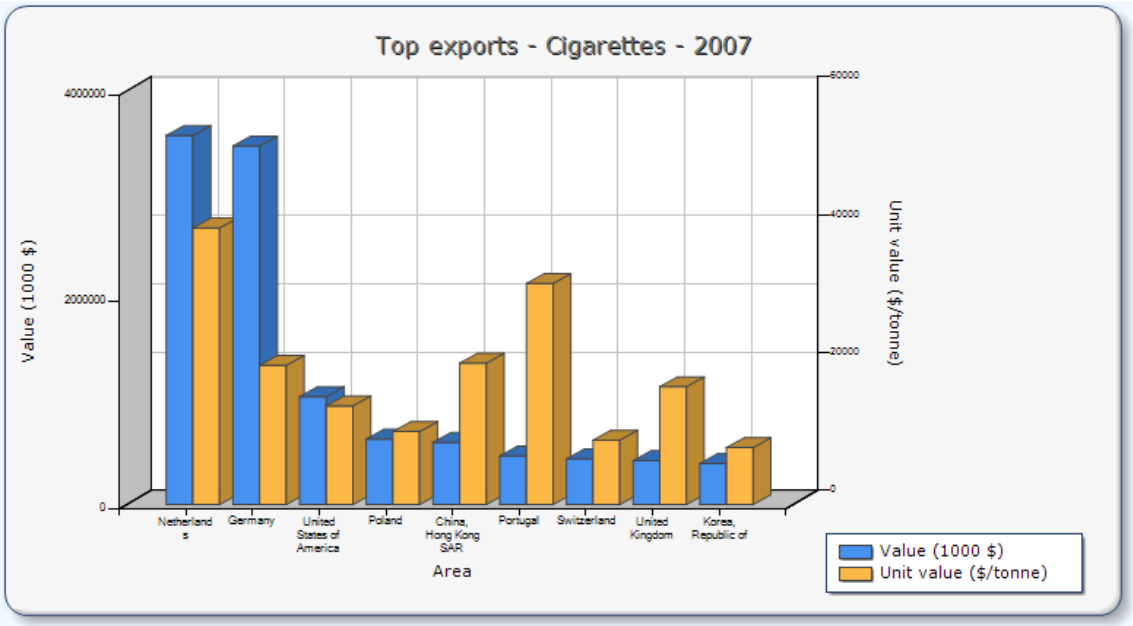


R : Estimated data using trading partners database

Como se puede apreciar las exportaciones totales de tabaco en rama en el año 2007 fueron lideradas por Brasil con 694.325 toneladas, seguido por Estados Unidos con 187.859 TM, Malawi 130.183 TM, China 168.836 TM y la India con 173.345 toneladas.

Exportaciones de cigarrillos

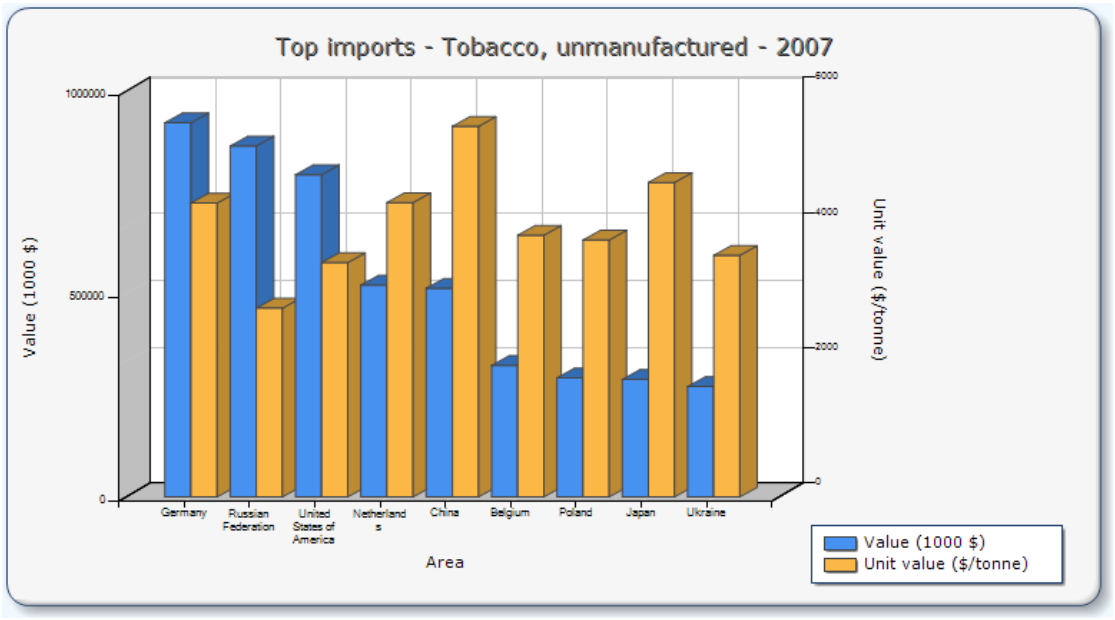
Las exportaciones de cigarrillos en el año 2007 fueron lideradas por Alemania con 171.775 toneladas, los países Bajos con 88.973 toneladas, seguido por Estados Unidos con 72.890 TM, Polonia con 59.893 TM y China con 29.307 TM, como se indica en el gráfico y la tabla correspondiente.



TABLAS ORDENADAS DE MAYOR A MENOR

Rank	Área	Quantity (tonnes)	Flag	Value (1000 $)	Flag	Unit value ($/tonne)
1	Netherlands	88973	*	3569917		40124
2	Germany	171775		3467969		20189
3	United States of América	72890		1043877		14321
4	Poland	59843		633994		10594
5	China, Hong Kong SAR	29307		601280		20517
6	Portugal	14656		469911		32063
7	Switzerland	47137		440960		9355
8	United Kingdom	24836	*	424607		17096
9	Korea, Republic of	48068		397299		8265
10	Singapore	24096		358829		14892
11	Austria	31525		355392		11273
12	France	15723	*	299725		19063
13	México	13874		294886		21255
14	Indonesia	45996		269716		5864
15	China	15757		253592		16094
16	Japan	16921		248153		14665
17	Czech Republic	8992		214354		23838
18	Lithuania	11679		209847		17968
19	Russian Federation	16462		203923		12388
20	Greece	18469		184782		10005

Importaciones mundiales



Rank	Área	Quantity (tonnes)	Flag	Value (1000 $)	Flag	Unit value ($/tonne)
1	Germany	212185	*	922292		4347
2	Russian Federation	309921		865156		2792
3	United States of América	229210		794361		3466
4	Netherlands	119900		522102		4354
5	China	93865		514344		5480
6	Belgium	83749		324100		3870
7	Poland	77202		293380		3800
8	Japan	62285		289679		4651
9	Ukraine	76111	R	271924	R	3573
10	United Kingdom	64111		227284		3545
11	Turkey	53817		219986		4088
12	Indonesia	61687		217210		3521
13	Philippines	69249	R	211109	R	3049
14	Switzerland	36407		206219		5664
15	Egypt	69436		172640		2486
16	Korea, Republic of	42828		154802		3615
17	Greece	39315	*	150226		3821
18	France	91990		144521		1571
19	México	27326		144103		5273
20	Dominican Republic	8475	R	138669	R	16362

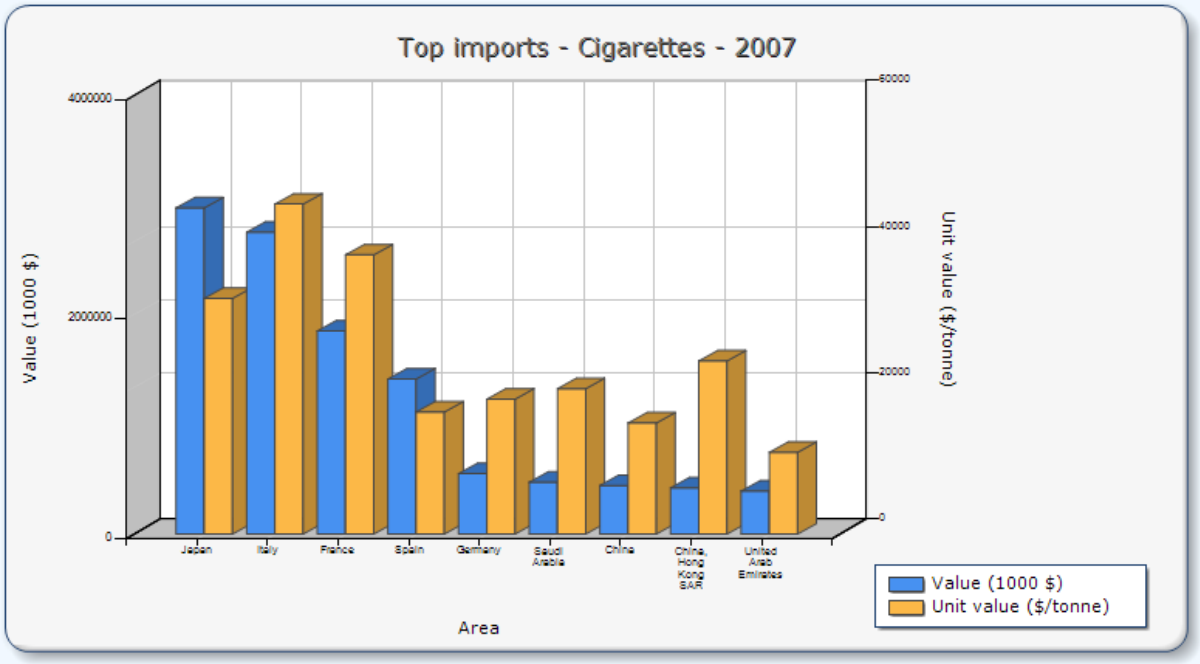
* : Unofficial figure

R : Estimated data using trading partners database

Las importaciones totales de tabaco en rama en el año 2007 fueron lideradas por la Federación Rusa con 309.921 TM seguido por Estados Unidos con 229.210 toneladas, Alemania con 212.185 toneladas, Países Bajos 119.900 TM y China con 93.865

toneladas.

Importaciones de cigarrillos



Rank	Área	Quantity (tonnes)	Flag	Value (1000 $)	Flag	Unit value ($/tonne)
1	Japan	92257		2974496		32241
2	Italy	60997	*	2753294		45138
3	France	48490	*	1852099		38195
4	Spain	84670	*	1414148		16702
5	Germany	29885		551481		18453
6	Saudi Arabia	23790		473075		19885
7	China	29158		443101		15197
8	China, Hong Kong SAR	17797		421398		23678
9	United Arab Emirates	35019	R	391451	R	11178
10	United Kingdom	5212		351850		67508
11	Belgium	13083		348502		26638
12	Singapore	17364		314179		18094
13	Canada	11788		272212		23092
14	Netherlands	11792	*	245607		20828
15	Greece	12568	*	240371		19126
16	Viet Nam	11074	R	216724	R	19571
17	United States of América	11508		213683		18568

18	Iran, Islamic Republic of	21646	R	212651	R	9824
19	Czech Republic	18419	*	212194		11520
20	Slovakia	14848	*	211966		14276

* : Unofficial figure
R : Estimated data using trading partners database

Como se aprecia en el gráfico y tabla anterior, el principal importador de cigarrillos en el 2007 fue Japón con 92.257 toneladas seguido por España con 84.670 TM, Italia con 60.997 TM, Francia con 48.490 TM y Alemania con 29.885 toneladas.

En el anterior contexto Colombia tiene amplias oportunidades que pueden ser aprovechadas mediante la implementación de las estrategias definidas en este Acuerdo de Competitividad, las cuales se describen en el siguiente capítulo.

VISIÓN DE FUTURO DEL SECTOR

El Consejo ratificó la visión de futuro de la cadena productiva del Tabaco contenida en el Acuerdo del 2001:

“ Al 2019 será un sector agroindustrial líder, competitivo, equitativo y rentable en el mercado nacional e internacional reconocido por el aporte al desarrollo económico social y ambiental del país, soportado en ciencia y tecnología, cooperación entre los actores y políticas macroeconómicas y sectoriales favorables. “

Esta visión será una realidad mediante el incremento de la producción en áreas tradicionales, la recuperación de áreas en zonas de orden público, la profundización de la innovación tecnológica en los cultivo, el posicionamiento de Colombia dentro de los 20 exportadores del mundo, con productos tradicionales como tabaco,, cigarrillos y nuevos productos como cigarros.

De otra parte, los miembros del Consejo identificaron las principales características que debe tener la Cadena al 2019 según se indica en el siguiente cuadro:

Una formulación estratégica es una herramienta efectiva para el desarrollo de la cadena si además de los Grandes Propósitos se asegura una interrelación efectiva con las acciones que permitan reducir las distancias que se identifican. En ese sentido el Acuerdo de Competitividad se convierte en el gran referente estratégico del sector, que tiene en el Consejo Nacional de la Cadena Productiva del Tabaco el nodo líder del trabajo de los actores claves de la cadena.

Los Miembros del Consejo, describieron la cadena al 2019 con las siguientes características:

No	CARACTERÍSTICAS
1	Colombia como uno de los 10 exportadores mas grandes a nivel mundial,
2	Cadena de tabaco con mecanismos de financiación, garantías en futuros, crédito,
4	Productos diferenciados por calidad y diseño
6	Calidad e integridad del producto (producto limpio dentro de las normas)
7	Desarrollo de tecnologías de punta que permita productos especializados y competitivos
8	Cadena como promotora de investigación y generadora de conocimiento
9	La cadena ideal se debería distinguir en la innovación permanente en productos y procesos
10	Producto de clase mundial en calidad y precio
11	Incrementar la productividad y competitividad del tabaco colombiano a través de nuevas tecnologías
12	Tabaco como actividad atractiva para el agricultor. Rentabilidad para los actores.
13	Unidad en la responsabilidad social, modelo mundial, potencial en responsabilidad social con crecimiento sostenible
14	Integración de cada uno de los eslabones de la cadena con objetivos y propósitos comunes
15	Integrada con otros entidades gubernamentales
18	Fortalecimiento gremial
19	Cadena que cuenta con políticas de gobierno adecuados (Financiación, crédito, aguas, capacitación etc)
20	Desarrollo regional alrededor del tabaco (agro turismo)
21	Con agricultores con conocimientos en calidad total que permita un desarrollo económico sostenible
22	Desarrollo continuas alianzas estrategias
23	Certificación BPA, comercio justo denominación de origen y ubicados en zonas aptas
24	Desarrollo de cultivo con propietarios de tierras e infraestructura
25	Sistemas de riego y mecanismos de financiación, inversión por parte del gobierno

Con base en lo anterior se definieron las siguientes estrategias:

Estrategia 1: productividad y competitividad:

CREAR UNA CULTURA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE CLASE MUNDIAL PARA EL TABACO Y SUS PRODUCTOS DERIVADOS

Acciones:

a) Incrementar la productividad en cada eslabón de la cadena.

Meta: Elaborar y concertar con entidades gubernamentales y no gubernamentales Programas para dotar a todos los cultivos con sistemas de riego con tecnologías apropiadas, construcción de pequeños distritos de riego, albarradas, que sean prácticos y económicos.

Indicador: Incrementar en un 5% anual las hectáreas dotadas con sistemas de riego hasta el 2019

b) Desarrollar tecnologías de punta para lograr productos especializados y competitivos.

Meta: Implementar programas de asistencia técnica acorde con los cultivos regionales, la cultura de los agricultores y las necesidades del cliente.

Indicador: incrementar en un 2% anual las hectáreas con asistencia técnica, adicionales a las existentes cuya cobertura actual se estima en un 80% de los cultivos.

c) Incrementar la competitividad de tabaco colombiano con el apoyo de políticas públicas de fomento e infraestructura.

Meta: Promover el uso eficiente y sostenible de los combustibles en los procesos de secado y curado.

Indicador: reducir en un 20% el uso de combustible por kilo de tabaco curado

d) Incrementar para el 2019 el área de producción mínimo en un 200% con relación al área del 2009

Meta: Mecanizar labores de cultivo

Indicador: reducir en un 30 % el costo de mano de obra por mecanización de labores.

Estrategia 2: desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena.

Objetivo estratégico: Posicionar a Colombia como uno de los 20 más grandes exportadores a nivel mundial,

Acciones:

a) Concertar con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo la revisión de los tratados internacionales que afectan la comercialización del tabaco, en particular el

tratado con México que aplica un arancel del 8% a las importaciones de tabaco procedentes de ese país pero aplica una tarifa del 45% a las exportaciones de tabaco colombianas dirigidas a ese mercado.

Meta: Aumentar las exportaciones del Tabaco y sus productos

Indicador: Incrementar en un 30% las exportaciones del tabaco y sus productos derivados.

b) Realizar investigaciones de mercados de exportación para los puros y productos de tabaco de alto valor agregado. Promover la recordación de tabaco como un producto reconocido mundialmente.

Meta: Aumentar y diversificar los mercados del Tabaco y sus productos

Indicador: aumentar la producción y exportación de tabaco Virginia hacia Estados Unidos, Canadá y Europa. Explorar mercados en expansión como el de la Federación Rusa.

c) Promover la denominación de origen para los productos del tabaco colombiano.

Avances en desarrollo de la calidad de productos en el período 2001-2010

a) Difundir y aplicar en forma masiva las normas de calidad (aseguramiento en la calidad).

Cada empresa procesadora (cigarrillos y/o cigarros) aplica las normas que aseguran la calidad de sus productos y procesos.

b) Certificación ISO 9000 en toda la cadena productiva.

No existe esa certificación como cadena, los eslabones de la misma han logrado independientemente su certificación. Existen dentro de la cadena los mecanismos que pueden llevar a una certificación ISO 9000.

c) Transformación cultural de los actores de la cadena hacia una cultura de calidad.

La cultura de calidad implica y se da con el proceso de certificación.La norma no es suficiente para crear una cultura de calidad.

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:

a) revisar la norma ISO 9000 y ver allí los puntos de convergencia de los actores para lograr la certificación.

b) Hay ejemplos claros de entidades de la cadena que ayudarían a fomentar esta cultura

Estrategia 3: disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena.

Acciones:

a) Aumentar la productividad reduciendo costos a través de mejoras en la infraestructura y la incorporación de nuevas tecnologías

Meta: Diseñar por regiones un referente de costos que permita establecer y comparar los niveles de costos y mejorar su desempeño.

Indicador: Poner en funcionamiento el mecanismo de comparación y monitoreo de costos.

a) Lograr un producto rentable para el productor y en general para la cadena

Meta: Desarrollar programas de capacitación en gestión y administración de cultivo para los agricultores.

Indicador: Número de agricultores capacitados por año

b) Mejorar el control presupuestario del agricultor para reducir costos.

Meta: Mejorar la curación con hornos para aumentar eficiencia y reducir pérdidas

Indicador: Reducir en un 2% anual el uso de combustible por kilo de tabaco curado.

En este campo se han promovido las Buenas Prácticas Agrícolas, BPA y la optimización de proceso y procedimientos orientados a reducción de costos y mejoras de productividad y competitividad.

Los costos de producción se vienen manejando acordes con todos los actores y con el MADR, quien se ha preocupado de actualizarlos tomando diferentes variables

Dentro de la cadena a nivel nacional, como en los niveles regionales existe el interés en tener un conceso en los costos de producción, sin embargo en la reducción de los mismos, hay variables externas que no han permitido reducciones relevantes.

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:

a) Promover las BPA y prácticas de manejo, a través de:
- Folletos
- Capacitación
- Certificación competencias
- Irradiar esta estrategia al sector primario.

Estrategia 4: desarrollo de alianzas estratégicas.

Acciones:

a) Promover una mayor integración con las entidades gubernamentales

Meta: Fortalecer los programas adelantados con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Educación, SENA, COLCIENCIAS y demás instancias de gobierno relacionadas con el sector del Tabaco.

2 **Promover una mayor participación del Estado a través de políticas de gobierno adecuadas (Financiación, crédito, aguas, capacitación etc.)**

Meta: Presentar al gobierno programas, proyectos y propuestas para fomentar el desarrollo de la cadena.

Indicador: presentación al Gobierno de mínimo un programas, proyectos y/o propuestas que apoye el desarrollo del sector.

Estrategia 5: creación de un sistema de información confiable y accesible para todos los actores de la cadena

Acciones:

a) Facilitar la toma de decisiones de los actores de la cadena

Meta: Crear un E-Room que permita incorporar y difundir información para todos los actores de la cadena.

b) Aportar a las entidades de gobierno la información necesaria para la formulación de políticas en beneficio de la cadena.

Meta: Crear un mecanismo para mantener informado periódicamente a las instancias de la cadena sobre los requerimientos y avances logrados por la Cadena.

c) Contribuir a la realización del Benchmarking para posicionar a la cadena como clase mundial.

Meta: Crear un mecanismo para realizar benchmarking periódicamente

Alcances del sistema:

a) Que sea integral para toda la cadena con acceso a través de publicaciones y medios electrónicos en general.

b) Aprovechar permanentemente la información de todas las cadenas de tabaco del mundo, centro de investigación disponibles en Internet y publicaciones especializadas.

c) Organizar un centro de información sobre cultivo, industria y comercialización del tabaco.

d) Incluir a la CCI en este tema.

Estrategia 6: integración de todos los actores de la cadena

Acciones:

a) Promover una mayor integración de cada uno de los eslabones de la cadena para que sea sólida y sostenible

   Meta: vincular al Consejo, los gremios, asociaciones y representantes de los diferentes eslabones de la cadena que aún no participan.

b) Hacer del agronegocio del tabaco una actividad atractiva y rentable para todos los actores de la cadena.

Meta: Definir un Plan de formación en emprenderismo para hacer de la actividad productiva del tabaco un agronegocio de clase mundial

c) Consolidar a la Cadena con objetivos y propósitos comunes

Meta: Socializar e implementar el Acuerdo de Competitividad Nacional en todas las regiones productoras de tabaco

d) Apoyar el Censo tabacalero (área, No. familias, agricultores, condición socio económica, organizaciones existentes).

Avances en el desarrollo de la concertación de políticas generales

entre todos los actores de la cadena productiva período 2001-2010 (FALTAN MUCHAS ACTIVIDADES)

Concertación permanente entre agricultores, industriales y comercializadores (la unión hace la fuerza).

Se hace por parte de las empresas. Se viene adelantando con los programas promovidos y ejecutados por FEDETABACO, consiguiendo beneficios para los productores. En algunos aspectos (precios de compra) hace falta la concertación. Es importante continuar promoviendo la cooperación, a pesar de la diferencia de intereses.

Dotación y mejoramiento de servicios básicos (agua, luz, vías, salud).Ha progresado a medida que progresan los programas de expansión de la compañía de servicios públicos.

FEDETABACO ha adelantado proyectos de vivienda de interés social rural, para asegurar a los productores una vivienda digna y propia.

Las empresas han desarrollo de programas de recreación y deporte en asocio con la industria y Coldeportes.

Actividades en desarrollo por parte de las empresas

Iniciativas a desarrollar en esta estrategia:

a) Acueductos rurales.
b) Riegos y Energía
c) Conseguir colaboración de la industria y del Estado
d) Fomentar más la empresarización y explorar otras formas de asociatividad.

Estrategia 7: responsabilidad social y ambiental

Objetivos Estratégicos:

a) Implementar cultivos sustentables y responsabilidad ambiental
b) Promover las BPA`s

Acciones

a) Diseñar e implementar programas de reforestación en las áreas tabacaleras con el apoyo del Ministerio del Medio Ambiente.
b) Censar, diseñar y presentar al MADR proyectos para las regiones más deprimidas que mejoren las condiciones de vida de los agricultores tabacaleros.
c) Promover el cumplimiento de las normas GAP.
d) Socializar y utilizar la guía ambiental como una herramienta que permita el

desarrollo de las recomendaciones tecnológicas.

e) Realizar y socializar los resultados de investigaciones sobre fuentes alternativas de energía que permitan ahorrar y mejorar los procesos de cura del tabaco.

Avances en el desarrollo de la sostenibilidad ambiental, período 2001-2010

a) Control biológico de plagas y enfermedades. El principal avance es la guía ambiental. Hay avances en la reducción de plaguicidas por hectárea.

b) Diseño y desarrollo de proyectos de reforestación y conservación de acuíferos y cuencas hidrográficas en zonas tabacaleras.

c) Educación ambiental para la base social. Se ha avanzado en la Convención de producción más limpia.

d) Tecnología apropiada: introducción y adecuación de maquinaria de labranza mínima, cultivos de cobertura. Como parte importante de los cultivos son de minifundios, poco se ha avanzado. Se ha trabajado en procesos de mecanización.

e) Rotación de cultivos para conservación de suelos. Se ha avanzado con maíz y frijol

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:

a) Asistencia de organizaciones estatales.
b) Incorporar temas como conservación de microcuencas y empresarismo.

Estrategia 8: desarrollo del talento humano

Acciones:

a) Ampliar los Programas de formación en técnicas y manejo de cultivos que permitan certificar a todos los agricultores en competencias laborales

Se ha avanzado en certificación de competencias laborales con el SENA. Mesa sectorial en Santander, Norte de Santander, Huila y Boyacá.

b) Contar con agricultores con conocimientos en calidad total que permita un desarrollo sostenible de la cadena

c) Ampliar y profundizar el Programa Hagamos del Agro una Empresa en el nodo primario de la cadena. En este sentido se ha venido desarrollando con el SENA un Programa cuyo objetivo es retener a los jóvenes en el campo, con un sentido de

pertenencia y participación en el desarrollo económico.

El SENA adelantó el Proyecto con el colegio Chapala en Santander orientado a desarrollar el emprendimiento. Se trajeron expertos en curado de Brasil y Argentina.

Se realizó un programa de formación en riego por goteo en San Gil, Málaga y Neiva. Programa en BPA.

Se está desarrollando un programa de capacitación de jóvenes, en el que participan FEDETABACO, PROTABACO, COLTABACO y el SENA

Nuevas iniciativas a desarrollar en esta estrategia:

a) Profundizar las alianzas con el SENA con programas que permitan formación de jóvenes agricultores.
b) Promover métodos de formación no convencionales.
c) Desarrollar Programas de apoyo a mujeres cabeza de familia.

Avances en desarrollo del talento humano del sector del tabaco período 2001-2010.

a) Capacitación básica no formal para adultos con énfasis en administración, manejo del cultivo, beneficio (recolección, clasificación, transporte y curado).

En coordinación con el SENA, se adelanta un Proyecto para replicar experiencia de la Fundación Manuel Mejía, orientado a formación virtual de adultos en temas de gestión administrativos y financieros.

Fedetabaco y las empresas tabacaleras han realizado diferentes capacitaciones que mejoren el cultivo, y su beneficio. En administración del sistema falta todavía, se piensa manejar a través de la mesa sectorial de tabaco.

b) Diseño y adecuación de planes de estudio formal, que faciliten la formación de jóvenes trabajadores. (Proyecto plan de educación rural, retención de la juventud en el campo).

Estrategia 9: investigación, innovación y desarrollo tecnológico.

Acciones:

a) Fortalecer la Cadena como promotora de investigación y generadora de conocimiento.
b) Promover el desarrollo de nuevos productos derivados del Tabaco.

c) Incorporar los temas del ECODISEÑO para mejorar los niveles de desempeño de la cadena.
d) Dar a conocer los resultados de las pruebas de adaptación y las características de las mismas.
e) Dar a conocer las características a evaluar en las variedades de tabaco negro (cigarro y cigarrillos), Virginia y burley, para hablar un mismo lenguaje que permita cumplir con los estándares nacionales e internacionales de uso y selección de germoplasma
f) Conocer los resultados de las investigaciones realizadas por las empresas y C.I.
g) Crear estrategias conjuntas para manejo sostenible del tabaco como sistema productivo prioritario en las regiones
h) Reunir las experiencias de producción de todas las empresas.
i) Crear un programa que permita importar germoplasma y hacer la evaluación y adaptación en nuestras condiciones, no creando ambientes parecidos.
j) Buscar sistemas de uso eficiente del agua y alternativas de cosecha de aguas.
k) Promover la automatización de los procesos de curado y manejo de caneyes eficientes (BPM), que controlen variables fisiológicas.
l) Crear un grupo de trabajo para mejorar los sistemas de energía solar y el uso de la cascarilla, paneles solares y disposición de otras fuentes hídricas como aguas lluvia.
m) Trabajar en Canales de riego, Reservorios y Jagüeyes.

Avances en investigación en el período 2001-2010.

a) 2001-2010; Introducción y selección de germoplasmas del tabaco adaptadas a las zonas tabacaleras colombianas.

Los mayores avances en este campo se dieron en las empresas transformadoras, vía transferencia directa y semillas certificadas.

Las empresas tabacaleras PROTABACO Y COLTABACO, introducen y seleccionan sus germoplasmas. PROTABACO importa estas y COLTABACO, produce su semilla en C.I. Villanueva. FEDETABACO, ha traído materiales para la siembra de variedades para la producción de puros.

Existen acuerdos entre las empresas y el ICA(Instituto Colombiano…), para el manejo de estos materiales, haciendo pruebas de adaptación en nuestras condiciones climáticas. Con ello se justifica la acción y se ajustaría de acuerdo con las normas pactadas ante todos los estamentos responsables.

b) Mejoramiento genético de los diferentes tipos de tabaco con características de calidad internacional.

Convenio SENA – COLCIENCIAS.¿¿ para que, en que consiste?

c) Desarrollo de paquetes tecnológicos relacionados con la fitotecnia del tabaco por regiones.

Cada una de las empresas que trabajan en tabaco tienen su propio paquete tecnológico, y en la misma región se trabajan y recomiendan manejos con diferentes variables y productos, desde el uso de semilla hasta el curado, clasificación y precios de compra al productor. Las políticas de manejo de las empresas tabacaleras, no van a convergen en manejos y desarrollos equivalentes. No se conocen estas recomendaciones es propio de cada empresa.

En las mesas sectoriales de tabaco a través de las normas de competencia laboral se puede pensar en tecnologías conjuntas.

d) 2001-2004; Desarrollo y transferencia de tecnologías relacionados con secado (curado), pre fermentación, fermentación, clasificación, desvenado de la hoja de tabaco.

Avances según distintos ecosistemas. Se ha logrado que cada una de las empresas tenga un desarrollo entre sus cultivadores de tecnologías de curado, aunque falta la adopción de las mismas. Se ha avanzado, pero hay rezagos importantes.

e) 2001-2003; Introducción, desarrollo y transferencia de tecnologías para la elaboración de cigarros, su clasificación y empaque.

Fedetabaco y otras instituciones de investigación han traído expertos y se han preocupado por alcanzar tecnología de punta para el desarrollo de esta industria (hay 10 empresas produciendo puros en Santander)

Es necesario que se siga en este rumbo, a través de tecnologías propias.

f) 2001-2005; Desarrollo de sistemas de riego e infraestructura para zonas tabacaleras.

El uso de sistemas de riego en tabaco, viene con un mayor interés hace tres años. Se viene probando en las zonas y hay investigaciones en proceso.
Se utiliza Agro –ingreso seguro para riego.
En Huila riego por curva de nivel.
También se ha trabajado riego por aspersión y por goteo.

Se realizó un prototipo para racionalizar el uso del carbón. (Virginia)
Iniciativa de Fedetabaco. (4 empresas)

La infraestructura en curado presenta todavía fallas, falta controlar variables ambientales y Fisiológicas en el proceso

Es necesario promover el uso eficiente del agua que es escasa en las zonas tabacaleras, es una alternativa viable que puede economizar recursos y aumentar la productividad.

CONSIDERACIONES FINALES

El Consejo de la Cadena del Tabaco y sus productos considera necesario que en el marco del presente Acuerdo, el Gobierno Nacional desarrolle una Estrategia orientada a la recuperación socio-económica de las zonas tabacaleras que estuvieron bajo la influencia de actores armados al margen de la Ley, que posibilite su recuperación Post-Conflicto y el desarrollo económico y social de las comunidades afectadas, en particular en la zona de Montes de María.