

PRESENTACIÓN

En 2014, Exogestión se realizará en región del Valle del Cauca, situada al suroccidente de Colombia. La capital del Departamento es Cali, la principal ciudad en el suroccidente de Colombia y la tercera más poblada después de Bogotá y Medellín. En esta oportunidad, el principal objetivo de Exogestión es presentar los avances en el diseño de los planes estratégicos para cinco (5) Iniciativas *Cluster* del Valle del Cauca que serán coordinadas por la Cámara de Comercio de Cali.



Los *clusters* sobre los cuales se trabajó fueron identificados por la Cámara de Comercio de Cali a partir de un ejercicio académico liderado por las principales universidades del Departamento y en el que participaron la Gobernación del Valle del Cauca, la Alcaldía de Cali y la Comisión Regional de Competitividad.

En este documento se presentan algunos aspectos relevantes de la estructura económica del Valle del Cauca y de las 5 Iniciativas *Cluster* identificadas por la Cámara de Comercio de Cali.

1. La economía del Valle del Cauca

El Valle del Cauca es la tercera economía de Colombia, está ubicado al suroccidente del País en la costa del Océano Pacífico, donde está ubicada la ciudad de Buenaventura, el principal puerto de Colombia, por donde transita más del 50% del comercio internacional del País. En la zona plana del Departamento, formada por una planicie interandina, se concentra la actividad del sector azucarero colombiano y que aporta el 17% del PIB departamental.

El Valle del Cauca tiene una extensión de 22.140 kilómetros cuadrados y una población de 4,6 millones de habitantes, de los cuales 63,4% se ubica en el área metropolitana de Cali. En 2013, este Departamento aportó 9,6% del PIB nacional y tiene un PIB per Cápita de USD 8.200, el segundo más alto después de Bogotá, la capital del País. Los indicadores de Calidad de Vida en el Valle del Cauca son los más altos de Colombia después de Bogotá.

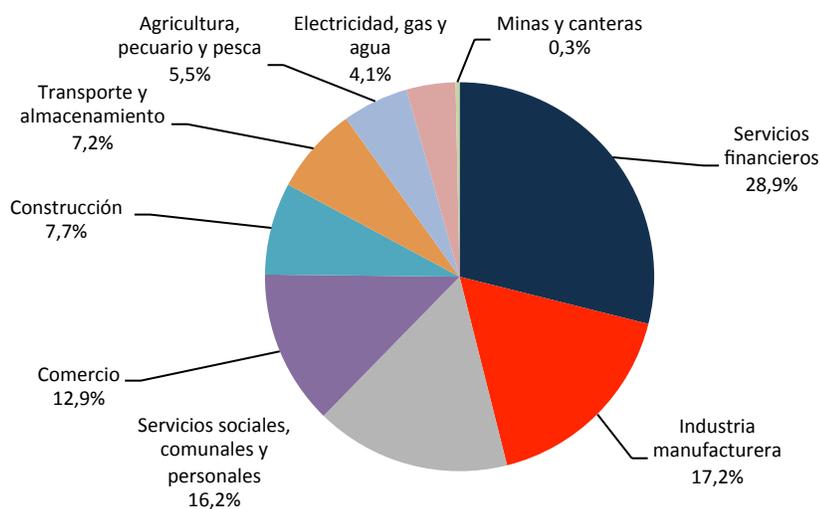
En el Valle del Cauca se encuentra una de las estructuras económicas más diversificadas de Colombia, apalancada por la ventaja comparativa correspondiente a la ubicación geográfica y la operación del puerto de Buenaventura, que facilita la conexión de las empresas locales con los mercados más dinámicos y competitivos del mundo. Este hecho constituye, simultáneamente, un gran reto y una oportunidad de desarrollo para las empresas de la región.

Según el más reciente reporte de la CEPAL para Colombia, el Valle del Cauca es el tercer Departamento más competitivo del País, principalmente por su infraestructura de transporte, la disponibilidad de capital humano, el tamaño del mercado local y las condiciones de calidad de vida de sus habitantes. La mayor debilidad del Departamento frente a otras regiones del País corresponde al estado de sus finanzas públicas.

La infraestructura vial del Valle del Cauca es la mejor de Colombia y le permite a las empresas del Valle acceder a grandes centros del consumo del País. Además, en el Departamento opera un Ferrocarril de carga con 500 Km de vías concesionadas. También cuenta con el segundo aeropuerto internacional más importante del país con 76 vuelos internacionales semanales y dispone de 6 Zonas francas (5 para bienes y 1 para servicios).

La extensión territorial del Valle del Cauca corresponde al 1,9% de Colombia, donde habita el 9,7% de la población del País. El Valle del Cauca contribuye con el 9,6% del PIB nacional y el 13,1% del valor agregado industrial.

Participación (%) del Producto Interno Bruto del Valle del Cauca por sectores económicos- 2012



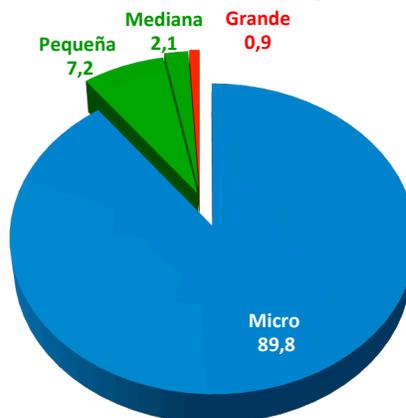
Fuente: Dane – Cálculos Cámara de Comercio de Cali



En el contexto nacional, la industria del Valle se destacan la fabricación de acumuladores eléctricos (80%), azúcar (70%), productos de caucho (52%), alimentos (48%), procesamiento de madera (44%), calzado (29%), químicos (26%) y papel (21%).

En el Valle se encuentran 70 de las 500 empresas más grandes de Colombia (14%) y cuenta con más de 100 grandes empresas de capital extranjero. El tejido empresarial del Valle del Cauca se compone por 58.492 empresas, de las cuales, el 89,8% son micros, 7,2% pequeñas, 2,1% medianas y 0,9% grandes.

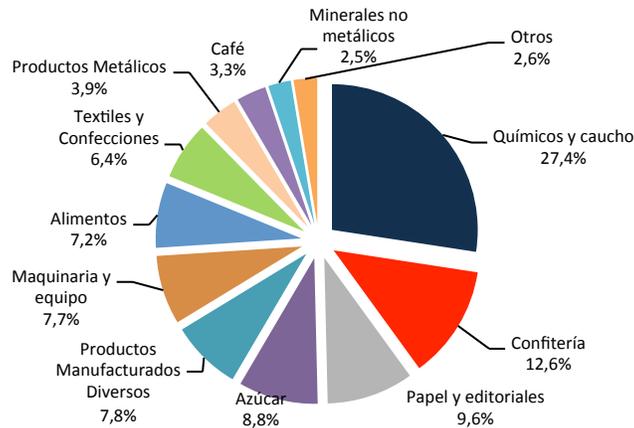
Composición del tejido empresarial del Valle del Cauca según tamaño de la empresa (%) - 2014



Fuente: Asocámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

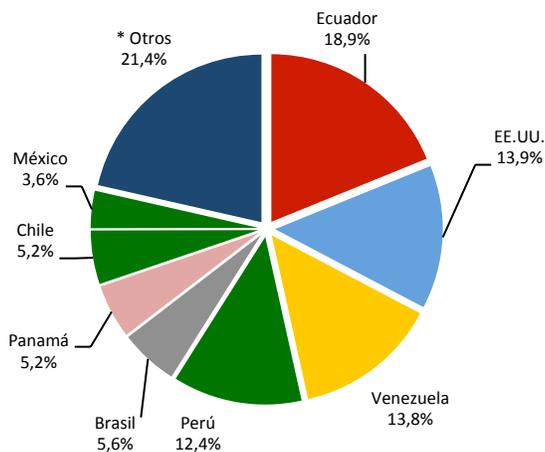
En 2013, el Valle del Cauca exportó USD 2.112 millones, siendo químicos, confitería, papel y editoriales y azúcar los principales productos de exportación. El principal destino de las exportaciones del Valle del Cauca (21,2%) son los países que conforman la Alianza del Pacífico (Perú, Chile y México).

Participación (%) de las exportaciones del Valle del Cauca por productos – 2013



Fuente: Dane - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

Exportaciones del Valle del Cauca según país destino (%) - 2013



Fuente: Dane - Cálculos Cámara de Comercio de Cali

2. EXOGESTIÓN PACÍFICO - 2014

El principal objetivo de Exogestión Pacífico – 2014 es presentar los avances en el diseño de los planes estratégicos para cinco (5) Iniciativas *Cluster* del Valle del Cauca que serán coordinadas por la Cámara de Comercio de Cali.

La identificación de estas 5 Iniciativas *Cluster* por parte de la Cámara de Comercio de Cali se hizo con base en un ejercicio académico liderado por las principales universidades del Departamento y en el que participaron la Gobernación del Valle del Cauca, la Alcaldía de Cali y la Comisión Regional de Competitividad.

La construcción de los Planes Estratégicos de las 5 Iniciativas *Cluster* se hizo a partir de 3 talleres en los que participaron empresarios, las universidades y miembros del gobierno nacional, departamental y local. Los objetivos de los talleres fueron los siguientes:

Diagrama 2. Objetivos de los Talleres Preparatorios de Exogestión



En las siguientes páginas se presentará de manera resumida información relevante sobre las 5 Iniciativas *Cluster* Identificadas por la Cámara de Comercio de Cali y que serán presentados en Exogestión Pacífico el 7 de mayo.



Excelencia Clínica

Iniciativa Cluster

Factores

- En el Valle del Cauca existen 164 clínicas y 49 clínicas estéticas. Además, cuenta con 5 facultades de medicina y 2 universidades con programas de química. Todas las facultades de medicina tienen convenios con las clínicas y hospitales universitarios del Departamento.
- Una ventaja competitiva del Valle del Cauca en el contexto regional es que cuenta con una dinámica industria farmacéutica, que exporta a varios países y es referente nacional en materia de investigación, desarrollo y estrategias de mercadeo. Según la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), el Valle del Cauca es el segundo mayor productor nacional de farmacéuticos y medicamentos, representando 13% de la producción nacional.
- 3 de las clínicas del Valle del Cauca se encuentran entre las 40 mejores en Latinoamérica, una de ellas es considerada la mejor en Colombia
- Las clínicas estéticas del Valle del Cauca tienen reconocimiento internacional por los altos estándares de calidad en sus procedimientos

Demanda

- El precio de los procedimientos médicos realizados en Colombia corresponde, en promedio, a un tercio del registrado en EE.UU. y Europa. Este hecho representa una gran oportunidad para acceder a un mercado creciente y altamente sofisticado en el que las clínicas y hospitales del Valle pueden enfocarse.
- En cuanto a las cirugías estéticas, según la Sociedad Internacional de Cirujanos Plásticos Estéticos (ISAP, por sus siglas en inglés), Colombia se encuentra en el top 15 a nivel mundial en el número de las cirugías estéticas, realizando 211.879 procedimientos que equivalen al 4% del total de cirugías en el mundo en 2011.

- El mercado farmacéutico latinoamericano tiene un valor de más de USD 60 mil millones anuales, lo cual equivale al 7% de las ventas farmacéuticas globales. Según *Emerging Pharmaceutical Markets*, en América Latina habrá un crecimiento superior al 10% anual en el mercado farmacéutico entre 2014 y 2016, especialmente en Argentina, Chile, Colombia, Perú y Venezuela.
- Las ventas locales y externas de las más de 500 empresas del Cluster de Excelencia Clínica superan los USD 3,1 billones y registraron un crecimiento anual de 12,7% en 2012.

Ventas del Cluster de Excelencia Clínica - 2012

Mercado	No. de Empresas	Ventas 2011 (USD Millions)	Ventas 2012 (USD Millions)	Crecimiento (%)	Part. (%)
Servicios médicos	164	1.001,5	1.199,4	19,8	38,5
Productos Farmacéuticos	22	882,0	941,9	6,8	30,3
Insumos médicos	57	225,5	265,1	17,5	8,5
Empaque	65	161,6	167,5	3,7	5,4
Centros Especializados	57	135,3	142,9	5,6	4,6
Servicios relacionados	61	110,0	130,6	18,8	4,2
Servicios de apoyo	9	63,6	68,1	7,1	2,2
Químicos	8	58,1	63,9	10,0	2,1
Equipos médicos	10	40,3	47,1	16,8	1,5
Clínicas Estéticas	49	39,6	46,5	17,6	1,5
Comercio minorista de medicamentos	22	37,2	37,1	-0,3	1,2
Prótesis	1	-	0,4	-	0,02
Total	525	2.754,8	3.110,9	12,9	

Fuente: Asocámaras – Cálculos Cámara de Comercio de Cali

- Las ventas de productos farmacéuticos y los servicios médicos realizados en clínicas, centros especializados y de cirugía estética representan 73% de las ventas totales del *cluster*. El 27% restante corresponde a la demanda de las clínicas y hospitales por servicios de apoyo (centrales de residuos hospitalarios, vigilancia, etc.), insumos y equipos médicos y servicios auxiliares para la industria farmacéutica como empaques
- Los segmentos de negocio más dinámicos del *cluster* entre 2011- 2012 son las clínicas y hospitales (19,8%), la producción y comercialización de insumos (17,6%) y equipos médicos (16,8%) y los servicios ofrecidos en clínicas estéticas (17,6%).

- Las 10 empresas con mayores ventas concentran el 53% del total de facturación del *cluster* en 2012



Bioenergía

Iniciativa Cluster

Factores

- La producción de biomasa a gran escala que se ha consolidado en el valle geográfico del río Cauca por cuenta de la actividad de la industria azucarera, ha evolucionado en una ventaja competitiva para la producción de energías renovables. De hecho, este conocimiento ha incentivado a empresas de otros sectores para incursionar en esta actividad, soportados en el conocimiento específico desarrollado
- La producción de energía eléctrica a partir de la combustión de biomasa alcanza los mayores promedios frente a los demás tipos de generación energética: 16,5% en su capacidad y 25,6% respecto a la generación entre 2010 y 2014
- En Colombia, el bioetanol es un derivado de la caña de azúcar y es producido por 5 destilerías ubicadas en el valle geográfico del río Cauca. En 2013, se produjeron 387,9 millones de litros de bioetanol
- Pese a que la participación de Colombia en la producción mundial de etanol es baja, (0,43%), el País registró entre 2010 y 2013 un crecimiento anual promedio de 9,5%, cifra muy superior al registro mundial de 0,7%
- Debido a que Colombia es el líder mundial en el rendimiento de los cultivos de caña (toneladas de caña por hectárea y Kg de azúcar por tonelada de caña), frente al consumo de gasolina, el etanol colombiano reduce en un 74% las emisiones de gases efecto invernadero, mientras que el etanol brasilero apenas 65% y el etanol producido a partir de maíz en EE.UU. 10%.
- La capacidad actual de producción de bioetanol en la región equivale a un pozo de 8.000 barriles diarios de petróleo, con la gran ventaja este biocombustible se produce a partir de un recurso renovable como la caña de azúcar
- Los biocombustibles son una fuente de energía alternativa que en Colombia se genera a través del aceite de palma africana (biodiesel) y de la caña de azúcar (etanol). Según Renewable Fuels Association, la



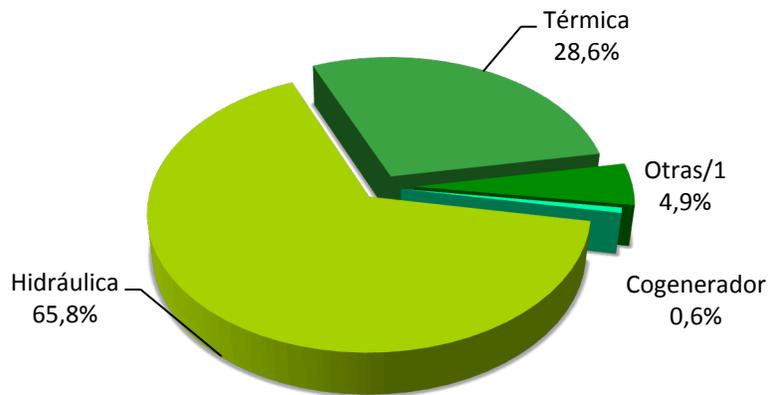
producción mundial de bioetanol en 2013 fue de 23.249 millones de galones, siendo EE.UU. el mayor productor (57%), seguido por Brasil (27%), que es el principal productor en Sudamérica

- Existe la posibilidad de producir energía eléctrica a partir de otras fuentes de biomasa, como los residuos vegetales, animales, de la industria forestal y la basura que generan las ciudades
- El *cluster* de Bioenergía está conformado por:
 - las empresas distribuidoras de energía
 - los cogeneradores (12 de los 13 que existen en el país se ubican sobre el valle geográfico del Río Cauca)
 - 5 destilerías para producción de etanol
 - las empresas de infraestructura especializada para la cogeneración y la producción de bioetanol
 - fabricantes y proveedores de equipos eléctricos
 - proveedores de maquinaria agrícola
 - transporte y logística
 - centros de investigación y prestadores de servicios agroforestales

Demanda

- En la región del valle geográfico del río Cauca se produce el 100% del bioetanol que consume Colombia y el 100% de la cogeneración de energía eléctrica nacional a partir de fuentes renovables
- Actualmente la gasolina se mezcla con un 8% de etanol y el Gobierno tiene el compromiso de aumentar ese porcentaje a 15% para reducir las emisiones de gases efecto invernadero y mejorar la calidad del aire en las ciudades
- En Colombia, actualmente la cogeneración de energía eléctrica representa aproximadamente 0,6% de la energía total generada
- El Valle del Cauca es deficitario en energía eléctrica y la cogeneración a partir de biomasa en los ingenios azucareros y de otras empresas representa la oportunidad para reducir su dependencia de otras regiones del País

**Participación (%) según tipo de generación energética en el Sistema Interconectado Nacional de Colombia
- 2013**



/1 Incluye plantas menores de energía hidráulica, térmica y eólica
Fuente: XM SA EPS – Elaboración Cámara de Comercio de Cali



Proteína Blanca

Iniciativa Cluster

Factores

- La Iniciativa Cluster de Proteína Blanca agrupa las diferentes empresas relacionadas con la producción avícola y porcícola en el Valle del Cauca, así como a las empresas dedicadas a las actividades y servicios de apoyo como alimentación, vacunación, sacrificio, refrigeración industrial y transporte especializado
- Colombia es deficitario en maíz y soja, insumos básicos para la alimentación animal. Por esta razón, la cercanía al puerto de Buenaventura representa una ventaja competitiva para las empresas ubicadas en la región
- Se han identificado 124 empresas relacionadas con estas actividades productivas, con ventas en 2012 equivalentes a USD 1,9 billones, con un crecimiento de 11,3% frente a 2011
- El eslabón del *cluster* con mayor número de empresas identificadas hasta el momento es el de Granjas avícolas – porcícolas
- El eslabón de derivados cárnicos y procesados tiene un peso importante, con 22 empresas que registran ventas en 2012 por USD 660 millones y un crecimiento de 13,6% frente al año anterior
- La producción mundial de carne de cerdo en 2012 fue de 109 millones de toneladas, con un crecimiento anual de 1,0%. En Colombia, la producción de carne de cerdo en 2012 fue de 238 mil toneladas, equivalente a 0,2% de la producción mundial, con un crecimiento de 10,3% respecto a 2011 y un registro promedio de 8,4% durante la última década.
- El Valle del Cauca es el segundo productor de carne de cerdo en Colombia (15,1% de la producción nacional)



- En Colombia se producen más de un millón de toneladas de pollo al año, lo que representa 1,2% de la producción mundial.
- En 2012, las empresas del Valle del Cauca produjeron 137 mil toneladas de Pollo, lo que representó 12,3% de la producción nacional, ubicándose como el tercer productor, después de Santander (24,6%) y Cundinamarca (24,6%)
- En 2013, en Colombia se produjeron 11.127 millones de huevos, lo que representó un crecimiento de 4,6% frente al año anterior. El Valle del Cauca es el segundo productor nacional de huevo (2.249 millones de unidades), es decir, el 20,2% del total nacional. Se estima que en 2014 la producción de huevos en el Valle del Cauca será la más grande de Colombia

Demanda

- El consumo de carne de cerdo en Colombia durante la última década pasó de 3,0 Kg/hab/año a 6,7 Kg/hab/año. Sin embargo, este indicador es inferior al registro promedio mundial (15 Kg/hab/año).
- En los últimos años, el pollo se ha convertido en la fuente de proteína cárnica más consumida por los colombianos. En 2013 el consumo per cápita de pollo fue de 27,1 kg/persona, muy por encima del consumo per cápita de carne bovina (20 Kg/persona)
- El consumo per cápita de huevo en Colombia aumentó en la última década y en 2012 fue de 220 unidades/hab/año, debajo del registro de consumo en China (348 unidades/hab/año), pero superando el registro mundial de 177 unidades/hab/año
- El crecimiento del consumo de carne de cerdo se ha convertido en un incentivo para que los empresarios tengan en cuenta en sus procesos productivos aspectos como la certificación de las plantas de producción, sacrificio y la cadena de frío. Estas mejoras en el proceso productivo tienen como fin ofrecer un producto de mejor calidad y cumplir con estándares internacionales para aprovechar el potencial exportador existente
- Colombia está cerca de empezar a producir excedentes exportables de proteínas blancas. Por esta razón, las empresas de la región deben diseñar estrategias que les permitan acceder a mercados externos con productos de mayor valor agregado



Bienestar y Cuidado Personal

Iniciativa Cluster

Factores

- La Iniciativa Cluster de Bienestar & Cuidado Personal se compone de diversos segmentos de negocio como: comida saludable, *fitness*, belleza y *spa* y productos para el cuidado personal
- El *cluster* de Bienestar & Cuidado Personal agrupa 195 empresas con ventas por USD 1,3 billones en 2012, y con un crecimiento anual de 8,5%
- La estructura del Cluster comprende siete eslabones: productos cosméticos, ingredientes naturales – químicos, productos naturales, centros de tratamiento, otros insumos, empaques y gráficas y las empresas comercializadoras
- El eslabón de producción y comercialización de productos cosméticos representó 75,4% de las ventas totales del *cluster* en 2012, registrando una tasa de crecimiento de 29,2% frente a 2011
- Las ventas de los servicios de los centros de tratamiento personalizados crecieron 8,6% en 2012
- 7 de las 10 empresas del Cluster con mayores ventas se dedican a la elaboración de productos cosméticos. Por su parte, Johnson & Johnson y Colgate encabezan el listado con una participación de 28,5% y 19,9%, respectivamente, sobre el total de ventas del *cluster*. Sin embargo, las empresas nacionales son las que registraron mayores tasas de crecimiento en 2012

Demanda

- El mercado mundial de Bienestar y Cuidado Personal en 2012 se estimó en USD 1.900 billones, según la firma consultora *Global Spa & Wellness Summit*.
- La demanda de los mercados extranjeros por productos para el cuidado personal y la apariencia física crece a tasas superiores a las de la economías global.
- Los bienes y servicios asociados al mercado del Bienestar & el Cuidado Personal pasan de ser considerados como de lujo a bienes necesarios a medida que aumenta el ingreso de los hogares. Por eso existe gran expectativa por el crecimiento de los mercados Latinoamericano
- En cuanto a los productos cosméticos, los mercados emergentes son los de mayor crecimiento. Brasil es el segundo consumidor de productos para el cuidado y la belleza personal, actividad que tuvo un crecimiento de 146% entre 2006 y 2012
- El gasto mundial destinado a los servicios y productos de Bienestar y Cuidado Personal se ha duplicado en la última década y continuará creciendo a un ritmo importante
- Dentro de los servicios de bienestar, el mundo está experimentando una demanda creciente de “*spa tourism*” que representa el 41,0% del gasto total en turismo de salud, según *Global Wellness Institute*
- La producción de cosméticos en Colombia fue una de las actividades económicas con mayor impulso durante 2013 (25%)
- En promedio, las mujeres colombianas gastan entre USD 25 y USD 50 en maquillaje en un mes, lo que representa un mercado anual de USD 10,5 billones



Macrosnacks

Iniciativa Cluster

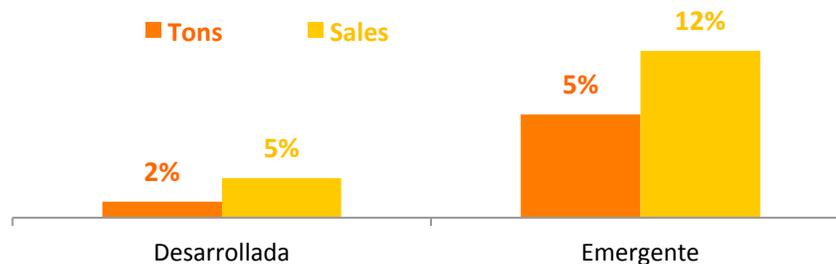
Factores

- El concepto de *Macrosnacks* hace referencia a una pequeña cantidad de alimento y/o bebida que se consume entre comidas o en ocasiones especiales como celebraciones y reuniones. Estos productos se caracterizan por ser ligeros y de fácil acceso para el consumidor al no requerir preparación
- Los análisis de información realizados por la Cámara de Comercio de Cali identificaron el *cluster* de *Macrosnacks* como uno de gran potencial, dadas las ventajas competitivas existentes y la densidad del tejido empresarial existente en la región
- Las empresas de *Macrosnacks* del Valle del Cauca son líderes en el mercado nacional de este tipo de productos
- Esta industria se consolidó soportada en la ventaja competitiva que representa la oferta permanente de azúcar y cereales, así como la industria de empaques más grande y sofisticada de Colombia
- Este *cluster* abarca los siguientes segmentos de demanda final: confitería, lácteos, frutos secos, bebidas, frutas, productos de panadería, chocolatería y frituras. A su vez, estas industrias se encuentran soportadas por actividades como la molinería, azúcar, producción de edulcorantes, saborizantes, aceites y una industria transversal de empaques, gráficas y publicidad que prestan servicios relacionados
- Las 10 empresas más grandes de este *cluster* concentran 60% del total de las ventas en 2012 (USD 1,9 Billones). En 2012, el *cluster* registró un crecimiento de apenas 1,4% en el total de sus ventas respecto a 2011 debido a la reducción de los precios internacionales y la producción nacional de azúcar
- Sin embargo, las 10 empresas más dinámicas del *cluster* (23% de las ventas del Cluster) registraron un crecimiento de 12,6%

Demanda

- Según la firma líder mundial en el mercado de *Macrosnacks*, PepsiCo, para un consumidor representativo en el mercado occidental, mensualmente se presentan 67 ocasiones para consumir este tipo de productos.
- Actualmente, el mercado mundial de *Macrosnacks* supera los USD 400 billones y está creciendo a tasas anuales de 6%, según Euromonitor.

Crecimiento en ingresos y volumen de PepsiCo según regiones - 2012



Fuente: PepsiCo

- Según los analistas, la oportunidad para aprovechar el potencial de crecimiento del mercado mundial de *Macrosnacks* depende de la capacidad de innovación para desarrollar nuevos productos, especialmente en la categoría de nutrición saludable
- En este mercado resultan muy importantes las actividades de mercadeo y posicionamiento internacional para poder acceder a mercados más sofisticados y de mejores precios
- Las posibilidades de crecimiento de este mercado en las economías emergentes son amplias, pues el aumento de la clase media impulsa el consumo de este tipo de productos. El consumo per cápita promedio de snacks en Colombia es de 1,9 kg/año, mientras que en EE.UU., es de alrededor 15 kg/año
- Uno de los retos principales del cluster es lograr adaptarse oportunamente a las variaciones continuas de las preferencias de los consumidores. De manera concreta, este cluster busca innovar en el desarrollo de productos funcional/saludables, es decir, que contengan mayor aporte nutricional, sin dejar de lado su característica de sabor y practicidad