

**QUINIENTOS NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS,
PARA NUEVE REGIONES DE COLOMBIA,
CON GRAN POTENCIAL DE MERCADO EN ESTADOS UNIDOS**

PRESENTACION Y RESUMEN EJECUTIVO

Capítulo 1

Consultor:



Proyecto realizado con el patrocinio de:



Proyecto auspiciado por:



Noviembre 1 de 2006

INDICE GENERAL

PRESENTACION

- CAP. 1 RESUMEN EJECUTIVO
- CAP. 2 VISION GENERAL SOBRE LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS
- CAP. 3 ESTRUCTURA EXPORTADORA Y PRODUCTOS POTENCIALES, POR REGIONES DE COLOMBIA
- CAP. 4. PRODUCTOS SELECCIONADOS: RESUMEN SECTORIAL
- CAP. 5 POTENCIAL DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS EN EL SECTOR DE SERVICIOS
- CAP. 6 PLAN INDICATIVO DE EXPORTACIONES A LOS ESTADOS UNIDOS
- CAP. 7 GUIA PARA CONSULTAR NORMAS TECNICAS Y NUEVAS TECNOLOGIAS
- CAP. 8 METODOLOGÍA DE SELECCIÓN DE PRODUCTOS

PRESENTACION

El objeto de este trabajo es contribuir al fortalecimiento de estrategias regionales de productividad y competitividad, mediante la identificación y análisis de 590 nuevos productos industriales y de varios subsectores de servicios para nueve regiones del país con gran potencial de mercado en Estados Unidos.

Para lograr este objetivo, el trabajo se estructuró en ocho capítulos, así:

El **Capítulo 1** contiene una presentación de los resultados principales (Resumen Ejecutivo).

En el **Capítulo 2** se presenta una visión general sobre el mercado de importaciones de los Estados Unidos.

En el **Capítulo 3** se presenta el resultado de la identificación de los productos de mayor potencial en el mercado de los Estados Unidos, para cada uno de los departamentos de Colombia. La selección final de los productos según su potencial de oferta y demanda estuvo basada en una revisión cuidadosa de la Agenda Interna de cada departamento, y de los principales estudios sobre la estructura productiva y las “apuestas productivas” de la región.

El en **Capítulo 4** se presentan los 590 nuevos productos seleccionados, desde una óptica sectorial; para este efecto se clasificaron los productos seleccionados en 20 sectores, para cada uno de los cuales se realizó un perfil sobre el mercado de Estados Unidos.

El análisis contenido en el **Capítulo 5** tiene como finalidad principal el contribuir a identificar los subsectores de servicios en Colombia que pueden tener algún potencial de exportación hacia el mercado de Estados Unidos, teniendo en cuenta el tamaño y el dinamismo de ese mercado, así como las posibilidades de prestación de dichos servicios desde Colombia. También se evalúan las experiencias de otros países en desarrollo que han logrado desarrollar un sector servicios con visión exportadora. Finalmente, se examinan las políticas y mecanismos relacionados con la exportación de servicios en Colombia, efectuando recomendaciones orientadas a impulsar el potencial exportador de nuestro país hacia Estados Unidos.

En el **Capítulo 6** se propone un Plan Indicativo de Exportaciones a los Estados Unidos, cuyo objetivo es aportar directrices para el diseño de una estrategia integral que permita el logro del objetivo de incrementar las exportaciones actuales de Colombia a ese mercado Unidos, basado en los productos y sectores identificados por este estudio.

En el **Capítulo 7** se suministran dos guías de consulta que permiten identificar las normas técnicas existentes en el mercado de Estados Unidos y la mejor tecnología aplicable a la producción de los bienes identificados en el presente trabajo.

Finalmente, en el **Capítulo 8** se presenta la metodología de selección de productos.

ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN

Con el fin de difundir el resultado del trabajo y sensibilizar al sector industrial y a los principales actores de cada una de las nueve regiones en que se dividió Colombia para efectos del presente proyecto, se participó en diversos eventos de divulgación, los cuales se realizaron tanto durante el desarrollo del proyecto, como al final del mismo.

Es así como, cumpliendo lo establecido en los términos del contrato, se realizaron 10 seminarios de divulgación, programados así:

- Noviembre 2: Bogotá
- Noviembre 8: Bucaramanga
- Noviembre 9: Medellín
- Noviembre 15: Pereira
- Noviembre 16: Cali
- Noviembre 23: Cartagena
- Noviembre 24: Riohacha
- Noviembre 28: Villavicencio
- Noviembre 30: Neiva
- Diciembre 7: Bogotá

La divulgación anterior se complementó con los siguientes eventos:

- Octubre 10: Cámara de Comercio Colombo Americana - Barranquilla
- Noviembre 17: Presidente y altos funcionarios del país del ICONTEC - Bogotá
- Noviembre 22: Directivos de Invertir en Bogotá – Bogotá
- Noviembre 24: Asamblea General de la Cámara de Comercio de Cúcuta
- Noviembre 25: Capacitación Directivos del SENA - Medellín
- Noviembre 30: Consejo Directivo del ICONTEC - Bogotá
- Diciembre 5: Seminario de divulgación en Ibagué
- Diciembre 6: Congreso Nacional de Gestión de Recursos Humanos por Competencias, Organizado por el SENA. – Bogotá
- Diciembre 14: Seminario de divulgación en Barranquilla

Adicionalmente se participó activamente en los talleres de competitividad regional liderados por el Consejero Presidencial para la Competitividad Dr. Fabio Valencia Cossio en las siguientes ciudades:

- Octubre 12: Cali
- Octubre 19: Medellín
- Noviembre 3: Montería y Valledupar
- Noviembre 10: Bucaramanga y Neiva

- Noviembre 17: Bogotá
- Noviembre 20: Barranquilla
- Noviembre 27: Santa Marta
- Diciembre 4: Pasto

Asimismo, durante el desarrollo del proyecto se participó en varias reuniones buscando motivar la vinculación activa de las fuerzas vivas regionales y de los diferentes gremios de la producción del país; entre tales reuniones vale la pena destacar:

- Reunión con Directores de Cámaras Sectoriales y Directores Regionales de la ANDI
- Presentación del avance del proyecto en la Asamblea general de la ANDI, en la Junta Directiva de la regional de la ANDI Bogotá y ANDI Barranquilla
- En varios eventos organizados por PROEXPORT
- Con los gerentes de los diferentes Macrosectores de PROEXPORT e Inversión Extranjera
- En las mesas sectoriales coordinadas por el SENA
- Asamblea general de la Cámara de Comercio de Buenaventura
- Consejo Comunal en Medellín
- Asamblea anual de ACOPI
- Congreso IMOTECH

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo es el resultado de un esfuerzo conjunto entre el sector público y privado de nuestro país. Por ello queremos expresar nuestro profundo agradecimiento y reconocimiento a todas las personas y entidades que brindaron su apoyo y colaboración con el desarrollo de este proyecto. Entre ellos destacamos:

Patrocinadores:

El proyecto fue financiado con recursos de las siguientes entidades públicas y privadas:

- SENA, en especial el decidido respaldo brindado por su Director el Dr. Darío Montoya
- DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN NACIONAL, Dr. Santiago Montenegro, anterior Director, y Dra. Carolina Rentarías, actual Directora.
- BANCOLDEX, con su Presidente el Dr. Gustavo Ardila
- SEGUROS BOLÍVAR: en especial el apoyo del Presidente de Sociedades Bolívar el Dr. José Alejandro Cortés, y del Dr. Diego Mauricio Neira Rey, Vicepresidente Técnico.
- BAVARIA S.A.: Dr. Karl Lippert, Presidente; Dra. Cristina Hannaberg, Directora de Relaciones Públicas; Dr. Jonathan Salisbury.
- CORPORACIÓN COLOMBIA DIGITAL: entidad sin ánimo de lucro conformada por miembros del sector público, privado y académico; actuó en calidad de coordinadora del Convenio Especial de Cooperación Técnica establecido para el desarrollo del presente proyecto.

Comité Decisorio:

Encargado del control y vigilancia de la ejecución del Contrato. Estuvo integrado por las siguientes personas y entidades:

Miembros Principales:

- SENA: Mireya López, Paulo Orozco; Javier Ricardo Bohórquez
- DNP: Clara Patricia Martín; Clara Avellaneda; Rodrigo Moreira.

- SEGUROS BOLÍVAR: Alba Lucia Ramírez; Gabriel Villalobos
- ANDI: Gladis Zurriago, Imelda Restrepo; Ximena Fajardo
- CORPORACIÓN DIGITAL: Sandra Abreu; Sergio Pérez

Miembros Invitados:

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: Yelitza Cárdena Rojas; Carlos Cossio; Jairo Tiusaba; Juan Guillermo Castro; Camilo Salazar
- BANCOLDEX: Ana María Cano
- PROEXPORT: María Reina; Maria Cecilia Obando; Diana Escallón; Xavier Valdivieso; Jorge Luís Gutiérrez
- SAC: Rafael Mejía López

Gremios y entidades del sector privado y público:

Diversos gremios y entidades del sector privado se vincularon activamente al proyecto; con su valiosa colaboración ayudaron a identificar la oferta real y potencial de Colombia en general y de sus diferentes regiones. Destacamos en especial:

- ANDI a través de su Presidente el Dr. Luís Carlos Villegas, el Vicepresidente de Comercio Exterior y de Industria Dr. Hernán PUYO, así como los Gerentes Seccionales y Directores de las Cámaras Sectoriales de la ANDI.
- ANDIGRAF
- ACICAM
- ACOPLASTICOS
- ASESEL
- CIDEI
- ICONTEC
- SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO – BANCO DE PATENTES

Apoyo a nivel regional:

Recibimos apoyo de múltiples entidades y empresas, en el proceso de identificación del potencial de oferta de las regiones. Destacamos los siguientes:

- En **Antioquia**: ANDI; Cámara de Comercio del Aburrá Sur; Cámara de Comercio Colombo Americana; INEXMODA; AUGURA; CAMACOL; Sena (Mesas Sectoriales de Madera y Cuero); Panalpina (Magali Ramírez) .
- En **Atlántico**: ANDI (Alberto Vivles de la Espriella), ACOPI, Sociedad Portuaria de Barraquilla (Presidente: Fernando Arteta; Planeación: Mariela Abuchaibe; Operaciones: Pablo Rivera), Sociedad Portuaria del Norte; Secretaría de Planeación de la Gobernación
- En **Bolívar**: Sociedad Portuaria de Cartagena (Juan Carlos Acosta, Juan Pablo Cepeda, Esperanza Bonilla, Carlos Frieri); Transporte Botero Soto (Dagoberto Monroy); ANDI (Napoleón de la Rosa).
- En **Magdalena**: Cámara de Comercio (Ana C. David), Asociación de Empresarios (Jose Miguel Berdugo); Planeación Departamental (Claudio Devani y Audrey Vence Pardo); Sociedad Portuaria de Santa Marta (Rodolfo Schmulson).
- En **Bogotá y Cundinamarca**: ANDI (John Karakatsianis); SAC (Rafael Mejía López); FEDEPAPA (Augusto Del Valle); Gobernación de Cundinamarca (José Alcibíades García y Alirio Flechas); Alcaldía Mayor de Bogotá; Departamento Administrativo de Planeación Distrital; Cámara de Comercio de Bogotá; CARCE.
- En el **Eje Cafetero** (Risaralda, Quindío, Caldas): Andi (Enrique Millán Mejía, Risaralda y Quindío).
- En Región **Valle, Cauca, Nariño**: Cámaras de Comercio de Cali, Pasto, Cauca, Buga, Cartago, Palmira, Sevilla, Buenaventura, Tumaco e Ipiales; Universidades Javeriana, Autónoma, ICESI (especialmente el ICECOMEX), Univalle; Cámara Colombo Americana de Cali; Mincomex, Proexport y Bancoldex Seccionales Suroccidente; Fenalco; ANDI Valle del Cauca (Martha Lucía Bernal); ANDI Cauca (Yolanda Lucia Garcés Mazorra); Gobernación del Valle, Cauca y Nariño; Asocámaras; Sena Valle; Adicomex; Planeta Valle; CARCE.

En el **sector servicios**: expresamos nuestro agradecimiento a los empresarios colombianos que compartieron con nosotros su tiempo para darnos sus puntos de vista sobre el potencial de exportación de Colombia en el sector de servicios. En el Anexo No. 5-3 está la lista con sus nombres.

GRUPO DE TRABAJO

El grupo de personas que participó en este proyecto estuvo conformado así:

ARAUJO IBARRA & ASOCIADOS S.A.:

- Martín Gustavo Ibarra Pardo: Coordinador General
- Jorge Ramírez Ocampo: Divulgación y Socialización del Proyecto
- Patricia Mendoza de Galofre: Coordinación Técnica; Información Estadística; Guías para consulta de Normas técnicas y Nuevas Tecnologías
- Javier Escalante Siegert: Coordinación Técnica; Región Antioquia y Choco; Revisión final de documentos; Divulgación y Socialización del Proyecto
- Martha Otero Rebollo: Regiones: Atlántico, Bolívar y Magdalena; Córdoba, Sucre, Guajira y Cesar
- Mónica Ramírez Gil, Andrea Rojas Blanco, Carolina Posada: Regiones: Boyacá, Santander y Santander del Norte; Huila y Tolima; Llanos Orientales, San Andrés y Providencia y Otros Departamentos
- Lina María Vargas: Región Eje Cafetero
- Maria Eugenia Lloreda Piedrahita, Juan Camilo Hoyos Ordoñez: Región Valle del Cauca, Cauca y Nariño.
- Mónica Linares Giraldo, Juan Camilo Hoyos Ordoñez y Juan Camilo Bernate Rozo: Servicios
- Carlos Eduardo Giraldo Ospino, Mónica María Perdomo Montes: Plan Indicativo de Exportaciones a Estados Unidos.
- Luis Alberto Quiroga Alarcón, Andrea Paipilla Daza: contratos, gestión administrativa y financiera
- José Fernando Naranjo Becerra, Juan Pablo Feliciano Baez, Andrés Gutiérrez Ortiz Sistemas, Software y reproducción de CDs
- María José Isaacs Noriega, Adriana María Cáceres Bohorquez: Imagen y página web

- Natalia Badlissi: Guía para Consulta de Nuevas Tecnologías
- Offir Sánchez Villegas: Secretaria Impresión y Ensamble de documentos

CONSULTORES ASOCIADOS Y APOYO EXTERNO:

- Daniel Feged, Carlos Cruz Castañeda: Región Bogotá y Cundinamarca y Divulgación del proyecto
- Ana Rita Cárdenas: Análisis de Oferta real o potencial de Colombia
- Albeiro Ospina: Apoyo en el diseño del software.
- Diego Mendoza Mendoza: Guía para Consulta de Normas Técnicas
- Claudia Siegert: Revisión formal de documentos.
- Grizzly Olarte: Apoyo Región Llanos Orientales y otros departamentos

RESUMEN EJECUTIVO

INDICE DE CONTENIDO

1.1.	CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	15
1.2.	PRODUCTOS SELECCIONADOS, POR REGIONES Y DEPARTAMENTOS.....	19
1.2.1.	<i>Caracterización de las exportaciones regionales.</i>	19
a)	Exportaciones totales.....	19
b)	Exportaciones per cápita.....	20
c)	Estados Unidos como país de destino de las exportaciones	22
d)	Perfil de empresas exportadoras	23
e)	Costo de logística para exportar a Estados Unidos	25
1.2.2.	<i>Productos seleccionados, por regiones.</i>	27
a)	Atlántico, Bolívar y Magdalena.....	28
b)	Cesar, Córdoba, Sucre y Guajira.	32
c)	Boyacá, Santander, Santander del Norte.	35
d)	Bogotá y Cundinamarca	37
e)	Tolima y Huila.	39
f)	Caldas, Risaralda, Quindío.	41
g)	Valle, Cauca, Nariño.	43
h)	Antioquia y Chocó.	45
i)	Otros Departamentos.....	48
1.3.	PRODUCTOS SELECCIONADOS, POR SECTORES	54
1.4.	EL SECTOR SERVICIOS EN LOS ESTADOS UNIDOS	56
1.4.1.	<i>Objetivos y alcance del trabajo.</i>	56
1.4.2.	<i>Servicios con potencial en el mercado de Estados Unidos.</i>	57
1.4.3.	<i>Servicios sin potencial de exportación de corto plazo al mercado de Estados Unidos</i> ..58	
1.4.4.	<i>Servicios cuyo potencial debe evaluarse con mayor detalle</i>	60
1.5.	PLAN INDICATIVO DE EXPORTACIONES A LOS ESTADOS UNIDOS	61
1.5.1.	<i>Estados prioritarios.</i>	61
1.5.2.	<i>Capacitación empresarial.</i>	61
1.5.3.	<i>Actividades de promoción comercial.</i>	62
1.5.4.	<i>Plan de actividades para la promoción de la inversión extranjera.</i>	63
1.5.5.	<i>Entidades de apoyo en los Estados y fuentes de información.</i>	64
1.6.	GUIA DE CONSULTA DE NORMAS TECNICAS Y NUEVAS TECNOLOGIA	65
1.7.	METODOLOGÍA.....	68

INDICE DE CUADROS Y GRAFICOS

Cuadro 1-1	Importaciones de EEUU: Sectores con mayor tamaño de mercado Millones de US\$
Cuadro 1-2	Colombia: Exportaciones de los departamentos, totales y a EEUU. Año 2005. Cifras de exportaciones: excluye petróleo
Cuadro 1-3	Colombia. Per cápita de exportaciones, por departamento.
Cuadro 1-4	Colombia: Principales países de destino de las exportaciones, por departamento.
Cuadro 1-5	Perfil de empresas exportadoras, por departamento.
Cuadro 1-6	Costos total de logística de exportación a Estados Unidos, por departamento. Despachos a través de Buenaventura.
Cuadro 1-7	Costos total de logística de exportación a Estados Unidos, por departamento. Despachos a través de puerto en el Caribe.
Cuadro 1-8	Atlántico, Bolívar y Magdalena. El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-9	Cesar, Córdoba, Sucre y Guajira. El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-10	Boyacá, Santander y Norte de Santander: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-11	Bogotá y Cundinamarca. El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-12	Tolima y Huila: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-13	Caldas, Risaralda y Quindío: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-14	Valle del Cauca, Cauca y Nariño. El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-15	Antioquia y Choco: El mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región
Cuadro 1-16	Llanos Orientales, San Andrés y Providencia y Otros Departamentos: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 productos, según potencial de oferta de la región
Cuadro 1-17	Productos seleccionados por su potencial de oferta Colombia y su Potencial en el Mercado de EEUU. Millones de dólares
Cuadro 1-18	Criterios de Calificación e Importancia Relativa de Cada Uno de Ellos, para Seleccionar los 590 Productos de Mayor Potencial, según Criterios de Oferta y

Demanda

INDICE DE ANEXOS

- Anexo 1-1 Resumen sobre los 590 productos identificados, clasificados por sectores.
Anexo 1-2 Costos de logística de exportación hacia los Estados Unidos .

CAPITULO 1: RESUMEN EJECUTIVO

1.1. CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

Tamaño y tendencias del mercado de importación de EEUU

En el capítulo segundo del trabajo se presenta una visión general sobre el mercado de importaciones de los Estados Unidos. Allí se destaca que Estados Unidos es el primer importador mundial, tanto de bienes como de servicios. En el año 2005, las importaciones totales de Estados Unidos fueron de US\$ 2.015 billones y representaron el 16.1% del comercio mundial.

En bienes, las importaciones de Estados Unidos en el 2005 alcanzaron los US\$ 1.662 billones con un crecimiento promedio anual de 1999 al 2005 de 8.5%. El 83% de las importaciones de los Estados Unidos son manufacturas, 11% combustibles y 2% productos del sector agropecuario.

Estructura sectorial de las importaciones

Dentro de las importaciones de manufacturas, los sectores de minerales y combustibles y equipo para transporte, son los rubros que registraron en el 2005, mayor valor importado por Estados Unidos. El 69.9% de las importaciones de Estados Unidos, están concentradas en los siguientes 10 sectores.

Cuadro 1-1 Importaciones de EEUU: Sectores con Mayor Tamaño de Mercado Millones de US\$				
Sector	1999	2005	Var % Promedio Anual	Participación %
TOTAL	1.017.435	1.662.380	8.50%	100.00%
Minerales y combustibles	72.033	278.494	25.30%	16.80%
Equipo para transporte	168.896	221.464	4.60%	13.30%
Maquinaria y equipo mecánicos	163,378	221.345	5.20%	13.30%
Maquinaria y equipo eléctrico	144,820	206.446	6.10%	12.40%
Químico y farmacéutico	58,708	119.949	12.60%	7.20%
Metales comunes y sus manufacturas	49,130	89.279	10.50%	5.40%
Confecciones	56,347	79.821	6.00%	4.80%
Joyería y relojería	27.656	40.975	6.80%	2.50%
Plástico y caucho	25,994	47.365	10.50%	2.80%

Cuadro 1-1				
Importaciones de EEUU: Sectores con Mayor Tamaño de Mercado				
Millones de US\$				
Sector	1999	2005	Var % Promedio Anual	Participación %
Instrumentos de medida, medicoquirúrgicos y veterinario	30.437	46.706	7.40%	2.80%
Otros	220,036	310.535	5.90%	18.70%
Fuente: United States International Trade Commission				

Los minerales y combustibles, la maquinaria y equipo eléctrico y los químicos y farmacéuticos son los sectores que más crecieron en cuanto al valor importado por Estados Unidos.

Proveedores

Canadá, China y México son los principales proveedores de las importaciones de Estados Unidos. China es el país proveedor de Estados Unidos que más aumentó sus exportaciones a ese mercado; de los US\$ 644.944 billones en que aumentaron las importaciones de Estados Unidos entre 1999 y 2005, China aportó el 25%, Canadá el 14% y México el 9.3%.

Modos de transporte

El 51% de las importaciones de Estados Unidos en el año 2005 se realizaron por vía marítima, el 27% por vía terrestre y/o multimodal y el 22% por vía aérea. De estas cifras se desprende claramente que existen posibilidades muy amplias para llegar a ese mercado por vía aérea, creándose oportunidades para las ciudades y los departamentos que no están ubicados al lado de las costas.

Distritos de entrada

En el 2005, el 78% del valor de las importaciones de Estados Unidos ingresaron por 10 estados, siendo California, Texas y New York los estados con mayor participación. Estas cifras nos dan una primera visión sobre la regionalización del mercado de importación de Estados Unidos, y sobre ellas se basó la selección de Estados prioritarios para el desarrollo de una estrategia de promoción comercial.

Exportaciones de Colombia

Por otro lado, El 57% de las exportaciones de Colombia a los Estados Unidos son combustibles y minerales, el 28% son manufacturas y el 15% son productos del sector agropecuario. Si comparamos esta estructura exportadora con la composición de las importaciones de Estados Unidos(en la que, como veíamos, el

82% de las compras externas de ese país son manufacturas), podemos concluir la importancia del esfuerzo encaminado a que las manufacturas adquieran mayor peso en nuestra oferta exportable.

El sector de confecciones es el de mayor participación dentro de las manufacturas exportadas por Colombia a los Estados Unidos, le sigue en importancia metales preciosos y joyería y los metales comunes y sus manufacturas. Los productos del sector químico y farmacéutico fueron los que más perdieron participación en ese mercado.

Los sectores de maquinaria y equipo eléctrico; metales comunes y sus manufacturas; equipo para transporte y muebles y artículos de alumbrado son los sectores que registran mayor crecimiento promedio en las exportaciones de Colombia a Estados Unidos.

Aranceles

Estados Unidos es uno de los países con aranceles más bajos a nivel mundial, en efecto de la cifra total de importaciones del año 2005 (un billón 662.000 millones de dólares), el 30.4% pagó impuestos por US\$ 23.224 billones, con un arancel efectivo promedio de 4.6% y un arancel nominal promedio de 1.5%.

La China, Japón y Alemania son los países que más pagan impuestos de importación en Estados Unidos. Son precisamente estos países los que tienen potencial de convertirse en socios potenciales de Colombia en proyectos de relocalización mundial hacia Colombia, para aprovechar el acceso preferencial que tendrían tales países exportadores si establecieran procesos productivos en nuestro país con miras a la exportación hacia el mercado norteamericano.

A pesar de que el arancel promedio es bajo, no debe perderse de vista la existencia de niveles arancelarios altos en ciertos productos y grupos de productos de especial interés para Colombia, como en los sectores de confecciones, cuero y sus manufacturas y calzado; estos rubros tienen un arancel efectivo promedio en Estados Unidos superior al 10%, lo cual se constituye en una enorme oportunidad para Colombia, toda vez que en estos segmentos los países sin acceso preferencial al mercado de los Estados Unidos tienen que enfrentar una barrera que ya habrá sido removida para Colombia en virtud de la desgravación lograda por nuestro país con el TLC

Posibles impactos del TLC

Las posibilidades que se crean para Colombia con el TLC son muy importantes. Colombia será uno de los pocos países del mundo en contar con un esquema de acceso preferencial negociado y estable, no sujeto a las incertidumbres propias de los esquemas de acceso unilateral tipo Sistema general de Preferencias (esquema

mediante el cual Estados Unidos ofrece tratamiento arancelario preferencial unilateral a varios países en desarrollo). Recuérdese que a la fecha Estados Unidos ha suscrito únicamente diez tratados de libre comercio que están vigentes; adicionalmente tiene cinco tratados de libre comercio negociados o en proceso de negociación (pero aún no vigentes) con los siguientes países: Unión Aduanera de Africa del Sur (Southern African Custom Union - SACU), Perú, Colombia, Tailandia y Panamá.

Con respecto a los impactos posibles que tendrá el TLC para Colombia, es reveladora la experiencia de otros países que han firmado ese tipo de acuerdo con Estados Unidos: a este respecto debe tenerse en cuenta que las exportaciones de Estados Unidos a sus países socios bajo los diferentes TLC durante todo el período de vigencia de los respectivos acuerdos solo aumentaron en US\$176.000 millones, mientras que las importaciones de EEUU desde esos países aumentaron en US\$349.000 millones, es decir casi el doble. Este cálculo se ha hecho tomando el período que inicia en el año de puesta de vigencia de cada acuerdo hasta el año 2005.

1.2. PRODUCTOS SELECCIONADOS, POR REGIONES Y DEPARTAMENTOS

1.2.1. Caracterización de las exportaciones regionales.

a) Exportaciones totales

De acuerdo con el valor de las exportaciones totales del año 2005 (excluido petróleo), el perfil exportador de los departamentos colombianos se resume así:

- Siete departamentos exportaron más de US\$ 1.000 millones cada uno. En su orden, esos departamentos son: Antioquia, Cundinamarca, Valle, Bogotá, Cesar, Guajira y Bolívar.
- Doce departamentos exportaron entre US\$ 100 millones y US\$ 1.000 millones: Córdoba; Atlántico; Caldas; Risaralda; Santander; Magdalena; Cauca; Huila; Tolima; Quindío; Santander del Norte; Boyaca
- Cinco departamentos realizaron exportaciones totales entre US\$ 1 millón de dolares y US\$ 100 millones. Son ellos: Nariño; Sucre; Arauca; San Andrés y Providencia; Chocó; Meta
- Siete departamentos del país realizaron exportaciones totales inferiores a US\$ 1 millón de dólares: Amazonas; Casanare; Vichada; Caquetá; Guainía; Putumayo; Vaupés; Guaviare

En cuanto a exportaciones a los Estados Unidos, Los departamentos líderes son, en su orden: Antioquia, Cesar, Cundinamarca, Bogotá y Valle.

El siguiente es el resumen de los indicadores sobre el desempeño exportador de los diferentes departamentos de Colombia, tomando exportaciones al mundo y a los Estados Unidos:

Cuadro 1-2 Colombia: Exportaciones de los Departamentos, Totales y a EEUU. Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo				
Departamento	Exp totales US\$	% Exp totales	Exp a EEUU US\$	% Exp a EEUU
Bogotá y Cundinamarca	3.137.042.241	21,0%	1.067.656.121	23,8%
Antioquia	2.811.169.271	18,8%	1.110.617.649	24,8%
Cundinamarca	1.792.031.504	12,0%	770.598.673	17,2%
Valle	1.619.537.910	10,8%	293.011.016	6,5%
Bogotá D.C.	1.345.010.736	9,0%	297.057.448	6,6%
Cesar	1.333.579.706	8,9%	583.125.552	13,0%

Cuadro 1-2 Colombia: Exportaciones de los Departamentos, Totales y a EEUU. Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo				
Departamento	Exp totales US\$	% Exp totales	Exp a EEUU US\$	% Exp a EEUU
Guajira	1.185.717.106	7,9%	170.937.079	3,8%
Bolívar	1.048.401.092	7,0%	276.889.177	6,2%
Córdoba	756.507.906	5,1%	43.664.338	1,0%
Atlántico	661.435.892	4,4%	174.442.733	3,9%
Caldas	458.188.125	3,1%	92.606.690	2,1%
Risaralda	343.872.392	2,3%	160.755.604	3,6%
Santander	316.565.629	2,1%	124.739.736	2,8%
Magdalena	240.803.105	1,6%	69.416.785	1,5%
Cauca	169.196.909	1,1%	31.745.502	0,7%
Huila	161.257.074	1,1%	51.881.560	1,2%
Tolima	161.133.649	1,1%	51.110.304	1,1%
Quindío	134.451.494	0,9%	50.818.996	1,1%
Santander del Norte	132.287.661	0,9%	38.642.194	0,9%
Boyacá	107.610.324	0,7%	44.689.644	1,0%
Nariño	84.871.730	0,6%	36.415.208	0,8%
Sucre	41.894.282	0,3%	5.720.399	0,1%
Arauca	11.457.681	0,1%	262.265	0,0%
San Andrés y Prov	7.689.351	0,1%	6.431.078	0,1%
Chocó	3.606.999	0,0%	832.420	0,0%
Meta	1.741.738	0,0%	3.814	0,0%
Amazonas	528.174	0,0%	48.277	0,0%
Casanare	224.048	0,0%	3.076	0,0%
Vichada	119637	0,0%	1000	0,0%
Caquetá	83.642	0,0%	27.613	0,0%
Guainía	33.993	0,0%	1.028	0,0%
Putumayo	23.668	0,0%	0	0,0%
Vaupés	18.067	0,0%	15.000	0,0%
Guaviare		0,0%	0	0,0%
Total	14.930.930.857	100,0%	4.486.510.861	100,0%

Fuente: Cálculos de Araújo Ibarra con cifras de la DIAN

b) Exportaciones per cápita

En el año 2005, el promedio nacional de exportaciones per cápita (excluyendo petróleo) ascendió a US\$ 324. Examinemos cómo quedan escalafonados los departamentos en cuanto al índice de exportaciones per cápita:

- Los departamentos con mejor desempeño son Guajira y Cesar, con exportaciones per cápita superiores a US\$ 1.000, en virtud de las exportaciones carbón

- Con exportaciones per cápita superiores al promedio per cápita nacional e inferiores a US\$ 1.000 se ubican los departamentos siguientes: Cundinamarca, Córdoba, Antioquia, Bolívar, Caldas, Valle, Risaralda.
- Con un per cápita exportador inferior al promedio nacional pero superior a US\$ 100 se ubican los departamentos de Atlántico, Quindío, Bogotá D.C., Magdalena, Huila, Santander, Cauca, Tolima,
- Todos los demás departamentos (16 en total) registran un per cápita exportador inferior a los US\$ 100.

Cuadro 1-3 Colombia: Per Cápita de las Exportaciones, por Departamento. Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo			
Rango de Exportaciones Per Capita	Departamento	Exp Percápita US\$	Exp Percápita a EEUU US\$
Más de US\$100	Guajira	2.253,6	324,9
	Cesar	1.266,3	553,7
	Cundinamarca	765,5	329,2
	Córdoba	541,6	31,3
	Antioquia	488,0	192,8
	Bolívar	469,9	124,1
	Caldas	390,8	79,0
	Valle	357,3	64,6
	Risaralda	335,3	156,8
	Bogotá + Cundin	329,3	112,1
	Atlántico	279,0	73,6
	Quindío	219,4	82,9
	Bogotá D.C.	187,2	41,3
	Magdalena	171,3	49,4
	Huila	161,8	52,1
	Santander	151,7	59,8
	Cauca	123,7	23,2
	Tolima	122,4	38,8
> US\$50 < US\$100	San Andrés y Prov	92,2	77,1
	Santander del Norte	88,5	25,9
	Boyaca	76,2	31,6
< US\$50	Sucre	48,1	6,6
	Nariño	47,8	20,5
	Arauca	40,7	0,9
	Chocó	8,7	2,0
	Amazonas	6,6	0,6
	Meta	2,3	0,0
	Guainía	0,8	0,0

Cuadro 1-3 Colombia: Per Cápita de las Exportaciones, por Departamento. Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo			
Rango de Exportaciones Per Capita	Departamento	Exp Percápita US\$	Exp Percápita a EEUU US\$
	Casanare	0,7	0,0
	Vaupés	0,5	0,5
	Caquetá	0,2	0,1
	Putumayo	0,1	-
	Vichada	-	-
	Guaviare	-	-
	TOTAL	324,3	97,4

Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con cifras DIAN

c) Estados Unidos como país de destino de las exportaciones

En cuanto a los principales países de destino de las exportaciones, para 19 departamentos los Estados Unidos son el principal destino de sus exportaciones totales (excluido el petróleo); y para 7 departamentos, Estados Unidos es el segundo mercado en importancia.

Cuadro 1-4 Colombia: Principales Países de Destino de las Exportaciones, por Departamento Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo				
Departamento	Exp Totales US\$	Primer Destino	Segundo Destino	Tercer Destino
Amazonas	528.174	Venezuela (62,5%)	Japón (13,8%)	EE.UU (9,1%)
Antioquia	2.811.169.271	EE.UU (39,5%)	Ecuador (11,6%)	Venezuela (0,6%)
Arauca	11.457.681	Venezuela (97,6%)	EE.UU (2,3%)	Costa Rica (0,1%)
Atlántico	661.435.892	EE.UU (26,4%)	Venezuela (12%)	Costa Rica (6,3%)
Bogotá + Cundin	3.137.042.241	EE.UU (34,0%)	Venez (16,0%)	Ecuador (9,0%)
Bogotá D.C.	1.345.010.736	EE.UU (22,1%)	Venez (20,5%)	Ecuador (12,7%)
Bolívar	1.048.401.092	EE.UU (26,4%)	Venezuela (9,8%)	Ecuador (9,7%)
Boyaca	107.610.324	EE.UU (41,5%)	Perú (11,8%)	Japón (8,6%)
Caldas	458.188.125	Venezuela (22,4%)	EE.UU (20,2%)	Japón (8,7%)
Caquetá	83.642	Venezuela (58,2%)	EE.UU (33,0%)	España (5,2%)
Casanare	224.048	Z. Franca (61,8%)	Rein Unid (18,3%)	Ecuador (5,6%)
Cauca	169.196.909	EE.UU (18,8%)	Japón (11,4%)	Perú (11,1%)
Cesar	1.333.579.706	EE.UU (43,7%)	Venez (11,5%)	Israel (10,7%)
Chocó	3.606.999	Japón (76,8%)	EE.UU (23,1%)	Costa Rica (0,1%)
Córdoba	756.507.906	Italia (21,7%)	China (19,5%)	Corea del Sur (12,5%)
Cundinamarca	1.792.031.504	EE.UU (43,0%)	Venez (12,6%)	México (6,7%)
Guainía	33.993	Argentina (53,4%)	Bolivia (34,2%)	Rep. Dominic (5,2%)
Guajira	1.185.717.106	P. Bajos (24,6%)	EE.UU (14,4%)	Turquía (9,1%)

Cuadro 1-4 Colombia: Principales Países de Destino de las Exportaciones, por Departamento Año 2005. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo				
Departamento	Exp Totales US\$	Primer Destino	Segundo Destino	Tercer Destino
Huila	161.257.074	EE.UU (32,2%)	Japón (20,2%)	Alemania (10,1%)
Magdalena	240.803.105	EE.UU (28,8%)	Bélgica (27,5%)	Reino Unido (15,5%)
Meta	1.741.738	Honduras (35,0%)	Cost Rica (13,5%)	Guatemala (13,2%)
Nariño	84.871.730	EE.UU (42,9%)	España (23,1%)	Japón (0,3%)
Putumayo	23.668	Ecuador (74,5%)	Panamá (10,9%)	Taiwan (5,3%)
Quindío	134.451.494	EE.UU (37,8%)	Alemania (22,6%)	Japón (7,2%)
Risaralda	343.872.392	EE.UU (46,7%)	Alemania (6,2%)	Japón (5,1%)
San Andrés y Prov	7.689.351	EE.UU (83,6%)	Japón (5,9%)	Panamá (4,5%)
Santander	316.565.629	EE.UU (39,4%)	Venez (16,4%)	Suiza (15,0%)
Santander del N	132.287.661	Venezuela (44,1%)	EE.UU (29,2%)	Panamá (10,6%)
Sucre	41.894.282	Z. Franca (53,2%)	EE.UU (13,7%)	Antillas Hol. (4,5%)
Tolima	161.133.649	EE.UU (31,7%)	Alemania (14,9%)	Japón (14,3%)
Valle	1.619.537.910	EE.UU (18,1%)	Venez (16,0%)	Ecuador (13,5%)
Vaupés	18.067	EE.UU (83,0%)	Perú (13,7%)	Panamá (3,0%)
Total	14.930.930.857			

Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con cifras DIAN

d) Perfil de empresas exportadoras

Veamos ahora el perfil de empresas exportadoras, por departamento. El Cuadro siguiente nos permite caracterizar hasta qué punto el sector empresarial de cada departamento está involucrado en las exportaciones al mundo y a los Estados Unidos.

A nivel nacional contamos con 8.365 empresas exportadoras, de las cuales 4.663 hicieron ventas a los Estados Unidos.

Atendiendo al valor de sus exportaciones totales en el 2005 (excluido el petróleo), se observa que 260 empresas son grandes exportadores (están exportando más de US\$ 10 millones al año), 1.756 son medianos exportadores (sus ventas externas fluctuaron entre US\$ 500.000 y US\$ 10 millones); y 3.713 son pequeños exportadores (ventas externas inferiores a US\$ 500.000).

El perfil de empresas exportadoras por departamento indica que en 22 departamentos hay empresas catalogadas como grandes exportadores según la clasificación anterior. También se observa que en todos los departamentos hay empresas haciendo negocios con los Estados Unidos.

Podemos concluir que ya existe un importante núcleo de empresas exportadores a

nivel nacional, y que el sector empresarial de las regiones está haciendo esfuerzos por insertarse en los mercados internacionales. Muchos departamentos cuentan con una base importante de grandes y medianas empresas industriales y agroindustriales, que tienen una experiencia exportadora que ya no es marginal, y que puede servir de plataforma para que cada departamento de un salto definitivo en materia de desempeño exportador.

Cuadro 1-5 Colombia: Perfil de empresas exportadoras, por Departamento Año 2005. Número de empresas. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo					
Departamento	Grandes Exportadores > a US\$10 millones	Medianos Exportadores De US\$500 mil a US\$10 millones	Pequeños Exportadores De US\$50 mil a US\$500 millones	Exportadores Marginales < a US\$50 mil	Total Exportadores a EE.UU
Amazonas	-	-	2	36	9
Antioquia	59	366	887	1.931	1.110
Arauca	-	6	4	23	6
Atlántico	19	108	212	456	249
Bogotá + Cundin	54	735	1.728	4.257	2.315
Bogotá D.C.	24	350	1.084	2.993	1.418
Bolívar	20	46	62	127	75
Boyaca	1	33	67	94	104
Caldas	8	45	39	74	56
Casanare	-	-	2	5	2
Cauca	3	29	26	38	41
Cesar	7	28	10	9	4
Chocó	-	2	-	4	3
Córdoba	2	4	8	40	10
Cundinamarca	30	385	644	1.264	897
Guainía	-	-	-	6	1
Guajira	4	3	3	6	3
Huila	4	7	16	19	23
Magdalena	6	16	19	20	24
Meta	-	1	5	6	1
Nariño	3	8	13	28	19
Quindío	5	11	15	44	43
Risaralda	11	35	53	117	95
San Andrés Prov	-	2	7	13	8
Santander	7	48	139	264	1
Santander del N	1	47	60	112	30
Sucre	2	1	5	11	4
Tolima	5	17	15	27	26
Valle	39	158	315	589	379
Vaupés	-	-	-	5	1
Vichada	-	-	1	4	1
Total	260	1.756			

Cuadro 1-5 Colombia: Perfil de empresas exportadoras, por Departamento Año 2005. Número de empresas. Cifras de Exportaciones: Excluye Petróleo					
Departamento	Grandes Exportadores > a US\$10 millones	Medianos Exportadores De US\$500 mil a US\$10 millones	Pequeños Exportadores De US\$50 mil a US\$500 millones	Exportadores Marginales < a US\$50 mil	Total Exportadores a EE.UU
			3.713	8.365	4.643

Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra con cifras DIAN

e) Costo de logística para exportar a Estados Unidos

En este trabajo se analizó el costo total de la logística para exportar desde los diferentes departamentos hacia tres principales puertos de destino en los Estados Unidos: Miami, New York, Los Ángeles, bajo dos escenarios: despachos a través de Buenaventura y despachos a través del Caribe. En el Anexo 1-2 se detallan los resultados.

En los despachos desde Buenaventura, el costo total de logística y trámites de exportación para colocar un contenedor desde las ciudades colombianas hasta los Estados Unidos varía por supuesto según la ciudad de origen (ver cuadro siguiente). Cabe resaltar que la incidencia del flete interno en el costo total de logística es muy alta en el caso de las ciudades del norte del país (en las cuales el flete interno representa hasta el 25% del costo total de la logística de exportación).

Cuadro 1-6 COSTO TOTAL DE LOGISTICA(*) ENTRE LAS CIUDADES COLOMBIANAS Y ALGUNOS DESTINOS EN LOS ESTADOS UNIDOS (USD/Contenedor de 20', 15 Tons)					
Ciudad de origen	Flete interno a Buenav	Flete internacional desde Buenaventura			Flete interno / Costo logístico total (%) Min - Max
		USD/Conten	A Miami	A New York	
Cartagena	847	3.810	3.835	3.442	22% - 25%
Barranquilla	799	3.762	3.787	3.394	21% - 24%
Santa Marta	793	3.756	3.781	3.389	21%-23%
Cúcuta	710	3.673	3.698	3.305	19% - 21%
B/manga	653	3.617	3.642	3.249	18% - 20%
Duitama	529	3.492	3.517	3.125	15% - 17%
Ipiales	525	3.488	3.514	3.121	15% - 17%
Pasto	467	3.430	3.455	3.062	14% - 15%
Villavicencio	452	3.415	3.440	3.047	13% - 15%
Neiva	440	3.404	3.429	3.036	13% - 15%

Cuadro 1-6 COSTO TOTAL DE LOGISTICA(*) ENTRE LAS CIUDADES COLOMBIANAS Y ALGUNOS DESTINOS EN LOS ESTADOS UNIDOS (USD/Contenedor de 20', 15 Tons)					
Ciudad de origen	Flete interno a Buenav	Flete internacional desde Buenaventura			Flete interno / Costo logístico total (%)
		USD/Conten	A Miami	A New York	
Bogotá	413	3.376	3.401	3.009	12% - 14%
Medellín	387	3.350	3.376	2.983	12% - 13%
Ibagué	352	3.316	3.341	2.948	11% - 12%
Manizales	313	3.277	3.302	2.909	9% - 11%
Pereira	296	3.259	3.284	2.892	9% - 10%
Armenia	285	3.248	3.273	2.881	9% - 10%
Cali	239	3.202	3.227	2.835	7% - 8%
B/ventura	0	2.963	2.988	2.596	0

Fuente: Calculos Araujo Ibarra. Fletes internacionales: Panalpina. Fletes internos: basados en tabla de fletes de la Resolución 888/2006, para un contenedor de 20 pies, 15 toneladas. Tasa de cambio: Agosto 21,2006

(*) Valor del Flete Interno + Trámites expo + transporte internacional

En el cuadro siguiente se indican los costos de logística, en despachos desde un puerto del Caribe. En este caso, la incidencia del flete interno en el costo total de logística es muy alta en el caso de las ciudades del sur del país (en las cuales el flete interno representa hasta el 32% del costo total de la logística de exportación.

Cuadro 1-7 Costo total de logística(*) entre las ciudades colombianas y algunos destinos en Estados Unidos (USD/Contenedor de 20', 15 Tons)					
Ciudad de origen	Flete interno al Caribe (**)	Flete internacional desde puerto en el Caribe			Flete interno / Costo logístico total (%)
		USD/Conten	A Miami	A New York	
Ipiiales	1.023	3.156	3.337	4.268	24% - 32%
Pasto	929	3.061	3.243	4.174	22% - 30%
B/ventura	814	2.947	3.128	4.060	20%-28%
Neiva	710	2.842	3.023	3.955	18% - 25%
Cali	703	2.836	3.017	3.949	18% - 25%
Armenia	627	2.759	2.940	3.872	16% - 23%
Pereira	608	2.740	2.921	3.853	16% - 22%
Manizales	597	2.730	2.911	3.843	16% - 22%

Cuadro 1-7 Costo total de logística(*) entre las ciudades colombianas y algunos destinos en Estados Unidos (USD/Contenedor de 20', 15 Tons)					
Ciudad de origen	Flete interno al Caribe (**)	Flete internacional desde puerto en el Caribe			Flete interno / Costo logístico total (%)
		USD/Conten	A Miami	A New York	
Villavicencio	594	2.726	2.907	3.839	15% - 20%
Ibagué	581	2.713	2.894	3.826	15% - 21%
Duitama	490	2.623	2.804	3.736	13% - 19%
Cúcuta	484	2.616	2.798	3.729	13% - 18%
Bogotá	464	2.597	2.778	3.710	13% - 18%
B/manga	444	2.576	2.757	3.689	12% - 17%
Medellín	406	2.539	2.720	3.652	11% - 16%
Santa Marta	203	2.335	2.517	3.448	6% - 9%
Barranquilla	108	2.241	2.422	3.353	3% - 5%
Cartagena	93	2.225	2.406	3.338	3% - 4%

Fuente: Calculos Araujo Ibarra. Fletes internacionales: Panalpina. Fletes internos: basados en tabla de fletes de la Resolución 888/2006, para un contenedor de 20 pies, 15 toneladas. Tasa de cambio: Agosto 21, 2006

(*) Valor del Flete Interno + Trámites expo + transporte internacional

(**) Promedio a los tres principales puertos del Caribe

1.2.2. Productos seleccionados, por regiones.

Los 590 productos seleccionados en este estudio también se analizaron desde la perspectiva del potencial de la oferta de cada región. Para este propósito, la lista de los 590 productos se clasificó en seis categorías, según su potencial de oferta en cada departamento, asignando a cada producto una de las siguientes calificaciones: 10 Potencial de Oferta Muy Alto; 8 Potencial de Oferta Alto; 6 Potencial de Oferta Medio; 4 Potencial de Oferta Medio Bajo; 2 Potencial de Oferta Bajo; 0 Sin Potencial de Oferta. Para cada canasta de productos se cuantificó el tamaño del mercado y el dinamismo de las importaciones.

La calificación de los productos según su potencial de oferta estuvo basada en una revisión cuidadosa de la Agenda Interna de cada departamento, y de los principales estudios sobre la estructura exportadora y las “apuestas productivas” de la región. Esto nos permitió realizar una identificación de los productos y cadenas o sectores que han sido considerados claves para el proceso de inserción internacional de cada departamento en el mercado mundial.

Seguidamente se presentan a nivel de departamentos algunos productos

seleccionados en el proyecto “Los 500 nuevos productos”, que cumplen asimismo la condición de ser un producto estratégico en la Agenda Interna de cada departamento, o formar parte de una cadena o “cluster” prioritario.

No obstante lo anterior, para cada departamento se identificaron otros productos con un potencial de oferta menor según la estructura productiva actual, pero con grandes posibilidades en el mercado de Estados Unidos; tales productos cuales ameritan ser considerados dentro de nuevos proyectos que requieran el apoyo de nuevas inversiones nacionales o extranjeras.

a) Atlántico, Bolívar y Magdalena.

Resultados de la selección de productos prioritarios:

En el caso del **Atlántico** se identificaron 30 productos con potencial de oferta muy alto, para los cuales el valor de las importaciones ascendió a US\$11.010 millones en el año 2005 y un crecimiento promedio anual en los últimos 7 años del 20%.

Para el Departamento de **Bolívar**, se detectaron 41 productos con muy alto potencial de oferta, para los cuales el mercado de importaciones en los Estados Unidos, en término de valor es del orden de US\$9.157 millones, con un dinamismo del 15% en los últimos 7 años.

En el caso del **Magdalena**, se identificaron 34 productos con muy alto potencial de oferta en ese departamento; el valor de las importaciones de Estados Unidos es del orden de US\$9.925 millones, con un crecimiento promedio anual cercano al 21% en los últimos años.

Para cada departamento, los productos seleccionados en este estudio se clasifican según su potencial de oferta así:

Cuadro 1-8 Atlántico, Bolívar y Magdalena El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Atlántico	Muy Alto	30	11.010.768.120	20%
	Alto	31	6.504.623.695	13%
	Medio	8	2.841.212.827	30%
	Medio Bajo	59	12.575.392.687	22%
	Bajo	14	1.787.192.260	24%
	Muy Bajo	448	229.679.516.094	21%
Bolívar	Muy Alto	41	9.157.927.701	15%

Cuadro 1-8 Atlántico, Bolívar y Magdalena El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
	Alto	19	4.907.665.728	11%
	Medio	14	5.229.874.463	25%
	Medio Bajo	37	9.705.350.298	21%
	Bajo	18	3.718.870.690	29%
	Muy Bajo	461	231.679.016.803	22%
Magdalena	Muy Alto	34	9.925.655.301	21%
	Alto	37	6.145.560.558	17%
	Medio	5	1.541.925.542	23%
	Medio Bajo	49	11.367.170.616	24%
	Bajo	2	159.914.558	24%
	Muy bajo	463	235.258.479.108	21%
Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra				

A continuación se presentan algunos productos seleccionados, calificados como de potencial de oferta alto o muy alto (calificación 8 y 10), que fueron identificados en las apuestas productivas regionales como prioritarios, o que forman parte de las cadenas productivas prioritarias según las Agendas Internas de cada departamento.

Productos para Atlántico:

Dentro de la Agenda Interna 2020 del Atlántico están incluidos entre otros los siguientes productos, seleccionados en el proyecto “Los 500 nuevos productos” como de gran potencial de mercado en los Estados Unidos: camisas de entrenamiento de algodón en tejido de punto para hombres y niños; yuca fresca o seca; tabaco, en partes o entero; tabaco "burley" utilizados en productos distintos de los cigarros; productos lácteos comestibles, excepto el helado; carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; y diversos tipos de quesos.

También se identificaron productos de gran potencial que forman parte de las cadenas, sectores o clusters identificados como prioritarios en la Agenda Interna 2020 de Atlántico. Entre ellos cabe citar los siguientes: pantalones cortos, pantalones con peto en tejido de punto, para mujeres y niñas.

Además de la agenda interna, cabe destacar dos estudios realizados por PRODUCARIBE (Estudio prospectivo del sector metalmeccánico de la Región Caribe) y MINCOMERCIO (Estructura Productiva y de Comercio Exterior del departamento del Atlántico), en donde identifican los siguientes productos con gran

potencial: placas, hojas, laminas, películas; escaleras, garrafas, botellas, tapones, tapas, capsulas y artículos para envasado, o empaque de objetos en plástico.

Productos para Bolívar:

Para el Departamento de **Bolívar**, se identificaron en el Proyecto “Los 500 nuevos productos” los siguientes bienes, con gran potencial, los cuales también están incluidos en la Agenda Interna de Bolívar: carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; frutas, frescas y/o en conserva: papaya, mango, guayaba; vegetales crudos, cocidos al vapor, congelados, preparados o preservados en vinagre o ácido acético; tabaco; cacao en pasta y en polvo; camisetas de entrenamiento de algodón en tejido de punto para hombres y niños; madera no conífera; estructuras de madera fabricadas, divisiones prefabricadas y paneles de madera prefabricados para construcción; madera contrachapadas en pino, moldeada; asientos y sillas con marcos de madera, tapizadas; ventanas, balcones, puertas de madera y sus marcos, bastidores y umbrales; muebles de madera del tipo usado en la cocina y artículos de cestería obtenidos de materiales vegetales.

Asimismo, se identificaron en este proyecto productos de gran potencial que forman parte de las cadenas, sectores o clusters identificados como prioritarios en la Agenda Interna 2020 de Atlántico. A continuación resaltamos los siguientes: camisetas de algodón en tejido de punto para hombres, niños, mujeres y niñas; pantalones y pantalones con peto en tejido de punto de algodón para niñas, pantalones y "breeches", excepto de tejido de punto, de algodón, corduroy, para niñas; palitos de madera para lápices; collares, cadenas y gargantillas de oro; placas, hojas, laminas, etc. de polimetacrilato de metilo y/o reforzadas, en polyethylene terephthalate; platinas, hojas, etc. Reforzadas con papel flexible y plástico; hojas, películas, bandas y laminas, combinados con materiales textiles; polímeros acrílicos plásticos en formas primarias; laminas decorativas en papel reforzadas a alta presión; accesorios para la construcción de plástico; suplementos para la oficina o el colegio de plástico; garrafas, botellas, etc.; escaleras en plástico; tapones, tapas, capsulas, dispositivos de cierre, de plástico; artículos para envasado, o empaque de objetos en plástico.

Productos para Magdalena:

En el caso del **Magdalena**, se identificaron: carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; diferentes tipos de queso; frutas frescas, mezcladas no preparadas ni conservadas; Lima tahitiana; tabaco, en partes o entero; tabaco "burley" utilizados en productos distintos de los cigarros y cacao en polvo y en pasta entero o partido, no desengrasado.

b) Cesar, Córdoba, Sucre y Guajira.

Resultados de la selección de productos:

De acuerdo a los criterios de selección de oferta y demanda ya comentados, se distribuyeron los productos de acuerdo a su potencial de oferta, quedando el Departamento del **Cesar** y **Sucre** con 19 productos cada departamento, con un potencial de oferta muy alto; tales productos presentan un valor de importación de US\$4.079 millones para el caso de los productos del Cesar, y US\$5.748 millones para los productos de Sucre, con un crecimiento promedio anual de las importaciones en los últimos 7 años del 13% (productos identificados para el Cesar) y 10% (productos para Sucre).

En cuanto al Departamento de **Córdoba**, se identificaron 32 productos con un potencial de oferta muy alto, para los cuales el valor de importación del mercado de los Estados Unidos ascendió en el 2005 a US\$29.175 millones y un dinamismo del 22% en el período 1999 a 2005.

A su vez, en el Departamento de **La Guajira**, se escogieron 31 productos con muy alto potencial de oferta, cuyas importaciones ascendieron en 2005 a US\$6.551 millones, con un crecimiento en los últimos años del 12%.

Para cada departamento, los productos seleccionados en este estudio se clasifican según su potencial de oferta así:

Cuadro 1-9 Cesar, Córdoba, Sucre y Guajira El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Cesar	Muy Alto	19	4.079.407.220	13%
	Alto	11	514.361.259	28%
	Medio	24	6.607.112.954	21%
	Medio Bajo	2	52.979.672	0%
	Bajo	20	2.956.067.499	20%
	Muy Bajo	514	250.188.777.079	21%
Córdoba	Muy Alto	32	29.175.248.888	22%
	Alto	28	6.130.291.041	24%
	Medio	4	2.210.757.755	6%
	Medio Bajo	4	238.114.385	15%
	Bajo	23	4.283.376.467	25%

Cuadro 1-9 Cesar, Córdoba, Sucre y Guajira El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
	Muy Bajo	499	222.360.917.147	21%
Sucre	Muy Alto	19	5.748.330.025	10%
	Alto	0	0	0%
	Medio	0	0	0%
	Medio Bajo	41	7.691.417.515	24%
	Bajo	6	977.971.525	19%
	Muy Bajo	525	249.980.986.618	21%
Guajira	Muy Alto	31	6.551.008.844	12%
	Alto	29	5.221.072.046	26%
	Medio	0	0	0%
	Medio Bajo	4	226.592.524	15%
	Bajo	20	4.046.935.031	25%
	Muy Bajo	506	248.353.097.238	21%
Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra				

Seguidamente se presentan a modo ilustrativo algunos productos seleccionados, calificados como de potencial de oferta alto o muy alto (calificación 8 y 10), que fueron identificados en las apuestas productivas regionales como prioritarios, o que forman parte de las cadenas productivas prioritarias según las Agendas Internas de cada departamento.

Productos para Cesar:

Dentro de los productos seleccionados en el proyecto “Los 500 nuevos productos” como de gran potencial de mercado en los Estados Unidos se identificaron algunos productos de la Agenda Interna 2020 del departamento del Cesar: carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; productos lácteos comestibles, excepto el helado; diversos tipos de quesos; papayas frescas; Frutas, frescas; guayabas y mangos, secos; mezcla de frutas/nueces/etc., diferentes a los preparados o conservados o de plantas comestibles, en conserva, sin albaricoque, cítricos etc.; vegetales, frescos o reducidos de tamaño o no, crudos/cocidos al vapor o hervidas en agua, congelados; mezclas de vegetales, preparados o preservados con o sin vinagre o al ácido acético, congelados o no; y yuca.

Productos para Córdoba:

En el caso de Córdoba, se identificaron los siguientes productos indicados en la

Agenda Interna del departamento: papayas frescas; guayabas, mangos secos; frutas, frescas, mezcla de frutas/nueces/etc., diferentes a los preparados o conservados o en conserva, sin albaricoque, cítricos etc.; lima tahitiana, y otras limas de la variedad de frutas cítricas, secas o frescas; vegetales, frescos o congelados o preparados o preservados en vinagre o ácido acético o crudos o cocinadas o no, al vapor o hervidas en agua, congeladas; carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; productos lácteos comestibles, excepto el helado; diversos tipos de quesos; cacao en polvo, en pasta no desengrasada o entera o partida; Calzado con suela de caucho / plástico, parte superior en cuero, que cubran el tobillo, para hombre; ventanas, balcones, puertas y sus marcos, bastidores y umbrales; madera, no conífera; estructuras de madera fabricadas, divisiones prefabricadas y paneles de madera prefabricados para construcción; madera contrachapadas en pino, madera de pino moldeada; asientos y sillas con marcos de madera, tapizadas, excepto las de casa; asientos y sillas para la casa con marcos de madera sin tapizar; muebles de madera del tipo usado en la cocina.

Igualmente, se identificó el producto palitos de madera para lápices, el cual forma parte de la cadena productiva como potencial del sector madera y sus manufacturas.

Productos para Sucre:

En cuanto al departamento de Sucre, se identificaron los siguientes productos de la agenda interna: frutas, frescas; papayas frescas; lima tahitiana, y otras limas de la variedad de frutas cítricas, secas o frescas; guayabas y mangos, secos; mezcla de frutas/nueces/etc., diferentes a los preparados o conservados o en conserva, sin albaricoque cítricos etc.; aguacate; vegetales frescos; mezcla de vegetales, cocinados o no, al vapor o hervidas en agua, congeladas, reducidas o no en tamaño, cocinadas o no, al vapor o hervidas en agua, congeladas; mezclas de vegetales, preparados o preservados en o sin vinagre o al ácido acético, congelados; yuca fresca o seca; tabaco "burley" (incluso batido o tratado de forma similar) utilizados en productos distintos de los cigarros; tabaco en partes o entero; y, artículos de cestería obtenidos de materiales vegetales; carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, refrigerada o fresca sin procesar; productos lácteos comestibles, excepto el helado; diversos tipos de quesos.

Productos para Guajira:

Dentro de los productos seleccionados en el proyecto "Los 500 nuevos productos", se identificó solo un producto de la Agenda Interna para el cual se detecta muy alto potencial de oferta (calificación 10): guayabas y mangos, secos.

c) Boyacá, Santander, Santander del Norte.

Resultados de la selección de productos:

Para la región en conjunto se identificaron 40 productos con potencial de exportación muy alto (calificación 10), 157 con alto potencial (calificación 8) y 92 con potencial medio, con un dinamismo promedio anual del 20%, desagregados por departamento como se describe a continuación.

Cuadro 1-10 Boyacá, Santander y Norte de Santander: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Boyacá	Muy Alto	19	6,149,347,176	12%
	Alto	80	44,537,620,104	17%
	Medio	86	21,946,652,168	20%
	Medio Bajo	2	868,743,568	7%
	Bajo	97	58,820,813,844	27%
	Muy Bajo	306	132,075,528,823	21%
Santander	Muy Alto	29	8,200,701,282	17%
	Alto	108	61,398,153,459	24%
	Medio	28	11,862,126,569	19%
	Medio Bajo	76	32,259,080,688	21%
	Bajo	4	3,315,101,252	19%
	Muy Bajo	345	147,363,542,433	21%
Norte de Santander	Muy Alto	28	6,835,517,556	15%
	Alto	120	81,798,256,114	21%
	Medio	75	23,780,902,032	19%
	Medio Bajo	16	18,715,621,769	17%
	Bajo	2	1,316,408,173	19%
	Muy Bajo	349	131,952,000,039	23%

Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra

De los productos identificados hay algunos que se destacan por su gran dinamismo o tamaño del mercado estadounidense, además de haber sido seleccionados en análisis previos sobre las potencialidades de cada departamento, que se presentan en seguida.

Productos para Boyacá:

Para incentivar las exportaciones boyacenses hacia Estados Unidos se identificaron 19 productos con un muy elevado potencial exportador hacia aquel mercado, para los cuales las importaciones en ese país registraron un crecimiento

promedio de 12%.

Cinco de estos productos pertenecen al sector agrícola, destacándose las piñas frescas o deshidratadas y el limón tahití. De la industria de las manufacturas de cuero el producto estrella para Boyacá son las maletas, baúles y neceseres de fibras hechas a mano.

Del sector pecuario sobresale la carne bovina fresca o refrigerada y la carne bovina congelada; para diferentes tipos de queso de leche de vaca (como el parmesano y el provolone) y sus sustitutos, existen oportunidades interesantes.

Los productos incluidos en la subpartida de otros artículos y equipos para gimnasia se constituyen en una importante alternativa para la diversificación del portafolio exportable boyacense, así como también las losas de mármol y demás mármoles que cuentan tanto con disponibilidad de oferta, como con un elevado dinamismo en las importaciones norteamericanas.

Finalmente, cabe destacar los marcos de puertas y ventanas de la industria del caucho y del plástico, cuyo dinamismo es muy elevado, así como también su oferta potencial.

Productos para Santander.

Para el departamento de Santander se encontraron 29 productos con muy alto potencial de exportación al mercado de Estados Unidos.

Del sector agrícola, los aguacates “hass” se constituyen en una oportunidad especial porque la demanda estadounidense para este producto está creciendo a elevadas tasas; los limones tahití también sobresalen como producto de gran potencial para el departamento.

Al sector pecuario pertenecen 8 productos de muy alto potencial; la carne de bovinos deshuesada, ya sea fresca o refrigerada, o congelada y la producción de quesos, son una excelente opción para Santander.

En confecciones hay cuatro productos, destacándose los demás pantalones y pantalones con peto en tejido de punto en algodón para niñas. Los otros artículos y equipos de gimnasia representan también una buena oportunidad para incrementar las exportaciones santandereanas.

Los cables y otros conductores coaxiales y los ventiladores de techo de 125 W del sector de maquinaria y equipo eléctrico y electrónico también son productos estrella del departamento, así como también los compresores de aire, turbo cargadores y súper cargadores de la industria de maquinaria y equipo mecánico.

Productos para Norte de Santander.

De los 590 nuevos productos con potencial exportador a Estados Unidos, las cebollas y la piña son una excelente opción. En cuanto al sector pecuario, la carne de bovinos y los quesos presentan oportunidades interesantes para mejorar el volumen de exportaciones del departamento, reuniendo 8 del total de 28 productos con muy alto potencial exportador.

Así mismo, dentro del sector de confecciones, los pantalones cortos, las faldas y demás pantalones de diferentes fibras, son productos atractivos para los compradores en Estados Unidos, presentando un crecimiento apreciable anualmente. Las manufacturas de cuero como baúles, maletas y neceseres también tienen un buen potencial exportador.

Las estructuras de madera para la construcción cuentan con buenas posibilidades al existir oferta disponible y una demanda creciente, y también los elementos de carpintería para construcción en madera.

Para este departamento también se incluyen los cables coaxiales y demás conectores coaxiales como producto estrella, al igual que las losas de mármol y demás mármoles.

El dinamismo total de las importaciones de los productos estrella para Norte de Santander tiene una media de 15% anual.

d) Bogotá y Cundinamarca.

Resultados de la selección de productos:

En la región Bogotá y Cundinamarca se han identificado 163 productos con un potencial de oferta muy alto, los que presentan un mercado de importación en los Estados Unidos superior a los US\$45.215 millones anuales y con un dinamismo del 19% entre 1999 y 2005.

Un resumen del mercado potencial de los productos seleccionados para la región es el siguiente:

Cuadro No. 1-11 Bogotá y Cundinamarca El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Bogotá y Cundinamarca	Muy Alto	163	45.215.747.763	19%
	Alto	88	11.939.198.734	21%
	Medio	96	46.953.809.668	18%
	Medio Bajo	96	29.594.732.838	16%
	Bajo	113	112.475.267.665	26%
	Muy Bajo	34	18.219.949.015	19%
Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra				

A manera de ejemplo incluimos algunos de los productos seleccionados con potencial de oferta muy alto (Calificación 10) y alto (calificación 8), los que forman parte de las cadenas productivas impulsadas por los entes regionales, proyectos estos identificados como de gran importancia en la región, destacados además en la agenda interna de Bogotá y Cundinamarca.

Productos para Bogotá y Cundinamarca:

Algunos de los productos incluidos dentro de las cadenas productivas seleccionadas en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad de Bogotá y Cundinamarca, identificados en el proyecto “ Los 500 Nuevos productos” como de gran potencial de mercado en los Estados Unidos son los siguientes: quesos, piñas, aguacate, lima, papaya, patatas, preparaciones para la elaboración de bebidas, mezclas de sustancias aromáticas, preparaciones para maquillaje, artículos para envasado, tejidos de punto, bolsos de mano, ventanas, puertas y estructuras en madera y partes para automotores.

Además se han identificado ciertos productos que forman parte de los clusters incluidos en las diferentes apuestas definidas como prioritarias en la región dentro de los cuales cabe destacar: ventiladores de techo, equipos de refrigeración, válvulas, mezcladores, procesadores y trituradores de alimentos, equipos eléctricos, cables coaxiales, muebles y partes para muebles metálicos y artículos de cuero.

e) Tolima y Huila.

Resultados de la selección de productos:

De los 590 nuevos productos, en la región de Tolima y Huila existe potencial de exportación para 168 productos (con calificaciones 10, 8 y 6) cuyo mercado de importación en Estados Unidos asciende a los US \$84,440,000, con un dinamismo promedio anual de 17%. La mayoría pertenecen al sector de maquinaria y equipo mecánico (31) y también al sector de confecciones (21). El menor número de productos corresponden a los sectores químico-farmacéutico y de minerales no metálicos.

Cuadro 1-12 Tolima y Huila: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Tolima	Muy Alto	15	7,290,797,828	12%
	Alto	31	12,904,038,746	20%
	Medio	21	6,568,006,011	35%
	Medio Bajo	7	2,095,086,520	32%
	Bajo	15	4,187,211,050	19%
	Muy Bajo	501	231,353,565,528	21%
Huila	Muy Alto	51	17,963,321,933	19%
	Alto	63	42,990,464,786	14%
	Medio	21	9,017,256,549	21%
	Medio Bajo	19	11,785,617,228	25%
	Bajo	3	1,444,731,842	19%
	Muy Bajo	433	181,197,313,345	23%

Para cada departamento se encontró la distribución descrita en el cuadro anterior, y los principales productos identificados se detallan a continuación.

Productos para Huila:

Según los criterios del presente estudio, 15 productos del Huila obtuvieron una calificación de 10 según su potencial de oferta. El 40% de los mismos pertenecen al sector agrícola. Para la industria del cuero y sus manufacturas, el sector pecuario y las manufacturas diversas, se seleccionaron dos productos respectivamente; y a los sectores de maquinaria y equipo mecánico, minerales no metálicos, y muebles y artículos para cama y alumbrado, pertenece un sólo producto.

En productos agropecuarios, el limón tahití y las guayabas, mangos y mangostinos frescos, tienen un gran potencial de exportación, así como la carne de bovinos deshuesada, ya sea fresca o refrigerada, o congelada y sin procesar.

De las manufacturas diversas sobresalen los adornos de navidad, excepto los fabricados en madera; también hay potencial en las losas de mármol ya que las compras estadounidenses están en continuo crecimiento. Por parte de la industria mobiliaria y de lámparas, se destacan las lámparas y aparatos de alumbrado para el hogar, para fijar en techo, cuyo mercado ofrece excelentes oportunidades de crecimiento.

Productos para Tolima:

Para la economía tolimense se halló un potencial exportador muy alentador porque cerca del 10% de los 590 productos seleccionados, son o pueden ser producidos en el departamento. Es decir, 51 bienes de 9 sectores diferentes recibieron una calificación de 10, de acuerdo con su oferta actual y potencial y la demanda estadounidense.

Entre los productos más destacados se encuentran, los aguacates “hass”, el limón tahití, cuyo mercado crece considerablemente cada año; las grasas vegetales o animales no incluidas en otra parte, la carne de bovinos deshuesada fresca, refrigerada o congelada y diferentes variedades de queso.

También sobresale el calzado con suela de caucho o plástico, parte superior en cuero, que cubra el tobillo, para hombre, para trabajo. Del sector de confecciones se incluyen 17 partidas arancelarias, pero son de resaltar de manera especial los abrigos, chaquetones, capas y artículos similares de algodón en tejido de punto para hombres por las oportunidades de un mercado con crecimiento constante y la ropa para bebés y accesorios hechos en tejido de punto o croché, en algodón que tienen una fuerte acogida entre los compradores estadounidense.

Así mismo los artículos y equipo de gimnasia se constituyen como un producto con potencial para el departamento y dentro del sector de maquinaria y equipo mecánico están los compresores para equipos frigoríficos y de aire acondicionado de 3 a 10 hp., y los ventiladores de techo eléctricos de 125 W.

Finalmente, cabe resaltar productos como las partes para asientos en materias textiles cortados en formas y las partes para asientos, con un gran dinamismo, representando excelentes oportunidades de exportación a los Estados Unidos.

f) Caldas, Risaralda, Quindío.

Resultados de la selección de productos prioritarios:

Para los departamentos que conforman la región del Eje Cafetero, se identificó un buen número de productos cuyo potencial de oferta se consideró muy alto, según los criterios definidos en este estudio. Veamos:

Caldas: 12 productos son considerados con un potencial muy alto en el mercado de los Estados Unidos; las importaciones que éste país registró en tales productos ascendieron a USD\$ 5.844 millones en el 2005, con un dinamismo de 20% entre los años 1999 – 2005

Risaralda: fueron identificados 30 productos con muy alto potencial de oferta, para los cuales las importaciones registradas por el mercado de Estados Unidos fueron USD\$ 1.287 millones en el año 2005 y con un dinamismo en los últimos 6 años del 13%.

Quindío: se identificaron 40 productos con potencial de muy alto en el mercado de Estados Unidos, con un dinamismo del 16% y con unas importaciones registradas en el año 2005 del USD\$ 12.984 millones.

Para cada departamento, los productos seleccionados en este estudio se clasifican según su potencial de oferta así:

Cuadro No. 1-13 Caldas, Risaralda y Quindío: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import 2005 US\$	Dinamismo Import 1999 - 2005
Caldas	Muy Alto	12	5,844,190,196	20%
	Alto	90	32,246,839,684	22%
	Medio	33	15,334,335,900	26%
	Medio Bajo	26	6,364,948,134	20.4%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	429	204,608,391,769	21%
Risaralda	Muy Alto	30	11,287,396,191	13%
	Alto	70	16,536,410,741	19%
	Medio	88	19,116,437,894	24%
	Medio Bajo	27	8,733,758,902	12.8%
	Bajo	1	63,134,080	37%
	Muy Bajo	374	208,661,567,875	22%
	Muy Alto	40	12,984,104,909	16%

Cuadro No. 1-13 Caldas, Risaralda y Quindío: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import 2005 US\$	Dinamismo Import 1999 - 2005
Quindío	Alto	152	71,715,676,424	25%
	Medio	28	8,694,534,795	19%
	Medio Bajo	29	6,839,029,531	21.4%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	341	164,165,360,024	20%
Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra				

Seguidamente se presentan a modo ilustrativo algunos productos seleccionados, calificados como de potencial de oferta alto o muy alto (calificación 8 y 10), que fueron identificados en las apuestas productivas regionales como prioritarios, o que forman parte de las cadenas productivas prioritarias según las Agendas Internas de cada departamento.

Productos para Caldas:

Dentro de los productos seleccionados en el proyecto “Los 500 nuevos productos” como de gran potencial de mercado en los Estados Unidos se destacan: el aguacate, la carne de bovino fresca o refrigerada, los lácteos como los quesos de vaca, cabra y sustitutos de los quesos.

Los cables coaxiales y otros conductores eléctricos coaxiales fueron incluidos en este estudio, y son también productos que fueron identificados como de alto potencial en los estudios desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y en las evaluaciones realizadas por gremios como la ANDI en su encuesta con empresarios de la región en el año 2006.

El sector de metalmecánica se establece como la Sexta Apuesta Productiva, renglón dentro del cual también se seleccionaron varios productos en este proyecto.

Productos para Risaralda:

En el caso de Risaralda se identificaron productos con potencial para el mercado de Estados Unidos; entre ellos cabe destacar: como las motocicletas con cilindraje que supera los 90 cc pero que no exceden los 190 cc; convertidores estáticos para motores eléctricos, partes para circuitos ensamblados e impresos, cables coaxiales y otros conductores eléctricos, así como la carne de bovinos fresca o refrigerada deshuesada, queso de leche de vaca rayado o en polvo, calzado con suela capellada de cuero natural, abrigos o chaquetones de algodón para hombre, faldas

y pantalones para niñas, camisetas en algodón para hombres y niños, ropa de cama y edredones.

Productos para Quindío :

Para el departamento los productos encontrados con potencial alto en el mercado de los Estados Unidos son las frutas, las plantas y follajes que se encuentran contempladas como la Primera Apuesta Productiva dentro de la Agenda Interna Regional.

Otros productos como los abrigos, chaquetones, faldas, pantalones para niñas, camisetas en algodón, ropa para bebé y ropa de cama que pertenece al sector de las confecciones, son considerados como una importante fuente de desarrollo para el departamento y se encuentran contemplados como Cuarta Apuesta Productiva dentro de la Agenda Interna Regional.

Productos de variadas cadenas o sectores incluidos en el proyecto “Los 500 nuevos productos” también forman parte de las cadenas prioritarias para la región. Entre ellos cabe destacar: la carne de bovinos fresca o refrigerada deshuesada y queso de leche de vaca, rayado o en polvo pertenecientes a la cadena pecuaria; transformadores de dieléctrico líquido, convertidores estáticos, reguladores de velocidad para motores eléctricos, partes para circuitos ensamblados impresos, cables coaxiales, aparatos de telefonía, motocicletas, rines (cadena metalmecánica); preparaciones para bebidas, pan, galletas y otros productos horneados (cadena agroindustrial); calzado con suela y capellada de cuero natural; abrigos, chaquetones, faldas, pantalones para hombres, niños (en el sector de confecciones).

g) Valle, Cauca, Nariño.

Resultados de la selección de productos:

En la región del **Valle del Cauca, Cauca y Nariño**, se identificaron en total 214 productos con muy alto potencial de oferta, para los cuales el mercado de importaciones de los Estados Unidos fue cercano a los US\$58,000 millones en el año 2005, y registró en el período 1999 a 2005 años un crecimiento anual promedio de 19%.

Para el departamento del **Valle del Cauca** se identificaron 163 productos con un potencial de oferta muy alto y un mercado de importación en los Estados Unidos de aproximadamente US\$ 44,000 millones, el cual ha crecido en los últimos años a un ritmo de 20% anual.

Por su parte, para el departamento del **Cauca** se seleccionaron 93 productos con un potencial de oferta muy alto y un mercado de importación cercano a los US\$22,000 millones, el cual ha tenido un dinamismo en los últimos años del 15% anual.

Por último, para el departamento de **Nariño** se detectaron 71 productos con muy alto potencial de oferta, para los cuales el valor de las importaciones de Estados Unidos es del orden de los US\$21,000 millones, con un crecimiento promedio anual cercano al 20% en los últimos años.

La siguiente tabla muestra por departamento la calificación, según potencial de oferta, de los productos seleccionados en este estudio:

Cuadro No. 1-14 Valle del Cauca, Cauca y Nariño El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Valle del Cauca	Muy Alto	163	43,770,511,079	20%
	Alto	168	68,513,397,050	20%
	Medio	67	27,552,542,285	19%
	Medio Bajo	33	45,898,326,193	25%
	Bajo	61	32,466,550,972	22%
	Muy Bajo	98	46,197,378,104	21%
Cauca	Muy Alto	93	21,891,123,792	15%
	Alto	195	70,437,188,590	26%
	Medio	136	102,918,498,550	20%
	Medio Bajo	97	50,417,966,960	22%
	Bajo	41	9,971,944,636	21%
	Muy Bajo	28	8,761,983,155	17%
Nariño	Muy Alto	71	21,079,288,560	20%
	Alto	36	7,970,073,242	11%
	Medio	68	13,947,145,559	19%
	Medio Bajo	16	1,751,901,219	27%
	Bajo	153	116,653,487,712	19%
	Muy Bajo	246	102,996,809,391	26%

Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra

A continuación se presentan a manera de ejemplo, algunos de los productos seleccionados que fueron calificados con un potencial de oferta alto o muy alto (calificación 8 y 10), y que han sido identificados como prioritarios por las apuestas productivas regionales o que según las agendas internas de cada departamento, hacen parte de cadenas productivas prioritarias de la región.

Productos para el Valle del Cauca:

Dentro de los productos identificados como de gran potencial en el mercado de los Estados Unidos e incluidos dentro de las cadenas productivas y sectores mencionados como apuestas productivas prioritarias en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Valle del Cauca se encuentran los siguientes: aguacate, papaya, hierbas aromáticas, azúcar, chocolate, etanol, calzado, abrigos y chaquetas de tejido de punto, pantalones, faldas, camisetas, madera de pino, estructuras de madera, muebles de madera, juguetes de madera, pulpa de madera, papel, cartulina, cajas de cartón, impresos, etiquetas, talonarios, libros, grabados, medicinas para la gripa, maquillaje, productos de aseo personal como champú y desodorante, entre otros.

Productos para el Cauca:

Algunos de los productos seleccionados como de gran potencial en los Estados Unidos e incluidos en la Agenda Interna del Cauca, son los siguientes: espárragos, aguacate, piña, fresas, frijoles, carne de bovino, queso de vaca, madera de pino aserrada, desbastada o contrachapada, artículos de madera, juguetes de madera, pulpa de madera, papel, impresos, etiquetas, talonarios, libros, grabados, cartulina y cajas de cartón, entre otros.

Productos para Nariño:

Dentro de los productos identificados como de gran potencial en el mercado de los Estados Unidos y catalogados como apuestas productivas prioritarias en la Agenda Interna de Nariño se encuentran los siguientes: cebollas, espárragos, aguacates, pasta y polvo de cacao, chocolates, papas congeladas, papas "chip", queso de vaca, madera de pino, estructuras de madera, artículos de madera, juguetes de madera, muebles de madera, pulpa de madera, papel, impresos, talonarios, libros, grabados, cartulina y cajas de cartón, entre otros.

h) Antioquia y Chocó.

Resultados de la selección de productos:

Para **Antioquia** se identificaron 138 productos con un potencial de oferta muy alto, para los que hay un gran mercado en los Estados Unidos, medido en términos del valor de las importaciones (cerca de US\$ 43.000 millones en el año 2005) y de su dinamismo (la tasa a la cual crecieron las importaciones de Estados Unidos en los últimos años fue ligeramente superior al 20%).

En el caso de **Chocó**, se detectaron 4 productos con muy alto potencial de oferta

en ese departamento, para los cuales el valor de las importaciones de Estados Unidos es del orden de US\$ 4.775 millones, con un crecimiento promedio anual cercano al 13% en los últimos años.

Para cada departamento, los productos seleccionados en este estudio se clasifican según su potencial de oferta así:

Cuadro 1-15 Antioquia y Choco: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import 2005 US\$	Dinamismo Import 1999-2005
Antioquia	Muy Alto	138	42.747.139.547	20,4%
	Alto	361	173.707.805.741	21,0%
	Medio	74	38.231.244.678	22,5%
	Medio Bajo	17	528.797.413.371	21,1%
	Bajo	0	0	0,0%
	Muy Bajo	0	0	0,0%
Chocó	Muy Alto	4	4.774.462.821	12,9%
	Alto	3	103.064.094	25,7%
	Medio	1	70.149.063	24,2%
	Medio Bajo	21	6.446.341.146	36,3%
	Bajo	0	0	0,0%
	Muy Bajo	561	253.004.688.559	21,0%

Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra

Seguidamente se presentan a modo ilustrativo algunos productos seleccionados por su potencial de mercado en los Estados Unidos y por su potencial de oferta (alto o muy alto, calificación 8 y 10). En todos los casos, tales productos fueron identificados en las apuestas productivas regionales como prioritarios, o forman parte de las cadenas productivas prioritarias según las Agendas Internas de cada departamento y las evaluaciones de los gremios de la región. Se citan los productos agrupados por sectores:

Algunos productos para Antioquia:

- Sector pecuario: Carne de bovinos, fresca o refrigerada deshuesada, procesada (Agenda Interna); Queso de leche de vaca, romano, parmesano, provolone (producto de cadena prioritaria, Agenda Interna).
- Sector agrícola: Espárragos sin reducir el tamaño, que se despachen del 15 de septiembre al 15 de noviembre, y que se transporten por avión (agenda Interna); Aguacate, variedad "hass" (Agenda Interna).

- Sector agroindustrial: Chocolates y demás preparaciones que contengan cacao, en bloques, barras con peso de 2kg o menos, rellenas (Agenda Interna)
- Sector plástico y caucho: Cauchos naturales técnicamente especificados, grado 20 (Agenda Interna).
- Madera y sus manufacturas: Madera de pino (*pinus spp.*) Moldeada (Agenda Interna); Tableros de madera y otros materiales leñosos, con la superficie recubierta, de una densidad mayor a 0.5 g/cm³ pero no mayor a 0.8g/cm³ (Agenda Interna); Madera contrachapada con ambas caras externas de madera blanda, solamente de hojas de madera, con o sin recubrimiento de superficie de material claro o transparente, lijada sin proceso posterior (Agenda Interna); Divisiones prefabricadas y paneles de madera prefabricados para construcción (Sena Antioquia Mesa Sectorial).
- Muebles; Sillas para el hogar, con marcos de madera sin tapizar (Sena Antioquia Mesa Sectorial); Lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado no para el hogar, para colgar o fijar en el techo o a la pared, excluido los de alumbrado público no de latón (CAMACOL Antioquia)
- Textiles: Hilo de filamento sintético (con excepción del hilo de costura): incluyendo el monofilamento sintético: filamentos de poliéster simples, no para la venta al detal; Telas en algodón terry, en fibras sintéticas, en tejido de punto o croché. Estos productos fueron calificados por INEXMODA como de gran potencial.
- Confecciones: Abrigos, chaquetones, capas y artículos similares de algodón en tejido de punto para hombres; Los demás pantalones y pantalones con peto en tejido de punto de algodón para niñas que contengan en peso, el 5% o más de hilo elástico o hilo de caucho; Camisetas, en algodón, con cuello redondo o en v, en tejido de punto para hombres y niños; Camisetas de algodón en tejido de punto para niñas, top, no interiores; Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares de lana o pelo fino en tejido plano para mujeres; Ropa de cama: diferente a la impresa, sin fibras sintéticas en el tejido, no bordadas, ni con cordones, tranzados, ribeteados, encauchados o con trabajos de aplique. Todos los productos arriba indicados fueron calificados por INEXMODA como de gran potencial.
- Minerales no metálicos: Artículos de asfalto o materiales similares en rollos; Bloques, ladrillos y artículos similares de cemento, para la construcción, con o sin refuerzo. Estos productos fueron calificados por CAMACOL Antioquia como de gran potencial.
- Metales comunes y sus manufacturas: Aparatos para cocina no portátiles y hornillas para gas y otros combustibles, no incluidas o especificadas en otra

parte, de hierro o acero; Fregaderos y lavabos, de acero inoxidable; Llaves de mano de ajuste no ajustables y sus partes de boca abierta; Candados, con base en metal, de construcción cilíndrica o perno, con medidas superiores a los 3.8 mm pero que no superen los 6,4 cm; Cerraduras de puerta, juegos de cerraduras y otras cerraduras apropiadas para uso interior o exterior de puertas (excepto garajes, puertas corredizas y cerraduras superiores). Estos productos fueron calificados por CAMACOL Antioquia como de gran potencial.

- Maquinaria y equipo mecánico: Partes de equipos combinados de refrigeración y congelación construidos con puertas externas separadas y partes de refrigeradores para casa. Este producto fue calificado por CAMACOL Antioquia como de gran potencial
- Maquinaria y equipo eléctrico: Calentadores de agua no incluidos o especificados en otra parte y calentadores de inmersión CAMACOL; Partes de estufas, gamas hornos eléctricos, no incluidos o especificados en otra parte CAMACOL.

Productos para Chocó:

- Sector pecuario: Carne de bovinos, fresca o refrigerada deshuesada, procesada, descrita en la nota 3 del capítulo 2 AGENDA; Carne de bovino congelada, deshuesada no procesada, descrita en la nota 3 del capítulo 2 (Agenda Interna)
- Sector agroindustrial: Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico superior o igual a 80% vol., no apto para bebida – etanol (Minagricultura)
- Metales preciosos y joyería: Esponja de metal de platino (Agenda Interna)

i) Otros Departamentos.

Resultados de la selección de productos:

La región tiene fortalezas en productos mayoritariamente pertenecientes al sector agropecuario, en donde se identificaron 25 productos con muy alto potencial exportador y 99 con calificación de 8 (potencial alto). Solamente se identificaron productos manufacturados de los sectores de instrumentos de óptica, médicos y veterinarios, además de manufacturas diversas y maquinaria y equipo eléctrico o mecánico, que corresponden al departamento del Meta y su respectiva región de la Orinoquia.

Cuadro 1-16 Llanos Orientales, San Andrés y Providencia y Otros Departamentos: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
Arauca	Muy Alto	10	3,204,283,342	10%
	Alto	20	2,569,009,567	18%
	Medio	14	4,560,776,090	34%
	Medio Bajo	1	87,437,136	17%
	Bajo	107	24,205,561,650	25%
	Muy Bajo	438	229,771,637,898	21%
Meta	Muy Alto	14	7,423,252,298	14%
	Alto	37	6,198,546,859	25%
	Medio	6	1,897,940,008	17%
	Medio Bajo	13	3,125,653,391	25%
	Bajo	10	3,258,356,930	23%
	Muy Bajo	510	242,494,956,197	21%
Putumayo	Muy Alto	10	3,190,261,902	11%
	Alto	16	3,753,068,714	29%
	Medio	6	327,618,847	35%
	Medio Bajo	1	87,437,136	17%
	Bajo	10	3,258,356,930	23%
	Muy Bajo	547	253,781,962,154	21%
Caquetá	Muy Alto	9	3,175,797,224	11%
	Alto	21	4,187,406,628	27%
	Medio	5	298,102,840	41%
	Medio Bajo	1	87,437,136	17%
	Bajo	10	3,258,356,930	23%
	Muy Bajo	544	253,391,604,925	21%
Casanare	Muy Alto	12	3,460,352,100	11%
	Alto	32	4,790,378,981	29%
	Medio	1	33,633,146	14%
	Medio Bajo	19	3,156,933,395	25%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	526	252,957,408,061	21%
REGIÓN ORINOQUÍA (Arauca, Casanare, Meta y Vichada)	Muy Alto	14	5,993,087,160	12%
	Alto	69	37,269,600,409	18%
	Medio	28	11,669,818,262	20%
	Medio Bajo	2	1,334,884,860	8%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	477	208,131,314,992	22%
REGIÓN AMAZÓNICA	Muy Alto	9	3,182,180,928	11%
	Alto	9	3,494,491,927	26%

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 1: Resumen Ejecutivo

Cuadro 1-16				
Llanos Orientales, San Andrés y Providencia y Otros Departamentos:				
El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
(Amazonas, Caquetá, Guanía, Guaviare, Putumayo, Vaupés)	Medio	11	2,600,204,894	32%
	Medio Bajo	0	0	0%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	561	255,121,827,934	21%
ORINOQUÍA-AMAZÓNIA	Muy Alto	8	3,100,513,936	10%
	Alto	17	3,908,665,667	31%
	Medio	0	0	0%
	Medio Bajo	0	0	0%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	565	257,389,526,080	21%
Amazonas	Muy Alto	8	3,100,513,936	10%
	Alto	18	4,235,961,881	33%
	Medio	11	819,370,105	18%
	Medio Bajo	0	0	0%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	553	256,242,859,761	21%
Vichada	Muy Alto	8	3,100,513,936	10%
	Alto	20	4,064,953,796	31%
	Medio	0	0	0%
	Medio Bajo	13	3,125,653,391	25%
	Bajo	10	3,258,356,930	23%
	Muy Bajo	539	250,849,227,630	21%
Guainia	Muy Alto	9	3,122,973,464	10%
	Alto	8	511,691,018	16%
	Medio	1	33,633,146	14%
	Medio Bajo	0	0	0%
	Bajo	0	0	0%
	Muy Bajo	572	260,730,408,055	21%
GUAINIA Y VICHADA	Muy Alto	8	3,100,513,936	10%
	Alto	27	4,574,919,702	29%
	Medio	1	33,633,146	14%
	Medio Bajo	12	3,049,126,513	26%
	Bajo	10	3,258,356,930	23%
	Muy Bajo	532	250,382,155,456	21%
San Andrés y Providencia	Muy Alto	0	0	0%
	Alto	0	0	0%
	Medio	0	0	0%
	Medio Bajo	0	0	0%
	Bajo	0	0	0%

Cuadro 1-16				
Llanos Orientales, San Andrés y Providencia y Otros Departamentos: El Mercado de los Estados Unidos para los 590 Productos, según Potencial de Oferta de la Región				
Departamento	Potencial de Oferta	Número de Productos	Valor Import US\$	Dinamismo Import
	Muy Bajo	590	264,398,705,683	21%
Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra				

Los productos que revisten mayor importancia, dado su dinamismo en el mercado estadounidense y su amplia demanda, además de haber sido identificados en otros estudios de potencial exportador, se describen a continuación para cada departamento de la región.

Productos para Meta:

Para lograr un aumento en las exportaciones hacia los Estados Unidos se destaca el potencial exportador de los siguientes productos: en el sector agrícola, las piñas tropicales o ananás y el limón tahití, son una alternativa promisoría.

Por parte de la industria, hay oportunidades para producir y exportar los demás instrumentos y aparatos médicos, quirúrgicos, etc.; del sector editorial y del papel, las estampas, grabados y fotografías, impresos máximo 20 años a la fecha de importación, también tienen potencial y la industria del caucho podría aprovechar las favorables condiciones de mercado para los artículos para la oficina o el colegio de plástico.

Del sector pecuario se destacan la carne de bovinos deshuesada fresca o congelada y distintos quesos de leche de vaca o de cabra y sus mezclas sustitutas.

Productos para Arauca:

Entre los productos estrella seleccionados para Arauca se encuentran la yuca y las papayas dentro del sector agrícola y ocho productos del sector pecuario en donde se incluyen la carne de bovinos deshuesada fresca o congelada, el queso de leche de vaca, el queso de pasta azul, el queso goya, el queso romano, parmesano o provolone de leche de vaca, el pecorino de leche de cabra y otros sustitutos o mezclas de queso.

Productos para Casanare:

De los 590 productos, en Casanare hay oportunidades de exportación en los sectores agrícola y pecuario. En el primero, tienen un elevado potencial las papayas, las piñas y la yuca. Del sector pecuario, la carne de bovinos deshuesada

fresca o refrigerada, o congelada, el queso de leche de vaca, el queso de pasta azul, el queso goya, el queso romano, parmesano o provolone de leche de vaca, el pecorino de leche de cabra y otros sustitutos o mezclas de queso, son productos con excelentes posibilidades de mercado en los Estados Unidos.

Productos para Vichada:

En cuanto a los productos nuevos identificados para el departamento, se seleccionaron 8 pertenecientes al sector pecuario, teniendo en cuenta el potencial de oferta y demanda. Cabe mencionar la carne de bovino deshuesada, fresca o refrigerada procesada y la congelada sin procesar; también están los quesos de leche de vaca y un tipo de queso de leche caprina, además de las mezclas o sustitutos de quesos de leche de vaca.

Productos para Amazonas:

Para el departamento se identificaron ocho productos del sector pecuario que incluyen carne de bovino deshuesada, tanto fresca como congelada, y diversos tipos de quesos de leche de vaca y de cabra.

Productos para Caquetá:

Las frutas frescas no especificadas en otras partidas se constituyen en un producto estrella para el departamento de Caquetá. Así mismo, la carne de bovinos deshuesada, procesada, fresca o refrigerada, y la carne de bovino deshuesada, sin procesar y congelada tienen grandes oportunidades en el mercado estadounidense.

También se identificaron los quesos de leche de vaca, de pasta azul, goya, romano, parmesano o provolone y pecorino de cabra, además de las mezclas y sustitutos del queso.

Productos para Guainía :

Entre los productos destacados para el departamento están las raíces de mandioca, cuya demanda está en continuo aumento en el mercado estadounidense. También se identificaron productos del sector pecuario como las carnes de bovinos deshuesadas, frescas o congeladas, y diferentes variedades de quesos, clasificados en 6 distintas subpartidas.

Productos para Guaviare y Vaupés:

Guaviare no presentó exportaciones a los Estados Unidos ni al resto del mundo durante 2005 por lo cual se ubica en la última posición entre los departamentos exportadores al mercado norteamericano (33) y no dispone de información que

permita identificar nuevos productos de exportación; para Vaupés no existe suficiente información para calificar los productos del departamento (en la Agenda Interna sólo se mencionan los servicios de turismo y ecoturismo), aunque realizó exportaciones hacia Estados Unidos por US \$15,000, posicionándose como el vigésimo séptimo departamento exportador a EE.UU.

Por las razones anteriores, los productos identificados para los dos departamentos corresponden a los nuevos productos seleccionados para la Región Amazónica (Amazonas, Caquetá, Guanía, Guaviare, Putumayo, Vaupés) dentro de los cuales se encuentran las carnes de bovinos, varios tipos de queso de leche de vaca y de cabra, y un producto del sector químico farmacéutico correspondiente a otras preparaciones para higiene oral o dental, incluyendo gomas y polvos fijadores de dentadura.

Productos para Putumayo:

A pesar de no haber mantenido intercambio comercial con los Estados Unidos, existen diversos informes y material que permitieron la identificación de los siguientes nuevos productos: dentro del sector agrícola ciertos tipos de frutas frescas, cuya creciente demanda representa una importante oportunidad, y la pimienta tipo piper, molida o machacada, que también tiene un mercado significativo en Estados Unidos.

Del sector pecuario se identificaron 8 productos que incluyen la carne de bovinos deshuesada, congelada, fresca o refrigerada y quesos como el parmesano de leche de vaca o el pecorino de leche de cabra, y otras mezclas y sustitutos del queso.

Productos para San Andrés, Providencia y Santa Catalina:

Para el departamento de San Andrés, Providencia y Santa Catalina no se halló ningún nuevo producto que llenara los parámetros de oferta y/o demanda que guiaron el presente análisis. Cabe ahondar en la importancia de los servicios relacionados con el turismo, ya que la zona atrae miles de turistas al año, constituyéndose en una actividad primordial para el desarrollo del territorio sanandresano, además de la explotación de algunos productos agrícolas y el sector pesquero, pero todos estos no se constituyen en nuevas alternativas para el portafolio exportador del departamento.

1.3. PRODUCTOS SELECCIONADOS, POR SECTORES

El 86% de los 590 nuevos productos seleccionados corresponde a manufacturas y el 14% a productos de los sectores agrícola, agroindustrial y pecuario.

Los 590 nuevos productos seleccionados tienen un mercado de importación en EEUU de un poco más de US\$264.000 millones de dólares, equivalente al 16% de las importaciones totales estadounidenses.

En cuanto al dinamismo del mercado de importación de los Estados Unidos desde 1999 al año 2005, los 590 nuevos productos registran un crecimiento promedio anual de 21.10% frente al 8.5% del crecimiento promedio de las importaciones totales de EEUU.

El sector que registra mayor número de productos identificados es el de maquinaria y equipo eléctrico (97 productos); el sector que presenta mayor tamaño de mercado es el de maquinaria y equipo mecánico (US\$78.240 millones); el sector de mayor dinamismo en las importaciones es el de productos del sector químico y farmacéutico (33.9%).

Cuadro 1-17 Productos seleccionados por su potencial de oferta Colombia y su Potencial en el Mercado de EEUU Millones de dólares					
Sector	No. Productos	Impo de EEUU 2005	Promedio Impo de EEUU 1999/2005	Var % Promedio 1999/2005	Var % Promedio del Sector 1999/2005
TOTAL	590	264,399	158,534	21.1%	8.5%
Maquinaria y equipo eléctrico	97	58,821	29,252	27.4%	6.1%
Maquinaria y equipo mecánico	89	78,240	48,660	20.7%	5.2%
Metales comunes y sus manufacturas	59	13,344	6,783	27.1%	10.5%
Agroindustrial	52	4,292	2,626	22.7%	8.8%
Confecciones	38	7,603	4,225	23.5%	6.0%
Plástico y caucho	32	8,816	5,354	19.0%	10.5%
Agrícola	25	1,782	1,140	21.2%	4.8%
Equipo para transporte	24	26,837	18,657	14.6%	4.6%
Muebles, artículos de cama, artículos de alumbrado y prefabricados	24	12,091	6,997	26.1%	10.6%
Instrumentos de óptica, medida, medicoquirúrgicos y veterinario, relojes e instrumentos musicales	23	11,011	6,842	21.1%	6.9%
Químico y farmacéutico	21	4,610	2,106	33.9%	12.6%
Madera y sus manufacturas	17	3,909	2,154	31.2%	6.8%

Cuadro 1-17 Productos seleccionados por su potencial de oferta Colombia y su Potencial en el Mercado de EEUU Millones de dólares					
Sector	No. Productos	Impo de EEUU 2005	Promedio Impo de EEUU 1999/2005	Var % Promedio 1999/2005	Var % Promedio del Sector 1999/2005
Manufacturas diversas	17	9,731	7,130	18.2%	4.9%
Minerales no metálicos	16	4,097	2,683	17.9%	6.9%
Pulpa, papel, editorial y artes graficas	14	4,600	3,065	15.3%	4.8%
Calzado	11	5,088	3,978	10.0%	4.0%
Textiles	11	1,119	677	24.7%	4.0%
Cuero y sus manufacturas	8	2,851	2,103	8.2%	5.3%
Pecuario	8	3,101	2,449	10.4%	5.9%
Metales preciosos y joyería	4	2,456	1,652	17.6%	7.2%
Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con estadísticas de USITC					

De los 590 productos se identificaron 118 productos que tienen posibilidad de ser transportados por vía aérea, con un mercado de importación en EEUU de US\$90,204 millones de dólares y un crecimiento promedio anual de 24%.

En el Anexo 1-1 se describen en detalle los 590 nuevos productos identificados, clasificados por sectores e indicando aquellos en los que el transporte aéreo tiene alta incidencia.

1.4. EL SECTOR SERVICIOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

1.4.1. Objetivos y alcance del trabajo.

El análisis contenido en el capítulo 5 tiene como finalidad principal el contribuir a identificar los subsectores de servicios en Colombia que pueden tener algún potencial de exportación hacia el mercado de Estados Unidos, teniendo en cuenta no solamente el tamaño y dinamismo de ese mercado, sino también las posibilidades de prestación de dichos servicios desde Colombia de acuerdo con los diagnósticos existentes sobre el tema y las opiniones calificadas de diversos empresarios del sector. No se pretendió especificar una potencialidad de exportación demostrada y en detalle, pues tal trabajo requeriría de la realización un estudio de campo. Se hizo especial énfasis en servicios de salud, educación y tecnologías de la información y telecomunicaciones atendiendo las recomendaciones del Comité Decisorio que contribuyó a definir los términos de referencia de este proyecto.

El capítulo también presenta un análisis del mercado de servicios en Estados Unidos conforme a las estadísticas y clasificación utilizados en ese país. Aquí se destaca la importancia de Estados Unidos como principal importador de servicios del mundo; se reseña la evolución general de las importaciones de servicios, los principales países proveedores, y la composición sectorial de los servicios importados. Las cifras analizadas permiten constatar que Estados Unidos es el primer importador de servicios en el mundo, reportando importaciones por valor de USD \$288.7 billones en el año 2005.

El trabajo analiza a nivel sectorial las estadísticas de importación de servicios en los Estados Unidos, a fin de detectar tendencias y sectores principales.

También se evaluaron las experiencias de otros países que han logrado desarrollar un sector servicios con visión exportadora. Allí se presentan los factores de éxito y las estrategias adelantadas por distintos países en el desarrollo del sector con fines de exportación. Para ello, sobre información disponible en fuentes secundarias y varias entrevistas se reseña la experiencia internacional de los siguientes países: Costa Rica, Ecuador, Chile, El Salvador, México, India, Irlanda, España, Malasia, Australia y China. Algunos de estos países han sido consultados puntualmente para determinados servicios.

En el documento se examina la situación de los servicios en Colombia, efectuando recomendaciones orientadas a impulsar el potencial exportador de nuestro país hacia Estados Unidos. Finalmente, se preparó una identificación de barreras

administrativas y tributarias que hacen poco competitiva la exportación de servicios desde Colombia, efectuando las recomendaciones respectivas.

1.4.2. Servicios con potencial en el mercado de Estados Unidos.

Al evaluar el mercado de importación de servicios norteamericano atendiendo a su tamaño y dinamismo, los primeros servicios a considerar como potenciales nichos de mercado para Colombia, estarían ubicados en el segmento de regalías y licencias por uso de software, servicios médicos, servicios asociados a las tecnologías de información (“call centers”, “contact centres”, servicios de “back office”) y servicios de enseñanza.

a) Software.

Es un rubro importante de las importaciones de Estados Unidos (US\$ 25.038 millones en 2005), que hace parte de las apuestas productivas identificadas en las agendas internas de 7 departamentos en Colombia, en el que ya hay empresarios colombianos que vienen exportando con calidad y prestigio internacional en este subsector. Asimismo, el país posee recurso humano calificado y a costos laborales competitivos. Entre los retos por desarrollar se destaca el elevar aún más la calidad de los profesionales, a fin de lograr niveles de altísima especialización de acuerdo con el tipo de desarrollo que se demande. Adicionalmente, el país debe avanzar en el bilingüismo, esencial para la exportación de este tipo de servicio, así como en la generación de cultura en “mejores prácticas demostrables” que permitan certificar el servicio a nivel internacional, entre otros aspectos.

b) Servicios Médicos.

En el año 2004, la importación de servicios médicos por parte de los Estados Unidos ascendió a US\$185 millones, presentándose un crecimiento sostenido desde 1992 en este rubro. El segmento hace parte de las apuestas productivas de un número importante de departamentos en Colombia cuyos hospitales se encuentran acreditados nacionalmente y han efectuado importantes avances en su proceso de acreditación a nivel internacional. Acciones sistemáticas deben ser adoptadas para alcanzar con éxito los mercados internacionales, entre las cuales cabe mencionar el desarrollo de “centros de excelencia” en determinados procedimientos tales como cirugía cardiovascular, oftalmología y ortopedia.

c) Servicios de Tecnología de la Información (TIC).

Este servicio pertenece a un segmento dinámico de las importaciones en Estados Unidos (US\$ 40.737 millones en 2004) y hace parte de la oferta productiva y exportable de por los menos tres importantes departamentos en Colombia

(Antioquia, Bogotá/Cundinamarca y Santander). Adicionalmente la posición geográfica privilegiada del país le permite aprovechar las diferencias horarias entre Estados Unidos y el resto del mundo. Asimismo, el contar con un recurso humano calificado y a costos competitivos, le otorgan una ventaja importante a este servicio que resulta intensivo en personal. Dadas las limitaciones de bilingüismo de las que adolece Colombia, las mejores oportunidades de corto plazo para servicios como centros de llamadas, centros de contacto y servicios de “back office” están en los nichos de población latina domiciliada en Estados Unidos, país que hoy día ocupa el cuarto lugar entre los países con mayor población hispana del mundo.

d) Servicios de Enseñanza.

En este sector existe un potencial interesante, si se tiene en cuenta que las importaciones efectuados por los Estados Unidos en servicios educativos ascendieron a US\$ 3.525 millones. En esta actividad, Colombia cuenta con 12 Universidades acreditadas nacionalmente y más de 400 programas acreditados por el Consejo Nacional de Acreditación. De la misma manera, las universidades colombianas trabajan en el proceso de acreditación a nivel internacional en un claro entendimiento de la importancia de este requisito en el proceso de exportar servicios. A nivel de gobierno el Ministerio de Educación y PROEXPORT han diseñado el “Plan de ruta y análisis de oportunidades derivadas de la prestación de servicios educativos en La Florida”, en el cual se recomienda la estrategia comercial a seguir por parte de las universidades colombianas para cada modo de prestación del servicio hacia el mercado de la Florida.

1.4.3. Servicios sin potencial de exportación de corto plazo al mercado de Estados Unidos

Servicios tradicionales como turismo, transporte de pasajeros y otros servicios de transporte, a pesar de su importancia como rubro de importación en Estados Unidos, resultan con menor potencial de corto plazo para Colombia, pero susceptibles de que se proyecte aprovechar posibilidades en el mediano y largo plazo.

a) Turismo.

Es un rubro que registró importaciones por valor de US\$ 65.635 millones en 2004. A pesar de que el turismo es una apuesta productiva de la gran mayoría de los departamentos colombianos, sobre el mismo pesa el “Travel Warning” impartido por la Oficina de Asuntos Consulares del Departamento de Estado de Estados Unidos que constituye un desestímulo al flujo de turistas norteamericanos a nuestro país. Sin embargo, dada la importancia que tiene este sector para

Colombia, no pueden ahorrarse esfuerzos en su promoción. La Ley de Turismo sin duda contribuirá en el logro de este objetivo. De la misma manera, debe trabajarse en el mejoramiento de las condiciones de seguridad así como en lograr la delimitación del "Travel Warning" en el sentido de indicar de manera expresa aquellos destinos considerados seguros en Colombia.

b) Tarifas de Pasajeros.

En este segmento durante el 2005 se registraron en Estados Unidos importaciones por valor de US\$ 26.201 millones. Este servicio está íntimamente relacionado con la prestación de otros servicios como turismo, transporte, esparcimiento, cultura, deporte, salud, negocios o trabajo, por lo que su promoción dependerá de la labor realizada en otros segmentos de servicios.

c) Otros Servicios de Transporte.

Durante el 2005 este rubro registró en Estados Unidos importaciones por valor de US\$ 61.807 millones. En Colombia el sector demanda una inversión muy importante y prioritaria en infraestructura vial, portuaria, fluvial, férrea y aérea, que permita reducir los tiempos y costos de transporte. De la misma manera es urgente la definición de una política portuaria competitiva y el mejoramiento del clima de inversión en este sector, lo que agregado a la modernización de las aduanas, le permitirá a Colombia prestar estos servicios de una manera competitiva y eficiente. Ello facilitará no solo acercar los centros de producción a los puertos marítimos mediante un esquema de multimodalidad, aprovechando las potencialidades señaladas en materia fluvial, de carreteras y vías férreas, sino desplazar mercancía importada desde los lugares portuarios de arribo a sus destinos finales.

d) Servicios Financieros y de Seguros.

En servicios financieros se registraron en el 2004 importaciones por valor de US\$ 11.168 millones, y en seguros por valor de US\$ 29.882 millones. A pesar del crecimiento y dinamismo que presentan las importaciones en estos rubros, especialmente en materia de seguros, debe considerarse que ello puede deberse esencialmente al registro de seguros y operaciones financieras relacionadas con la importación de mercancías al mercado estadounidense, así como al mercado de reaseguros, más que al tráfico de seguros que amparen riesgos diferentes como vida y responsabilidad civil, seguros para autos, vida y casas, especialmente en Estados con alta población latina y colombiana. En Colombia, el sector no presenta una experiencia exportadora al mercado de Estados Unidos, en donde tiene alguna participación por la vía de la presencia local. De la misma manera el sector identifica una competencia importante en este mercado especialmente en los ramos de más alta demanda, como seguros de vida y salud. Este sector deberá abordar primero las reformas legislativas que demanda la implementación

del TLC, enfrentar el embate de la competencia derivada del consumo de seguros en el exterior así como la que proviene de la instalación de sucursales de entidades financieras y de seguros en Colombia; asimismo, el sector deberá aprovechar los cuatro años de plazo negociados en el TLC para la implementación de las reformas, para fortalecerse, diseñar productos nuevos y competitivos, y establecer alianzas estratégicas y redes que le permitan prestar servicios de corresponsalía.

1.4.4. Servicios cuyo potencial debe evaluarse con mayor detalle

Se recomienda en este trabajo evaluar con un mayor nivel de detalle los siguientes servicios:

a) Servicios Audiovisuales.

Colombia ha demostrado tener un enorme talento creativo no solo en cine sino en seriados de televisión. Sin embargo, existen una serie de inconvenientes que dificultan el desarrollo de la industria tales como la existencia de barreras culturales de alguna importancia, la baja capacidad técnica y calidad de los insumos y la baja capacidad de la oferta y exhibición, entre otros. Resultaría conveniente incentivar aquellas modalidades que ya cuentan con reconocimiento y potencial exportador como los seriados de televisión así como explorar nuevas opciones como podrían ser los “tape and TV rentals”; y adicionalmente, debe pensarse en estrategias que permitan el desarrollo de sector, como por ejemplo la reorganización del mismo como un cluster, estrategia ésta que ya ha demostrado sus resultados en países como Estados Unidos.

b) Servicios Editoriales.

Los servicios editoriales se presentan actualmente como un sector activo dentro de las exportaciones colombianas debido a la calidad de los procesos y de los profesionales que intervienen en la cadena, lo cual ha convertido al país en un destino atractivo para contratar servicios editoriales y de impresión. Actualmente su exportación no se encuentra adecuadamente contabilizada, pues lo que se registra es la exportación de un bien final (libro, material impreso, etc.). Conveniente adelantar esfuerzos orientados a promocionar y desligar los servicios de la cadena editorial del material impreso, especialmente en libros de texto y guías turísticas, con miras a promover el desarrollo del sector de manera independiente.

1.5. PLAN INDICATIVO DE EXPORTACIONES A LOS ESTADOS UNIDOS

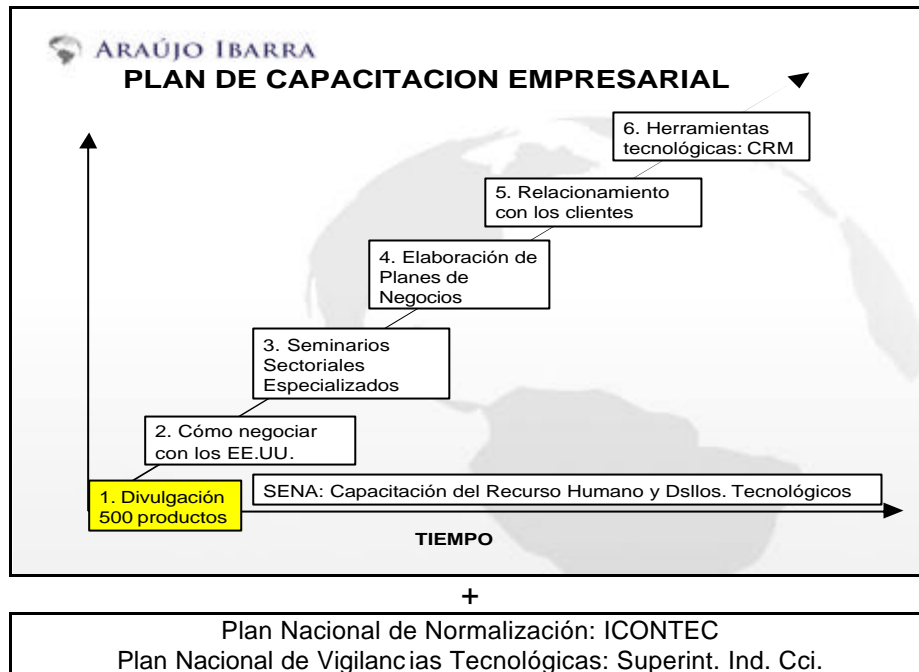
La estrategia propuesta en este Plan Indicativo de Exportaciones a los Estados Unidos contempla cinco ejes principales de trabajo, con lo cual se busca contar con una estrategia integral que permita el logro del objetivo máximo de incrementar las exportaciones actuales de Colombia a los Estados Unidos, basado en los productos y sectores identificados por este estudio. Tales ejes son:

1.5.1. Estados prioritarios.

A partir de la identificación de los 5 principales Distritos de Entrada de las importaciones para cada uno de los 20 sectores en los cuales se agrupan los productos seleccionados, se ha concluido que los principales seis (6) Estados en los que se debe centrar la estrategia son: Nueva York; California; Michigan; Texas; Illinois; Florida

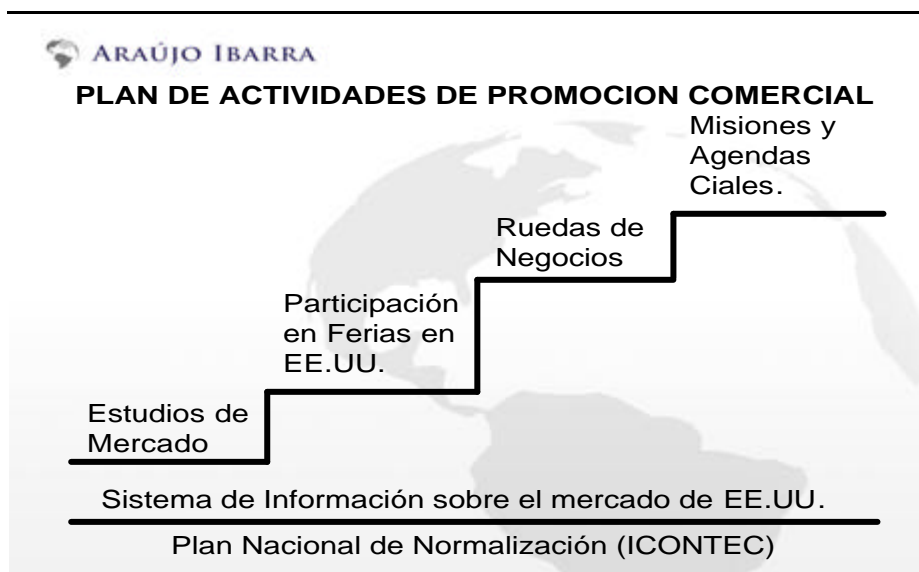
1.5.2. Capacitación empresarial.

Las actividades de capacitación para el empresariado son fundamentales para el éxito del programa, ya que de ellas dependerán en buena medida el grado de aprovechamiento que se pueda obtener de las oportunidades de negocios. Las actividades de capacitación deben contemplar varios niveles, así:



1.5.3. Actividades de promoción comercial.

Este Plan Indicativo de Exportaciones a los Estados Unidos contempla una serie de actividades de promoción comercial que, realizadas de manera progresiva, permitirá lograr el aprovechamiento de las oportunidades detectadas en este estudio. Son ellas:



1.5.4. Plan de actividades para la promoción de la inversión extranjera.

Las seis (6) actividades principales básicas de la estrategia para la promoción de la inversión extranjera en los sectores prioritarios serían las siguientes:



A partir de los productos/sectores identificados en este estudio, se realizó un análisis para determinar con carácter preliminar o indicativo cuáles sectores tendrían mayor potencial de recibir Inversión Extranjera para desarrollar exportaciones hacia el mercado estadounidense. Se seleccionaron aquellos que requieren mayor intensidad del factor tecnológico asociada a la producción de los bienes y que a su vez tienen una alta demanda en las importaciones. El resultado de esta selección se resume así:

Maquinaria y Equipo Eléctrico; Maquinaria y Equipo Mecánico; Metales Comunes y sus Manufacturas; Plástico y Caucho; Equipo para Transporte; Instrumentos de Óptica, Medida, Medicoquirúrgicos y Veterinario, Relojes e Instrumentos Musicales; Químico y Farmacéutico; Madera y sus Manufacturas.

Los ocho (8) sectores seleccionados representan el 61,4% de los 590 productos identificados y alcanzaron importaciones en Estados Unidos por US\$205.588 millones en el 2005, lo cual, representa el 77,8% de las importaciones totales de los 590 productos.

Vale la pena enfatizar que esta selección es solamente indicativa, pues en ningún caso significa que los demás sectores no sean susceptibles de atraer proyectos de inversión extranjera.

Dentro de las estrategias planteadas, tal vez la más importante es la de establecer Alianzas y Joint Ventures con países que no tengan Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos y que por tal motivo, el acceso de sus productos desde Colombia se abarataría si se logran desarrollar tales alianzas con los productores extranjeros, con el fin de emprender en Colombia proyectos para fabricar desde nuestro país tales bienes con el fin de exportarlos a Estados Unidos. En este sentido cinco casos concretos pueden ser: China, Ecuador, Brasil, Venezuela y algunos países de Europa. Para esto, se deben identificar los principales “jugadores” en el mercado en los diferentes sectores/productos prioritarios.

1.5.5. Entidades de apoyo en los Estados y fuentes de información.

En los Estados Unidos existen diferentes tipos de entidades que pueden servir como aliados, apoyo y fuentes de información para el desarrollo de este Plan tanto a nivel nacional como estatal. En este sentido, se identificaron en este trabajo algunas de las más importantes entidades de apoyo, dentro de las siguientes tipos de organismos: Red de World Trade Centres; Red de Cámaras de Comercio; Asociaciones de Importadores; Agencias Estatales para el Desarrollo del Comercio y la Inversión.

1.6. GUIA DE CONSULTA DE NORMAS TECNICAS Y NUEVAS TECNOLOGIA

En el capítulo 7 de este trabajo se suministra una guía de consulta que permite identificar las normas técnicas existentes en el mercado de Estados Unidos y la mejor tecnología aplicable a la producción de los bienes identificados en el presente estudio.

Por el alto contenido técnico y lo complejo del tema se optó por el desarrollo de dos guías de consulta para facilitar al interesado la búsqueda tanto de la norma técnica que debe cumplir el producto así como los avances tecnológicos aplicados a la producción del mismo.

En la **Guía para Consulta de Normas Técnicas** se encuentra la regulación a nivel federal, es decir las normas publicadas en el Federal Register y codificadas en el Código de Regulación Federal; y las entidades reguladoras que establecen estándares sobre las características de un producto o de los procesos y métodos de producción cuya observancia es requisito indispensable para ingresar al mercado de los Estados Unidos,

Para la identificación de la mejor tecnología aplicable, se investigó lo relacionado con patentes, y así mismo las bases de datos donde se puede encontrar información sobre el tema. A través de las patentes se puede conocer información de los avances tecnológicos en el mundo. A su vez las patentes actúan como un control de vigilancia, protegiendo las invenciones que han sido patentadas, sirviendo así para monitorear y saber hacia donde se mueve el mundo con la tecnología.

La guía para una consulta de norma técnica incluye un análisis de cada una de las siguientes páginas Web:

- APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) - Servicio de inspección para la salubridad de animales y plantas
- FSIS (Food Service and Inspection Service) - Servicio para la inspección del los alimentos
- EPA (Environmental Protection Agency) - Agencia para la protección del medio ambiente
- FDA (Food and Drug Administration) - Administración para drogas y alimentos

- CPSC (Consumer Product Safety Commission) - Comisión para la protección del consumidor
- ANSI (American National Standards Institute) - Instituto Nacional de Estándares Americanos
- ASTM International (American Society for Testing and Materials) –
- NIST (National Institute for Standards and Technology) - Instituto nacional de tecnología y estándares
- ISO (International Organization for Standardization) - Organización Internacional para la Estandarización
- AIA/NAS (Aerospace Industries Association/National Space Standards) - Asociación de Industrias Aeroespaciales y Estándares Nacionales del Espacio
- FMVSS (Federal Motor Vehicle Safety Standards and Regulations) - Estándares y Regulaciones Federales de Seguridad del Vehículo de Motor
- NEMA (National Electrical Manufacturers Association) - Asociación nacional de eléctricos manufactureros
- IEC (International Electrotechnical Commission) - Comisión internacional de electrotécnica
- IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers) - Instituto de ingenieros electrónicos
- ICEA (Insulated Cable Engineers Association) - Asociación de sistema de cables
- IPC (Association Connecting Electronics Industries) - Asociación de industrias agrupadoras
- ISA (The Instrumentation, Systems and Automation Society) - Sociedad de Sistemas de automatización e instrumentos
- TIA (Telecommunications Industry Association) - Asociación de industrias de telecomunicaciones
- AATCC (American Association of Textile Chemists and Colorists) - Asociación Americana de Colores y Químicos de Textil
- API (American Petroleum Institute) - Instituto de Petróleo Americano

- EPA (Environmental Protection Agency) - Agencia para la protección del medio ambiente
- AA (Aluminum Association) - Asociación de Aluminio
- HHS (Health and Human Services) - Departamento de salud y servicios humano
- EIA (Environmental Industry Association) - Asociación industrial del medio ambiente
- CDRH (Center for Devices and Radiological Health) - Centro para aparatos relacionados con la salud
- USDA (United States Department of Agriculture) - Departamento de agricultura de los Estados Unidos.
- ASME (American Society of Mechanical Engineers) - Sociedad Americana de ingenieros mecánicos

Para la identificación de la mejor tecnología aplicable este trabajo presenta una **Guía de Consulta de Patentes**, y una reseña sobre las bases de datos donde se puede encontrar tal información.

A través de las patentes se puede conocer información de los avances tecnológicos en el mundo. A su vez las patentes actúan como un control de vigilancia, protegiendo las invenciones que han sido patentadas y sirven para monitorear y saber hacia donde se mueve el mundo con la tecnología. En la patente están plasmadas las características técnicas de una invención, los elementos que la componen y su relación.

La guía incluye instrucciones muy claras sobre como clasificar internacionalmente un producto a patentar teniendo en cuenta la Clasificación Internacional de Patentes. Se suministran detalladas instrucciones para la búsqueda de la patente en las siguientes paginas Web:

- El Banco de Patentes de La Superintendencia de Industria y Comercio
- La Oficina Europea de Patentes (European Patent Office)
- Oficina Española de Patentes y Marcas
- Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (United States Patent and Trademark)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

1.7. METODOLOGÍA

La selección de los 590 productos se hizo de acuerdo con la siguiente metodología:

Se preseleccionaron 1502 productos, según el potencial de demanda en el mercado de los Estados Unidos, teniendo en cuenta cuatro criterios: el valor de las Importaciones de EE.UU en 2005; el crecimiento promedio anual de las importaciones de EE.UU por producto; la existencia de proveedores de países con nivel de desarrollo similar a Colombia; y el criterio de que del producto en cuestión no se registrasen exportaciones de Colombia por valores superiores a US\$500.000 (para cumplir con la directriz de que los productos seleccionados sean NUEVOS)

Cada uno de los 1502 productos preseleccionados se calificó según los siguientes criterios de oferta y demanda

Cuadro 1-18 Criterios de Calificación e Importancia Relativa de Cada Uno de Ellos, para Seleccionar los 590 Productos de Mayor Potencial, según Criterios de Oferta y Demanda		
Criterios de demanda		60%
Valor de las importaciones	18%	
Dinamismo	18%	
Proveedores de países en desarrollo.	12%	
Arancel	12%	
Criterios de oferta:		40%
Oferta exportable actual o potencial	12%	
Producción actual – Encuesta manuf	4%	
Producción actual – Reg. Prod. Nal.	4%	
Opinión gremios y entidades	12%	
Estudios regionales	8%	

Como puede verse, se asignó un peso del 60% a los factores de demanda y un peso de 40% a los factores de oferta. Los factores de demanda son aquellos tenidos en cuenta para la escogencia de los 1512 productos.

Sobre la base de la calificación final, se seleccionaron 590 productos, a partir de la lista de los 1502 preseleccionados. La composición sectorial de la lista de los 590 productos seleccionados refleja aproximadamente (en algunos casos se hicieron ajustes hacia arriba o hacia abajo) la participación que tiene cada sector en la lista de los preseleccionados;

Esta selección fue revisada y avalada por el Comité Decisorio, que analizó los resultados parciales derivados de este método de calificación final según criterios de OFERTA Y DEMANDA y dio su visto bueno.

ANEXO 1-2
COSTOS DE LOGISTICA DE EXPORTACION A LOS ESTADOS UNIDOS

Anexo 1-2 (A)	
RUBROS PARA CALCULO DE COSTOS LOGISTICOS CONTENEDOR COMPLETO (FCL) o CONTENEDOR CONSOLIDADO (LCL)	
RUBRO	OBSERVACIONES
Contenedor completo	FCL, 20 pies
BAF (Combustible)	Bunker Adjustment Factor: Factor de Ajuste de Combustible. En FCL: es cobrado por cada embarque, independientemente del número de contenedores. En LCL: calculado por Tonelada (Ton) o Metro cúbico (M3). 1M3 = 1 Ton.
Comisión Sociedad Intermediación Aduanera:	Valor Comisión SIA = (Valor EXW mercancía) * (Porcentaje de comisión)
Costo logística / Ton	En embarques FCL: Total Costos logísticos / Peso bruto total (15 tons) En embarques LCL: Total Costos logísticos / Peso bruto total (4 tons)
Costo desconsolidación y manejos	En embarques LCL: Costo cobrado por manejo de carga en puerto de destino y desconsolidación del contenedor.
Flete Internacional	Flete marítimo internacional En embarques FCL: cobrado por contenedor de 20 pies En embarques LCL: cobrado por Tonelada (Ton) o Metro cúbico (M3), el mayor entre los dos. 1M3 = 1Ton.
Gastos de Embarque:	Correos, documentación de exportación, y otros gastos pagados a la SIA
Gastos Portuarios	Pagados a las Sociedades Portuarias Regionales. En embarques FCL: estimados sobre contenedor de 20'. En embarques LCL: calculado por tonelada
H/BL	Bill of Lading. Conocimiento de embarque hijo. Hace parte del costo de transporte internacional.
Manejo carga puerto destino	En embarques FCL: THC (Terminal Handling Charge). Costo fijado por cada naviera. Este costo de manejo de carga en un mismo puerto de destino puede variar según se trate de despachos desde los distintos puertos de embarque (Buenaventura, Cartagena o Barranquilla), por cuanto en cada caso las navieras y los operadores logísticos utilizados pueden ser diferentes
Seguro	Valor Seguro Internacional = (Valor EXW mercancía + transporte terrestre a puerto origen + Flete internacional + BAF + HBL) * (Porcentaje de prima seguro internacional). Valor Mínimo USD 25. Cubre los riesgos de transporte en los trayectos local (en Colombia) e internacional
Total CFR	CFR: Costo Flete (Cost and Freight). No incluye el valor de la mercancía EXW
Total CIF	CIF: Costo Seguro Flete (Cost Insurance Freight). Sumatoria de costos logísticos. No incluye el valor de la mercancía EXW.

Anexo 1-2 (A)	
RUBROS PARA CALCULO DE COSTOS LOGISTICOS CONTENEDOR COMPLETO (FCL) o CONTENEDOR CONSOLIDADO (LCL)	
RUBRO	OBSERVACIONES
Total FOB	FOB: Libre a Bordo (Free on Board). No incluye el valor de la mercancía EXW
Trámites Aduana. Incluye: Transporte terrestre Ciudad - Puerto origen	Comisión Sociedad de Intermediación Aduanera + Gastos de Embarque. En embarques FCL: Para camión hasta 15 Tons; según tarifas año 2005, incrementadas para el 2006 en un 5% En embarques LCL: Calculado por Tonelada (Ton) o Metro cúbico (M3). 1M3 = 400 Kgs, según estándar de Colombia
Valor Mercancía EXW	EXW: En Fábrica (Ex Works). El Valor EXW no se incluirá en la Matriz de Costos Logísticos con el fin de que la misma refleje exclusivamente la cuantía de los costos logísticos, estimados sobre un valor EXW determinado en los parámetros del ejercicio.

Anexo 1-2 (B)		
PARAMETROS PARA CALCULO DE COSTOS LOGISTICOS CONTENEDOR COMPLETO (FCL) y CONTENEDOR CONSOLIDADO (LCL)		
	FCL	LCL
Tipo de embarque	Contenedor completo (20 pies)	Carga consolidada. 1M3=1Ton
Peso Bruto del embarque (Tons)	15	4
Valor EXW mercancía (USD)	35.000	9.333,33
Tipo de cambio - Agosto 22, 2005 (COP/USD)	2.370,49	
Prima seguro internacional	0,70%	
Gastos embarque (USD)	95,00	
Comisión SIA (Sociedad Intermediación Aduanera)	0,4%	
Gastos portuarios (FCL: USD/embarque) (LCL: USD/Ton)	280	4,50

Anexo 1-2 (C.)	
DISTANCIA ECONÓMICA ENTRE CIUDADES COLOMBIANAS Y UN PUERTO DEL CARIBE: (Valor del Flete Interno, en USD/Contenedor 20', 15 Tons)	
Ciudad de origen	Puerto en el Caribe
	USD/Conten
Armenia	627
B/manga	444
B/ventura	814
Barranquilla	108
Bogotá	464

Anexo 1-2 (C.) DISTANCIA ECONÓMICA ENTRE CIUDADES COLOMBIANAS Y UN PUERTO DEL CARIBE: (Valor del Flete Interno, en USD/Contenedor 20', 15 Tons)	
Ciudad de origen	Puerto en el Caribe
Cali	703
Cartagena	93
Cúcuta	484
Duitama	490
Ibagué	581
Ipiales	1.023
Manizales	597
Medellín	406
Neiva	710
Pasto	929
Pereira	608
Santa Marta	203
Villavicencio	594

Fuente: Cálculos basados en tabla de fletes de la Resolución 888/2006, para un contenedor de 20 pies, 15 toneladas. Tasa de cambio: Agosto 21, 2006

Anexo 1-2 (D) DISTANCIA ECONÓMICA ENTRE CIUDADES COLOMBIANAS Y UN PUERTO DEL PACÍFICO: (Valor del Flete Interno, en USD/Contenedor 20', 15 Tons)	
Ciudad de origen	B/ventura
	USD/Conten
Armenia	285
B/manga	653
B/ventura	0
Barranquilla	799
Bogotá	413
Cali	239
Cartagena	847
Cúcuta	710
Duitama	529
Ibagué	352
Ipiales	525
Manizales	313
Medellín	387
Neiva	440
Pasto	467
Pereira	296
Santa Marta	793
Villavicencio	452

Fuente: Cálculos basados en tabla de fletes de la Resolución 888/2006, para un contenedor de 20

Anexo 1-2 (D) DISTANCIA ECONÓMICA ENTRE CIUDADES COLOMBIANAS Y UN PUERTO DEL PACÍFICO: (Valor del Flete Interno, en USD/Contenedor 20', 15 Tons)	
Ciudad de origen	B/ventura

pies, 15 toneladas. Tasa de cambio: Agosto 21,2006

Anexo 1-2 (E.) DISTANCIA GEOGRAFICA Y TIEMPO DE RECORRIDO ENTRE LAS CIUDADES COLOMBIANAS Y LOS PUERTOS DEL PACIFICO (Distancia en kilómetros)		
Ciudad de origen	B/ventura	
	Distancia (kms)	Tiempo (hrs)
B/ventura	0	0,0
Cali	165	6,1
Armenia	245	9,0
Pereira	266	10,0
Manizales	311	12,2
Medellín	438	22,0
Bogotá	504	20,4
B/manga	849	31,0
Cúcuta	1.044	41,1
Cartagena	1.130	41,2
Barranquilla	1.247	47,7
Santa Marta	1.338	44,3

Fuente: Ministerio de Transporte. Tomado de: www.proexport.com.co

Anexo 1-2 (F) DISTANCIA GEOGRAFICA Y TIEMPO DE RECORRIDO ENTRE LAS CIUDADES COLOMBIANAS Y LOS PUERTOS DEL CARIBE (Distancia en kilómetros)		
Ciudad de origen	Puerto del Caribe*	
	Distancia (kms)	Tiempo (hrs)
Barranquilla	59	1,2
Cartagena	59	1,5
Santa Marta	150	3,8
B/manga	634	20,3
Medellín	688	27,1
Cúcuta	829	25,8
Manizales	878	39,9
Pereira	923	36,1
Armenia	956	37,6

Anexo 1-2 (F) DISTANCIA GEOGRAFICA Y TIEMPO DE RECORRIDO ENTRE LAS CIUDADES COLOMBIANAS Y LOS PUERTOS DEL CARIBE (Distancia en kilómetros)		
Ciudad de origen	Puerto del Caribe*	
Bogotá	1.067	32,4
Cali	1.106	41,8
B/ventura	1.189	44,5

Fuente: Ministerio de Transporte. Tomado de: www.proexport.com.co

(*) Promedio a dos puertos del Caribe

Anexo 1-2 (G) TRAMITES DE EXPORTACION - CONTENEDOR COMPLETO (FCL 20` , 15 TONS)	
Rubro de costo	USD / Embarque
Trámites Aduana (USD/embarque)	235
Gastos Portuarios (USD/embarque)	280
Subtotal Costo trámites exportación (USD / embarque)	515

Anexo 1-2 (H) TRANSPORTE MARITIMO INTERNACIONAL CONTENEDOR COMPLETO (FCL 20` , 15 TONS)		
Destino:	Desde Puerto del Caribe (*)	Desde B/ventura
Miami	1.617	2.448
New Cork	1.799	2.473
Los Angeles	2.730	2.081
b) Promedio de dos puertos en el Caribe		