

**ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL ACUERDO COMERCIAL ENTRE COLOMBIA
Y ESTADOS UNIDOS EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS
VALLECAUCANAS DE LOS SECTORES TEXTIL Y CALZADO.**

**CARLOS ANDRÉS GARCÉS SÁNCHEZ.
CLAUDIA MARCELA HINCAPIÉ TORRES.**

PROYECTO DE GRADO II.

**PROFESOR:
RAFAEL ANTONIO MUÑOZ AGUILAR**

**UNIVERSIDAD ICESI.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
PROGRAMA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.
CALI, NOVIEMBRE DE 2012.**

CONTENIDO

RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN.....	4
OBJETIVOS.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
JUSTIFICACIÓN.....	10
METODOLOGÍA.....	11
MARCO TEÓRICO.....	12
IMPLICACIONES PARA LOS NEGOCIOS.....	14
CARACTERIZACION DE LAS PARTES.....	17
TRANSPORTE DE MERCANCIAS ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS	32
VALLE DEL CAUCA.....	40
ANÁLISIS DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES DE LOS SECTORES TEXTIL Y CALZADO DESDE VALLE DEL CAUCA - COLOMBIA HACIA ESTADOS UNIDOS.....	50
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	68

RESUMEN

Con el desarrollo de este proyecto de investigación, se busca realizar un análisis de la relación comercial entre las empresas exportadoras Vallecaucanas de los sectores textil y calzado con los Estados Unidos, con el objetivo de determinar cuáles son las oportunidades y amenazas para las empresas con gran potencial exportador hacia el mercado estadounidense y el grado de internacionalización que éstas han alcanzado dado el tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos; centrándonos especialmente en las pequeñas y medianas empresas (*pymes*), las cuales representan la mayor participación en los sectores económicos ya mencionados.

PALABRAS CLAVES: Tratado de Libre Comercio, Colombia, Estados Unidos, Textil, Calzado, Exportaciones, Internacionalización, Balanza comercial, Pymes.

INTRODUCCIÓN

Los acuerdos de integración económica son desde la perspectiva de la economía internacional una vía de progreso hacia la consolidación del libre comercio entre las relaciones de intercambio de los países que conforman las partes del tratado. Las bondades de un tratado de libre comercio van más allá de la desaparición de barreras arancelarias en las relaciones de intercambio de las partes, pues impactan las diversas industrias de las partes no sólo brindándoles la posibilidad de ingresar a mercados extranjeros sino que también les exige aumentar su competitividad frente a la inminente entrada de empresas extranjeras lo cual puede derivar en una evolución de las empresas locales en cuanto a infraestructura y productividad a fin de ser más competitivas en este nuevo escenario.

El presente proyecto se concentra en cómo el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos afectará a los sectores calzado y textil del Valle del Cauca, acercando el análisis en un primer momento a cómo se encuentra este sector actualmente en términos de competitividad a nivel país y luego concentrándose en el desempeño solo de las empresas de este sector ubicadas en el Valle del Cauca, evaluando desde la información obtenida en la base de datos del Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior (Zeiky), cómo se encuentran las empresas de estos sectores en el Valle del Cauca en cuanto a participación de su nivel de exportación FOB en dólares hacia los Estados Unidos dentro del rubro total de exportaciones a nivel nacional con el fin de evaluar si las empresas vallecaucanas de estos sectores poseen un papel relevante dentro de la industria nacional.

Así mismo se evaluará por Estados qué oportunidades de negocio poseen las empresas vallecaucanas del sector textil y calzado en Estados Unidos, especificando en cada caso los tipos de productos textiles y de cuero que son más demandados en cada Estado analizado. Con base al análisis anteriormente presentado se arrojará un diagnóstico del panorama que enfrentarán las empresas vallecaucanas de estos sectores frente a la inminente entrada de competencia extranjera, señalando los aspectos que requieren fortalecimientos y las maneras en que la política económica del estado puede ayudarlos en el alcance de estos fortalecimientos.

Colombia en términos de economía internacional presenta ventajas comparativas en las industrias intensivas en mano de obra como el textil y el calzado debido a los bajos salarios, pero ante la inminente firma del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos este aspecto se ha visto con ojos críticos puesto que en muchas ocasiones los bajos salarios son solo una muestra de una problemática mayor como lo es las precarias condiciones laborales de estos sectores y que fueron fuertemente señalados por el Congreso estadounidense durante gran parte de las rondas de negociación como un factor que inviabilizaba la firma del Tratado.

Esto ha conllevado a que Colombia realice un serio trabajo en lo respectivo a reformas internas con el fin de mejorar este aspecto y que resulta crucial a la hora de ubicar estos sectores de la economía colombiana bajo los estándares internacionales en materia de seguridad laboral y en un largo plazo en materia de competitividad.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Evaluar el impacto del Tratado de Libre Comercio firmado por Colombia y Estados Unidos en las empresas exportadoras vallecaucanas del sector textil y calzado.

Objetivos específicos

- Identificar las empresas exportadoras del departamento del Valle del Cauca (ya sean pequeñas, medianas o grandes) del sector textil y calzado; y sus relaciones comerciales actuales con Estados Unidos.
- Analizar el alcance del TLC entre Colombia y Estados Unidos en materia de reducciones arancelarias y el impacto que esto ocasionaría sobre las industrias de textil y calzado, en términos de competitividad.
- Determinar si las empresas Vallecaucanas se encuentran en capacidad de aprovechar las oportunidades que el Tratado de Libre Comercio brinda para ellas, evaluando así, si este acuerdo de integración económica las favorece o perjudica en términos generales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, Estados Unidos no es solo el principal y más diversificado socio comercial de Colombia, sino de todos los países que comercian a nivel mundial. Estados Unidos con una población de más de 310 millones de habitantes y un producto interno bruto superior a los 14,6 billones de dólares y un PIB per cápita de 47.400 dólares; según datos de la CIA (*Central Intelligence Agency*) de 2010, constituye un mercado atractivo para los empresarios puesto que sus productos son colocados en condiciones preferenciales permanentes, en el mercado más amplio del mundo.

El comercio entre Colombia y Estados Unidos se caracteriza por ser muy dinámico, según datos de abril de 2012 de Proexport¹, aproximadamente el 42% de las exportaciones nacionales netas tienen destino a los Estados Unidos, pues entre el año 2009 y 2011 Colombia exportó hacia los Estados Unidos principalmente: los aceites crudos de petróleo o de material bituminoso, el cual es el producto más exportado por Colombia a Estados Unidos, ya que concentra el 62% de las ventas internacionales con este destino, lo que representa US\$13.406 millones. Le sigue en segundo lugar oro, incluido el oro platinado, en bruto, semilabrado o en polvo: Para uso no monetario: las demás formas en bruto por US\$1.852 millones y con un 9% de participación; en tercer lugar se encuentran los aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos, con una participación de 6% y US\$1.290 millones. Otros productos incluidos entre los diez principales son café, flores y banano.

Sin embargo los altos aranceles del país del norte representaron en 2010 aproximadamente U\$ 9 millones de egresos para los exportadores colombianos, a pesar de estar gozando de los beneficios arancelarios que brindaba la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga o *Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act* (ATPDEA por sus siglas en inglés), aunque con la expiración de esta ley (29 de febrero de 2008), esta cifra llegó a elevarse a U\$ 125 millones². Dada esta situación, la alternativa de crear un acuerdo comercial con Estados Unidos, permite la desgravación total y continua de los productos exportados a ese país.

Asimismo, según informes de la CIA (*Central Intelligence Agency*), esta desgravación beneficiará la adquisición de capital por parte de las empresas, principalmente maquinaria y equipo importado de Estados Unidos, debido a la eliminación automática de gran cantidad de aranceles. Este hecho, tendrá como consecuencia un aumento de la competitividad de la industria colombiana, más específicamente la vallecaucana, debido al mejoramiento de capital y reducción de costos por importación de equipos productivos.

¹ PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].

<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012]

² UNIVERSIDAD ICESI. Socios Comerciales de Colombia. [en línea] <<http://www.icesi.edu.co/blogs/paises/>> [citado en marzo de 2012].

Adicionalmente, la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, además de oportunidades para el país, ha despertado diferentes tipos de posiciones en donde la mayor preocupación recae sobre temas como la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas dentro de un entorno más competitivo y las consecuencias que esto puede generar sobre el aumento en el desempleo y la pérdida de viabilidad en las operaciones de estas empresas.

Actualmente, según datos de Proexport, el Valle del Cauca cuenta con 820 empresas que tienen experiencia exportadora en los sectores de agroindustria, manufactura, prendas de vestir y servicios, sin embargo, de esta cifra sólo el 32% (263) están exportando a los Estados Unidos³. Esto muestra el potencial que tiene la región para crecer y fortalecer su experiencia exportadora.

Específicamente, según informes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Proexport, la industria textil y confecciones en Colombia cuenta con más de 100 años de experiencia y una cadena de producción consolidada y experimentada. El sector representa el 8% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional, constituye más del 5% del total de exportaciones del país, lo que lo convierte en el sector de exportaciones no tradicionales más importantes.

La aprobación de Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos representa una oportunidad de negocio para los sectores textil y de calzado, que los llevará a un crecimiento y un potencial de desarrollo para todos los productos de la cadena.

En Colombia, se evidencia una tendencia creciente a importar productos de textiles y fibras de algodón para abastecer la demanda interna de los confeccionistas colombianos, esto demuestra la oportunidad que existe en Colombia para invertir en la producción de dichas fibras. De acuerdo con las oportunidades identificadas por la entidad, el Valle del Cauca tiene potencial con productos tales como: jeanswear, sostenes, calzoncillos, fajas, vestidos de baño, calzado, comunicación gráfica, servicios, software, ingeniería y servicios de construcción, cosméticos, entre otros⁴.

En materia de productos que marcan tendencias como los jeanswear los empresarios pueden explorar la Costa Oeste de los Estados Unidos, como California, Nevada, Arizona, pero también Nueva York. En accesorios en cuero están Nevada y California, entre los mercados con grandes posibilidades.

Este proyecto, buscará entonces analizar el impacto del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en las empresas exportadoras vallecaucanas, más específicamente en el sector textil y calzado, así como el desempeño de estas en la economía regional y nacional, una vez se ponga en marcha el acuerdo.

³Así se preparan Pymes del sector calzado para exportar a Estados Unidos. En: Periódico El País, Cali (27 de abril de 2012); Sección Valle.

⁴Ibid.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cumplen las empresas exportadoras vallecaucanas del sector calzado y confección con los requisitos y capacidades necesarios para enfrentar este nuevo reto en términos de competitividad y productividad?

JUSTIFICACIÓN

Mediante la elaboración de este proyecto de investigación se tiene como objetivo principal la identificación de oportunidades y amenazas para las empresas exportadoras vallecaucanas pertenecientes al sector textil y de calzado, que se derivan del Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos. De esta manera, al final del proyecto, se pretende señalar de manera específica las fortalezas y debilidades que presentan estos sectores económicos provenientes del acuerdo comercial ya mencionado, ampliando el grado de comprensión que se tiene sobre la naturaleza del comercio exterior vallecaucano y el potencial que poseen estos dos sectores económicos.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo de investigación, en primer lugar se caracterizaron las partes involucradas en este acuerdo, así como también se realizó un breve recuento histórico acerca del comportamiento del comercio internacional de ambos países. Asimismo, se desarrolló el marco teórico para apoyar este proyecto y para comprender los conceptos más importantes involucrados en el mismo.

En segundo lugar, fueron consideradas las variables macroeconómicas más relevantes de la economía colombiana, como también datos estadísticos que permitan describir de manera precisa el comportamiento de las relaciones comerciales con Estados Unidos de los sectores textil y calzado, a lo largo de la historia.

Finalmente, los autores del proyecto elaboran una serie de conclusiones derivadas de los objetivos previamente establecidos, con el propósito de resumir los resultados más importantes de la investigación, reconociendo así las implicaciones en términos comerciales del acuerdo, en las industrias textilera y de calzado.

MARCO TEÓRICO

Integración Económica

El comercio exterior es para las naciones una vía de potencial desarrollo en donde se dinamiza la economía por medio del intercambio con otras naciones siendo la sociedad en general la que se beneficia de estos acuerdos y dado que cualquier productor que considere ventajosa la incursión en los mercados extranjeros citados en los acuerdos de integración económica puede participar activamente de ella, se tiene que una de las principales ventajas de la integración económica es que son los individuos quienes libremente después de haber evaluado los alcances del acuerdo de integración económica, el tipo de producto y la manera en que mejores oportunidades de prosperar tendrán y no se encuentran limitados por el rol que el Estado decida imponerles como actores en este tipo de acuerdo, sin embargo, el Estado siempre velará por el cumplimiento de las reglas de juego que regulan el comercio internacional y que han sido legisladas con anterioridad.

Es así como la integración económica también implica la participación de la política ante lo cual se puede afirmar que la inclinación política de un gobierno influirá enormemente sobre el grado de apertura de su economía así como el tipo de acuerdos de integración económica a los que se suscriba y el tipo de naciones extranjeras con las cuales las suscriba.

De esta manera, a la hora de abordarse el tema de integración económica, no debe sesgarse este concepto en los Tratados de Libre Comercio como su única expresión; sino que debe tenerse en cuenta que al existir diferentes grados de apertura económica como también de integración política, se tiene que los acuerdos de integración económica poseerán diferentes tipos de naturaleza según el grado de integración tanto económica como legislativa que comprendan.

Niveles de integración económica

Los niveles de integración económica se dividen en diferentes etapas según el grado de integración tanto económica como política de las cláusulas que comprenden, de los menos a los más integrados, estos niveles son: el área de libre comercio, la unión aduanera, el mercado común, la unión económica y, finalmente, la unión política absoluta.

Área de libre comercio

En un área de libre comercio, todas las barreras para el comercio de bienes y servicios entre los países miembro se eliminan. En un área de libre comercio teóricamente ideal, ningún arancel, cuota, subsidio o impedimento administrativo discriminatorio puede contaminar el comercio entre los miembros. Sin embargo, cada país puede determinar sus propias políticas comerciales, en relación con aquellos países que no pertenecen al área de libre comercio. De esta manera, por ejemplo, los aranceles establecidos a los

productos de los países no pertenecientes pueden variar de acuerdo con el país miembro que los impone.

Unión aduanera

La unión aduanera representa un paso más allá en el camino hacia la completa integración económica y política, ya que elimina las barreras comerciales entre los países pertenecientes y adopta una política comercial externa común. Para establecer esta política se requiere una importante maquinaria administrativa para vigilar las relaciones comerciales con los países no pertenecientes a la unión. La mayoría de los países que participan en una unión aduanera a la larga desean una integración económica mayor.

Mercado común

Como una unión aduanera, el mercado común teóricamente ideal no presenta barreras comerciales entre los países pertenecientes y posee una política comercial externa común. A diferencia de la unión aduanera, el mercado común también permite la libertad de movimiento de los factores de producción entre los miembros. La mano de obra y el capital pueden desplazarse libremente porque no existen restricciones sobre inmigración, emigración o flujos transfronterizos de capital entre los países pertenecientes. La UE actualmente es un mercado común, aunque su objetivo es la unión económica absoluta.

Unión económica

Una unión económica trae consigo la integración y cooperación económicas incluso más estrechas que las relativas al mercado común. Como el mercado común, una unión económica implica el libre flujo de productos y factores de producción entre los países pertenecientes, así como la adopción de una política comercial externa común. A diferencia del mercado común, la unión económica absoluta también requiere una moneda común, la coordinación de las tasas tributarias de los países pertenecientes y una política monetaria y fiscal comunes. Un grado tan elevado de integración requiere el acoplamiento de la burocracia y el sacrificio de cantidades significativas de soberanía nacional en favor de esa burocracia.

Unión política

El desplazamiento hacia la unión económica suscita la cuestión sobre la manera de crear una burocracia cuya función sea coordinar y a la que los ciudadanos de la nación miembro puedan responsabilizar. La respuesta consiste en la unión política.

IMPLICACIONES PARA LOS NEGOCIOS

Actualmente, los desarrollos más significativos en la integración económica regional ocurren en los grupos de la UE, el TLC y el MERCOSUR. Aunque algunos de los demás bloques comerciales latinoamericanos y la APEC puedan tener una mayor importancia económica en el futuro, en este momento la UE, el TLC y el MERCOSUR tienen implicaciones más profundas e inmediatas para la práctica de los negocios. En conformidad, en esta sección se abordarán las implicaciones para los negocios derivadas de estos tres grupos. Conclusiones similares, sin embargo, podrían sacarse en relación con la creación de un mercado único en cualquier parte del mundo.

Oportunidades

La creación de un mercado único ofrece oportunidades significativas para que se abran los mercados antes protegidos por la competencia extranjera. Por ejemplo, en Europa, antes de 1992, los grandes mercados de Francia e Italia se encontraban entre los más protegidos. Estos mercados ahora están mucho más abiertos a la competencia extranjera en la forma tanto de exportación como de inversión directa. No obstante, la amenaza de la "fortaleza europea" sugiere que para explotar al máximo tales oportunidades, las compañías de países no pertenecientes a la UE deberán establecer compañías subsidiarias en este lugar. Muchas firmas estadounidenses importantes han tenido durante largo tiempo subsidiarias en Europa. Aquellos países que no cuenten con subsidiarias en Europa deberían considerar su establecimiento ahora si no quieren correr el riesgo de no poder entrar a la UE debido a la obstrucción de las barreras no arancelarias. De hecho, las firmas de países no pertenecientes a la UE incrementaron su inversión directa dentro de ella, al anticiparse a la creación de un mercado único. Entre 1985 y 1989, por ejemplo, aproximadamente 37 por ciento de los flujos internos de IED hacia los países industrializados fue dirigido a la CEC. Para 1991, esta cifra se había elevado a 66 por ciento.

Oportunidades adicionales surgen a partir de los costos menores inherentes a la negociación en un mercado único en contraste con los 15 mercados nacionales, en el caso de la UE, o los tres mercados nacionales, en el caso del TLC. El libre movimiento de bienes a través de las fronteras, la armonización de estándares de productos y los regímenes fiscales simplificados, hacen posible que las empresas establecidas en los países de la UE y el TLC, puedan llevar a cabo economías de costos potencialmente enormes; al centralizar su producción en aquellas ubicaciones de la UE y el TLC, en las que la mezcla de costos de factores y de las habilidades sea óptima. En lugar de producir una mercancía en cada uno de los 15 países de la UE o en los 3 países del TLC, una firma puede abastecer a todo el mercado de la UE o al mercado estadounidense desde una sola ubicación. Este sitio debe escogerse cuidadosamente, puesta la mirada en los costos y las habilidades locales.

Por ejemplo, en respuesta a los cambios creados por la UE después de 1992,

la compañía 3M, con sede en Minneapolis, ha ido consolidando sus plantas de producción y distribución en Europa, para sacar ventaja de las economías de escala. Por lo tanto, una fábrica de 3M en el Reino Unido ahora produce su mercancía de impresión y una fábrica en Alemania, sus materiales de control de tráfico, para toda la UE. En cada caso, 3M escogió una ubicación para la producción centralizada, después de considerar cuidadosamente los costos probables de producción en sitios clave dentro de la UE. El objetivo final de 3M consiste en repartir, con todas las distinciones nacionales, investigación y desarrollo, fabricación, distribución y comercialización para cada producto, desde una oficina principal en la UE. De manera similar, Unilever, una de las mayores compañías europeas, empezó a racionalizar su producción antes de 1992 para lograr economías de escala. Unilever concentró su producción en detergente para lavar trastes en una fábrica, jabón de tocador en otra y así sucesivamente.

Incluso después de la eliminación de barreras comerciales y de inversión, las diferencias persistentes en la cultura y las prácticas competitivas con frecuencia limitan la habilidad de las compañías para establecer economías de costos mediante la centralización de la producción en sitios clave y la producción de mercancías normalizadas para un único mercado multinacional. Considérese el caso de Atag Holdings NV, un fabricante holandés de utensilios de cocina cuyo caso se perfila en el Enfoque administrativo de este capítulo. Debido a las diferencias persistentes entre naciones dentro del mercado único de la UE, Atag todavía tiene que producir varias "marcas nacionales", que claramente limitan la capacidad de la compañía para lograr economías de escala.

Amenazas

De la misma manera en que el surgimiento de mercados únicos en la UE y en América crea oportunidades para los negocios, también presenta muchas amenazas. Por una parte, el ambiente empresarial dentro de cada agrupación se volverá más competitivo. La reducción de barreras comerciales e inversión entre los países probablemente conduzca a una mayor competencia de precios en los países pertenecientes a la UE, el TLC y el MERCOSUR. Por ejemplo, antes de 1992, un Golf Volkswagen costaba 55 por ciento más en Reino Unido que en Dinamarca y 29 por ciento más en Irlanda que en Grecia. Tales índices diferenciales de precios se desvanecerán en un mercado único. Esto es una amenaza directa para cualquier firma que planea negociar en los países de la UE, el TLC o el MERCOSUR. Para sobrevivir en el duro ambiente del mercado único, las compañías deben aprovechar las oportunidades ofrecidas por la creación de un mercado único, para racionalizar su producción y reducir sus costos. De otra manera, se encontrarán en una grave desventaja.

Una amenaza adicional a las firmas que se encuentran fuera de estos bloques comerciales surge de la probable mejoría a largo plazo en la posición competitiva de muchas firmas dentro de las áreas. Esto es particularmente relevante en la UE, en donde muchas firmas actualmente se encuentran limitadas por una estructura costosa en su capacidad de competir global mente

con las firmas estadounidenses y asiáticas. La creación de un mercado único y la competencia creciente resultante en la UE empieza a producir serios intentos, por parte de muchas firmas de la UE, por reducir su estructura de costos mediante la racionalización de la producción. Esto podría transformar a muchas compañías de la UE en competidores globales eficientes. El mensaje para las empresas que no pertenecen a la UE consiste en la necesidad de prepararse para el surgimiento de competidores europeos más capaces, gracias a la reducción de sus propias estructuras de costos.

Una amenaza final para las firmas externas a las áreas de comercio consiste en la imposibilidad de entrar en el mercado único, debido a la creación de una "Fortaleza Comercial". La UE con frecuencia es blanco de acusaciones por la mentalidad de fortaleza a la que podría conducir la integración económica regional. Como se observó con anterioridad en este capítulo, aunque la filosofía de libre comercio que apuntala teóricamente a la UE está en contra de la creación de una "fortaleza" en Europa, existen signos sobre el posible levantamiento, por parte de la UE, de barreras de importación e inversión en ciertas áreas "políticamente sensibles", como la de los autos. Por lo tanto, las firmas que no pertenecen a la UE harían bien en establecer sus propias operaciones europeas lo más rápidamente posible. Esto también podría ocurrir en los países del TLC, aunque parece menos probable.

CARACTERIZACIÓN DE LAS PARTES

Colombia

Ficha Comercial del mercado⁵

<p>Datos de Colombia</p> <p>Capital Bogotá D.C</p> <p>Idioma Español (oficial). Hay aproximadamente unas 65 lenguas indígenas y 2 lenguas criollas que aún se conservan, entre las que sobresalen el idioma wayúu, el paez, el misak y el emberá. En el archipiélago de San Andrés y Providencia el idioma inglés es hablado por todos los habitantes nativos y es idioma oficial.</p> <p>Población 46 586 823 habitantes</p> <p>Superficie 1 141 748 km²</p> <p>Sistema Político Republica Presidencialista</p> <p>Religión Católica y Cristiana</p> <p>Principales ciudades Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena y Bucaramanga.</p> <p>Moneda Peso Colombiano (COP)</p> <p>Principales Puertos y Terminales Buenaventura, Barranquilla, Cartagena y Santa Marta.</p> <p>Código telefónico +57</p>
<p>Principales Sectores productivos</p> <p>Agricultura Café, caña, algodón, banano, tabaco, oro, esmeraldas, platino, hierro, cobre, sal, ganado.</p> <p>Industria Textil y confección, químicos, cauchos, derivados del petróleo, metalúrgica, cemento y cosméticos.</p> <p>Servicios Software y Tecnologías de la información, Turismo de salud, Servicios tercerizados a distancia y Energía Eléctrica, Bienes y servicios conexos.</p>
<p>Principales productos de Importación Bienes de capital, materia prima para la industria, combustibles, equipo de transporte y bienes de consumo duradero.</p>
<p>Principales socios comerciales Venezuela, Estados Unidos, Corea del Sur, Unión Europea y China.</p>

⁵ PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].
<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012]

Estados Unidos

Datos de Estados Unidos
Capital Washington D.C.
Idioma Inglés (oficial) 82,1%, Español 10,7%, otros 7,2%
Población 313.847.465 habitantes
Superficie 9.826.675 km ²
Sistema político República Federal Constitucional y Presidencialista.
Religión Católica y protestante
Principales ciudades Los Ángeles, Chicago, Nueva York, Houston, Filadelfia, Dallas, Miami, Washington, Atlanta y Detroit.
Moneda Dólar estadounidense (US\$)
Principales puertos y terminales Los Ángeles (CA), Long Beach (CA), New York (NY), Houston (TX), Seattle (WA), Charleston (SC), Puerto Oakland (CA), Baltimore (MD), Tacoma (WA), Norfolk (VA).
Código telefónico +1
Principales sectores productivos
Agricultura Soya, maíz, trigo, fibras de algodón, carne de pollo, carne de cerdo, carne de vacuno, almendras y hojas de tabaco.
Industria Líder en el mundo de alta tecnología innovadora, maquinaria eléctrica y electrónica, productos químicos, maquinaria industrial, alimentos, bebidas, automóviles, petróleo, madera y minería.
Servicios Banca, seguros, enseñanza, investigación, transporte, comercio y turismo.
Principales productos de importación Vehículos y sus partes, productos agrícolas, suministros industriales, bienes de capital (ordenadores, equipos de telecomunicaciones, maquinaria eléctrica), bienes de consumo como ropa, medicinas, muebles y juguetes.
Principales socios comerciales México, Canadá, Japón, Unión Europea y China.

Panorama Político⁶

Compuesto por cincuenta estados y un Distrito Federal⁷, es considerado uno de los países con mayor influencia económica y política en el mundo. Su nombre oficial es Estados Unidos de América, usualmente conocido con las siglas EUA o EE.UU. Es el cuarto país más grande del mundo en superficie, después de Rusia, Canadá y China, y el tercero en población con 313.847.465 habitantes según estimaciones para julio de 2012. Estados Unidos, se caracteriza por tener una gran variedad de áreas geográficas y climáticas. Al norte limita con Canadá y al sur con México. Cuenta con un poco más de 19 mil kilómetros de costa sobre los océanos Pacífico y Atlántico y el Golfo de México. Estados Unidos se caracteriza por altos índices de migración, por esta razón es considerado el país con mayor diversidad cultural y étnica del mundo. El principal grupo étnico es el hispano, que ocupa alrededor del 15,1% del total de la población.

La Constitución Política es el documento legal supremo del país, que estipula que el poder y la autoridad residen formalmente en el pueblo estadounidense. Este país tiene gobiernos federal, estatal y local, este último dividido entre gobiernos de condados (municipios) y localidades.

El Gobierno se divide en tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El poder **Ejecutivo** está conformado por la Presidencia, ocupada actualmente por Barack Obama; la Vicepresidencia ocupada por Joe Biden, el Gabinete; los departamentos federales y agencias gubernamentales. El Presidente es también el Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas y ejerce la máxima autoridad en materia de relaciones exteriores.

El Vicepresidente solo asume funciones presidenciales cuando el Presidente no estuviera en condiciones de ejercerlas.

El poder **Legislativo** está representado por el Congreso, compuesto por Senado y Cámara de Representantes. El Senado cuenta con 100 miembros, dos por cada Estado. La Cámara de Representantes tiene 435 integrantes, elegidos de acuerdo con el número de habitantes de cada estado, aunque cada uno tiene garantizada la elección de por lo menos un representante.

Las atribuciones del Congreso están definidas en la Constitución, entre ellas crear y recaudar impuestos, derechos y aranceles; asegurar la defensa nacional y promover el bienestar general.

El poder **judicial** lo conforman la Corte Suprema, el Tribunal de mayor jerarquía, integrado por nueve miembros (un presidente y ocho miembros asesores); y por los Tribunales Federales

⁶ PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].

<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012]

⁷ Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Vírgenes son territorios asociados

Inferiores: los Tribunales Federales del Circuito de Apelaciones, el Tribunal del Distrito de Columbia, otros once Tribunales de Circuito y más de 90 Juzgados de Distrito.

También existen tribunales para temas especiales, entre los cuales se incluyen el Tribunal de

Reclamaciones, el Tribunal Aduanero; el de apelaciones en materia aduanera y de patentes y el de asuntos militares.

El Presidente de la Corte Suprema ocupa su cargo por cuatro años y no podrá ser reelegido más de dos veces.

Los jueces federales son nombrados por el Presidente con aprobación del Senado y si bien son vitalicios en sus cargos están sujetos a juicio, que debe ser iniciado por el Congreso. Tienen la facultad de interpretar la Constitución, el conjunto de leyes federales, los tratados y reglamentos administrativos federales.

Cabe anotar que el sistema judicial en Estados Unidos es de tipo anglosajón (*common law*) y está basado en los precedentes judiciales. Cada uno de los Estados cuenta con un sistema legal basado en el *Common Law*, con excepción de Luisiana, en donde en algunas esferas rige el Código Civil Francés.

Los 50 Estados tienen una Constitución escrita que no debe contradecir la del país. El gobierno de cada uno de éstos es republicano y está constituido por sus propios poderes: ejecutivo (Gobernador del Estado y su Gabinete), legislativo (Congreso compuesto por la Cámara y Senado, salvo Nebraska que es unicameral) y judicial (Tribunal).

El escenario político en Estados Unidos está liderado por dos partidos políticos, el Republicano y el Demócrata. El primero es más conservador en lo social, su filosofía se orienta a reducir las cargas impositivas y a favorecer a las empresas frente a los sindicatos. Por su parte, el segundo, es considerado como el más liberal y social.

Actualmente el Congreso se encuentra fuertemente dividido por sus opiniones frente a la política pública, lo que está haciendo difíciles las decisiones, para lo que resta de la administración del presidente Obama. La debilidad de la economía se ha convertido en un factor que reduce las posibilidades de reelección del presidente Obama para noviembre de 2012. De acuerdo con los pronósticos del EIU, se espera que sea Mitt Romney, el oponente republicano para las próximas elecciones.

Panorama Económico⁸

La de Estados Unidos es considerada la mayor economía del mundo y una de las más poderosas tecnológicamente hablando. Este país es el importador más grande del planeta y el tercero que más exporta. Su economía es mixta, de carácter capitalista orientada hacia el mercado, en la cual los privados tienen una alta relevancia en las decisiones macroeconómicas y en la que el Estado desempeña un rol secundario.

A mediados de 2008 esta economía atravesó por una dura crisis generada por la recesión mundial, la crisis de las hipotecas sub-prime, la caída de precios de la vivienda y la escasez de crédito.

Durante ese año y hasta mediados del 2009 el PIB se contrajo, haciendo de esta etapa la más profunda y prolongada desde la llamada Gran Depresión.

El 2010 fue un año de repunte para la economía estadounidense, luego de esta crisis. Con un crecimiento de 2,8% y aunque la inversión tuvo un comportamiento más sólido, fueron los gastos de consumo los que siguieron manteniendo una tendencia moderada, impidiendo alcanzar la meta esperada por el gobierno, de 2,9%.

Esta situación, aunada a la intensa turbulencia económica del 2011, no garantizaba resultados óptimos para la economía estadounidense, por lo cual el gobierno tuvo que aumentar su techo de endeudamiento para no poner en riesgo el pago de su deuda. Los impactos a nivel global de la crisis en la zona Euro, así como los rompimientos en el ciclo productivo, derivados del terremoto en Japón, aumentaron la intranquilidad en la economía del país del norte.

Se temía por parte de los especialistas que esta situación llevara a Estados Unidos a presentar un cuadro de recesión, al menos por un par de meses. Sin embargo, las cifras de finales de 2011 muestran un crecimiento de la economía en 1,7%. El consumo creció un 2%, pero lo que más impulsó el crecimiento fue el proceso de reabastecimiento de inventarios por parte de los mayoristas y detallistas. Esto refleja que las compañías estadounidenses se están sintiendo más confiadas con el comportamiento del consumidor y se atreven a tomar nuevos riesgos en cuanto a sus compras.

Para 2012 se espera un crecimiento entre 2% y 2,3%, con expectativas que sea una señal del inicio de la recuperación de la economía de este país. Junto con el aumento del consumo, la reducción del desempleo es la otra variable que sustenta el optimismo de los analistas económicos, ya que pasó de cerrar el año 2010 con una tasa de 9.4% al final de 2011 con 8.5%, la más baja desde que inició la crisis económica en 2008. Esta tendencia continúa para enero de 2012, la tasa de desempleo cayó a 8.3%.

A pesar de este panorama, no se puede ser demasiado optimista, pues en la economía global de hoy en día, dependen los mercados de las inyecciones de liquidez que están haciendo los bancos centrales de las principales economías,

⁸ PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].

<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012].

esta generación de billetes y monedas, puede llevar nuevamente a comportamientos inflacionistas que podrían desestabilizar el sistema financiero mundial.

Comercio Exterior⁹

Balanza comercial

En octubre de 2011, el Congreso de Estados Unidos aprobó tres acuerdos de libre comercio, con Colombia, Panamá y Corea del Sur. Este acto se constituyó en uno de los principales logros del gobierno de Obama y uno de los momentos de trabajo conjunto entre los dos partidos políticos en el Congreso. Aunque estos mercados no son de gran significado por sus tamaños, la aprobación de los tratados sí constituye un mensaje de política económica importante hacia los aliados comerciales de Estados Unidos.

En 2011 la balanza comercial estadounidense fue deficitaria en US\$784.439 millones, con un incremento de US\$93.823 millones frente al déficit de 2010.

Durante el período comprendido entre el 2009 y el 2010, las exportaciones aumentaron en un 20,9%, mientras que las importaciones aumentaron en 22,7%, razón por la cual la balanza comercial registró dicha tendencia, al pasar de -US\$546.634 millones en el 2009 a -US\$690.616 millones en 2010. Durante el 2011 se mantuvo la tendencia de la balanza comercial a ser deficitaria sin embargo, el incremento en las exportaciones de 2010 a 2011 (15,9%), fue más dinámico que el de las importaciones en este mismo año (15,1%).

Tabla 1. Balanza Comercial Estados Unidos

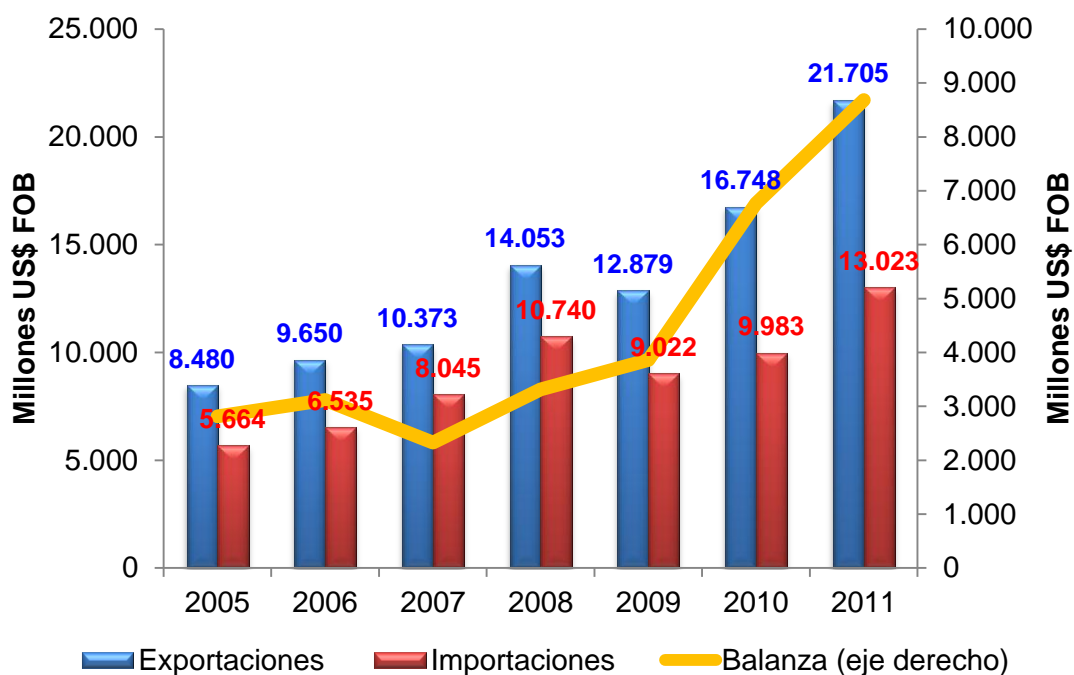
	2009 (USD mill.)	2010 (USD mill.)	2011 (USD mill.)
Exportaciones	1.056.932	1.277.504	1.480.552
Importaciones	1.603.566	1.968.119	2.264.991
Balanza Comercial	-546.634	-690.616	-784.439

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

⁹PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].

<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en mayo de 2012]

Gráfico 1. Balanza comercial Colombia – Estados Unidos (2005-2011)¹⁰



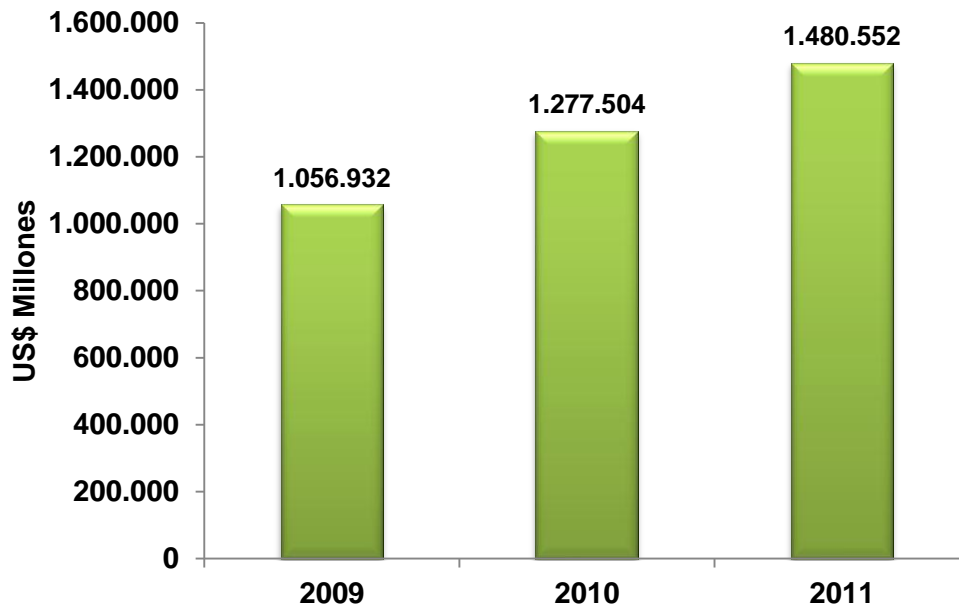
Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

Exportaciones

En el 2011, las exportaciones estadounidenses fueron de US\$1.480.552 millones, frente al año 2009 que registraron un valor de US\$1.056.932 millones. Cabe señalar que las exportaciones han continuado su tendencia creciente desde 2009, lo que se suma a los reflejos de reactivación de la economía para 2012.

¹⁰ PROEXPORT COLOMBIA. Oportunidades para las manufacturas colombianas en el mercado de Estados Unidos y cómo aprovecharlas. [en línea]. <http://www.proexport.com.co/> [citado en mayo de 2012].

Gráfico 2. Exportaciones estadounidenses 2009-2011



Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

Civilian Aircraft, engines, equipment, and parts (Aeronaves civiles, motores, equipos y sus partes) de la posición arancelaria (p.a.8800000000) son los productos más exportados por Estados Unidos, ya que concentran el 5,4% de las ventas internacionales que realiza este país al mundo. Así mismo, el combustible perteneciente a la posición (p.a.2710190910) *Light Fuel Oils Gt=25 Deg Api, Lt=15 Ppm* con un 1,6% de participación, es otro importante producto. Los principales 25 productos exportados por Estados Unidos representan el 25,8% del total exportado por este país al mundo.

Con respecto a los socios de exportación, Canadá es el principal con una participación del 19%, equivalente a US\$280.764 millones, seguido por México, con una participación del 13% equivalente a US\$197.543 millones en el año 2011, en tercer lugar se encuentra China, con US\$103.878 millones.

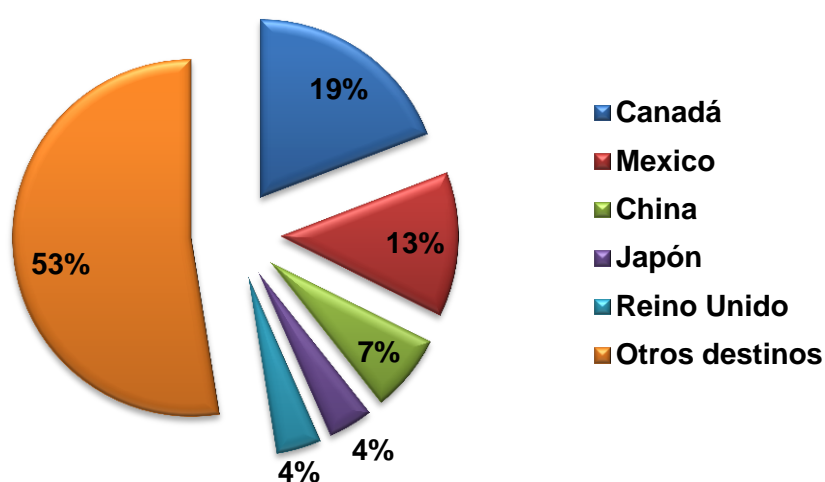
Los quince principales socios de exportación compran el 72% de la oferta exportable estadounidense.

Tabla 2. Países destino de las exportaciones estadounidenses

País	2009	2010	2011	% part. (2011)
	(USD miles)	(USD miles)	(USD miles)	
Canadá	204.728.094	248.194.089	280.764.268	19%
México	128.997.679	163.320.752	197.543.675	13%
China	69.576.048	91.878.264	103.878.555	7%
Japón	51.179.644	60.545.482	66.168.329	4%
Reino Unido	45.713.722	48.496.669	55.963.534	4%
Alemania	43.298.596	48.201.242	49.134.175	3%
República de Corea	28.639.972	38.843.772	43.505.005	3%
Brasil	26.175.324	35.357.377	42.943.394	3%
Países Bajos (Holanda)	32.347.021	34.997.732	42.826.973	3%
Hong Kong (China)	21.118.501	26.569.310	36.512.581	2%
Singapur	22.278.512	29.149.783	31.392.979	2%
Bélgica	21.629.719	25.551.083	29.876.949	2%
Francia	26.522.336	27.010.087	27.844.316	2%
Australia	19.597.481	21.803.320	27.515.748	2%
Taipei Chino	18.432.354	26.027.318	25.898.411	2%
Subtotal	760.235.003	925.946.281	1.061.768.891	72%
Otros destinos	296.696.973	351.557.651	418.783.233	28%
TOTAL	1.056.931.976	1.277.503.932	1.480.552.125	100%

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

Gráfico 3. Exportaciones estadounidenses por país de destino

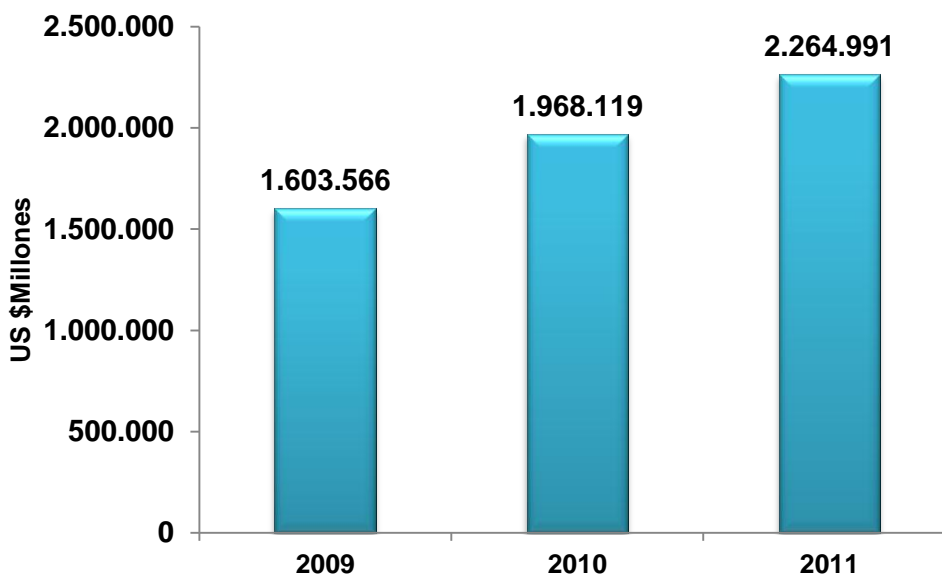


Fuente: Cálculos de los autores con datos de Proexport Colombia. 2011

Importaciones

Del mismo modo que las exportaciones, las importaciones también han venido recuperándose, impulsadas, principalmente por el petróleo y en cuanto a bienes de consumo, principalmente por la motivación de los comerciantes en reabastecer sus inventarios. Esto se reflejó en el paso de US\$1.603.566 millones en 2009, a US\$2.264.991 millones en 2011, con un crecimiento de 18.1%.

Gráfico 4. Importaciones estadounidenses, 2009 - 2011



Fuente: Cálculos de los autores con datos de Proexport Colombia. 2011

El producto que presenta una mayor participación (8,9%) en las importaciones estadounidenses, es el que se ubica en el posición (p.a.2709002090) *Petroleum Oils and Oils obtained from bituminous minerals, testing 25 degrees api or more, crude, Nesoi*, que para el año 2011 fue de US\$200.580 millones, en una segunda posición se encuentran las importaciones de *Petroleum Oils and Oils Obtained from bituminous minerals, testing under 25 degrees api, crude*, de la posición (p.a. 2709001000) con un 6,1% de participación, en el tercer lugar se encuentran los aparatos portátiles digitales específicamente los pertenecientes a la posición (p.a.8471300100) *port dgtl adp mach,< 10 kg,at least cpu,kbrd,dsply* con un 1,9% de participación.

Cabe destacar que existe una baja concentración tanto de las importaciones estadounidenses como de las exportaciones, lo que le permite a este país ampliar y consolidar un grupo cada vez más heterogéneo de socios comerciales, demostrado en las recientes firmas de Tratados de Libre

Comercio. Son nuevos mercados para la expansión de las exportaciones estadounidenses, a la vez que representan opciones de nuevos productos importados a Estados Unidos a precios más competitivos, lo que favorece al consumidor.

En relación con los socios comerciales, China posee una participación del 18%, equivalente a US\$417.354 millones, ubicándolo como principal proveedor, le siguen Canadá, con US\$320.692 millones; México con US\$265.392 millones, Japón con US\$132.442 millones y Alemania con US\$100.408 millones. Los quince principales proveedores de importación aportan el 75% del total importado por Estados Unidos para 2011.

Tabla 3. Principales Países proveedores de las importaciones estadounidenses

País	2009	2010	2011	% part. (2010)
	(USD miles)	(USD miles)	(USD miles)	
China	309.557.904	382.982.676	417.354.135	18%
Canadá	228.375.485	280.387.375	320.692.987	14%
México	178.334.836	231.924.490	265.392.511	12%
Japón	98.401.543	123.556.158	132.442.111	6%
Alemania	72.640.685	84.373.591	100.408.374	4%
República de Corea	40.543.939	50.592.189	58.580.599	3%
Reino Unido	48.315.157	50.663.884	52.156.724	2%
Arabia Saudita	23.243.197	32.651.820	48.760.048	2%
Venezuela	28.785.343	33.381.509	43.862.881	2%
Taipei Chino	29.349.136	37.219.631	42.651.410	2%
Francia	34.615.786	39.195.065	40.718.889	2%
Irlanda	28.187.890	34.024.568	39.356.078	2%
India	22.043.184	30.706.828	37.468.171	2%
Rusia	18.994.109	26.533.841	35.511.306	2%
Italia	27.278.999	29.425.555	35.087.138	2%
Nigeria	19.737.386	31.357.508	34.348.098	2%
Subtotal	1.208.404.578	1.498.976.689	1.704.791.462	75%
Otros	395.161.389	469.142.784	560.199.223	25%
TOTAL	1.603.565.967	1.968.119.473	2.264.990.684	100%

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos- Proexport Colombia. 2011

Relación Colombia – Estados Unidos¹¹

Relación comercial

Para el 2011, la balanza bilateral entre Colombia y Estados Unidos fue superavitaria en US\$8.697 millones, es de resaltar que durante el período (2009 - 2011) la balanza comercial presentó un aumento de 44,9%. Durante el período 2009 - 2011, las importaciones colombianas provenientes de Estados Unidos crecieron 21,1% en promedio, mientras que las exportaciones subieron en un 29,7%.

Por su parte el crecimiento de la balanza comercial entre estos dos países en los años 2010 y 2011 fue superavitario con un valor de US\$1.762 millones, el comportamiento de las exportaciones para estas fechas muestra un aumento del 28,4% y para las importaciones se registra una disminución del 30,5%. Esto refleja la dinámica de la economía colombiana en el segundo semestre del año, que le imprimió una dinámica positiva al comercio internacional entre los dos países.

Aceites crudos de petróleo o de material bituminoso es el producto más exportado por Colombia a Estados Unidos, ya que concentra el 62% de las ventas internacionales con este destino, lo que representa US\$13.406 millones. Le sigue en segundo lugar oro, incluido el oro platinado, en bruto, semilabrado o en polvo: Para uso no monetario: las demás formas en bruto por US\$1.852 millones y con un 9% de participación; en tercer lugar se encuentran los aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos, con una participación de 6% y US\$1.290 millones. Otros productos incluidos entre los diez principales son café, flores y bananos.

En cuanto a las importaciones en primer lugar se encuentran los aceites pero los pertenecientes a la posición (p.a. 2710192100) con la siguiente descripción: aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparaciones no expresadas ni comprendidas en otra parte, con un contenido de aceites de petróleo o de mineral bituminoso superior o igual al 70% en peso, en las que estos aceites constituyan el elemento base; desechos de aceites: aceites de petróleo o de mineral bituminoso (excepto los aceites crudos) y preparaciones no expresadas ni comprendidas en otra parte, con un contenido de aceites de petróleo o de mineral bituminoso superior o igual al 70% en peso, en las que estos aceites constituyan el elemento base, excepto los desechos de aceites: los demás: aceites pesados: Gasoils (gasoleo) con un porcentaje de participación del 14% un valor de US\$1.785 millones, de igual forma se importan aeronaves específicamente: las demás aeronaves (por ejemplo: helicópteros, aviones); vehículos espaciales, incluidos los satélites y sus vehículos de lanzamiento y vehículos suborbitales: aviones y demás aeronaves, de peso en vacío superior a 15.000 kg con un 6% de participación para 2011 equivalente a US\$829 millones.

¹¹ PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea]. <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf>[citado en marzo de 2012].

Relación de acuerdos comerciales

Históricamente Estados Unidos ha sido el principal socio comercial de Colombia. Las relaciones comerciales entre estos dos países han mantenido un ritmo de crecimiento y diversificación sostenible en los últimos años. Esta positiva relación entre los dos países ha llevado a consolidar temas como la implementación del TLC, la ayuda en materia de lucha contra el narcotráfico y terrorismo, el clima de inversión, las oportunidades en educación superior, entre otros más.

Adicionalmente, la política de EE.UU. hacia Colombia apoya los esfuerzos del Gobierno de Colombia para fortalecer sus instituciones democráticas, promover el respeto de los derechos humanos y el Estado de Derecho, fomentar el desarrollo socio-económico, la dirección de las necesidades humanitarias inmediatas, y poner fin a las amenazas a la democracia que plantea el narcotráfico y el terrorismo. Al seguir promoviendo la seguridad, la estabilidad y la prosperidad en Colombia, continuarán los intereses estadounidenses a largo plazo en la región.

Estas fuertes relaciones han llevado a la firma de importantes acuerdos en diferentes materias. Entre los años 1995 y 1997 Estados Unidos y Colombia firmaron un acuerdo en materia de protección ambiental y la aviación civil. Los dos países también han firmado acuerdos sobre la distribución de bienes y el control químico. En 1997, Estados Unidos y Colombia firmaron un acuerdo marítimo para permitir la búsqueda de naves que se sospechara fueran transportadoras de drogas. Así mismo, en septiembre de 2008, ambos países firmaron un memorando de entendimiento sobre energía renovable y limpia.

Por otra parte, durante el Gobierno del ex-presidente Andres Pastrana, Estados Unidos respondió favorablemente a la solicitud de apoyo internacional para la lucha contra el narcotráfico. De aquí nace el Plan Colombia, cuyo principal objetivo fue proporcionar asistencia sustancial para combatir el narcotráfico, extender y consolidar la presencia del Estado y mejorar las condiciones de vida de colombianos vulnerables, proporcionando ayudas sociales y económicas.

En materia comercial existía el ATPDEA (Ley de Preferencias Comerciales Andinas) que fue el régimen de preferencias unilaterales comerciales otorgadas por Estados Unidos a los países andinos, incluido Colombia, como contribución en la lucha contra el tráfico de drogas ilícitas.

Adicionalmente, este acuerdo permitía el acceso libre de aranceles a más de 6.000 partidas de productos colombianos a ese mercado.

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América (nombre oficial), sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006. Fue aprobado el 4 de junio de 2007 en la Cámara de Representantes y el 14 de junio de 2007 en el Senado y sancionado por el Presidente de la República de Colombia mediante la Ley 1143 del 4 de julio de 2007. El Congreso de EE.UU. aprobó el 12 de octubre de 2011 la ley de Implementación del Tratado de Promoción de Comercio con Colombia (COL TPR por sus siglas en inglés). El 21 del mismo mes, la Ley fue suscrita por el Presidente Obama, con lo que quedó completo

el procedimiento necesario para que el acuerdo entre en vigor por parte de los estadounidenses. A partir de ese momento comienza una etapa denominada “de implementación jurídica del acuerdo” en la que Colombia deberá acometer los cambios legislativos y reglamentarios necesarios para ajustar su normatividad interna a los compromisos derivados del acuerdo.

De acuerdo con el secretario adjunto de asuntos económicos y empresariales de Estados Unidos, José Fernández, la implementación del TLC está en proceso y se espera que su entrada en vigencia sea un tema de meses.⁸ Los dos países han puesto en marcha ya algunas normativas para implementar el TLC, tales como la ley sobre servicios financieros, propiedad intelectual y derecho de marcas. Además de los servicios de correo y avances en términos de patentes, registro de vehículos y compras públicas, pero aún falta coordinar el empalme de aduanas y agencias sanitarias.

Otros aspectos interesantes que ya se están adelantando frente al tema laboral, es el apoyo ofrecido por parte del Departamento de Trabajo de EE.UU. de dos millones de dólares para el fortalecimiento de la política laboral colombiana. En este sentido el gobierno colombiano estará trabajando en conjunto con el Grupo Legislativo Estadounidense de Monitoreo del plan de acción para recoger inquietudes y avances en materia laboral.

Adicionalmente, ya se encuentra el gobierno gestionando créditos ante el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por alrededor de US\$100 millones, para el fortalecimiento del SENA, desarrollo de proyectos de mercado laboral y protección a la mujer en su ámbito laboral.

El principal logro del TLC es la consolidación de las preferencias otorgadas por el ATPDEA y su ampliación para algunos productos. Colombia podrá acceder a un mercado de más de 300 millones de habitantes con un alto poder adquisitivo. A esto se suma que Estados Unidos es una de las principales fuentes de Inversión Extranjera en el mundo. Así mismo, este acuerdo le permitirá a Colombia tener acceso preferencial a este mercado con el 99% del universo arancelario de los productos de exportación colombiana.

Por otro lado, garantiza un mayor acceso del aparato productivo colombiano a la adquisición de bienes de capital, fundamentalmente maquinaria y equipo, por la eliminación inmediata de la gran mayoría de los aranceles (entre el 5% y el 20%). Esto traerá el incremento de la competitividad para las pymes colombianas.

Los productos que entrarán a Estados Unidos libre de aranceles de manera inmediata son:

- Flores
- Azúcar blanco
- Productos lácteos: Colombia obtendrá una cuota de acceso preferencial para productos lácteos, la mayoría de las cuales están concentradas en quesos.
- Tabaco
- Sector cárnico y hortofrutícola
- Productos textiles, confecciones, diseños y modas.

- Energías alternativas: combustibles obtenidos de fuentes diferentes al petróleo.
- Otros sectores como la pesca, calzado, plástico, industrias de porcelana y joyería también se beneficiarán.
- Con respecto al sector servicios se enumeran: salud y consultorías, software y las tecnologías de la información, industria gráfica, tercerización de procesos de negocios y turismo de salud.

Cultura¹²

Estados Unidos es un país complejo ya que cada uno de estos grupos y comunidades conserva su cultura propia de negocios. Sin embargo, los estadounidenses son cordiales en el trato y muy atentos, se caracterizan por ser muy buenos negociadores. Tienden a ser dominantes y directos durante el proceso, y suelen demostrar el desacuerdo de una manera recia. Les gusta aprovechar las nuevas oportunidades y son empresarios arriesgados que no le temen al cambio.

Son también muy persistentes a la hora de resolver problemas durante la negociación. Se caracterizan por considerar que siempre hay una solución para resolver dichos inconvenientes. Así mismo, el empresario estadounidense es muy consistente ya que a la hora de finalizar las condiciones de una negociación es muy raro que cambien de opinión. Sin embargo, buscan siempre negociar bajo un esquema de gana-gana para ambas partes, lo cual permite establecer relaciones comerciales de largo plazo.

Con respecto a los productos, se debe tener en cuenta que para los estadounidenses pesa más la innovación que la tradición.

En cuanto a las reuniones de negocios es de anotar que los estadounidenses son muy puntuales en citas. Por esta razón cualquier cita que se requiera con un empresario del país norteamericano debe programarse con tiempo para evitar posibles incumplimientos.

El idioma oficial de Estados Unidos es el inglés, por esta razón el empresario debe estar preparado para que la negociación se lleve a cabo en este idioma. Es importante que al momento de conocer a las personas con las que se va a reunir les ofrezca sus tarjetas de presentación.

La manera más habitual de saludarse es con un firme apretón de manos. De igual manera se debe tratar siempre de dirigirse a una persona que conozca por primera vez por el apellido antecedido del título "Dr., Ms., Miss, o Mr. según el caso. Con seguridad, el estadounidense le pedirá que lo llame por su primer nombre.

¹² PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [en línea].
<http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012].

Con respecto a la vestimenta, se de tratar de llevar siempre algo formal y siempre hay que tener en cuenta el lugar en donde se llevará a cabo la negociación. Por ejemplo, en los lugares en donde las estaciones son más marcadas como los Estados del norte, las personas generalmente utilizan prendas de vestir más abrigadas que en estados del sur ya que el clima es cálido a lo largo del año.

TRANSPORTE DE MERCANCIAS ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS

PERFIL DE LOGISTICA¹³

La República Federal de Estados Unidos, situada en Norteamérica, limita al Norte con Canadá, al Este con el Océano Atlántico, al Sur con México y al Oeste con el Océano Pacífico. La superficie total de su territorio es de 9.826.630 km².

Estados Unidos posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía.

Está compuesta por una red de carreteras de 6, 430,366 km., que se extiende por todo el país conectando los 50 estados que lo componen, de los cuales 75.238 km. forman parte del vasto sistema nacional de autopistas.

Tiene más de 226,605 km. de ferrocarril, que en su mayoría pertenecen a empresas privadas; también cuenta con oleoductos para el transporte de productos derivados del petróleo.

Estados Unidos representa el 42% del mercado global de bienes de consumo, y por tal motivo y para estar más cerca de sus proveedores y clientes muchas empresas del mundo deciden invertir en este país. Actualmente, están suscritos más de 14 Tratados de libre Comercio con países asociados.

Entre Enero y Julio de 2011, se exportaron a Estados Unidos 18.079.618 toneladas, que correspondieron a USD 11.875.520.895 en valor FOB, ubicándolo como el primer socio comercial de Colombia. El mayor volumen de carga se manejó vía marítima, ocupando el 98.96% del total entre los dos países.

Según el Logistics Performance Index (LPI) Publicado por el Banco Mundial en el 2010, Estados Unidos ocupa el puesto 14 en el mundo en cuanto al desempeño logístico, cayendo 1 puesto con respecto al reporte anterior que fue publicado en el 2007. A pesar del descenso en el ranking, el índice mejoró de

¹³ PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Estados Unidos. [en línea]. <<http://tlc-eeuu.proexport.com.co/sites/default/files/documentos/Perfil%20Estados%20Unidos.pdf>> [citado en marzo de 2012]

3.84 a 3,86 (siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor) durante el mismo periodo evaluado.

Sumado a lo anterior es importante decir que el desempeño presentado por Estados Unidos en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente¹⁴:

Tabla 4. Logistics Performance Index (Estados Unidos).

Aspecto Evaluado	Puntaje	Puesto
Eficiencia aduanera	3.68	15
Calidad de la infraestructura	4.15	7
La competitividad de transporte internacional de carga	3.21	36
La competencia y calidad en los servicios logísticos	3.92	11
La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4.17	5
La puntualidad en el transporte de carga	4.19	16

Fuente: Proexport Colombia. Perfil de Logística de los Estados Unidos. 2011

¹⁴ PROEXPORT COLOMBIA. Perfil de logística desde Colombia hacia Estados Unidos. [en línea]. <<http://tlc-eeuu.proexport.com.co/sites/default/files/documentos/Perfil%20Estados%20Unidos.pdf>> [citado en marzo de 2012]

Acceso Marítimo



Estados Unidos posee una infraestructura portuaria compuesta por más de 400 puertos y sub puertos, de los cuales 50 manejan el 90% del total de toneladas de carga. Están localizados estratégicamente en los Océanos Pacífico y Atlántico.

Algunos de los puertos estadounidenses se encuentran dentro del rango de los más grandes y de mayor movimiento de carga del mundo.

Para la costa Este se destacan por la afluencia de navieras con servicio directo y regular los puertos de: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charleston.

Por otro lado, en la costa Oeste se maneja la oferta de servicios desde Colombia, en su mayoría hacia los puertos de Los Ángeles y Long Beach.

Costa Este

Hacia la Costa este de los Estados Unidos, desde Costa Atlántica operan (9) nueve servicios directos con tiempos de transito promedios de 10 días, la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Jamaica, Panamá y Republica Dominicana, por parte de (4) navieras, que tardan hasta 18 días. Adicionalmente desde Buenaventura hacia la Costa Este norteamericana, existe 1 (un) servicio en ruta directa con tiempos de tránsito 15 días, y tres (3) navieras con cambio de buque en Panamá, con tiempos de hasta 19 días de transito.

Tabla 5. Frecuencias y tiempo de transito desde los Puertos Colombianos

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN	FRECUENCIA
BALTIMORE	Barranquilla	14	16	Semanal
	Buenaventura	16	13 a 16	Semanal
	Cartagena	7 a 15	18	Semanal
CHARLESTON	Barranquilla	15	12 a 17	Semanal
	Buenaventura	15	15 a 19	Semanal
	Cartagena	8 a 15	11 a 19	Semanal
	Santa Marta		16 a 18	Semanal
ELIZABETH	Barranquilla		16	Semanal
	Buenaventura		11 a 14	Semanal
	Cartagena	7	16	Semanal
FILADELFIA	Barranquilla		12	Semanal
	Buenaventura		14 a 15	Semanal
	Cartagena	5	14 a 17	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal
HOUSTON	Barranquilla	17	13 a 16	Semanal
	Buenaventura		11 a 21	Semanal
	Cartagena	6 a 19	11 a 13	Semanal
	Santa Marta		10 a 16	Semanal
JACKSONVILLE	Barranquilla	7	12	Semanal
	Buenaventura		19	Semanal
	Cartagena	8	11	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal
MIAMI	Barranquilla	5	11	Semanal
	Buenaventura		8	Semanal
	Cartagena	4	10	Semanal
	Santa Marta		10	Semanal

Tabla 5. (Continuación)

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN	FRECUENCIA
NEW ORLEANS	Barranquilla	14	15	Semanal
	Buenaventura		8 a 19	Semanal
	Cartagena	8	15 a 16	Semanal
	Santa Marta	7	13	Semanal
NEW YORK	Barranquilla	10 a 14	13	Semanal
	Buenaventura	16	16	Semanal
	Cartagena	6 a 14	13 a 16	Semanal
	Santa Marta		15	Semanal
PORT EVERGLADES	Barranquilla	5 a 6	13	Semanal
	Buenaventura		8 a 16	Semanal
	Cartagena	3 a 6	12 a 13	Semanal
	Santa Marta		12 a 14	Semanal
SAVANNAH	Barranquilla	15	12	Semanal
	Buenaventura	16	8 a 10	Semanal
	Cartagena	8 a 15	12 a 15	Semanal
	Santa Marta		12	Semanal

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

Costa Oeste

Desde la Costa Atlántica colombiana, se ofertan (3) tres servicios directos con destino a la Costa Oeste, en tiempos de tránsito promedios de 12 días, la oferta se complementa con rutas en conexión en puertos de Panamá, por parte de (5) navieras, con tiempos de tránsito de hasta 16 días

De igual forma, desde Buenaventura hacia la Costa Oeste norteamericana, existe 1 (un) servicio en ruta directa con tiempos de tránsito entre 14 y 16 días, y dos (2) navieras con cambio de buque en Panamá, con tiempos de hasta 18 días de tránsito.

Tabla 6. Frecuencias y tiempo de transito desde los Puertos Colombianos

DESTINO	ORIGEN	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) DIRECTO	TIEMPO DE TRÁNSITO (días) CONEXIÓN	FRECUENCIA
LOS ANGELES	Barranquilla	14	17 a 18	Semanal
	Buenaventura	16	17	Semanal
	Cartagena	10 a 14	17 a 18	Semanal
	Santa Marta		17	Semanal
OAKLAND	Barranquilla	16	19	Semanal
	Buenaventura		18	Semanal
	Cartagena	11 a 16	15 a 19	Semanal
	Santa Marta		14 a 19	Semanal
LONG BEACH	Buenaventura		16	Semanal
	Cartagena	11	14	Semanal
	Santa Marta		13	Semanal

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

ACCESO AEREO



Estados Unidos cuenta con 14,947 aeropuertos, donde varios son los más grandes y de mayor movimiento del mundo. La oferta de servicios directos desde Colombia se concentra en los Aeropuertos de John F. Kennedy International (Nueva York), Los Ángeles International, George Bush International (Houston), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport y Miami International Airport.

Adicional a los servicios directos, otras aerolíneas tienen las posibilidades de recibir carga en Colombia y llevarla a Estados Unidos en servicio con trasbordo desde: Ciudad de Panamá y Ciudad de México.

Tabla 7. Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Estados Unidos.

AEROLINEA	CONEXIONES	FRECUENCIA	CLASE
	Estados Unidos - Miami	Todos los días	Pasajeros
	Estados Unidos - Miami	Todos los días	Carga
	Panamá - Panamá	Lunes a Sábado	Carga
	Panamá - Panamá	Todos los días	Pasajeros
	Estados Unidos - Memphis	Todos los días	Carga
		Lunes, Jueves, Sábados y Domingos	Carga
	Mexico - Mexico City	Todos los días	Pasajeros
	Estados Unidos - Miami	Todos los días	Pasajeros

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos - Proexport Colombia. 2011

VALLE DEL CAUCA

Tabla 8. Aspectos generales

Variables e indicadores	Valle	País
Extensión territorial (Km2)	22.140	1.141.748
Número de municipios, 2008	42 municipios	1.098
Población 2011 (DANE)	4.428.675	46.044.601

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Oficina de estudios Económicos. 2012

El Valle del Cauca es uno de los 32 departamentos de Colombia, situado en el suroccidente del país, entre la Región Andina y la Región Pacífica. Gran parte del departamento está en el valle geográfico del Río Cauca, entre las cordilleras occidental y central y de donde proviene su nombre. Su capital es Santiago de Cali.

El Valle del Cauca cubre un territorio que va desde la costa del Pacífico y continúa hacia el oriente pasando la Cordillera Occidental, el valle del río Cauca hasta la Cordillera Central donde alcanza límites con el departamento del Tolima.

Limita al norte con los departamentos de Risaralda y el Chocó. Al sur con el Departamento del Cauca. Al oriente con Quindío y Tolima, y al Occidente con el Océano Pacífico y el Chocó.

El descubrimiento de lo que es hoy el Valle se logró en 1535, cuando colonizadores españoles que habían fundado la provincia de Popayán ascendieron hacia el norte del país. En 1536 se funda Santiago de Cali (generalmente conocida como Cali), convirtiéndose en la actual capital del departamento. El Valle no fue un departamento reconocido como tal hasta 1910, año en el que se divide al territorio nacional en 13 departamentos, dándole así su categoría departamental y adoptando a Cali como su capital.

La temperatura promedio de la región fluctúa entre los 23 y 24 °C, que corresponde al piso térmico cálido. Más del 86% de la población vive en

ciudades y cabeceras municipales. La cobertura de servicios públicos es de las más altas del país, destacándose la electrificación, las vías y la educación.

Según estadísticas del DANE en 1994 el crecimiento del PIB anual de la región vallecaucana era casi el doble del mismo índice a nivel nacional. 1999. Desde entonces el crecimiento del PIB del Valle ha sido positivo, sin embargo su participación a nivel nacional ha venido cayendo desde 1995.

Aspectos económicos relevantes¹⁵

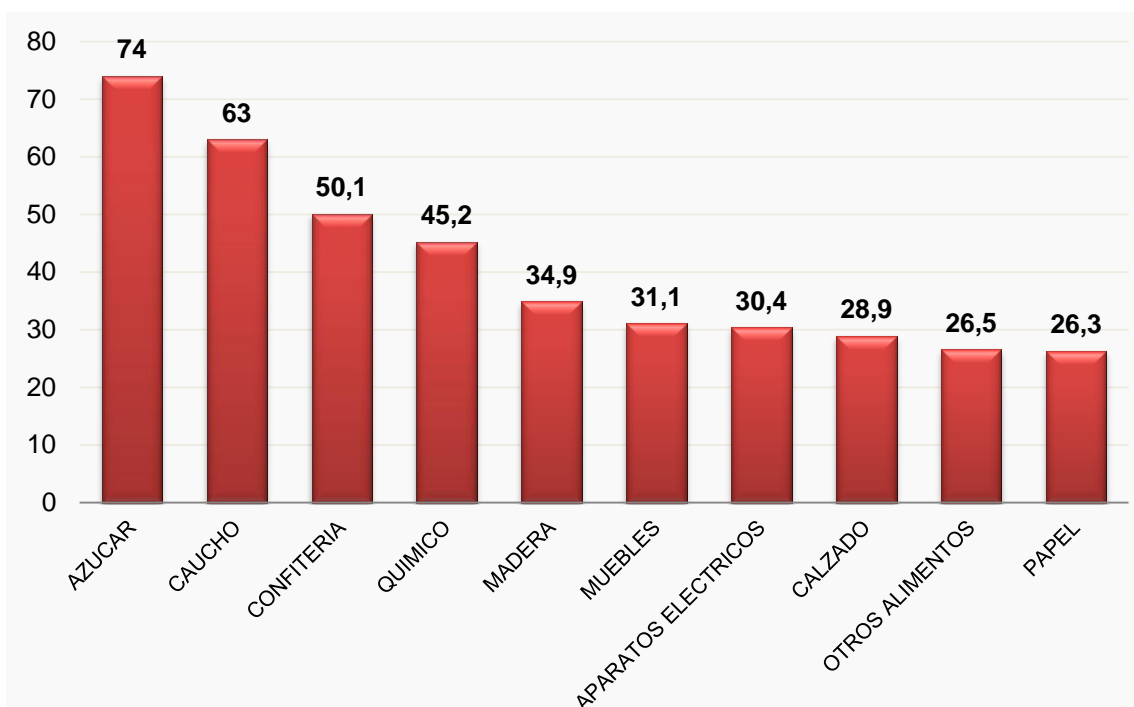
El Valle del Cauca es uno de los departamentos más ricos de Colombia, no sólo por su dotación de recursos naturales renovables, sino por su capacidad productiva, diversidad de producción y capital humano. El departamento ha logrado desarrollar su capacidad productiva en casi todas las ramas de la actividad económica, especialmente en los sectores industrial, agroindustrial y de servicios.

Es además, una de las regiones del país que ha alcanzado un mayor grado de integración de sus procesos productivos, dentro de los cuales se destaca el 'cluster' del azúcar. El PIB del Departamento del Valle del Cauca 14.3 billones de dólares y de la ciudad de Cali 7.5 billones de dólares; es así como el Valle contribuye con el 10.9% del PIB de Colombia y el 18.5% del PIB manufacturero nacional.

La estructura actual de la economía vallecaucana muestra un gran predominio de la actividad financiera, industrial y de servicios. Estos sectores participan en conjunto con el 86.2% del PIB del departamento (DANE 2009). El PIB per cápita en el 2009 alcanzó US\$ 4.161 en el Valle del Cauca, superando al nacional cuyo valor fue de US\$ 3.905.

¹⁵ AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EN EL PACIFICO COLOMBIANO. [en línea] <<http://www.investpacific.org/node/1349>> [citado en septiembre de 2012].

Gráfico 5. Participación porcentual del valor agregado industrial por sectores, del Valle del Cauca en la nación



Fuente: Agencia de Promoción de Inversión en el Pacífico Colombiano. Invest Pacific. 2012

Los productos vallecaucanos llegaron en el 2010 a 148 países del mundo y se venden principalmente en mercados tradicionales como Estados Unidos, Ecuador y Perú, así como también en destinos no tradicionales como Japón, India, Costa Rica, Haití.

Dentro de los mercados tradicionales, Estados Unidos fue al 2010 el principal socio comercial de la región, participando con el 18,8% de las exportaciones vallecaucanas, seguidas por el 15,2% a Ecuador y el 12% hacia Perú. Paralelamente, dentro de los mercados no tradicionales¹⁶ que equivalen al 24,8% del total exportado, el 2,0% de las exportaciones del Valle llegaron al Japón, seguidas por el 1,8% a India y el 1,6% a Costa Rica.

De otro lado, en lo corrido del 2011 se destacaron por su participación dentro del total exportado de la región, productos tradicionales como: azúcar y artículos de confitería (23,3% del total) y café (5 %). Los productos no tradicionales que mayor participación tienen en este mismo periodo, y que además generan un importante valor agregado son: Papel y cartón: con sus manufacturas de pasta (9,7%), caucho y manufacturas de caucho (6,7%), máquinas, aparatos y material eléctrico (6,5%).

¹⁶ Mercados en los cuales la competencia no es muy marcada o no se encuentra muy consolidada.

La actividad económica del departamento se mueve principalmente en los sectores de Servicios y Manufacturas, los cuales aportan respectivamente 32% y 20% del PIB departamental. Existen además 14 cadenas productivas (caña de azúcar, hortofrutícola, cafés especiales, forestal, papel y cartón, pesca, cárnicos, cuero, confecciones, metalmecánica, logística, software, turismo y salud), lo cual permite tener una oferta exportable variada tanto en productos, como en destinos

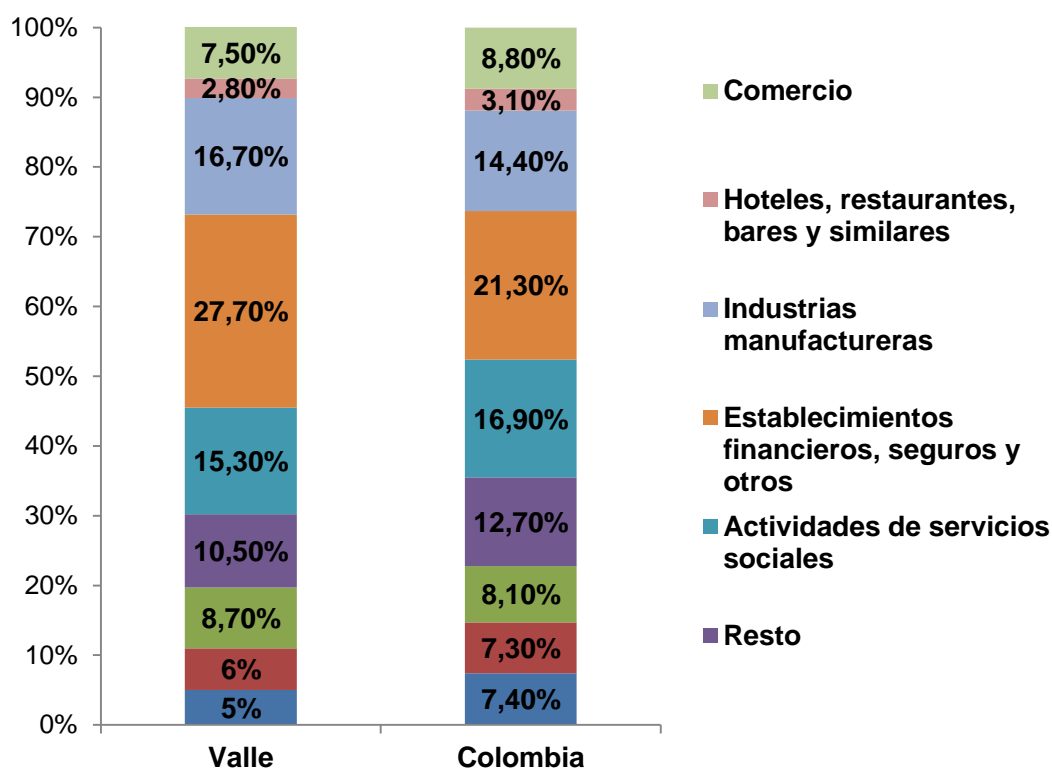
Tabla 9. Indicadores de competitividad¹⁷

Indicador	Posición / Calificación criterios
<p>Escalafón de competitividad 29 departamentos 5 indicadores (CEPAL, 2009)</p>	<p>Puesto 3/29</p> <ul style="list-style-type: none"> · Fortaleza de la Economía (2.Alto) · Infraestructura (1.Lider) · Capital Humano (1.Lider) · Ciencia y Tecnología (2.Alto) · Finanzas y Gestión Públicas (3.Medio Alto)
<p>Doing Business subnacional Mide la facilidad para hacer negocios 21 ciudades 5 indicadores (Banco Mundial, 2010)</p>	<p>Puesto 20/21</p> <ul style="list-style-type: none"> · Apertura de una empresa (12) · Obtención de permisos de construcción (20) · Registro de propiedades (13) · Pago de impuestos (20) · Cumplimiento de contratos (18)
<p>Indicador Global de Competitividad 22 ciudades 8 factores (Observatorio del Caribe Colombiano, 2012).</p>	<p>Puesto 4/22</p> <ul style="list-style-type: none"> · Capital Humano (4) · Ciencia y tecnología (6) · Infraestructura (6) · Finanzas (8) · Medio ambiente (13) · Fortaleza económica (5) · Internacionalización de la economía (4) · Finanzas Públicas (15)

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Oficina de estudios Económicos. 2012

¹⁷ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Departamento del Valle del Cauca. Septiembre 2012.

Gráfico 6. Composición del producto vallecaucano por actividad económica¹⁸



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE. 2011

Tabla 10. Producto Interno bruto a 2010¹⁹

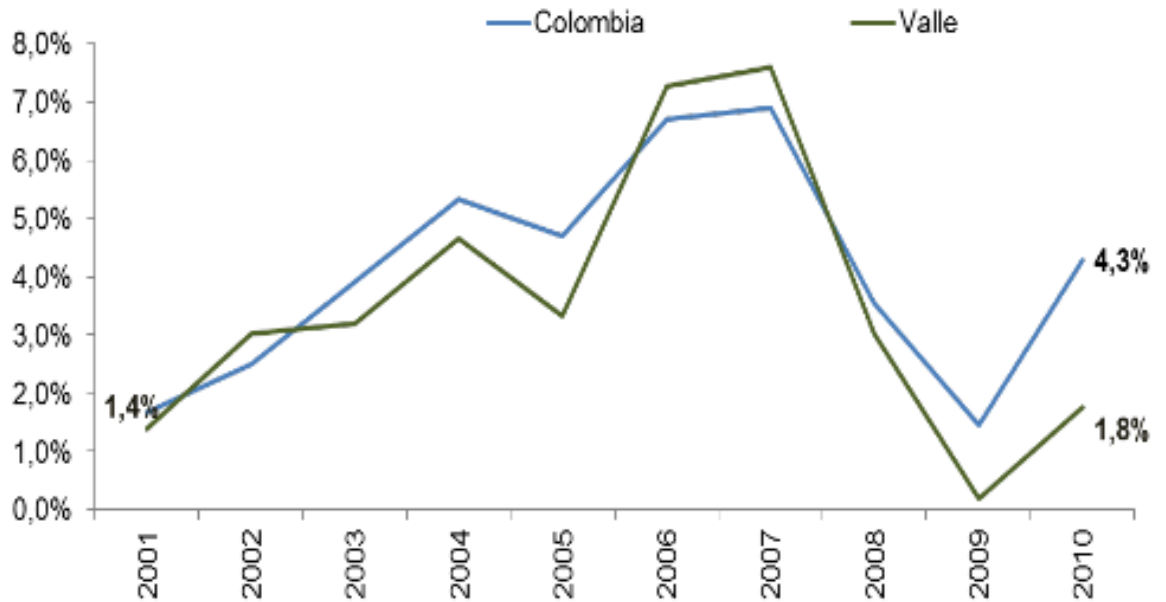
Variables e indicadores	Valle		País	
Participación del PIB departamental en el total nacional, 2010	10,04%		100%	
Crecimiento promedio PIB (%) 2000 – 2010	3,5%		4,1%	
PIB per cápita, 2010	\$12.110.118	US\$6.382	\$12.018.370	US\$6.334

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE. 2011

¹⁸ DANE – Cuentas Nacionales Departamentales, noviembre de 2011.

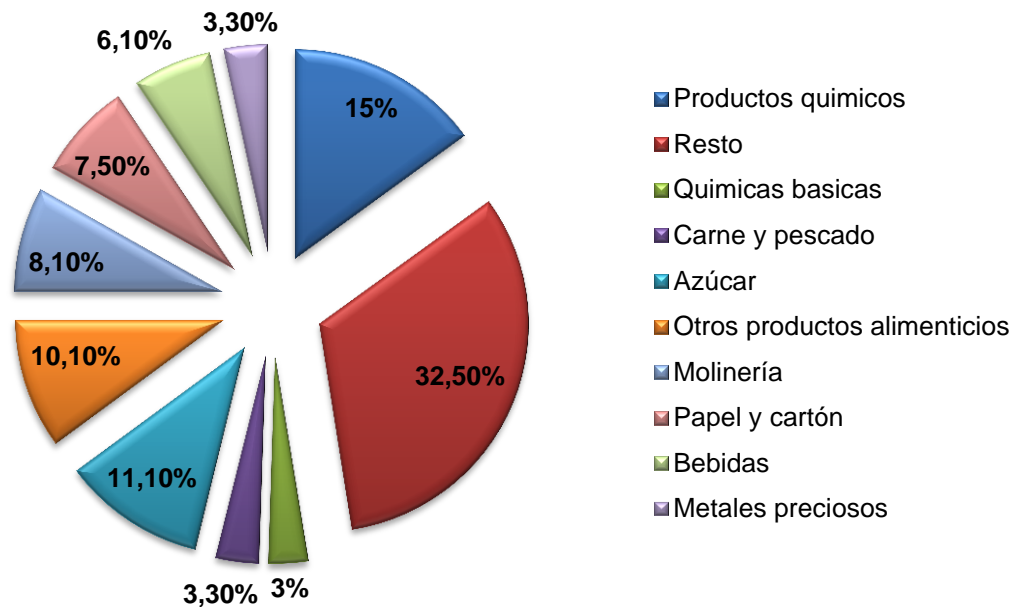
¹⁹ *Ibíd.*

Gráfico 7. Variación anual²⁰



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE. 2011

Gráfico 8. Producción industrial Vallecaucana - 2010²¹



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística. DANE. 2012

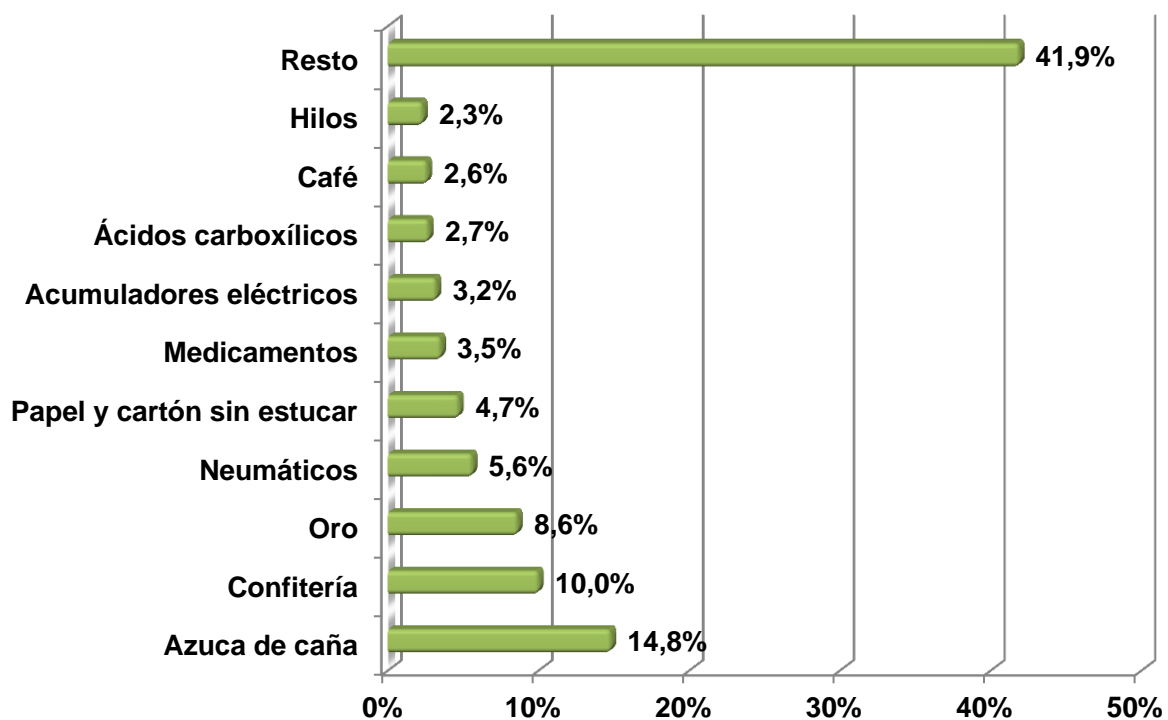
²⁰ DANE – Cuentas Nacionales Departamentales, noviembre de 2011.

²¹ DANE – Encuesta Anual Manufacturera, Bogotá, junio 2012.

Comercio exterior²²

Exportaciones - julio de 2012

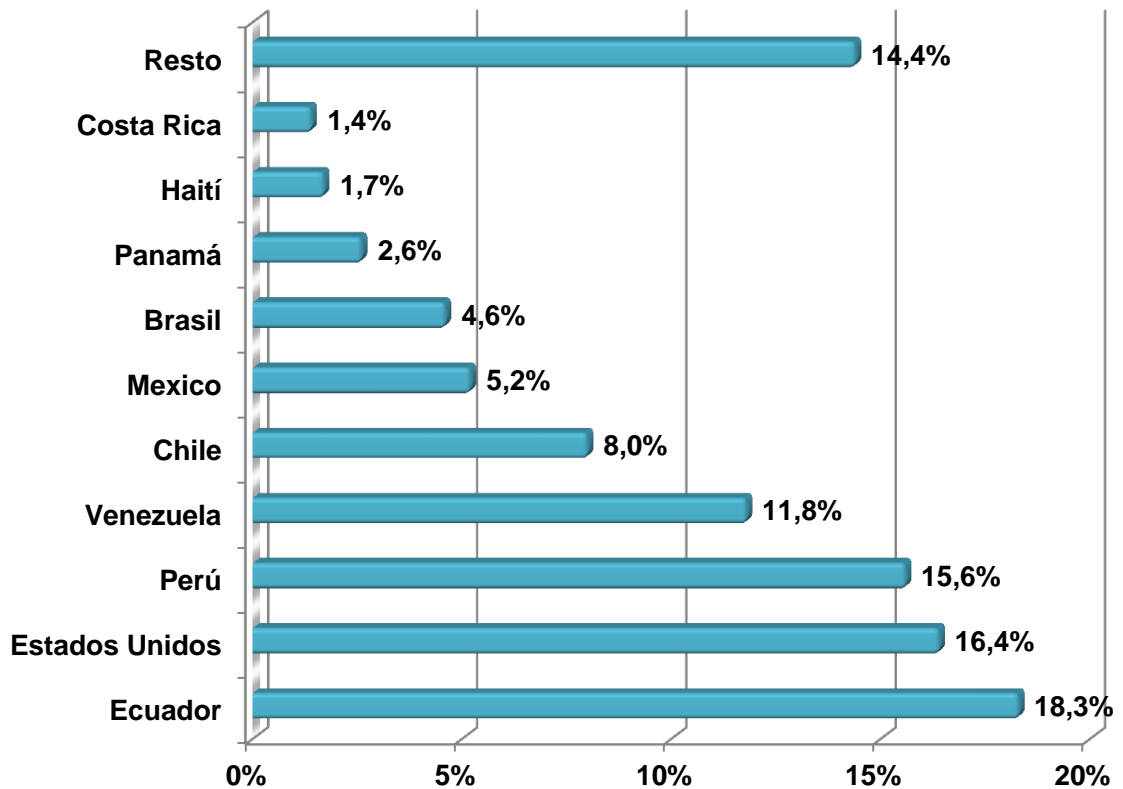
Gráfico 9. Principales productos exportados



Fuente: DIAN – DANE. 2012

²² DIAN – DANE; septiembre de 2012.

Gráfico 10. Principales destinos de exportación.



Fuente: DIAN – DANE. 2012

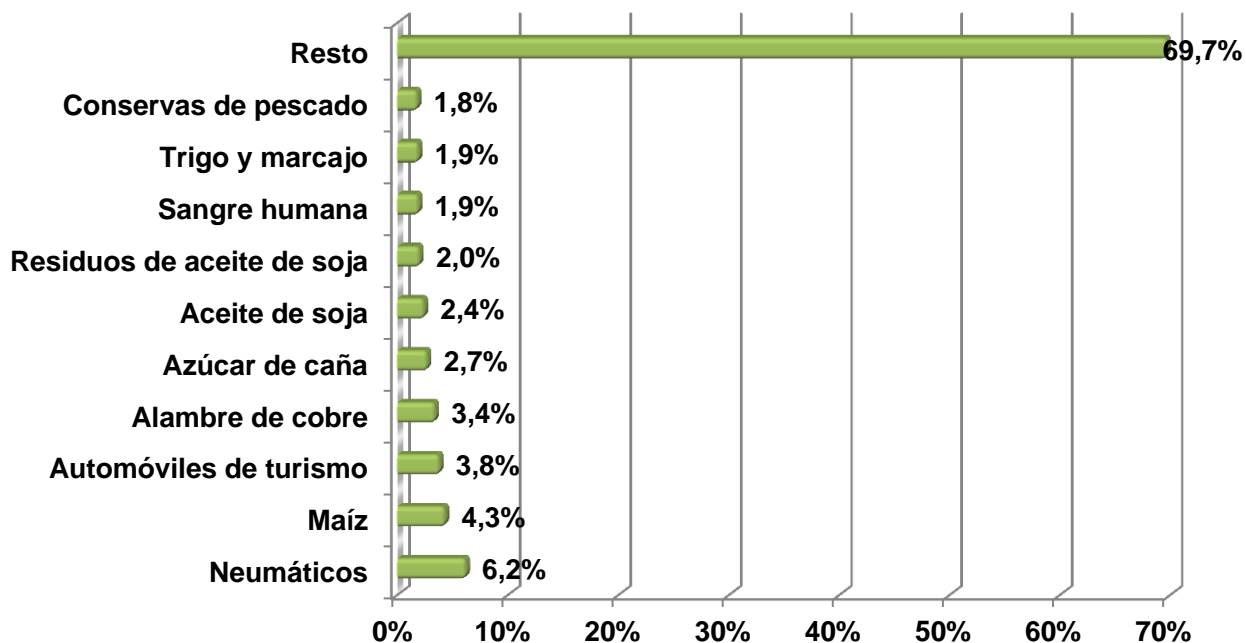
Las ventas externas se han venido impulsando en los últimos años a través de políticas nacionales relacionadas con programas de fortalecimiento a las empresas exportadoras, ofreciendo orientación especial a aquellas que quieren incursionar en este campo, aprovechando las preferencias arancelarias tanto unilaterales como aquellas otorgadas por acuerdos de libre comercio²³.

En 2011, las exportaciones fueron US\$2.467 millones; en el período enero – julio de 2012, alcanzaron US\$1.279 millones.

²³ AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EN EL PACIFICO COLOMBIANO. [en línea] <<http://www.investpacific.org/node/1349>> [citado en septiembre de 2012].

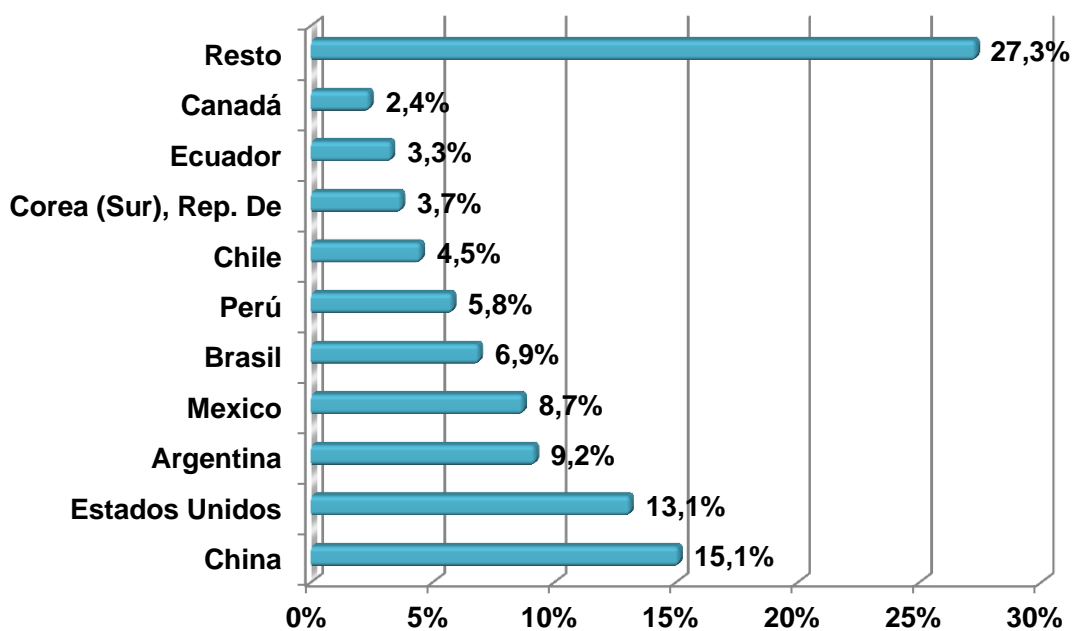
Importaciones - julio de 2012

Gráfico 11. Principales productos importados.



Fuente: DIAN – DANE. 2012

Gráfico 12. Principales orígenes



Fuente: DIAN – DANE. 2012

En materia de importaciones, los productos importados del Valle del Cauca provienen fundamentalmente de Estados Unidos, en su gran mayoría, aunque también se compran productos de países como China, Perú y México, entre otros.

En general, el Valle importa bienes intermedios o materias primas y bienes de capital, los cuales se dirigen a procesos manufactureros para generar valor agregado que posteriormente se vende al mercado nacional y/o se exporta en forma de nuevos productos industriales.

En 2011, las importaciones fueron US\$5.251 millones; en el periodo enero - julio de 2012, alcanzaron US\$2.859 millones.

Grandes empresas vallecaucanas²⁴

La prosperidad empresarial de la región se refleja en la ubicación de 578 empresas del Valle del Cauca dentro de las tres mil sociedades más representativas de Colombia

Una de estas grandes empresas de la región, CARVAJAL S.A., es una de las principales multinacionales con capital colombiano; con operaciones propias en sectores como papel, productos escolares y de oficina, empaques, muebles y manejo de espacios, editorial, impresión, outsourcing de procesos, manejo de información, música ambiental y servicios empresariales.

TECNOQUÍMICAS es una compañía multinacional, líder en la industria farmacéutica colombiana y una de las principales empresas de la industria del cuidado personal. Hoy, desarrolla, fabrica, mercadea y comercializa sus propias marcas: Medicamentos MK, Noraver, pañales Winny, Vitamina C MK, Vitafull MK, Crema No. 4, Sal de Frutas Lua, Bonfiest Lua, Cureband, Colbón y Yodora, entre otras.

COLOMBINA es otra de las importantes compañías caleñas, con más de 8 décadas de gestión, nace con el objeto de fabricar y comercializar toda clase de productos alimenticios, para consumo humano, frescos, procesados y enlatados de cualquier especie, derivados del azúcar, cacao, café, harina de trigo, harina de maíz y demás cereales, frutas, vegetales, carnes, lácteos y sus derivados.

MANUELITA S.A. es un Grupo Empresarial con más de 140 años de existencia, tiene hoy inversiones en diversos negocios del sector agroindustrial, una inversión que genera más de 6.000 empleos directos y registra ventas anuales cercanas a los 200 millones de dólares.

²⁴ AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EN EL PACIFICO COLOMBIANO. [en línea] <<http://www.investpacific.org/node/1349>> [citado en septiembre de 2012].

Finalmente; otra empresa vallecaucana de gran importancia también en la economía de la región es LAFRANCOL; quien desarrolla, fabrica y comercializa a nivel nacional e internacional productos farmacéuticos y alimentos funcionales de consumo humano de alta calidad.

ANÁLISIS DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES DE LOS SECTORES TEXTIL Y CALZADO DESDE VALLE DEL CAUCA - COLOMBIA HACIA ESTADOS UNIDOS.

Para el análisis del flujo de exportaciones de textil y calzado desde Valle del Cauca – Colombia hacia los Estados Unidos, se utilizó la base de datos del Zeiky como plataforma de búsqueda cuyas características más destacables son su excelente funcionalidad y calidad en la asesoría que hacen de este Centro de información y Asesoría en Comercio Exterior un gran apoyo para la generación de cultura exportadora, promoviendo la oferta exportable del país a través de servicios de información, capacitación y asesoría especializada en temas de comercio exterior.

Para este análisis se realizó la búsqueda del flujo de exportaciones hacia Estados Unidos medidos como valor FOB del año 2011, usando como filtro de búsqueda los capítulos 61, 62 y 64 del Arancel de Aduanas correspondientes a las Prendas de vestir de punto, Prendas y complementos de vestir excepto los de puntos y Calzado respectivamente. Posteriormente se analizaron los subsectores de cada capítulo con el fin de evidenciar cuales son los que representan el mayor peso en valor FOB dentro de su categoría (capítulo) para su posterior organización en gráficos para permitir una mejor visualización a la hora de analizar qué tipos de productos en específico está exportando el Valle del Cauca hacia Estados Unidos en lo que respecta a textiles y calzado.

El análisis anteriormente descrito se iniciará con los objetos descritos en el capítulo 61 del Arancel de Aduanas correspondientes a las prendas de vestir de punto. La categorización de las subpartidas correspondientes al capítulo 61 (tejidos de punto) por valor FOB en dólares que se exportan desde Colombia hacia Estados Unidos se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 11. Clasificación de los de las subpartidas arancelarias correspondientes a las prendas de vestir de punto por valor FOB en dólares.

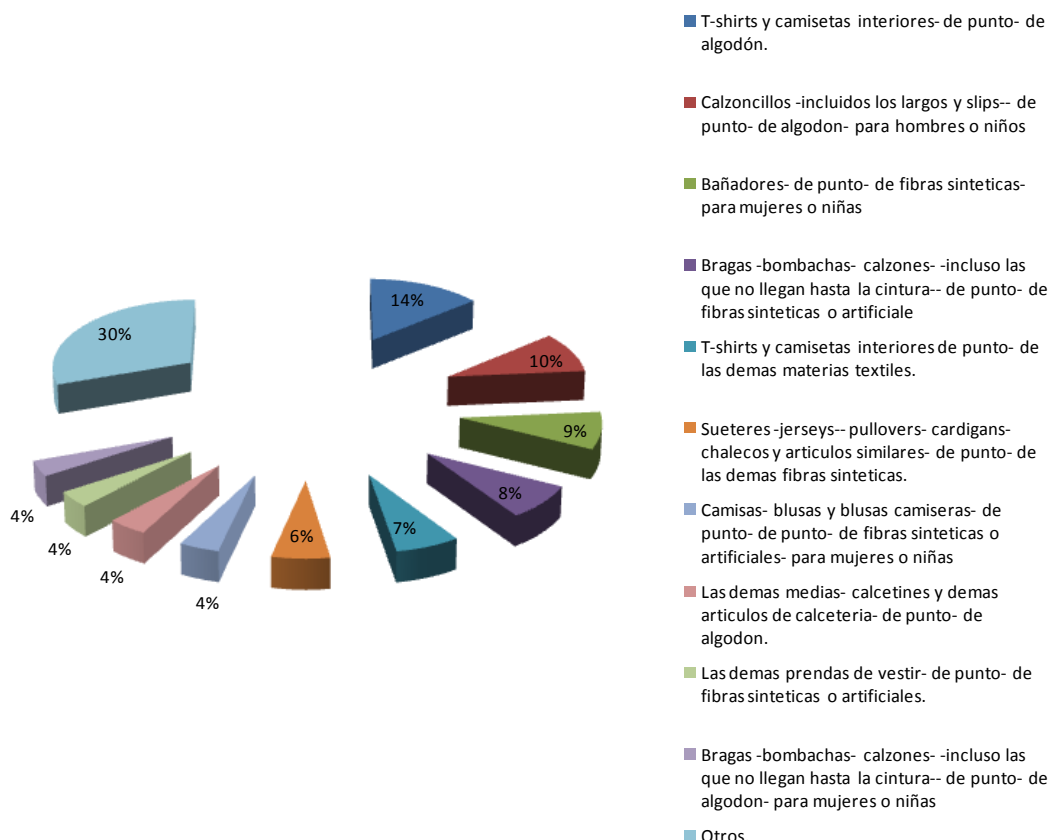
	Descripción de la posición	Valor FOB en Dólares
1	T-Shirts y camisetas interiores-de punto-de algodón	\$ 14.533.468,57
2	Calzoncillos -incluidos los largos y slips--de punto-de algodón-para hombres o niños	\$ 9.865.119,47
3	Bañadores-de punto- de fibras sintéticas- para mujeres o niñas	\$ 9.007.226,29
4	Bragas -bombachas-calzones-- incluso las que no llegan hasta la cintura -- de punto- de fibras sintéticas o artificiales	\$ 8.379.802,85
5	T-Shirts y camisetas interiores de punto- de las demás materias textiles	\$ 7.137.305,94
6	Suéteres -jerseys-pullovers-cardigans-chalecos y artículos similares- de punto- de las demás fibras sintéticas	\$ 6.428.005,47
7	Camisas -blusas y blusas camiseras-de punto- de fibras sintéticas o artificiales-para mujeres o niñas	\$ 4.406.924,25
8	Las demás medias -calcetines y demás artículos de calcetería -de punto- de algodón	\$ 4.364.826,29
9	Las demás prendas de vestir -de punto- de fibras sintéticas o artificiales	\$ 3.949.282,02
10	Bragas-bombachas- calzones- incluso las que no llegan hasta la cintura -- de punto - de algodón- para mujeres o niñas	\$ 3.734.562,04
11	Otros	\$ 31.399.762,00
	Total	\$ 103.256.284,96

Fuente: Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

En la tabla 11, se puede apreciar que los T-shirts y camisetas interiores de punto algodón son el producto perteneciente a los tejidos de punto que actualmente representa más peso dentro del valor FOB en dólares de exportaciones hacia Estados Unidos. La participación como porcentaje del valor FOB en dólares total de los tejidos de punto de esta subpartida es de un 14% como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 13. Clasificación de las subpartidas arancelarias correspondientes a las prendas de vestir de punto como porcentaje del valor FOB total en dólares de exportaciones hacia Estados Unidos.

Prendas de vestir de punto.



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

El anterior gráfico no sólo perfila al sector de los interiores de punto (T-shirts y camisetas de algodón) como un sector cuyo flujo de exportaciones hacia Estados Unidos lo perfila como potencial foco de crecimiento a raíz del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, los subsectores de ropa interior de punto (Calzoncillos para hombre o niños, bañadores para mujeres o niñas y bragas) concentran un porcentaje importante de participación en el valor FOB de exportaciones hacia Estados Unidos en este sector con un 10%, 9% y 8% respectivamente, lo cual sumado a la liberación de aranceles que beneficia al sector textil de manera inmediata con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el mes de mayo, constituye un factor potencializador para el crecimiento de este sector en cuanto a que elimina barreras comerciales que incentivan la mayor destinación de productos textiles hacia Estados Unidos.

Haciendo énfasis en que empresas vallecaucanas se posicionan como exportadores fuertes hacia Estados Unidos a nivel nacional en el sector de tejidos de punto, se han obtenido los datos organizados en la siguiente tabla:

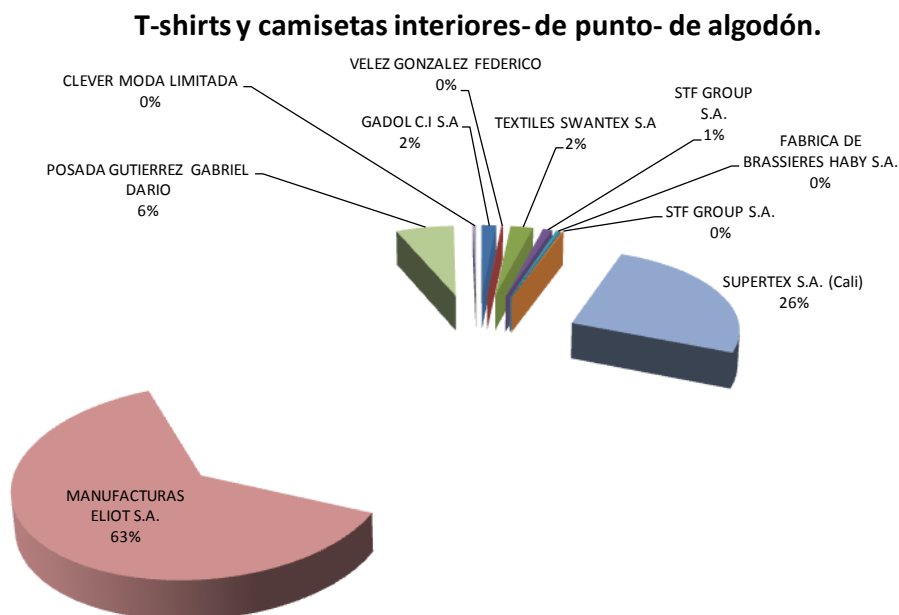
Tabla 12. Clasificación de las empresas con mayor valor FOB en dólares de exportación hacia Estados Unidos en el sector de T-shirts y camisetas interiores- de punto- de algodón.

NOMBRE O RAZON SOCIAL	Valor FOB Dolares
MANUFACTURAS ELIOT S.A.	\$21.537,93
SUPERTEX S.A. (Cali)	\$8.781,55
POSADA GUTIERREZ GABRIEL DARIO	\$2.090,66
TEXTILES SWANTEX S.A	\$819,60
GADOL C.I S.A	\$526,70
STF GROUP S.A.	\$334,28
FABRICA DE BRASSIERES HABY S.A.	\$145,47
CLEVER MODA LIMITADA	\$111,60
STF GROUP S.A.	\$60,58
VELEZ GONZALEZ FEDERICO	\$55,40
otros	\$7.102.842,17
total	\$7.137.305,94

Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Analizando los datos organizados en la tabla 12 se puede identificar a la empresa SUPERTEX S.A – Cali, como la segunda mayor exportadora de productos de este sector en valor FOB en dólares. SUPERTEX S.A. Cali fue en el primer semestre del 2012 la segunda empresa en valor FOB en dólares de exportación hacia Estados Unidos. SUPERTEX S.A. Cali es una gran empresa con más de 50 años de experiencia en el Sector Médico y más de 10 años en el Sector Textil y cuya larga trayectoria le ha permitido desarrollar la experiencia frente a los cambios en el entorno nacional e internacional que afectan a su sector debido a la amplia trayectoria que posee como empresa exportadora, factor que resulta determinante en el grado de reacción que puede tomar para aprovechar las oportunidades que el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos genera.

Gráfico 14. T-Shirts y camisetas interiores-de punto-de algodón.



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

SUPERTEX S.A. Cali posee una participación del 26% dentro del valor FOB en dólares de exportaciones hacia Estados Unidos en el sector, la segunda participación más alta detrás de MANUFACTURA ELIOT S.A. que posee un 63% de participación en este caso. Cabe destacar que no hay presencia de otra empresa vallecaucana en ninguna de las cuatro restantes subpartidas con mayor valor FOB en dólares de exportación hacia Estados Unidos.

Posteriormente se analizaron los objetos descritos en el capítulo 62 correspondiente a las prendas y complementos de vestir excepto los de puntos pertenecientes también al sector de los textiles como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 13. Clasificación de los de las subpartidas arancelarias correspondientes a las prendas y complementos de vestir excepto los de puntos por valor FOB en dólares a nivel nacional para Colombia.

	Descripción de la Posición	Valor FOB en dolares
1	Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto de baño- de algodón- para hombre	\$ 31.720.606,82
2	Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto los de baño- de algodón- para mu	\$ 21.968.436,66
3	Sostenes -corpiños- incluso de punto.	\$ 20.015.315,12
4	Fajas y fajas braga -fajas bombacha- incluso de punto.	\$ 9.107.841,05
5	Los demas pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto de baño- de algodón- p	\$ 7.004.186,05
6	Camisas- de algodón- para hombres o niños- excepto las de punto.	\$ 6.617.193,92
7	Corses- tirantes -tiradores- ligas y articulos similares y sus partes- incluso de punto.	\$ 5.693.860,34
8	Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto de baño- de lana o de pelo fino-	\$ 3.671.052,60
9	Abrigos- impermeables- chaquetones- capas y articulos similares- de fibras sinteticas o artificiales- para hombres o niños	\$ 3.590.445,98
10	Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto de baño- de fibras sinteticas-	\$ 3.538.949,31
11	Otros.	\$ 25.278.636,14
	Total	\$ 138.206.523,99

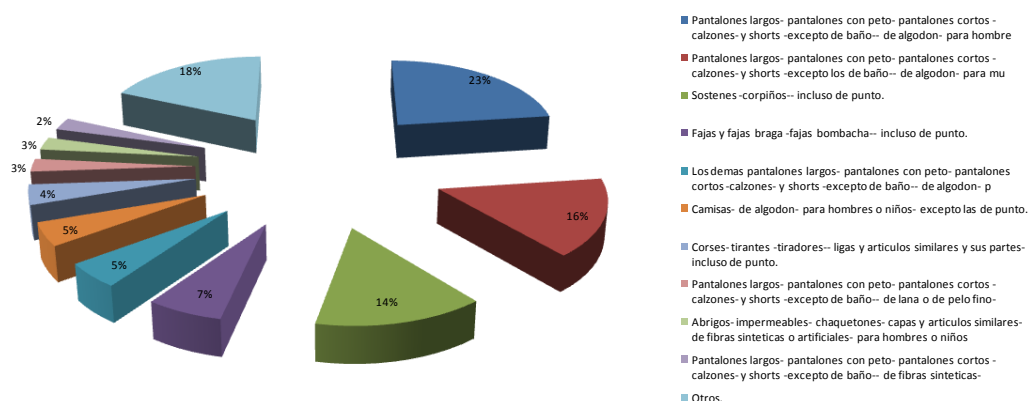
Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Como se puede observar, las prendas y complementos de vestir excepto los de punto representan en todas sus partidas un valor FOB en dólares de \$138.206.523,99 lo cual significa \$ 34.950.239,03 más de valor FOB que las prendas de vestir de punto y que la constituye como el sector más dinámico dentro de los textiles para Colombia. Las prendas y complementos de vestir excepto los de punto tienen como principal característica el mayor requerimiento de tecnología para su elaboración puesto que consisten en productos más elaborados que los tejidos de punto además de utilizar el algodón, la lana, las fibras sintéticas y artificiales como principales materias primas con lo cual un aumento de la producción de estos bienes a raíz de la eliminación inmediata de aranceles sobre estos productos a raíz del Tratado de Libre Comercio, puede generar un beneficio sobre los productores de estas materias primas debido a la mayor demanda de materias primas para la elaboración de estos productos.

Dentro del sector de las prendas y complementos de vestir excepto los de punto, como se puede observar en el siguiente gráfico que los pantalones largos, los sostenes y las fajas se mantienen como los productos que mayor valor FOB en dólares representan en las exportaciones hacia Estados Unidos. Los Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto de baño-- de algodón- para hombre poseen una participación del 23% dentro del valor FOB total de exportaciones hacia Estados Unidos mientras que este mismo producto dirigido a las mujeres posee una participación del 16% que a pesar de ser menor al mismo producto pero dirigido a los hombres, sumado con el porcentaje correspondiente a los dos productos siguientes en porcentaje de participación del FOB de exportaciones hacia Estados Unidos que también son productos dirigidos a las mujeres, evidencian que el mercado femenino es muy significativo dentro del flujo del comercio de textiles de punto hacia el exterior además de poseer una diversidad muy amplia en los tipos de artículos que se ofrece para estos mercados. Estos productos anteriormente mencionados corresponden a los sostenes – corpiños incluso de punto y las fajas y fajas bragas incluso de punto que poseen una participación de 14% y 7% respectivamente dentro del valor FOB de exportaciones hacia Estados Unidos.

Gráfico 15. Prendas y complementos de vestir excepto los de punto.

Prendas y complementos de vestir excepto los de puntos



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Una vez efectuado el análisis de la participación como porcentaje del valor FOB de los productos correspondientes a las prendas y complementos de vestir excepto los de punto a nivel nacional, se realizó el respectivo estudio para individualiza las empresas vallecaucanas que se encontraran dentro de los primeros 10 lugares de cada una de los 5 primeros productos con mayor porcentaje de participación dentro del valor FOB. Este estudio presentó un resultado inquietante que consiste en el hecho de que solo hay participación de empresas vallecaucanas en dos de los cinco sectores con mayor participación como porcentaje del valor FOB para prendas y complementos de vestir excepto los de punto. Estas empresas son C.I. MANUFACTURAS STAGE LTDA y C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347, empresas vallecaucanas dedicadas a los sectores de Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos - calzones- y shorts -excepto de baño-- de algodón- para mujer y Fajas y fajas braga -fajas bombacha-- incluso de punto respectivamente.

Analizando el subsector de Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto los de baño-- de algodón- para mujer, el primero de los dos subsectores dentro del sector textiles diferentes de los de punto que posee a una empresa vallecaucana dentro de las diez empresas que mayor porcentaje de valor FOB en dólares posee, en ella se encuentra C.I. MANUFACTURAS STAGE LTDA., empresa vallecaucana dedicada a la fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo como la segunda firma con más participación dentro del valor FOB en dólares de exportaciones a Estados Unidos, siendo este un sector cuyo beneficio a raíz del TLC es inmediato debido a la desaparición inmediata de barreras arancelarias, lo cual lo convierte de inmediato en un sector en donde el flujo comercial puede incrementarse aún más siendo un posible foco de empleo para el departamento del Valle. Este análisis se puede observar en el siguiente cuadro y en el siguiente gráfico.

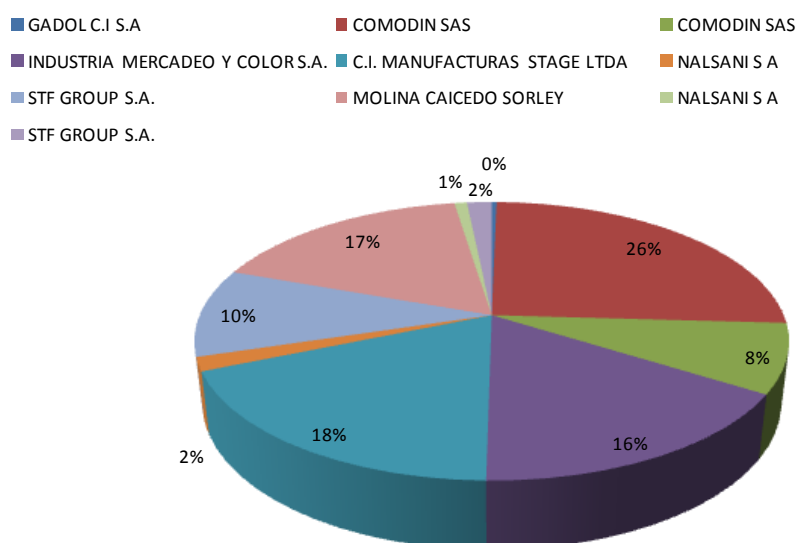
Tabla 14. Ranking Empresas subsector Pantalones largos-pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto los de baño-- de algodón- para mujer.

	NOMBRE O RAZON SOCIAL	Valor FOB Dolares
	COMODIN SAS	\$ 24.651,20
CALI	C.I. MANUFACTURAS STAGE LTDA	\$ 17.731,00
	MOLINA CAICEDO SORLEY	\$ 16.407,48
	INDUSTRIA MERCADEO Y COLOR S.A.	\$ 15.718,00
	STF GROUP S.A.	\$ 9.908,00
	COMODIN SAS	\$ 7.731,90
	STF GROUP S.A.	\$ 1.547,81
	NALSANI S A	\$ 1.539,40
	NALSANI S A	\$ 796,26
	GADOL C.I S.A	\$ 305,50
	otros	\$ 21.872.100,11
	total	\$ 21.968.436,66

Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Gráfico 16. Participación empresas subsector Pantalones largos-pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto los de baño-- de algodón- para mujer.

Pantalones largos- pantalones con peto- pantalones cortos -calzones- y shorts -excepto los de baño-- de algodón- para mujer



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Por otro lado en el sector fajas y fajas bragas que durante el primer semestre del año 2012 facturó un valor FOB de exportaciones de \$21.968.436,66. Este sector presenta a la empresa C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347 Cali como la octava empresa con mayor porcentaje de participación dentro del valor FOB de exportaciones de este sector hacia Estados Unidos como se puede observar en la siguiente tabla y en el siguiente gráfico.

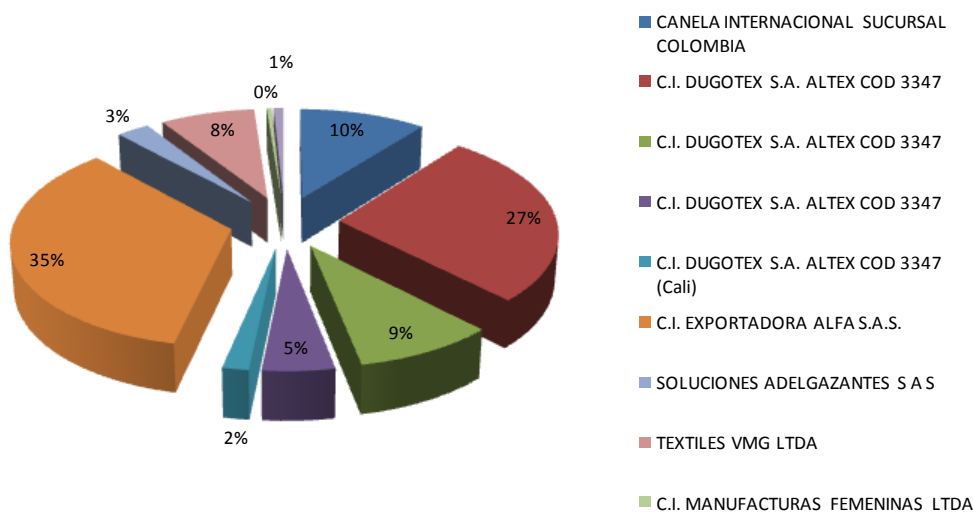
Tabla 15. Ranking Empresas sector fajas y fajas bragas (valor FOB en dólares).

	NOMBRE O RAZON SOCIAL	Valor FOB Dolares
1	C.I. EXPORTADORA ALFA S.A.S.	\$ 29.931,00
2	C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347	\$ 23.351,39
3	CANELA INTERNACIONAL SUCURSAL COLOMBIA	\$ 9.120,00
4	C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347	\$ 7.971,36
5	TEXTILES VMG LTDA	\$ 6.818,68
6	C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347	\$ 4.079,01
7	SOLUCIONES ADELGAZANTES S A S	\$ 2.389,50
8. CALI	C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347	\$ 1.489,92
9	C.I. MANUFACTURAS FEMENINAS LTDA	\$ 688,95
10	C.I. MANUFACTURAS FEMENINAS LTDA	\$ 371,47
11	otros	\$21.882.225,38

Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Gráfico 17. Participación porcentual del subsector fajas y fajas bragas como valor FOB de exportaciones.

Participación porcentual del subsector fajas y fajas bragas como valor FOB de exportaciones.



Fuente: Cálculos de los autores con datos del Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. Zeiky. 2012

Pese a estar dentro de las diez empresas a nivel nacional con mayor porcentaje de participación dentro del valor FOB de exportaciones de este sector hacia Estados Unidos, la empresa C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347 Cali presenta un valor FOB de exportaciones en pesos de tan solo \$2'723.803 un rubro muy bajo con respecto a las empresas que lideran el ranking y que evidencia una clara desventaja en cuanto a participación en el mercado americano de fajas y fajas bragas con respecto a las demás empresas nacionales. Ante esta clara desventaja resulta oportuno que no sólo la empresa C.I. DUGOTEX S.A. ALTEX COD 3347 Cali sino que también todas la empresas vallecaucanas del sector textil que actualmente exportan a Estados Unidos pero en bajo volumen, exploren la mejores vías para sacar provecho de la exenciones inmediatas a la exportaciones colombianas de textiles hacia los Estados Unidos que han empezado a regir a partir del 15 de mayo del 2012 con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio por medio del incremento de su volumen de exportación que les permitirán ofrecer una mayor cantidad de productos a un precio más competitivo.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

El tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos traerá como principal oportunidad la mayor generación de empleo. Según datos del CIDE (Corporación para el desarrollo de la investigación y la Docencia económica) se estima que se generaran 380 mil nuevos puestos de trabajo. En cuanto a las micro, pequeñas y medianas empresas, que suman en Colombia más de 200 mil (en su mayoría de los sectores de comercio y servicios), podrán gracias al tratado de libre comercio con Estados Unidos, adquirir equipos y materias primas más económicas para atender el mercado nacional. La principal consecuencia para la industria sería la reducción de costos de producción, el aumento de la competitividad nacional y la posibilidad de ofrecer mejores precios a los consumidores.

La industria de confecciones, una de las mayores generadoras de empleo, podrá aumentar su capacidad de exportación y con ello el empleo industrial; de hecho podría triplicar sus exportaciones al mercado estadounidense en los próximos tres años, tras la entrada en vigencia del tratado de Libre de Comercio. Para este sector se abren grandes oportunidades comerciales, por cuanto se lograron preferencias de largo plazo, muy importantes para productos como ropa interior femenina, confecciones para el hogar, vestidos de baño y moda en general.

Para el calzado y los artículos de cuero, industrial altamente compuesta por pequeñas y medianas empresas –pyme-, se consolidaron y ampliaron las preferencias comerciales del ATPDEA (*Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act*).

Estimaciones de Proexport Colombia indican que en un escenario con Tratado de Libre Comercio, se obtendría un 40,5 por ciento más de comercio, mientras que sin el acuerdo y sin las preferencias arancelarias que nos venían rigiendo desde 1991, la caída del comercio bilateral alcanzaría el 57,6 por ciento.

Según Proexport Colombia, para el sector y confecciones se prevé un fuerte crecimiento en la categoría de ropa deportiva alcanzando los US\$50 mil millones en ventas de minoristas en los Estados Unidos. Este incluye aquellos productos con tratamientos especiales como: anti-humedad, anti-bacterial, anti-solar, etc. En el caso de jeanswear, las ventas superan los US\$13 mil millones en producto de valor agregado. El costo de la mano de obra en China y otros países de Asia están, reduciendo la distancia en los costos de producción con los demás países confeccionistas.

Las empresas con políticas de responsabilidad social son valoradas por los grandes compradores de la industria en los Estados Unidos.

En cuanto al sector textil y de cuero, surgen las siguientes oportunidades específicas en los estados más importantes de los Estados Unidos:

Tabla 16. Principales Estados americanos con oportunidad de exportación desde el Valle del Cauca.

<p style="text-align: center;">CALIFORNIA</p>	<p>Región que alberga una importante población hispana y en donde se encuentran nichos de mercado alto, medio y bajo. El 85% de las oportunidades están enfocadas a empresas que ofrecen paquete completo, donde los principales productos demandados son: jeans, ropa interior, deportiva, vestidos de baño, ropa de playa y accesorios en cuero. El 15% de las oportunidades restantes están dirigidas a empresas productoras de ropa interior, vestidos de baño, deportivas y accesorios en cuero con marca colombiana.</p>
<p style="text-align: center;">TEXAS</p>	<p>Está considerado como un centro importante de distribución para la cadena textil y de confecciones, en el cual se concentran varias empresas manufactureras del sector de prendas de vestir. Las empresas confeccionistas ubicadas allí se caracterizan por buscar tiempos de respuesta cortos y precios bajos. En esta región los productos demandados bajo la modalidad de paquete completo son jeans, ropa casual, ropa deportiva, ropa interior, uniformes y cuero, representando el 90% de las oportunidades. Por su lado, las oportunidades para productos de marca colombiana constituyen el 10% y están enfocadas en productos tales como ropa casual, ropa interior, ropa formal, accesorios en cuero, calzado y bisutería.</p>

Tabla 16. (Continuación)

<p style="text-align: center;">FLORIDA</p>	<p>Es el principal puerto del comercio bilateral entre EEUU y Colombia. Para esta región el 70% de las oportunidades se encuentran dirigidas al negocio de paquete completo, con productos como: ropa deportiva, vestidos de baño, ropa interior, uniformes, jeans, ropa casual, calcetines y cuero. Para el caso de marcas colombianas el 30% de las oportunidades se enfocan en productos tales como vestidos de baño, ropa deportiva, ropa interior y accesorios en cuero.</p>
<p style="text-align: center;">NUEVA YORK</p>	<p>La ciudad se consolida como el principal distrito de comercio de los Estados Unidos y posee un importante centro de ventas al detal para área textil. Allí también se celebran ferias especializadas para el sector y existen show romos relevantes para la industria de las confecciones. La presencia de representantes y agentes es alta en la ciudad, pues a través de ellos se ingresa a las boutiques especializadas. Las oportunidades en la región se comportan de manera similar a Texas en cuanto a la distribución entre paquete completo y marca. El 90% son opciones para empresas productoras de paquete completo, en productos como: jeans, ropa casual, ropa interior, uniformes, ropa deportiva, ropa formal, accesorios en cuero, calzado y bisutería, con marca colombiana.</p>
<p style="text-align: center;">GEORGIA</p>	<p>Atlanta es el centro de distribución de bienes y servicios de la zona suroriental de los Estados Unidos y se posiciona como un importante núcleo financiero, sede de muchas de las empresas públicas de esa región. En ella se fabrican aviones, automóviles, derivados del papel y la madera, confección y productos químicos. Al igual que las regiones mencionadas anteriormente, para el caso de Georgia, el porcentaje más alto de las oportunidades, está enfocado al negocio de paquete completo, con los 70% dirigidas a empresas confeccionistas que proveen paquete completo para jeans, ropa interior, ropa de control, ropa deportiva, uniformes y calcetines. El 30% de oportunidades restantes están dirigidas a empresas productoras de ropa interior, vestidos de baño, ropa de control, marroquinería, calzado y bisutería con marca colombiana.</p>

Tabla 16. (Continuación)

<p>ILLINOIS</p>	<p>Contrario a las regiones mencionadas anteriormente, Illinois ofrece el 30% de oportunidades para el negocio de paquete completo y el 70% restante para la opción de marca colombiana. Los productos demandados para paquete completo son uniformes, jeans, ropa casual y cuero, mientras que para el caso de marca colombiana lo más demandado es ropa interior, vestidos de baño, ropa casual, marroquinería y bisutería. La estructura de los competidores o jugadores del mercado estadounidense de prendas de vestir ha sufrido un cambio importante durante la presente década, lo cual ha llevado a que confeccionistas y minoristas se vean hoy amenazados por nueva competencia. Esta situación los ha conducido a experimentar con nuevos formatos de ventas al por menor, que les permita ofrecer nuevas propuestas a los consumidores.</p>
------------------------	--

Fuente: Guía Comercial a Estados Unidos – Proexport Colombia. 2011

Algunos logros obtenidos en las negociaciones para textiles y confecciones en el ATPDEA y en el TLC fueron:

El ATPDEA y el TLC permiten solicitar un tratamiento libre de arancel para ciertos productos tenidos en cuenta en la negociación. En el ATPDEA y el reciente aprobado TLC los beneficios arancelarios para el sector de prendas de vestir están concentrados en los capítulos 61 y 62, que corresponden a confecciones con tejidos de punto y que no son de punto; complementando las preferencias obtenidas el TLC incorpora nuevas.

En materia de prendas de vestir, los beneficios arancelarios se obtienen cumpliendo con un reglamento particular para el sector sobre origen de las mercancías. La regla de origen se basa en el principio de Yarn Forward, esto es que los hilados deben ser de Estados Unidos o de los países signatarios bajo el denominado, y aplica a todas las telas e hilos que componen la confección. Se logró en el TLC una mejoría en la regla de origen para las exportaciones de brassieres (preferencias inmediatas a los que hayan sido cortados y cosidos en Colombia). Se eliminan los aranceles de las confecciones para el hogar (la desgravación inmediata abre oportunidades comerciales). La figura de la acumulación permite acceder en condiciones favorables de competitividad a insumos tan importantes para la industria colombiana como es el denim.

Limitaciones o restricciones

- Uso restringido de hilados regionales andinos (mediante una limitación anual de incorporación de telas tejidas en los países andinos hechas a partir de hilos de esta región).
- Existen restricciones a la incorporación de telas tejidas y no tejidas.
- Impide que las telas de los Estados Unidos sean teñidas en los países andinos.
- Los accesorios y entretelas tienen un límite de un 25% del costo de los componentes de la confección.

No obstante, el ATPDEA promueve el uso de hilados y telas de Estados Unidos, así como la confección o ensamble en los países andinos.

En el caso de materias primas como la lycra o el elastómero, existe la posibilidad de incorporarlas hasta en un 7% del peso final de la prenda. Adicionalmente, es posible incorporar nylon de México, Canadá Israel sin que las confecciones pierdan la posibilidad de beneficiarse del tratamiento arancelario preferencial. Todo tipo de forros incorporados en las confecciones deben ser originarios de EE.UU. Finalmente, existe la posibilidad de solicitar a Estados Unidos la identificación de insumos que no sean producidos en dicho país, para incorporarlos en una lista de poco abastecimiento con el objeto de que se permita su importación desde terceros países, sin que las prendas exportadas pierdan su condición de originarias.

Es importante recordar que el TLC permite que los certificados de origen sean diligenciados por los mismos exportadores y no por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Para los productos cobijados por el ATPA anteriormente, el procedimiento de certificación de origen sigue siendo el mismo, es decir que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo seguirá certificando el origen.

Considerando que el mercado estadounidense es uno de los más grandes del mundo, pues cuenta con una población de aproximadamente 310 millones de habitantes, el Tratado de Libre Comercio de Colombia con los Estados Unidos, representa una gran oportunidad para el sector textil y calzado del Valle del Cauca, pues pueden consolidarse y posicionarse como un sector de Clase Mundial. Para esto es necesario que el Gobierno tanto nacional como regional haga una apuesta decidida por la productividad y la competitividad, generando una articulación Universidad-Empresa-Estado con el fin de educar a los empresarios, generando asimismo inversión en investigaciones e innovación orientada a la diferenciación y a la generación de alto valor agregado y proveyendo a estas empresas con las herramientas necesarias para la obtención exitosa de conocimiento, adaptación y respuesta oportuna a las tendencias de los mercados globales, es decir generando en estas una visión sistémica de la moda.

Para que las empresas vallecaucanas del sector textil y calzado reflexionen sobre las tendencias mundiales del sistema de la moda es necesario que se tengan en cuenta ciertos aspectos importantes como los temas éticos, el desarrollo de productos socialmente responsables, el equilibrio entre costo-velocidad y precio, las investigaciones que se realicen para el sector, el acceso a las tecnologías de la información, la subcontratación de tareas y la oportunidad en las entregas.

Asimismo, a través de la ayuda brindada por el Gobierno, las empresas del sector deben explorar y profundizar en nichos de mercados especializados, así como monitorear el impacto del renovado sistema arancelario colombiano e informarse, anticiparse y mitigar los riesgos asociados a factores externos a la empresa, tales como la revaluación o las fluctuaciones de las tasas de interés.

Igualmente, las empresas vallecaucanas deben hacer mejor provecho de las economías de escala con el fin de exportar más productos con el beneficio de la exención de impuestos de productos textiles, este aprovechamiento de las economías de escala será posible si se diseñan plantas de producción más grandes y tecnificadas, pero debido a que muchas de las empresas vallecaucanas del sector textil y calzado son muy pequeñas para desarrollar el músculo financiero para desarrollar estas mejoras, resulta oportuno el apoyo del gobierno por medio de facilidades de adquirir préstamos a tasas de interés módicas que puedan promover el crecimiento de la industria en su conjunto y no de ciertas empresas fuertes con el fin de que no se genere discriminación.

En el sector calzado específicamente, se encontró que el 67% de las importaciones de cuero, calzado y marroquinería de Estados Unidos ingresa al país por puertos ubicados en la costa oeste. Los principales puertos para este sector son Los Ángeles, Nueva York y Seattle, por lo cual detecta una oportunidad para el Valle del Cauca, al tener acceso más rápido y a menores costos al puerto de Buenaventura.

La región santandereana cuenta con la mayor participación en las exportaciones de calzado del país hacia Estados Unidos, seguida por la región nariñense.

En el sub-sector de calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural, la empresa La Maravilla S.A con sus marcas Reindeer y Hush Puppies; es la primera empresa vallecaucana en el ranking que exporta hacia los Estados Unidos, México, Ecuador, Venezuela, Perú, Chile, Puerto Rico, Costa Rica, Israel y Canadá con un valor FOB de US \$532.257 anuales. Y Liliana Gómez Pineda, un valor FOB de US \$7.769 anuales.

En cuanto a calzado en general para hombre y mujer, se encuentra que la empresa Sport 14 CR y Cía. Exporta hacia los Estados Unidos tan solo un valor FOB de US \$9.075, en su mayoría a boutiques pequeñas en New Jersey.

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

- El Tratado de Libre Comercio de Colombia con los Estados Unidos tiene un impacto positivo sobre la producción, el comercio y el empleo del sector textil y calzado pues ayudaría a reducir el rezago de las exportaciones colombianas y regionales de artículos del sector, que normalmente están encabezadas por Antioquia (en el sector textil) y los Santanderes (en el sector de calzado), lo cual promovería una mayor estabilidad económica regional para el Valle del Cauca, así como el fomento de la inversión nacional de Estados Unidos y de terceros países en el territorio vallecaucano.
- La desgravación inmediata o de mediano plazo para la mayoría de los productos significará para las empresas vallecaucanas del sector textil y de calzado la oportunidad de acceder a materias primas y bienes de capital a menor costo, lo cual representará una mejora en la competitividad de estas; específicamente, este tratado contempla la importación de maquinaria usada y remanufacturada lo que contribuirá a reducir costos para las empresas del sector que tengan proyectos de reconversión tecnológica.
- Al analizar la oferta exportadora de la región vallecaucana, específicamente en el sector textil y de calzado, se encontró que estos sectores son *potenciales exportadores* pues solo unas pocas empresas exportan sus productos a los Estados Unidos y este país es un buen comprador de bienes de estos sectores, además las preferencias ATPDEA brindan acceso preferencial frente a otros proveedores competitivos en el mercado estadounidense, como en el caso de las confecciones.
- En cuanto a las empresas del sector calzado y cuero, es necesario que para maximizar los beneficios y minimizar los costos derivados que se puedan generar con el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, el sector debe acelerar el proceso de readecuación para hacer frente a la internacionalización, para lo cual tendrá el apoyo del Gobierno y entidades del mismo, pues este sector se ha encontrado con el reto de enfrentar un entorno internacional caracterizado por dos temas principales; el de los precios bajos, donde los productores asiáticos son imbatibles por sus costos y el de los nichos de mayor valor agregado; por lo tanto para poder aprovechar las oportunidades del tratado y evitar los costos de una mayor competencia, tanto en Estados Unidos como del resto del mundo, el sector de calzado debe avanzar para escapar de los segmentos de precios bajos y posicionarse en los nichos de mayor valor agregado.

Sin embargo, en términos generales, la negociación del TLC fue favorable para el sector de calzado y marroquinería, pues tendrán

acceso inmediato al mercado estadounidense, y como se mencionó anteriormente, el TLC brinda la posibilidad de importar bienes remanufacturados que permitirá que muchos pequeños y medianos productores hagan una reconversión tecnológica para adecuar sus técnicas productivas a las nuevas realidades del mercado.

- Para lograr posicionar el sector de calzado en los Estados Unidos deben llevarse a cabo varias tareas tales como la necesidad de mejorar las materias primas, elevando su calidad y controlando los nocivos efectos ambientales que tiene actualmente la curtiembre de cueros en la región, así como también es necesario avanzar en los procesos de asociación, en la medida en que la mayor parte de los productores de la región son microempresas o pequeñas empresas que no pueden alcanzar por si solas grandes escalas de producción, con fin principal de sofisticar el diseño, depurar la manufactura y crear marcas.
- Con referencia al sector textil y de confección, éste ha tenido retos parecidos al sector de calzado, pues la incursión de países como Vietnam, India, Malasia y China a la economía mundial, ha significado que economías como la colombiana ya no puedan competir en los nichos de mercado bajos costos. Por otra parte, la cadena de valor de los textiles y las confecciones en los nichos de mercado de mayor valor agregado han pasado de estar determinada por la oferta a ser jalonada por la demanda, en una economía en la cual el consumidor es cada vez mas exigente y voluble, por lo cual este sector debe desarrollar sus aptitudes para el diseño y su rápida capacidad de respuesta a las cambiantes exigencias de las colecciones del mercado, por lo cual el Valle del Cauca tiene grandes oportunidades, pues cuenta con una mano de obra hábil para las costuras delicadas propias de las confecciones de alto valor agregado. De igual manera, la escala de producción mediana y baja de los productores vallecaucanos permite una mayor flexibilidad para atender las exigencias de un mercado que puede tener seis o mas colecciones al año, además la cercanía geográfica de Colombia a Estados Unidos y el puerto cercano de Buenaventura, brinda a los productores una ventaja significativa para atender esta demanda, frente a competidores de Asia e incluso de Europa como lo son los productores textiles españoles.
- La posibilidad de que el sector textil y confección del Valle del Cauca pueda aprovechar los beneficios del TLC y evitar sus costos dependerá de su capacidad de avanzar en su proceso de inserción en nichos de mayor valor, para lo cual es fundamental que las autoridades y entidades como la Cámara de Comercio de Cali contribuyan a dinamizar los procesos de asociación, el fortalecimiento del diseño y la reconversión productiva necesarios para aprovechar la calidad de la manufactura y la proximidad al mercado estadounidense.

- Finalmente, es necesario además que las entidades competentes como la Cámara de Comercio de Cali, las oficinas de Proexport o el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoyen a los empresarios en este proceso, centrándose en áreas específicas como: programas de capacitación para aprovechar las ventajas del TLC; provisión de información pertinente sobre el TLC, asesoría para la certificación de calidad, promoción de alianzas estratégicas para la aumentar la inversión extranjera directa y realización de talleres sobre las condiciones de inversión en el marco del TLC.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN EN EL PACIFICO COLOMBIANO. [En línea] <<http://www.investpacific.org/node/1349>> [citado en septiembre de 2012].

Centro de información y Asesoría en Comercio exterior. *Zeiky*. 2012.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. Cuentas Nacionales Departamentales, noviembre de 2011.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. Encuesta Anual Manufacturera, Bogotá, junio 2012

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Departamento del Valle del Cauca. Septiembre 2012

PROEXPORT COLOMBIA. Guía Comercial Estados Unidos. [En línea]. <http://www.proexport.com.co/sites/default/files/Guia_Comercial_Estados_Unidos_2012.pdf> [citado en marzo de 2012]

PROEXPORT COLOMBIA. Oportunidades para las manufacturas colombianas en el mercado de Estados Unidos y cómo aprovecharlas. [En línea]. <http://www.proexport.com.co/> [citado en mayo de 2012].

UNIVERSIDAD ICESI. Socios Comerciales de Colombia. [En línea] <<http://www.icesi.edu.co/blogs/paises/>> [citado en marzo de 2012].