

**ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES
DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON LOS
PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNION EUROPEA
ENTRE 2004 Y 2009**

**MAYRA ALEJANDRA VÉLEZ OLAYA
CÓDIGO 200520044033**

**ANGELA MARIA RAMIREZ MONTOYA
CÓDIGO 200420065033**

**PAOLA JIMENEZ TRUJILLO
CÓDIGO 200410090033**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
ENVIGADO
2010**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES
DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON LOS
PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNION EUROPEA
ENTRE 2004 Y 2009**

**MAYRA ALEJANDRA VÉLEZ OLAYA
ANGELA MARIA RAMIREZ MONTOYA
PAOLA JIMENEZ TRUJILLO**

Trabajo de Grado requerido para optar al título de Administradora de Negocios

**Asesor Temático
DURLANDY CHAVERRA MUÑOZ
MCS Economía**

Asesor Metodológico

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
ENVIGADO
2010**

AGREDECIMIENTOS

Agradecemos a Nuestro Asesor Durlandy Chaverra Muñoz por el acompañamiento en el desarrollo del trabajo de grado durante todo el desarrollo del proyecto.

DEDICATORIA

A nuestra Familias que estuvieron presentes durante todo el proceso de formación como profesionales brindándonos su apoyo incondicional.

Compañeros de estudio, quienes han hecho de esta vivencia una experiencia de vida en la que se construyen fuertes lazos de amistad.

¡Muchas Gracias de todo corazón!

TABLA DE CONTENIDO

	PÁG
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
GLOSARIO	13
INTRODUCCIÓN	15
1. ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNIÓN EUROPEA ENTRE 2004 Y 2009.	17
2. PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD	17
2.1. DEFINICIÓN DE LA OPORTUNIDAD	17
2.2. FORMULACIÓN DE LA OPORTUNIDAD	18
3. JUSTIFICACIÓN	18
4. OBJETIVOS	20
4.1. OBJETIVO GENERAL	20
4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	20
5. MARCO DE REFERENCIA	21
5.1. ANTECEDENTES	21
5.2. MARCO TEÓRICO	22
5.2.1. ENFOQUE DE COMPETITIVIDAD SISTÉMICA	25
5.3. MARCO CONCEPTUAL	29
5.4. MARCO CONTEXTUAL	29
6. DISEÑO METODOLÓGICO	30
6.1. TIPO DE ESTUDIO	30
6.2. TIPO DE ANÁLISIS	30
6.3. CIENCIAS AUXILIARES	31

6.4. FUENTES DE INFORMACIÓN	31
7. RESULTADOS DEL ESTUDIO	32
7.1. EXPORTACIONES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRÁ EN EL PROCESO COMERCIAL CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNIÓN EUROPEA.	32
7.1.1 EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA EL RESTO DEL MUNDO.	32
7.1.2. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA HACIA RESTO DEL MUNDO.	40
7.1.3. EXPORTACIONES DEL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ HACIA EL RESTO DEL MUNDO	48
7.2. COMERCIO EXTERIOR EFTA	52
7.2.1. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE EFTA	52
7.2.2. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE EFTA Y COLOMBIA.	55
7.3. COMERCIO EXTERIOR DE ISLANDIA ENTRE 2004-2009	58
7.3.1. ISLANDIA INFORMACIÓN GENERAL	58
7.3.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE ISLANDIA ENTRE 2004-2009.	59
7.3.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE ISLANDIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004-2009.	63
7.3.4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ E ISLANDIA.	66
7.4. COMERCIO EXTERIOR DE SUIZA ENTRE 2004-2009.	69
7.4.1. SUIZA INFORMACIÓN GENERAL	69
7.4.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE SUIZA ENTRE 2004-2009.	70
7.4.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE SUIZA, COLOMBIA, ANTIOQUA 2004-2009.	76
7.4.4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS	

ENTRE EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ Y SUIZA.	80
7.5. COMERCIO EXTERIOR DE NORUEGA	83
7.5.1. NORUEGA INFORMACIÓN GENERAL	83
7.5.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE NORUEGA ENTRE 2004-2009.	84
7.5.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE NORUEGA, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004-2009.	88
7.5.4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE EL SUR DE VALLE DE ABURRÁ Y NORUEGA	91
7.6. COMERCIO EXTERIOR DE TURQUIA ENTRE 2004-2009.	94
7.6.1. TURQUIA INFORMACIÓN GENERAL.	94
7.6.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE TURQUIA ENTRE 2004-2009.	95
7.6.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE TURQUIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004-2009.	99
7.6.4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ Y TURQUIA	102
7.7. COMERCIO EXTERIOR DE RUSIA ENTRE 2004-2009	104
7.7.1. RUSIA INFORMACIÓN GENERAL	104
7.7.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE RUSIA ENTRE 2004-2009.	105
7.7.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE RUSIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004-2009.	109
7.7.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTOS ENTRE EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ Y RUSIA	112
7.8. COMERCIO EXTERIOR DE CROACIA ENTRE 2004-2009.	114
7.8.1. CROACIA INFORMACIÓN GENERAL	114
7.8.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE CROACIA ENTRE 2004-2009.	115
7.8.3. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES ENTRE CROACIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004-2009.	119

7.8.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTOS ENTRE EL SUR DE VALLE DE ABURRÁ Y CROACIA	122
7.9. POTENCIAL COMERCIAL DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENRCIENTES A LA UNIÓN EUROPEA.	125
CONCLUSIÓN	128
RECOMENDACIONES	129
BIBLIOGRAFÍA	130
ANEXOS	132

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Principales sectores no tradicionales exportados por Antioquia (2008-2009).
Tabla 2.	Exportaciones e importaciones de EFTA de cada país miembro.
Tabla 3.	Balanza Comercial de EFTA.
Tabla 4.	Principales productos importados por el EFTA en 2009
Tabla 5.	Balanza comercial entre Colombia y EFTA.
Tabla 6.	Principales productos exportados por Colombia a los países del EFTA.
Tabla 7.	Principales productos importados por Islandia.
Tabla 8.	Principales productos exportados por Islandia.
Tabla 9.	Balanza Comercial Colombia – Islandia.
Tabla 10.	Principales productos que Colombia exporta a Islandia.
Tabla 11.	Principales productos importados por Suiza.
Tabla 12.	Principales productos exportados por Suiza.
Tabla 13.	Balanza Comercial Colombia-Suiza
Tabla 14.	Principales productos que Colombia exporta a Suiza.
Tabla 15.	Exportaciones de Antioquia a Suiza por clasificación CIU-
Tabla 16.	Principales productos importados por Noruega.
Tabla 17.	Principales productos exportados por Noruega.
Tabla 18.	Balanza Comercial Colombia – Noruega
Tabla 19.	Principales productos que Colombia exporta a Noruega.
Tabla 20.	Principales productos no tradicionales exportados a Noruega por Colombia.
Tabla 21.	Exportaciones de Colombia a Noruega por clasificación CIU.
Tabla 22.	Principales productos importados por Turquía.
Tabla 23.	Principales productos exportados por Turquía.
Tabla 24.	Balanza Comercial Colombia-Turquía.
Tabla 25.	Principales productos que Colombia exporta a Turquía.
Tabla 26.	Exportaciones de Antioquia a Turquía por clasificación CIU.
Tabla 27.	Principales productos importados por Rusia.
Tabla 28.	Principales productos exportados por Rusia.
Tabla 29.	Balanza Comercial Colombia-Rusia.
Tabla 30.	Principales productos no tradicionales exportados a Rusia.
Tabla 31.	Exportaciones de Antioquia a Rusia por clasificación CIU.
Tabla 32.	Principales productos importados por Croacia.
Tabla 33.	Principales productos exportados por Croacia.
Tabla 34.	Balanza Comercial Colombia-Croacia.
Tabla 35.	Principales productos exportados por Croacia.
Tabla 36.	Exportaciones de Antioquia a Croacia por clasificación CIU

LISTA DE GRAFICOS

- Grafico 1. Balanza Comercial de Colombia con el resto del mundo.
- Grafico 2. Exportaciones Colombianas por sector económico.
- Grafico 3. Destino de las exportaciones Colombianas.
- Grafico 4. Balanza Comercial según bloques económicos.
- Grafico 5. Balanza Comercial de Antioquia con el resto del mundo
- Grafico 6. Exportaciones no tradicionales de Antioquia por macrosector.
- Grafico 7. Productos del sector industrial clasificados en el CIIU.
- Grafico 8. Distribución de las exportaciones no tradicionales según país de destino.
- Grafico 9. Balanza Comercial Aburrá Sur.
- Grafico 10. Exportaciones por sector del Aburrá Sur.
- Grafico 11. Destino de las exportaciones del Aburrá Sur.
- Grafico 12. Exportaciones e importaciones de Islandia.
- Grafico 13. Origen de las importaciones de Islandia.
- Grafico 14. Destino de las exportaciones de Islandia.
- Grafico 15. Balanza Comercial Colombia – Islandia
- Grafico 16. Principales productos exportados por el Sur del Valle de Aburrá.
- Grafico 17. Principales productos importados por Islandia.
- Grafico 18. Exportaciones e importaciones de Suiza.
- Grafico 19. Origen de las importaciones de Suiza.
- Grafico 20. Destino de las exportaciones de Suiza.
- Grafico 21. Balanza Comercial Suiza-Colombia.
- Grafico 22. Principales productos importados por Suiza.
- Grafico 23. Exportaciones e importaciones de Noruega.
- Grafico 24. Origen de las importaciones de Noruega.
- Grafico 25. Destino de las exportaciones de Noruega.
- Grafico 26. Balanza Comercial Noruega-Colombia.
- Grafico 27. Principales productos importados por Noruega.
- Grafico 28. Exportaciones e importaciones de Turquía.
- Grafico 29. Origen de las importaciones de Turquía.
- Grafico 30. Destino de las exportaciones de Turquía.
- Grafico 31. Balanza Comercial entre Turquía y Colombia.
- Grafico 32. Principales productos importados por Turquía.
- Grafico 33. Exportaciones e importaciones de Rusia.
- Grafico 34. Origen de las importaciones de Rusia.
- Grafico 35. Destino de las exportaciones de Rusia.
- Grafico 36. Balanza Comercial Rusia-Colombia.
- Grafico 37. Principales productos importados por Rusia.
- Grafico 38. Exportaciones e importaciones de Croacia.
- Grafico 39. Origen de las importaciones de Croacia.
- Grafico 40. Destino de las exportaciones de Croacia.
- Grafico 41. Balanza Comercial Croacia-Colombia.
- Grafico 42. Principales productos importados por Croacia.

RESUMEN

Colombia y Europa han culminado la negociación de un tratado de libre comercio con el bloque comercial EFTA que Permita no sólo ampliar los flujos comerciales entre ambos países, sino crear un escenario comercial favorable más amplio, pero, sobre todo, estable en términos normativos y que permita el acceso real y preferencial de nuestros productos.

En este documento se presenta de manera general cuáles son las características de los flujos comerciales de ambos países, el origen de sus importaciones, el destino de sus exportaciones, la evolución de sus relaciones comerciales durante los últimos 6 años y la composición de sus intercambios comerciales, con el ánimo de que el lector logre identificar los retos, oportunidades y posibles amenazas que puedan surgir con la entrada en operación de un instrumento comercial como el TLC.

En el caso particular del Aburrá Sur y Antioquia se hace una comparación sectorial de las importaciones y exportaciones originadas y dirigidas hacia el mercado Europeos, de tal manera que se evidencie cuál es la relación comercial que la subregión posee con ese país.

La idea de un estudio sobre la viabilidad comercial de productos no tradicionales de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburrá con los países europeos no pertenecientes a la Unión Europea surge a raíz del poco contacto comercial que sostiene Colombia con estos países, ocupando Suiza, Islandia, Noruega, Rusia, Turquía y Croacia gran importancia en el ámbito internacional.

Palabras claves.

Exportaciones, Importaciones, Integración, No Comunidad Europea, Balanza Comercial, Internacionalización.

ABSTRACT

Colombia and Europe have completed the negotiation of a agreement of EFTA which allows not only to expand trade between both countries, but to create a favorable business scenario wider, but, above all, stable in policy and allow real access and preferential of our products.

This document provides an overview of what the characteristics of trade flows in both countries, the origin of its imports, the export destination, the evolution of trade relations during the past 6 years and the composition of their trade with the hope that the reader could identify the challenges, opportunities and threats that may arise with the coming into operation of a commercial tool such as FTA, Free Trade Agreement.

In the case of the South of Aburrá and Antioquia a comparison sector imports and exports originating from and directed towards the European market, so it becomes apparent what the commercial relationship that the subregion has with that country.

The idea of a study on the commercial viability of traditional products from Colombia, Antioquia and South of Aburrá with countries outside the European Union stems from the little contact that says Colombia trade with these countries, occupying Switzerland, Iceland, Norway, Russia, Turkey and Croatia great importance in the international area.

Key Words.

Exports, Imports, Treaty, No European Community, Trade Balance, Internationalization.

GLOSARIO

Balanza Comercial: Es la cuenta de balanza comercial de pagos que refleja el movimiento de exportaciones e importaciones de bienes de un país con el resto del mundo.

Comercio exterior: Conjunto de transacciones comerciales realizadas entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo. El comercio exterior centra su atención en el estudio de las relaciones económicas entre dos o más naciones.

EFTA: Asociación Europea de Libre Comercio, European Free Trade Association. Asociación de varios países europeos fue fundada en 1960 para fomentar el comercio libre entre sus empresas.

Exportación: En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

Importación: En economía, la importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren,

Inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población.

Mercado: conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. El mercado es, también, el ambiente social que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

Producto: Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.

Enfoque de competitividad sistémica: Enfatiza la importancia de aquellos factores que determinan la evolución de los sistemas económicos y que no son sistemáticamente tratados por los enfoques convencionales de la macro y microeconomía. Distinguir cuatro niveles de análisis, micro, meso, macro y meta e investigar la interrelación entre ellos no sólo tiene sentido a nivel de economías nacionales. Pues este resulta ser también un ejercicio útil para comprender la evolución de las economías locales y regionales y más aún nos ayuda a tratar los factores supranacionales. Es la capacidad para competir en los mercados por bienes o servicios.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este proyecto pretende ser una herramienta de sensibilización comercial para los exportadores colombianos, Antioqueños y del sur del valle de aburra que se encuentran interesados en entrar a nuevos mercados y abrir así caminos en el exterior.

La idea de un estudio sobre la viabilidad de sensibilización comercial de productos no tradicionales de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburrá con los países europeos no pertenecientes a la Unión Europea surge a raíz del poco contacto comercial que sostiene Colombia con estos países, ocupando Suiza, Islandia, Noruega, Rusia, Turquía y Croacia gran importancia en el ámbito internacional. Debido a las condiciones económicas que presentan estos países, a su alto nivel de desarrollo industrial, comercial y tecnológico, son mercados que pueden ser vistos como una fuente de nuevas oportunidades para los productos no tradicionales y empresarios Colombianos.

El sector externo Colombiano se ha convertido en uno de los principales motores de impulso para la economía nacional. La entrada a nuevos mercados ha proporcionado un mejor desarrollo en la industria Colombiana, que acompañado por los acuerdos comerciales firmados con diferentes países y bloques económicos ha permitido que los productos no tradicionales se comercialicen en el mundo entero.

Este proyecto pretende dar una visión de la estructura y el comportamiento del mercado y la economía de estos seis países no pertenecientes a la Unión Europea, con el propósito de informar a los exportadores Colombianos las oportunidades que pueden surgir para introducir sus productos a estos mercados, que aunque no es fácil, en especial para países agrícolas como Colombia, tampoco es imposible.

Parte de los objetivos que este proyecto de grado quiere ofrecer es determinar los sectores económicos dentro de los cuales los productos no tradicionales pueden tener un mejor desarrollo a futuro, convirtiéndose así en la vía de acceso a los mercados de estos países.

1. ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNIÓN EUROPEA ENTRE 2004 Y 2009.

2. PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD

2.1 DEFINICIÓN DE LA OPORTUNIDAD

Debido al panorama mundial y a los problemas económicos y políticos que Colombia ha tenido con sus países vecinos se convierte en una necesidad realizar una extensa búsqueda de nuevos mercados y una manera apropiada para expandir sus fronteras comerciales.

La búsqueda de nuevos mercados y aliados comerciales es uno de los retos que trae la globalización, sin embargo, esta búsqueda debe verse como una oportunidad para que los productos y servicios colombianos puedan alcanzar mercados alternativos y países diferentes a los tradicionales. El objetivo de esta búsqueda es sostener una dinámica del país en temas de comercio exterior, y que esta dinámica genere un crecimiento e internacionalización de los bienes y servicios que ofrecen las empresas de nuestro país.¹

En medio de todas las especulaciones y los impactos que ha sufrido la economía colombiana ya hay sectores que están afrontando muchas dificultades, por este motivo es que Colombia se ha decidido a negociar varios acuerdos comerciales con países que ofrecen mayores beneficios.

Así mismo la nueva era empresarial que se está presentando en el país, pretende ser una oportunidad emprendedora que permita la toma de decisiones acertadas

¹ <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2009/01/09/mercados-alternativos/>, Mayo 31 de 2010, 20:30 pm

para el direccionamiento actual del mercado, es decir que las empresas colombianas, antioqueñas y Sur del Valle de Aburrà posean la capacidad de identificar y dar respuesta inmediata a los problemas u oportunidades que enfrentan hoy por hoy frente a la dinámica del comercio mundial.

2.2 FORMULACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

¿Cuáles pueden ser las oportunidades comerciales de las empresas del Sur del Valle de Aburrà con los países Europeos no pertenecientes a la Comunidad Europea?

3. JUSTIFICACIÓN

Es primordial para los Administradores de Negocios Internacionales de la Universidad de Envigado realizar este tipo de investigación porque nos permite aplicar todo lo visto durante la vida académica en temas relacionados con comercio exterior, administración, economía, debido a que vamos a analizar datos económicos de cada país Europeos no perteneciente a la Unión Europea, también podemos aplicar la investigación de mercados, con el fin de determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa en el momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y las respectivas acciones que se deben tomar, análisis financieros para observar las exportaciones e importaciones que presentan cada uno de los países y así mismo analizar los diferentes indicadores económicos que nos permiten identificar si son mercados viables con los que se puede realizar una buena negociación.

A través de esta investigación se identifican las aptitudes de los estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad de Envigado ya que se le está dando una idea más global a la Facultad de Ciencias Empresariales, porque se está dejando de lado las ideas comunes de negocios y se está enfocando mas en nuevos

conocimientos sobre realizar tratados de libre comercio con otros países diferentes a los tradicionales.

Resulta importante realizar este tipo de investigación porque sin lugar a dudas el resaltar los aspectos positivos de la economía colombiana, nos hace pensar que las empresas Colombianas, Antioqueñas y del Sur del valle de aburra ya están preparadas para nuevos retos y dispuestas a enfrentarse a un mercado cada día más exigente respecto a la competitividad y a las dinámicas comerciales que nos ofrecen hoy en día los nuevos mercados.

Las empresas del Sur del Valle de Aburrá podrán tener oportunidad de expandir sus productos o servicios a nuevos mercados porque dada las condiciones a las que se enfrenta la economía colombiana actualmente, se deben adoptar estrategias de negocios diferentes para operar eficazmente y enfrentarse a las condiciones del mercado internacional.

Los beneficios que ofrecen estos acuerdos comerciales son los siguientes: las empresas pueden incrementar sus ventas, adquirir nuevos recursos, minimizar los riesgos, obtener un mayor posicionamiento competitivo, mejorar la imagen de la empresa y de la marca, permitir una rápida explotación de innovación, ampliar el mercado interno e impulsar la relación y credibilidad con los clientes.²

²<http://www.monografias.com/trabajos16/tratado-libre-comercio/tratado-libre-comercio.shtm#paraque>, Mayo 31 de 2010, 21:30 Pm

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de viabilidad comercial de productos no tradicionales de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburra, hacia los países Europeos no pertenecientes a la Unión Europea, entre 2004 y 2009, teniendo en cuenta un enfoque de competitividad sistémica.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Recopilar información acerca de las exportaciones colombianas, antioqueñas y del Sur del Valle de Aburra hacia el resto del mundo, entre 2004 y 2009.

Compilar información acerca de las importaciones de los países no pertenecientes a la Unión Europea entre 2004 y 2009.

Evaluar los aspectos comerciales en términos de productos y servicios entre Colombia, Antioquia, Sur del Valle de Aburrá y los países Europeos no pertenecientes a la Unión Europea.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. ANTECEDENTES

Tratado de libre comercio Colombia-Unión Europea, Carolina Muñoz Jaramillo, Isabel Gómez, Cindy Cano, Universidad: Institución Universitaria de Envigado.

Tratado de libre comercio Colombia-Países Árabes, Alexandra Palacio, Alejandra Arroyabe, Universidad: Institución Universitaria de Envigado.

Acuerdos comerciales CAN y G3: impactos en el mercado textil, Colombiano 2000-2005, Catalina Castaño Rodríguez; Daniel Peláez Garavito; José Ignacio Diez.
Universidad: Eafit

Aplicabilidad del APTEA en Antioquia, Autor(es): Catalina Muñoz Montoya, María Adelaida Sierra, Universidad: Medellín

Aplicabilidad del APTEA en Colombia, Autor(es): Margarita Cuartas López. Sergio Hurtado Escobar. Lina María Zapata, Universidad: Medellín

Acuerdo bilateral entre Chile y Colombia, Autor(es): Sandra Lucia Rodríguez, Universidad: Medellín, La Unión Europea y sus relaciones Económicas con Colombia.

Autor(es): Wilfer Maquilon Ballesteros. Guillermo Galeano. Silvia Inés Marulanda.
Universidad: Medellín

Mapas de Tratados de libre comercio con Estados Unidos, Chile, Triangulo Norte de Centroamérica, CAN y Mercosur. Autor: Cámara de Comercio Aburra Sur

Exportaciones e Importaciones Aburra Sur.

Exportaciones Aburra del sur: Aburrá Sur ha sido históricamente reconocida como polo del desarrollo industrial de Antioquia y del país, toda vez que concentra una importante porción de la producción industrial antioqueña, hoy genera el 30% de las exportaciones del Departamento caracterizadas en un 88% por productos no tradicionales.

De la mano del buen desempeño de las exportaciones colombianas el Aburrá Sur ha logrado duplicar sus exportaciones en el periodo transcurrido entre los años 2002 y 2007, pasando de 528 millones de dólares en 2002 a poco más de 1.200 millones en 2007.

Importaciones Aburra del Sur: El Aburrá sur posee una balanza comercial positiva ya que las importaciones realizadas directamente por empresas de la Subregión equivalen a una cifra cercana al 70% del valor de las exportaciones realizadas desde sus cinco Municipios.

La mayoría de los productos importados con materias primas utilizadas por la gran base empresarial con asiento en la Subregión, principalmente para aquellos utilizados en la industria química y plástica o insumos químicos utilizados en sectores como el textil confección, cuero y alimentos.³

5.2. MARCO TEÓRICO

ARANCEL. Un arancel es un impuesto o gravamen que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Los aranceles se emplean para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las

³ <http://www.elcolombiano.com/expoantioquia/> Junio 5 de 2010, 16:30 pm

importaciones. Impuesto o tarifa que grava los productos transferidos de un país a otro. El incremento de estas tarifas sobre los productos a importar eleva su precio y los hacen menos competitivos dentro del mercado del país que importa, tendiendo con esto a restringir su comercialización.⁴

TRATADO COMERCIAL. Se denomina tratado de comercio o tratado comercial al tratado sometido al derecho internacional y suscrito entre dos o más países soberanos en virtud del cual se establece el modelo de relaciones en los intercambios comerciales entre los firmantes. Los objetivos pueden ser variados y suelen establecerse cláusulas que regulan los siguientes aspectos:

Derechos de aduana y en general, impuestos a pagar o exentos, en forma recíproca, por los productos de exportación/importación entre los países firmantes, Control de fronteras, Bienes sujetos a preferencias en los intercambios, Moneda base de referencia en los intercambios, Jurisdicción común y/o aceptada por las partes para la resolución de conflictos en los distintos supuestos de derecho mercantil relacionados con el tratado y Relaciones comerciales con terceros países u organismos internacionales no firmantes.⁵

MERCADO COMÚN. Los países que acuerdan un mercado común realizan una combinación de unión aduanera y zona de libre comercio. Actúan como bloque, definiendo los mismos aranceles al comerciar hacia afuera (para evitar competencias internas), anulando entre ellos los aranceles en frontera y permitiendo el libre tránsito de personas, así como de capitales y servicios (libre prestación de servicios y libertad de establecimiento de las empresas). También se puede llamar mercado propio.

⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Arancel>, junio 3 de 2010, 19:15 pm

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Acuerdo_comercial, junio 3 de 2010, 19:40 pm

Se establece por medio de tratados, entre los países que se asocian con el propósito de eliminar eventualmente las barreras aduaneras existentes en el comercio exterior, estableciendo derechos de aduana comunes para productos originarios en cualquier otro país fuera del grupo, así como otra serie de políticas económicas uniformes para beneficio de los países de la comunidad.⁶

ACUERDOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA. Para contribuir a un mejor posicionamiento de Colombia en el marco internacional y a un mejoramiento de la calidad de la vida de los colombianos, es indispensable que mantengamos unos estándares adecuados de protección a la inversión extranjera como factor determinante del crecimiento y desarrollo del país.

La estrategia de integración económica plasmada en la Constitución y en el Plan de Desarrollo que busca la suscripción de acuerdos internacionales de comercio de última generación, el objetivo es consolidar a Colombia como un país ciento por ciento confiable y atractivo para el desarrollo de negocios con inversión extranjera. Mediante estos acuerdos se busca otorgar un entorno jurídico estable para la inversión nacional y extranjera y abrir nuevos mercados para la producción colombiana, con un acceso preferencial, estable y de largo plazo.⁷

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_comun, junio 3 de 2010, 20:05 pm

⁷ <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/newsdetail.asp?id=5438&idcompany=1>, junio 3 de 2010, 21:15 pm.

5.2.2 ENFOQUE DE COMPETITIVIDAD SISTÉMICA

El concepto de "competitividad sistémica" constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo. Hay dos elementos que lo distinguen de otros conceptos dirigidos a determinar los factores de la competitividad industrial:

La diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa;

La vinculación de elementos pertenecientes a la economía industrial, a la teoría de la innovación y a la sociología industrial con los argumentos del reciente debate sobre gestión económica desarrollado en el plano de las ciencias políticas en torno a las policy-networks.

Las empresas industriales de los países desarrollados y de los países en vías de desarrollo se ven hoy ante la necesidad imperiosa de incrementar su competitividad. Semejante desafío proviene de una competencia cada vez más dura, una "carrera" por adoptar y adaptar modelos de producción "japoneses" y un cambio tecnológico acelerado. Y en esa carrera están enfrascadas todas las empresas, ya que hasta las posiciones hegemónicas se tornan cada vez más vulnerables. Los esfuerzos más importantes para elevar la competitividad deben efectuarse a nivel de empresa. Ahora bien, la competitividad internacional no se explica exclusivamente a nivel empresarial. Las empresas se hacen competitivas al cumplirse dos requisitos fundamentales: primero, estar sometidas a una presión de competencia que las obligue a desplegar esfuerzos sostenidos por mejorar sus productos y su eficiencia productiva; segundo, estar insertas en redes articuladas dentro de las cuales los esfuerzos de cada empresa se vean apoyados por toda una serie de externalidades,

servicios e instituciones. Ambos requisitos están condicionados a su vez por factores situados en el nivel macro (contexto macroeconómico y político-administrativo) y en el nivel meso.

Niveles de competitividad sistémica. Un país no puede elaborar cualquier cantidad de políticas o elementos de competitividad a partir del conjunto dado de determinantes de la "competitividad sistémica" (subsistemas e instrumentos de gestión). Los países más competitivos poseen:

Estructuras en el nivel meta que promueven la competitividad, Un contexto macro que ejerce una presión de performance sobre las empresas, y un nivel meso estructurado donde el Estado y los actores sociales desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad.

Un gran número de empresas situadas en el nivel micro que buscan simultáneamente la eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua.

EL NIVEL MICRO: Para afrontar con éxito la globalización de la competencia, la proliferación de competidores, la diferenciación de la demanda, el acortamiento de los ciclos de producción y las innovaciones, las empresas y sus organizaciones necesitan readecuarse tanto a nivel interno como en su entorno. La consecución de eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción por parte de las empresas es necesaria a través de la introducción de cambios en la organización de la producción -acortando tiempos de producción, sustituyendo las cadenas de ensamblaje-, en la organización del desarrollo del producto -la integración del desarrollo, la producción y la comercialización contribuye a fabricar bienes con más eficiencia y comercializarlos con mayor facilidad- y en la organización de las relaciones de suministro.

EL NIVEL MACRO: Se refiere a la estabilidad del contexto macroeconómico, pues su inestabilidad perjudica la operatividad, transparencia y eficiencia de mercados de factores, bienes y capitales que son claves para una asignación eficiente de recursos en la economía.

El éxito de una estabilización se basa en la voluntad del gobierno de imponer reformas, en crear un consenso nacional sobre su importancia y en lograr el apoyo internacional.

EL NIVEL META: Para optimizar la eficacia en los niveles micro, macro y meso son esenciales la eficacia de la organización jurídica, política y económica, del esquema social de organización e integración y del sistema organizativo para la interacción estratégica, porque la competitividad sistémica no puede dar resultados sin la formación de estructuras a nivel de la sociedad entera.

EL NIVEL MESO: La formación del nivel meso es ante todo un problema de organización y gestión; se trata de establecer una estructura institucional eficiente y de promover la capacidad de interacción entre agentes privados, públicos e intermedios empresas, asociaciones, institutos tecnológicos, sindicatos, entidades públicas en el interior de un conglomerado.

El entorno de las empresas constituido por instituciones y políticas situadas en este nivel- ha venido cobrando mayor importancia debido al cambio tecnológico organizativo. Así, el Estado y los actores sociales deben desarrollar políticas de apoyo específico, fomentar la formación y articular los procesos de aprendizaje de la sociedad con el objetivo de crear un entorno capaz de generar, integrar y multiplicar los esfuerzos de las empresas.

Estructurar el nivel meso para que pueda crear capacidades es una tarea permanente de los sectores público y privado. Ahora bien, dado que las políticas a nivel macro se van haciendo cada vez mas similares en el mundo, es en el diseño

de las localizaciones industriales, a través del conjunto de instituciones existentes en el nivel meso, donde se generan ventajas competitivas institucionales y organizativas, patrones específicos de organización y gestión y perfiles nacionales que sustentan ventajas competitivas difícilmente imitables por los competidores.⁸

DIAGRAMA 1: DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA. CAPACIDAD ESTRATÉGICA DE LOS GRUPOS DE ACTORES.



⁸ http://www.pnud-pdp.com/Archivos/Boletin/Articulos/B1_2.html, junio 5 de 2010, 14:10 pm

5.3. MARCO CONCEPTUAL

Tratado, Unión Europea, Exportaciones, Importaciones, Balanza Comercial, No tradicionales, Aburrà Sur, Antioquia, Colombia, Comercio Exterior.

5.4. MARCO CONTEXTUAL

El trabajo está enfocado en identificar las exportaciones de Colombia, Antioquia y sur del Valle de Aburrà de productos no tradicionales a los países Europeos no pertenecientes a la Unión Europea tales como: Albania, Andorra, Armenia, Azerbaiyán, Bielorrusia, Bosnia y Herzegovina, Croacia, Ciudad del Vaticano, Georgia, Islandia, Liechtenstein, Macedonia, Moldavia, Mónaco, Montenegro, Noruega, Rusia, San Marino, Serbia, Suiza, Turquía, Ucrania, en el periodo de 2004 a 2009.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 TIPO DE ESTUDIO

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar los temas más importantes que se van a estudiar, bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

Este estudio es de tipo descriptivo, porque está enfocado a la parte comercial de cada uno de los países analizados, sus principales características y el cruce de las exportaciones e importaciones.⁹

6.2. TIPO DE ANÁLISIS

Se realizó a través del método inductivo-deductivo que es partir de lo general para llegar a lo particular.

Método Inductivo: Es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos, el análisis y clasificación de los hechos, la derivación inductiva de una generalización y la contrastación.¹⁰

Método Deductivo: Es un método científico que considera que la conclusión está implícita en las premisas, por lo tanto supone que las conclusiones siguen

⁹ <http://tgrajales.net/investigaciones.pdf/> Junio 5 de 2010, a las 20:32

¹⁰ <http://definicion.de/metodo-inductivo/> Junio 5 de 2010, a las 21:00

necesariamente a las premisas: si el razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión solo puede ser verdadera.¹¹

Inductivo - Deductivo. Quiere decir que va desde la descomposición hasta la construcción, es decir del menor al mayor; esto el investigador lo hace con esquemas lógicos, lo que son realizados mentalmente, basados con conocimientos teóricos.

6.3 CIENCIAS AUXILIARES

Economía: Macro: política cambiaria, comercial (exportaciones, importaciones, balanza comercial, monetaria y fiscal. Micro: sectores económicos, tipo de empresas.

Estadística: porcentajes, montos, tasas, promedios, datos de frecuencia.

Matemáticas: ecuaciones, formulas.

Derecho: leyes, regulaciones, tratados, convenios.

6.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

Primarias: Bases de datos que suministra la Cámara de Comercio del Aburrá Sur, como: DANE, información del centro de documentación del Banco de la República,

Secundarias: Trabajos de grado, artículos de revista, publicaciones de diarios, semanales, bimestrales.

¹¹ <http://definicion.de/metodo-deductivo/> Junio 5 de 2010, 21:25

7. RESULTADOS DEL ESTUDIO

7.1. EXPORTACIONES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRÁ EN EL PROCESO COMERCIAL CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNIÓN EUROPEA

7.1.1. EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA EL RESTO DEL MUNDO

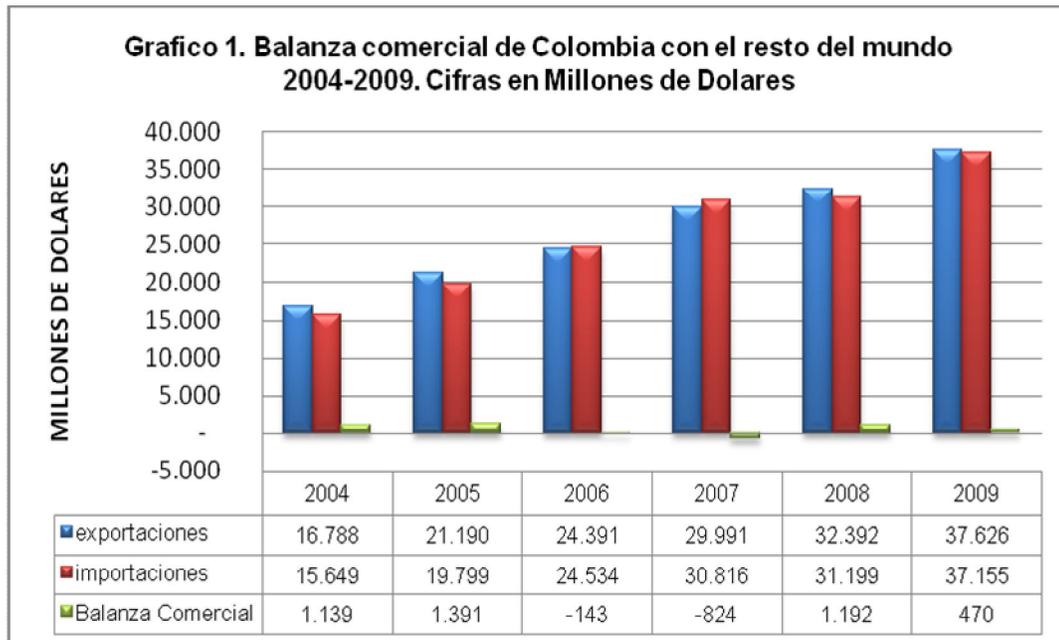
Colombia es la cuarta economía más grande de América Latina, como país privilegiado dentro del contexto mundial, cuenta con una de las reservas acuíferas más grandes del planeta, con innumerables especies animales y vegetales, con recursos mineros como el carbón, el petróleo y las esmeraldas.¹²

Colombia cuenta con una posición geográfica privilegiada, puertos en ambos océanos, competitividad turística, soporta su economía en exportaciones especialmente de petróleo, café, flores, banano, azúcar, dulce de azúcar, extractos de café, cigarrillos, aceite de palma, carne, manufacturas, textiles, pasta de madera, bebidas, calzado, productos y tecnologías y perlas finas.¹³

El principal destino de nuestras exportaciones es Estados Unidos, seguido por el Reino Unido, Francia, España, Italia y Alemania.

¹² <http://www.businesscol.com/comunidad/colombia/colombia01.html> , Agosto 3 de 2010 a las 8:21

¹³ new.paho.org/hss/documents/events/.../Rectoria_Colombia_2006.ppt agosto 3 de 2010 a las 8:28



Fuente: businesscol

La balanza comercial de Colombia con el mundo ha sido superávit entre los periodos 2004 y 2005 tanto las exportaciones como las importaciones aumentaron mucho en comparación a años anteriores. Para el 2004 las exportaciones registraron un valor de US\$ 14.788 millones superando así a las importaciones que registraron un valor de US\$ 15.649 millones. En el año 2005 las exportaciones presentaron un crecimiento del 26% respecto al año anterior, con un valor de US\$ 21.190 millones. Este crecimiento se debió a la recuperación de la demanda externa y una favorable dinámica de los principales sectores de la economía.

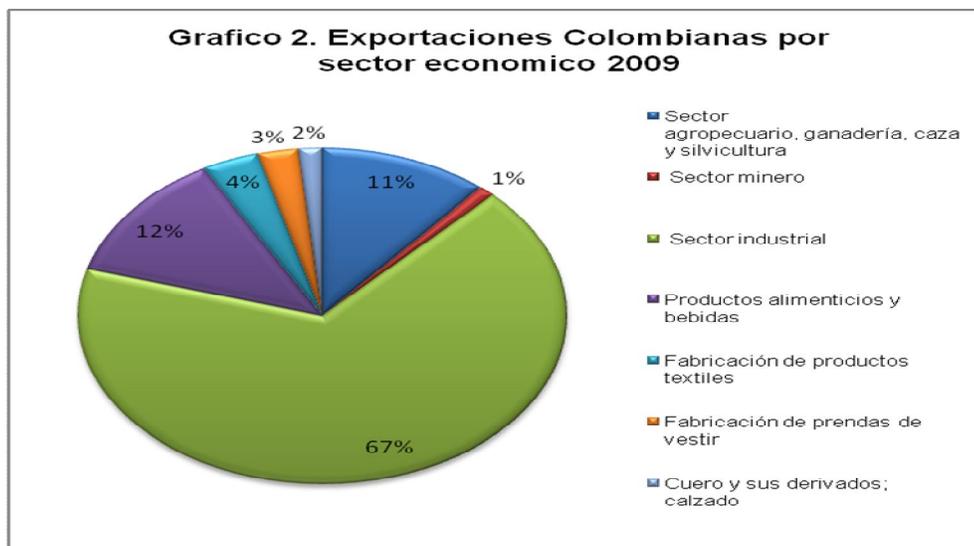
En el año 2004 Colombia fue el único país de América Latina que mejoro su posición en competitividad, se ubico en el puesto 32 de los países más competitivos del mundo junto con Israel, India, Corea y Portugal.

En los años 2006 y 2007 la balanza comercial Colombiana se deterioro presentando un déficit de US\$-143 millones (2006) y US\$ -824 millones en 2007, Este balance fue el resultado de unas importaciones por US\$ 24.530 millones en 2006 y unas

exportaciones por US\$ 24.391 millones; en el 2007 el monto de las importaciones aumento con respecto al año anterior registrando un valor de US\$ 30.816 millones y unas exportaciones por 29.991 millones. Durante este periodo se destacaron las compras al exterior de bienes intermedios y en menor medida las de bienes de consumo y de capital. Este déficit en la balanza comercial se debió principalmente a un deterioro en las relaciones comerciales con Brasil, México, China y Chile.

Para el año 2008 las ventas al exterior registraron un crecimiento positivo del 8% con respecto al año 2007 con un valor de US\$ 32.392 millones, mientras que las importaciones presentaron un crecimiento del 1.24% mostrando un valor de US\$ 31.199 millones. Cabe resaltar que para este año la crisis mundial afecto económicamente a muchos países incluido Colombia, pero a pesar de esta dificultad Colombia inicio importantes acuerdos comerciales con otros países, destacando el TLC firmado con el AELC o EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio).

En 2009 la Balanza Comercial presento un superávit de US\$ 470 millones, el crecimiento de las exportaciones fue del 16% con un valor de US\$ 37.626 millones y las importaciones registraron un crecimiento del 19% respecto al año anterior.



Fuente: DANE

El sector industrial es el que mayor crecimiento ha tenido en el transcurso de los años, para el 2005 tuvo un crecimiento del 17.63%, esto como consecuencia del buen comportamiento del subsector de equipos de transporte, que registro un crecimiento de 39.2%, debido a la mayor dinámica de las exportaciones de vehículos, que presentaron un incremento principalmente hacia Venezuela.

A partir del año 2005 el sector industrial se favoreció por el flujo de nuevas inversiones, con motivo de la preparación de los empresarios para cumplir los estándares de competitividad que exigía el Tratado de Libre Comercio (TLC). Otro factor importante fue el incremento de los precios del petróleo ya que los principales socios comerciales Ecuador y Venezuela seguían demandando productos que en su mayoría son exportaciones de tipo no tradicional.

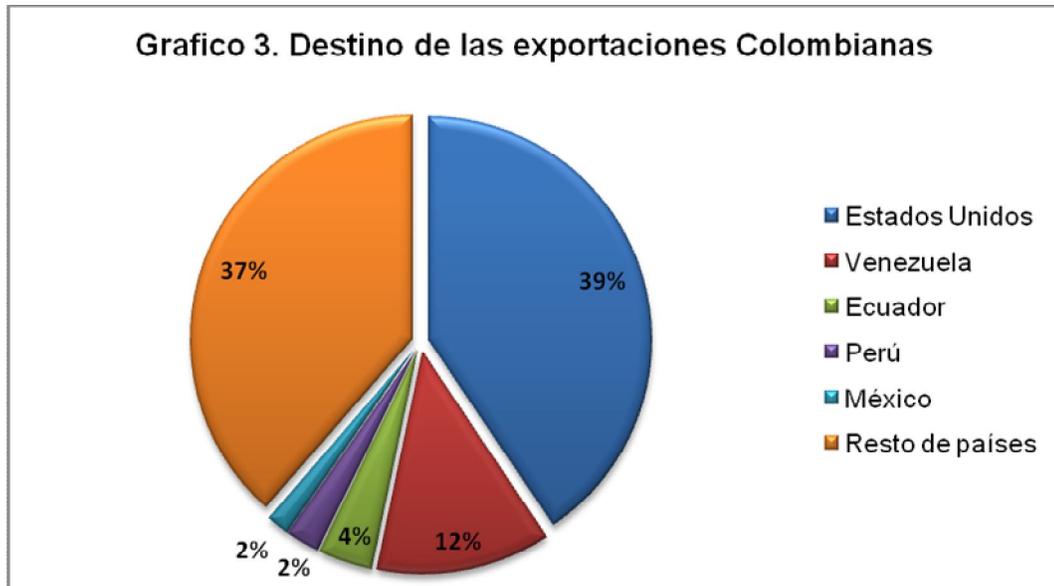
El sector agropecuario, ganadero, caza y silvicultura también crecieron a partir del segundo semestre de 2004, esto debido al aumento del precio de café, la reducción de los cultivos ilícitos y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

Durante los periodos 2005-2009 el sector agrícola se mantuvo estable debido a las nuevas formas de acceso al crédito (FINAGRO Y BANCO AGRARIO), incremento de los precios internacionales de cereales, el aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales, el incremento en las exportaciones de carne y ganado y las medidas en materia de seguridad.

Y en tercer lugar se encuentra el sector minero que en estos últimos años se ha consolidado como uno de los más dinámicos de la economía Colombiana, comportamiento relacionado con las tendencias del mercado mundial que aumento de la demanda de este tipo de materias primas. En los últimos tres años los flujos de inversión extranjera se ha orientado principalmente hacia la actividad minera.¹⁴

¹⁴<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7935.PDF>
septiembre 1 de 2010 a las 14:00 pm.

Otros sectores importantes que también influyeron en las exportaciones Colombianas fueron: los productos alimenticios y bebidas con una participación del 16%, productos textiles con 5%, prendas de vestir 3% y el cuero y sus derivados con una participación del 2%.



Fuente: DANE

El principal socio comercial de Colombia durante este periodo (2004-2009) es Estados Unidos, en el 2007 las exportaciones a este país se incrementaron en un 7.5%, respecto al 2006 y ha mantenido una participación del 39%.

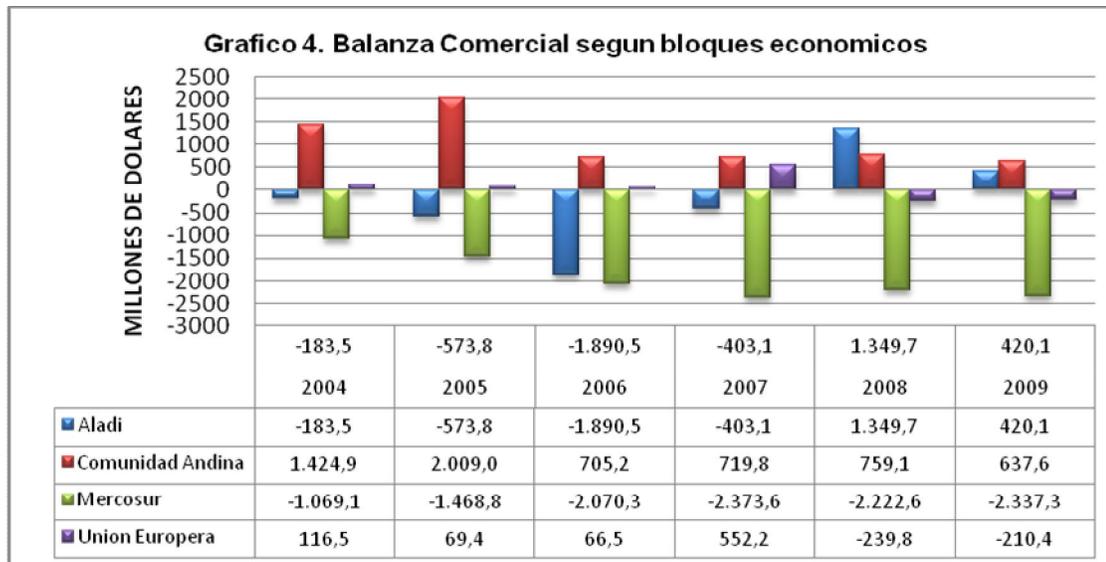
En el 2007 Venezuela debido al incremento en su demanda interna se posiciono como el segundo mercado más importante de Colombia y los productos que más se destacaron fueron: vehículos, carne de bovino, ganado y confecciones, con una participación favorable del 37%.

El tercer país más importante al que Colombia le exporta es Ecuador, quien pertenece a la CAN y mantiene una participación del 4%...

En el 2007 Se destacaron las exportaciones a China principalmente por el ferroníquel, hacia Brasil también se aumentaron las ventas, pero su participación todavía es baja y por último las exportaciones a México se redujeron bastante a causa de la reducción de las ventas de neumáticos y por la desaceleración de la actividad económica de este país.¹⁵

La unión Europea a partir del 2007 ha tenido un aumento significativo como uno de los principales socios de Colombia, se mantuvieron como principales productos de exportación: el café, carbón, ferroníquel y banano. La Unión Europea tuvo un porcentaje de participación de 13.9%.

A partir del año 2008 se registraron crecimientos significativos en las exportaciones hacia Chile, Costa Rica Argentina y Canadá y por el contrario se disminuyeron las ventas hacia China, debido a la reducción de las exportaciones del Ferroníquel.



Fuente: DANE

¹⁵ <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/EstudiosEconomicos/ExpoDiciembre2007.pdf>
septiembre 1 a las 11 am
<http://www.slideshare.net/escenaenelmar/exportaciones-e-importaciones-en-colombia-presentation> septiembre 1 de 2010 a las 11:30 am

La dinámica y composición del intercambio comercial de Colombia con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) ha sido oscilante a lo largo de su historia es así como su evolución de los últimos seis años de la balanza comercial Colombia – ALADI, deja ver el comportamiento negativo de esta entre el 2004 y 2007 años en que las exportaciones Colombianas destinadas a sus socios comerciales de este bloque no superaron el valor de las importaciones percibidas por los mismos. Pero a partir de 2008 la balanza tiene un saldo positivo, demostrando que las exportaciones a este bloque si superaron el valor de las importaciones igual ocurrió en el año 2009 en donde la balanza comercial registro un valor de US\$ 420 millones.

En este sentido se puede apreciar como Colombia no ha sacado mayor provecho de su posición dentro de la ALADI por cuanto reiteradamente ha presentado con esta una balanza comercial negativa, mientras que en conjunto la ALADI ha sabido aprovechar en mayor medida la eliminación de las barreras al comercio al intercambio de bienes y servicios ya que son más las exportaciones que realizan de este hacia nuestro país que del nuestro hacia ellos.

Los principales productos exportados a ALADI son: ciruelas frescas, tabaco, cigarrillos, aceites de girasol, vegetales, minerales de cobre, conservas de atunes, concentrados de café, entre otros.

El desempeño del comercio colombiano con la Comunidad Andina de Naciones ha sido notable puesto que su lugar dentro de este grupo es fuerte siendo el bloque comercial en el cual el país está mejor posicionado y esto se refleja en el comportamiento positivo de la balanza comercial donde se manifiesta que Colombia ha sacado mayor provecho en los últimos años del intercambio comercial con los demás países andinos del que estos han obtenido del mercado colombiano mediante la eliminación de las barreras comerciales y el establecimiento de la unión aduanera con Venezuela y Ecuador.

Los principales productos exportados a la CAN son: aceite de palma, margarina, galletas dulces, productos a bases de cereales.

La tendencia del comercio de Colombia con el bloque de MERCOSUR ha mostrado una balanza comercial deficitaria que se ha venido incrementando estos últimos 7 años dado que las importaciones, que desde 2004 vienen en aumento, no alcanzan a igualar el monto de las importaciones que también han crecido pero a una proporción mucho más grande (134,4% entre 2004 y 2007). Coyunturas como el aumento constante de los precios del petróleo y de los *commodities* han afectado este comportamiento incrementando cada vez más la brecha entre los valores importados y exportados hacia este mercado.

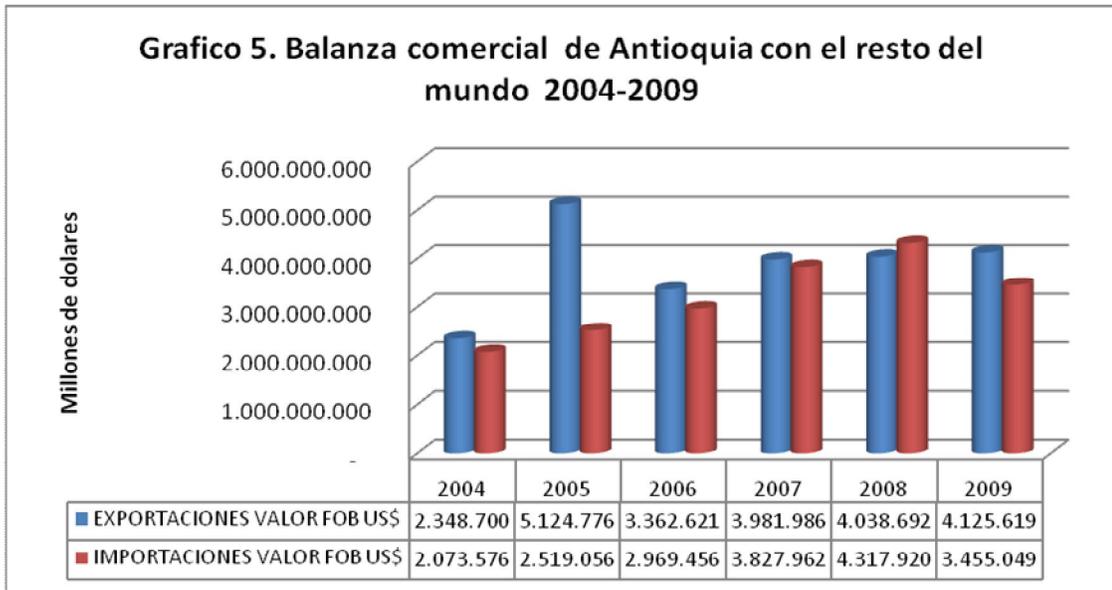
El fuerte de las exportaciones colombianas hacia el MERCOSUR se concentra en el sector de combustibles minerales, plástico y caucho, hierro, acero y aluminio.

El comportamiento de la Balanza comercial de Colombia con la Unión Europea ha sido inestable obteniendo saldos negativos y positivos durante los últimos 7 años, se puede observar que el saldo más favorable obedeció al año 2007 con un valor de US\$ 552 millones, seguido por el año 2004 con un valor de US\$ 116 millones, mientras que en los últimos años 2008 y 2009 se registro un déficit de US\$ 239 millones y US\$ 210 millones respectivamente.

Los principales productos exportados a la Unión Europea se encuentran los tradicionales como el café, carbón y ferróniquel y dentro de las no tradicionales demandan el sector agropecuario, y del sector industrial con productos de confecciones y textiles.¹⁶

¹⁶ http://www.webpondo.org/files_oct_dic_03/ColombiaenALADI_CAN_G3_SGP_ATPDEA.pdf agosto 5 de 2010 a las 11:41

7.1.2 EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA HACIA RESTO DEL MUNDO



Fuente: DANE

Las exportaciones e importaciones de Antioquia han tenido un incremento satisfactorio a través de los periodos (2004-2009) por ejemplo en el año 2008 las exportaciones tuvieron un crecimiento de 1.4% con respecto a 2007, esto se debió al incremento de las exportaciones de productos no tradicionales.

En el 2005 las exportaciones Antioqueñas tuvieron un crecimiento de 9.3%, esto debido al incremento en las ventas de productos alimenticios y bebidas y las ventas externas del sector agropecuario, ganadería, caza y silvicultura.

Para los años 2008 y 2009 las exportaciones de Antioquia crecieron un 14% y 21% respecto a los años anteriores Antioquia se mantiene como la economía más exportadora de Colombia. Los principales productos no tradicionales exportados por Antioquia fueron: las confecciones, productos plásticos papel y cartón y preparaciones alimenticias.

En 2008 Antioquia exporto productos no tradicionales por valor de US\$ 4.038.692 millones y en 2009 obtuvo un crecimiento de 6% con un valor de US\$ 4.125.619

En el 2005 las importaciones tuvieron un crecimiento de 10.9% respecto al periodo de 2004, este comportamiento se debió a las compras de maquinaria y equipo, automóviles, productos químicos. Otros productos que se destacaron por su valor de importación son los de la industria plástica, el algodón, el hierro, aviones y cereales.

En cuanto a las importaciones en el año 2009, después de que se dieran crecimientos positivos durante la década, la reducción de la dinámica industrial y la menor demanda interna provocaron una reducción de 23.6% en las importaciones, este comportamiento se vio reflejado en la mayoría de los sectores, excepto en flores y calzado.¹⁷



Fuente: DANE

¹⁷ http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/regional/ICER/antioquia/2005_2.pdf septiembre 6 de 2010 a las 15:26

Servicios, este macrosector ha aumentado en los últimos años, debido principalmente al sector de software que en el último año ha tenido una fuerte labor de reconocimiento frente a las autoridades de la ciudad de Medellín. Las empresas de este sector tienen oportunidades usualmente en los mercados de Estados Unidos, México, Perú y Brasil.

El sector de animación existe en la actualidad varias empresas que se destacan por hacer estos contenidos (Skybranding, Zestudios y 3 eye group) las cuales han liderado el posicionamiento local para estos servicios.

El sector de ingeniería y construcción se considera el más potencial de la región, es el que tiene más trayectoria y madurez en prestar servicios. Se ha identificado un potencial inmenso en las empresas de ingeniería sobre todo en el sector eléctrico e industrial.

Antioquia es el líder en exportación de energía eléctrica, con empresas tan representativas como EPM, ISA, ISSAGEN, en el campo de la generación de transporte y distribución de energía, llegando a hacer la primera exportación Colombiana en la actualidad y con inversiones de estas compañías en otros países como: Brasil, Perú, Ecuador, Chile y Panamá.

Agroindustria. Dentro de este macrosector, el subsector agrícola está representando en un 98% por el banano de Uraba en Antioquia, con exportaciones a 2009 de más de 600 millones de dólares.

La región de oriente antioqueño ha mostrado un importante avance en los últimos años relacionado con la automatización en las técnicas de cultivo de productos agrícolas con miras a exportación. Productos como el aguacate, la piña, las hierbas aromáticas y la uchuva han evidenciado una mejora en la calidad ofreciéndose como productos muy atractivos para la demanda internacional.

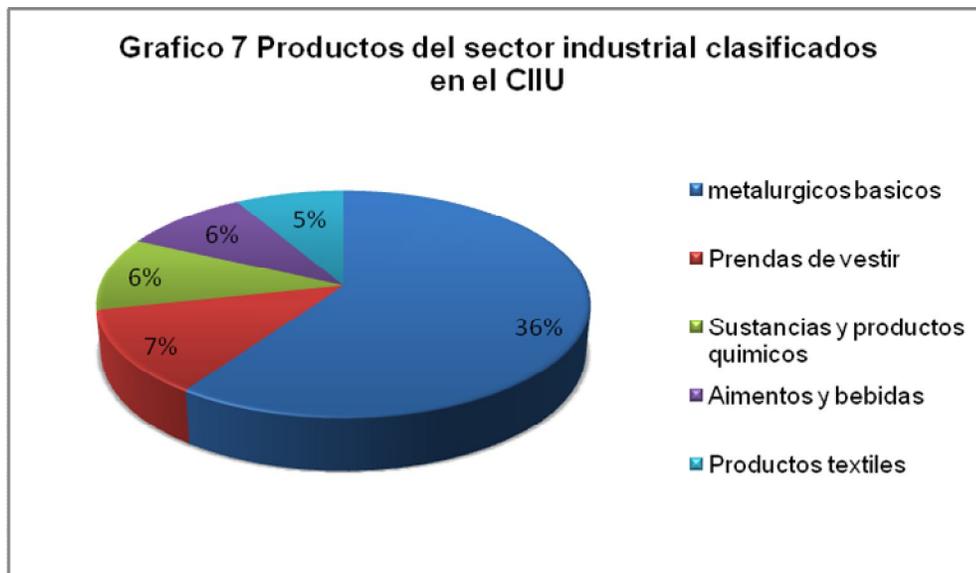
Manufacturas. Los principales sectores de manufacturas e insumos en Antioquia son: químico (19%), metalmecánica (16.7%), artículos de hogar, oficina, hotel y hospital (11.6%), materiales de construcción (11.5%) y plástico y caucho (10%).

Prendas de Vestir. Antioquia representa en el contexto nacional más del 50% en la oferta exportable de la cadena hilo textil confección. La región tiene un gran potencial en productos como: ropa interior y vestidos de baño.

Gracias al proceso de generación de valor agregado en los productos, las empresas de la región están diversificando ampliamente su portafolio de mercados llegando a países como: Rusia, Emiratos Árabes Unidos, Grecia, Estonia y Australia.

El sector tiene una gran potencialidad en la región, gracias a la integración de la cadena hilo, textil y confección.

Antioquia es un centro de encuentro internacional del sector gracias a la realización de las ferias Colombiatex y Colombiamoda.



Fuente: DIANE

Entre los productos del sector industrial clasificados en la CIIU con mayor participación en las exportaciones no tradicionales de Antioquia se encuentran los productos metalúrgicos básicos (35,9%), prendas de vestir, preparado y teñido de pieles (7,3%), sustancias y productos químicos (6,3%), alimentos y bebidas (5,8%), y productos textiles (5,0%), los cuales, a su vez, presentan variaciones en el monto exportado del 60,1%, -42,2%, -12,4%, 6,6%, y -26,2%, respectivamente.

Tabla 1. PRINCIPALES SECTORES NO TRADICIONALES EXPORTADOS POR ANTIOQUIA (2008-2009)

SECTORES	2008 US\$ FOB	2009 US\$ FOB	PARTICIPACION 2009
Piedras Preciosas	829.935	1.532.575	34%
Agrícola	507.969	654.551	17%
Textil y confecciones	785.482	490.589	12%
Agroindustrial	190.941	209.212	5%
Flores y plantas vivas	146.533	154.404	4%
Químico	180.272	161.305	4%
Metalmecánica	145.680	149.255	4%
Artículos de hogar			
Oficina hoteles y hospital	153.304	118.398	3%
Materiales de construcción	87.255	90.121	2%
Energía eléctrica	37.783	95.725	2%

Fuente: PROEXPORT

Piedras preciosas: El principal subsector: metales preciosos con una participación de 100%. El Oro es el principal producto exportado, con una participación de 93% sobre el sector de piedras preciosas y un crecimiento de 61% con respecto a años anteriores. Los principales destinos de este producto son: Estados Unidos (participación de 65%) y Suiza (35%).

Agrícola: El principal subsector es el banano con una participación de 97%, registrando un decrecimiento de -19% en relación con el año anterior; otros

subsectores que presentaron exportaciones fueron las frutas excepto el banano con una participación de 1% y el tabaco con 1% respectivamente. Los principales productos exportados fueron: Bananas o plátanos frescos del tipo cavendish valery, este fue el principal producto exportado, este producto participó con un 89% del total, los principales destinos de estas exportaciones fueron: Estados Unidos con una participación de 31%, Bélgica (20%), Alemania (16%) y Reino Unido (12%).

Textiles y confecciones: los principales subsectores fueron: confecciones con una participación de 73% (decrecimiento de -2% con respecto al año anterior y textiles con participación de 27% (disminución de -32%). Algunos productos de este subsector decrecieron como es el caso de: Guata de fibras sintéticas o artificiales (-US\$ 11 millones) decreció 59% en este periodo, Chaquetas (sacos) de lana o de pelo fino, para hombres o niños, excepto los de punto (-US\$ 7,5 millones) y disminuyó 99%. y productos textiles acolchados en piezas (-US\$ 6,4 millones) decreció 100%. Mientras que los productos que aumentaron sus exportaciones fueron: Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts, de tejidos, para hombres o niños aumento en valores absolutos US\$ 17 millones y creció 59% en porcentaje. Los principales destinos fueron: Estados Unidos (participación de 28%), Venezuela (22%) y Ecuador (15%).

Agroindustrial: Los Principales subsectores que participaron en estas exportaciones fueron: los derivados del café, con una participación del 57% de las exportaciones no tradicionales (crecimiento del 92% con respecto al mismo período de 2009) y productos de panadería y molinería, con una participación de 18% (contracción de -14%). El producto que presentó el mayor crecimiento fue los demás extractos, esencias y concentrados a base de café con un 93% (US\$ 22 millones) y una participación de 39%. Principales destinos: Estados Unidos (participación de 51%), Venezuela (7%) y Ecuador (7%).

Flores y plantas vivas: Principales Subsectores: flores frescas con una participación de 98% (crecimiento de 27%) y follajes con una participación del 2% (variación

positiva de 48%). Los productos que aumentaron sus exportaciones fueron: Pompones frescos, cortados para ramos o adornos, creció en valores absolutos US\$ 7,7 millones y creció 30% en porcentaje, las demás flores y capullos frescos, cortados para ramos o adornos, creció 30% con respecto al período anterior y en términos absolutos creció US\$ 7,7 millones. Sus Principales destinos fueron: Estados Unidos (participación de 91%), Canadá (4%) y Reino Unido (2%).¹⁸



Fuente: DANE

El principal destino de exportación del departamento Antioquia ha sido Estados Unidos con una participación del 38,2% y un valor de US\$ 1.506 millones, el principal producto de exportación fue el oro.

Suiza es el segundo país de destino de las exportaciones Antioqueñas con una participación del 12,9%, seguido por Venezuela que a pesar de la crisis comercial con Colombia continua siendo uno de los principales países de destino con una participación del 11,9% y los principales productos exportados a este país durante

¹⁸ www.proexport.com.co, Octubre 4 de 2010 a las 16:29

los últimos años han sido los vehículos para el transporte de personas, energía eléctrica que ha tenido una participación representativa en este mercado.

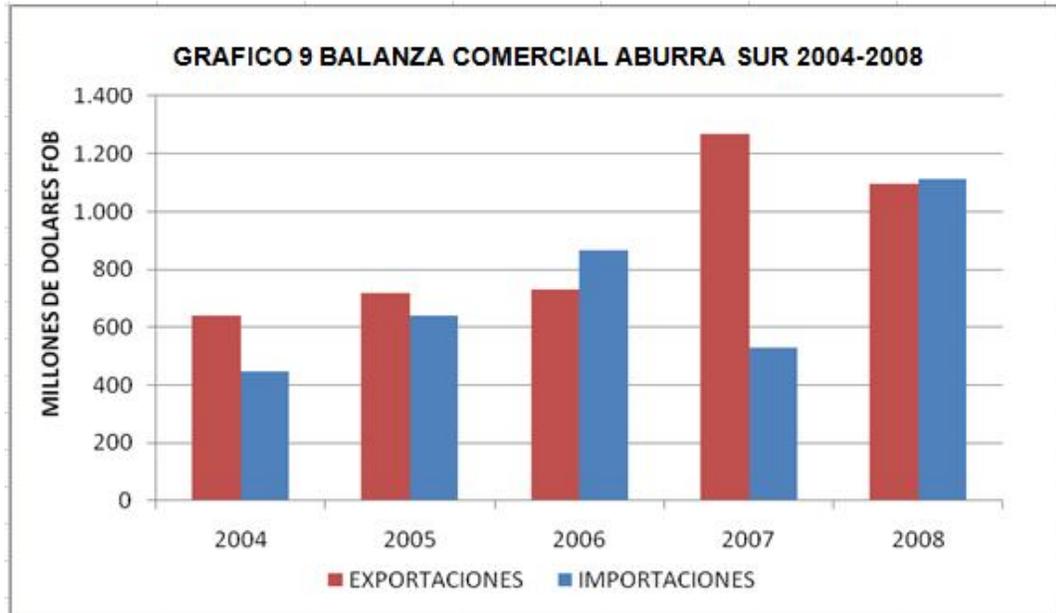
Otros países de suma importancia para el destino de las exportaciones Antioqueñas son Ecuador con un 6.8%, Bélgica con 3.4%, Alemania y Perú con 3% y con el 2% de participación Reino Unido y México.

Con la disminución del mercado venezolano se han seguido exportando los mismos montos a Ecuador y Perú, quienes compraron en 2007, respectivamente, US\$292 y US\$104 millones, y, en 2008, US\$282 millones y US\$118, cada uno.¹⁹

Es importante destacar la participación que tienen los países Europeos en las exportaciones de Antioquia porque esto significa nuevas oportunidades para los empresarios Antioqueños de incursionar en estos mercados con buenos productos, de buena calidad y competitivos.

¹⁹ http://www.dane.gov.co/files/icer/2009/antioquia_icer_II_sem_09.pdf agosto 7 de 2010 a las 13:51

7.1.3. EXPORTACIONES DE ABURRA SUR AL RESTO DEL MUNDO



Fuente: Cámara De Comercio del Aburra Sur

El aburra Sur está conformado por los municipios de La Estrella, Envigado, Itagüí, Caldas y Sabaneta. Este ha sido históricamente polo del desarrollo industrial del país y concentra una importante porción de la producción industrial antioqueña; gracias a ello, el Aburrá Sur genera hoy el 30% de las exportaciones del departamento caracterizadas en un 88% por productos no tradicionales.

La distribución de las exportaciones a nivel de la subregión se ha concentrado históricamente en los municipios de Envigado e Itagüí con más del 70% de estas. Este fenómeno se explica por la gran cantidad de Pymes de estos municipios que se han embarcado en el proceso exportador. En el resto de municipios el nivel de exportaciones es bajo dada la poca concentración de empresas exportadoras en estos y es de resaltar el comportamiento de Sabaneta que ha venido en una reducción de sus exportaciones desde el 2004.

En el grafico 9 se puede apreciar el comportamiento de las exportaciones e importaciones del Aburrá Sur ente los periodos (2004-2008), vemos como en el año 2004 y 2005 las exportaciones sobrepasaron las importaciones registrando valores de US\$ 638 millones y US\$ 718 millones respectivamente.

En 2008 la Subregión presenta nuevamente una caída en sus exportaciones cercana al 14%, esta caída se debió principalmente a una reducción del 42% en la demanda venezolana.

Debido al buen desempeño de las exportaciones colombianas, el Aburra Sur ha logrado duplicar sus exportaciones en el periodo transcurrido entre los años 2002 y 2007 pasando de US\$ 528 millones en 2002 a mas de US\$ 1.200 millones en 2007.²⁰



Fuente: Camara de Comercio del Aburrá Sur

Las exportaciones por sector del Aburrá Sur se concentran principalmente en el reino vegetal con un valor de US\$ 199.364 millones en el ultimo año 2009, seguido

²⁰ Observatorio de comercio internacional del Aburrá Sur, Unidad de Comercio Aburra Sur 2008 tomado el 13 de agosto de 2010 a las 9:50 am

por el sector de confecciones con un valor de US\$ 102.704 millones, el vidrio y sus manufacturas con US\$ 75.417 millones, en el cuarto lugar se encuentra el sector de maquinas y aparatos con un valor de US\$ 47.845 millones y el sector de plastico y caucho con US\$ 43.502 millones. Los demas sectores de exportacion registran un valor de US\$ 178.665 millones.



Fuente: Camara de Comercio del Aburrá Sur

El principal destino de las exportaciones del Aburrá Sur es Estados Unidos que concentra hasta el 27% de las exportaciones, seguido por Venezuela que a pesar de los constantes roces diplomáticos que se ha sufrido con el gobierno de este país se ha mantenido como el segundo país de destino más importante del Aburrá Sur con una participación del 13%, Bélgica y Luxemburgo también registran buena participación con un 10%, seguido por países como Ecuador Y Perú que concentran un 9% y 5% de participación respectivamente.

Estados Unidos se convierte en el principal destino de las exportaciones del Aburrá Sur por la venta de los productos manufacturados con menor valor agregado, que

aquellos que se exportan a países vecinos en la Comunidad Andina, Venezuela y Centro América.

Uno de los principales motivos para que Venezuela permanezca como el segundo destino de las exportaciones del Aburrá Sur es por la disminución de la producción interna Venezolana que ha sido suplida oportunamente por los exportadores Colombianos.

Ecuador también representa una buena participación en las exportaciones, pero la variación en la demanda ha sido mínima en los últimos años como consecuencia del reducido tamaño del mercado de ese país y al mantenimiento casi invariable de la oferta exportable hacia ese país.²¹

²¹ Mapa entre el Acuerdo de la Comunidad Andina de Naciones y el Mercado Común del Sur. Unidad de comercio internacional Cámara de Comercio Aburra Sur 2008, agosto 13 de 2010 a las 16:26

7.2. COMERCIO EXTERIOR EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio)

7.2.1. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE EFTA

Tabla 2. Exportaciones e Importaciones de EFTA de cada país miembro.

Exportaciones de EFTA miles de dólares			
PAIS	2007	2008	2009
Islandia	4.769.615	5.356.052	3.997.028
Noruega	136.468.090	164.145.745	119.057.561
Suiza	172.122.396	200.335.647	172.902.798
TOTAL	313.360.101	369.837.444	295.957387

Importaciones de EFTA miles de dólares			
PAIS	2007	2008	2009
Islandia	6.214.710	5.688.312	3.287.558
Noruega	80.336.348	87.690.600	67.086.710
Suiza	161.287.705	183.200.333	155.777.629
TOTAL	247.838.763	276.579.245	226.151.897

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

Tabla 3. Balanza comercial.

MILES DE MILLONES DE US\$	2007	2008	2009
EXPORTACIONES	313.360.101	369.837.444	295.957.387
IMPORTACIONES	247.838.763	276.579.245	226.151.897
BALANZA COMERCIAL	65.521.338	93.258.199	69.805.490

Fuente: DANE

Los países miembros del EFTA cuentan con un activo intercambio comercial. El 2008 fue un gran año para este bloque económico pues alcanzaron una balanza comercial por US\$ 93.258.199 mil millones, con un crecimiento de 42% con respecto al 2007 en donde la balanza comercial fue de US\$ 65.521.338 mil Millones.

Para el año 2009 la balanza comercial de EFTA disminuyó en un -25% con respecto al año 2008 en donde tuvo un significativo crecimiento. Las exportaciones al bloque EFTA se concentran en Noruega y Suiza, países que explican un 99% del valor exportado al bloque, y más del 98% de las importaciones. Suiza es el país con una mayor preponderancia, explicando más del 69% del total comerciado.

Por otro lado las importaciones realizadas por este bloque comercial, registraron en 2009 US\$ 226.151.897 mil millones un -18% menos que en 2008, en donde ese año las compras alcanzaron US\$ 276.579.245 mil millones un 12% más superior al valor registrado en 2007 (US\$ 247.838.763 mil millones).

La Unión Europea es el principal socio comercial para los países miembros del EFTA, tanto para sus exportaciones como para sus compras a nivel internacional, participando con más del 70% del comercio global total de la subregión EFTA. Otros de los principales socios comerciales son los Estados Unidos, Japón y China.

Tabla 4. Principales productos importados por el EFTA en 2009 (Desde todo el mundo) En miles de dólares.

PAIS	PRODUCTO	VALOR DE LA IMPORTACION TOTAL	% DE PARTICIPACION
ISLANDIA	Maquinaria	\$ 492.276	15%
	Combustibles minerales	\$ 413.665	13%
	Productos químicos inorgánicos	\$ 400.053	12%
NORUEGA	Maquinaria y aparatos mecánicos	\$ 10.690.421	16%
	Vehículos	\$ 5.869.494	9%
	Hierro y productos siderúrgicos	\$ 3.170.311	5%
	Combustibles minerales	\$ 3.080.195	5%
	Muebles y ropa de cama	\$ 2.266.920	3%
	Artículos de plástico	\$ 2.041.979	3%
	instrumentos de óptica y medicina	\$ 1.947.214	3%
SUIZA	Maquinaria y aparatos mecánicos	\$ 16.784.112	11%
	Productos farmacéuticos	\$ 16.500.084	11%
	Piedras preciosas y metales	\$ 12.701.232	8%
	Combustibles minerales	\$ 11.172.529	7%
	Vehículos	\$ 10.837.517	7%
	Productos químicos orgánicos	\$ 8.543.176	6%
	instrumentos de óptica y medicina	\$ 5.782.803	4%
	Artículos de plástico	\$ 5.497.397	4%
Muebles y ropa de cama	\$ 3.608.337	2%	

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

En cuanto a los principales productos importados por el EFTA, vemos como la maquinaria y aparatos mecánicos, combustibles minerales, productos farmacéuticos y químicos son los que más se importan por los países miembros de este bloque. Lo cual favorece a Colombia porque cuenta con un buen desarrollo en los sectores de minerales y productos químicos y farmacéuticos, así mismo le favorece a Colombia la exportación de otros productos que también son importantes para el EFTA como: las piedras preciosas, muebles y madera, plástico y caucho.

7.2.2. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE EFTA Y COLOMBIA (2009)

En 2007 se registró un comercio bilateral total de US\$ 1.268 millones de dólares, de los cuales US\$913.3 millones son exportaciones de Colombia a EFTA y US\$353.8 millones son importaciones que Colombia realizó y tienen como origen los países de EFTA.

La Balanza comercial para Colombia fue positiva en US\$ 559.5 millones. Los principales productos exportados fueron el oro y sus desperdicios, café, esmeraldas, hullas, tabaco y flores y los principales productos importados fueron medicamentos para uso humano, ácidos nucleicos y sus sales, artículos y aparatos de ortopedia y odontología y abonos minerales o químicos.

Colombia exporta al EFTA US\$ 53.9 millones (1%) dividido así: Suiza (96%), Noruega 3%, Islandia 0.02%, los principales productos que le exporta son: productos químicos, maquinaria y equipo y agroindustriales.

Colombia importa del EFTA un valor de US\$ 270 millones (2%), siendo Suiza su principal proveedor con una participación de (97.5%). Los principales productos que se importan del EFTA son: Productos manufacturados, Bienes de Capital, Impresoras, Medicamentos y Equipos médicos.

Las importaciones superan cinco veces las exportaciones. Exportaciones US\$ 53.9 millones, Importaciones US\$ 270 millones, Balanza comercial deficitaria US\$ 209 millones

Tabla 5. Balanza Comercial entre Colombia y EFTA.

PAIS	2004	2005	2006	2007
Islandia	64	1.671	181	-1.235
Liechtenstein	-702	-944	-1.332	-1.456
Noruega	1.730	3.739	2.028	7.863
Suiza	-50.699	-62.396	320.691	554.294
TOTAL EFTA	-49.608	-57.931	321.568	559.466

Fuente: DANE

La relación comercial con los países del EFTA se ha dinamizado sustancialmente en los últimos seis años, nuestras exportaciones en el 2004 eran de US\$ 168.414 millones, en el 2005 disminuyeron a US\$160.788 millones, pero para el 2007 alcanzaron los US\$ 913 millones, es decir que tuvieron un incremento del 57.25% con respecto al año 2006 en donde se exporto US\$ 580.816 millones. Suiza es el país que contribuye en mayor parte a este enorme crecimiento, con el rubro de oro y desperdicios de oro.

De otro lado las importaciones provenientes de los países EFTA pasaron de US\$ 218.022 millones en 2004 a US\$ 354.000 millones en 2007, lo cual representa un incremento del 55%, como puede apreciarse, la balanza comercial para Colombia paso de ser deficitaria en el 2004 y 2005 a superavitaria en el 2006 y 2007 (US\$ 559 millones).²²

²²<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/RelacionesComerciales/TLC-EFTA/PerfilEjecutivoMayo2008.pdf> septiembre 23 de 2010 a las 14:58

En la actualidad los países del EFTA representan para las exportaciones Colombianas un interesante potencial de mercado con gran poder adquisitivo, especialmente para productos agroindustriales y productos del sector de plásticos.

Tabla 6. Principales productos exportados por Colombia a los países del EFTA.

SECTORES	EXPORTACIONES DE COLOMBIA A EFTA (millones de dólares)
Biocombustibles	\$ 326.211
Agroindustria	\$ 32.737
Química y petroquímica	\$ 15.727
Coque y semicoque de hullas	\$ 6.091
Farmacéuticos	\$ 3.940
Flores	\$ 1.650
Productos alimenticios procesados	\$ 1.507
Otros	\$ 1.456
TOTAL EXPORTACIONES	\$ 913.359

Fuente: DANE

7.3. COMERCIO EXTERIOR DE ISLANDIA ENTRE 2004-2009

7.3.1. ISLANDIA INFORMACIÓN GENERAL

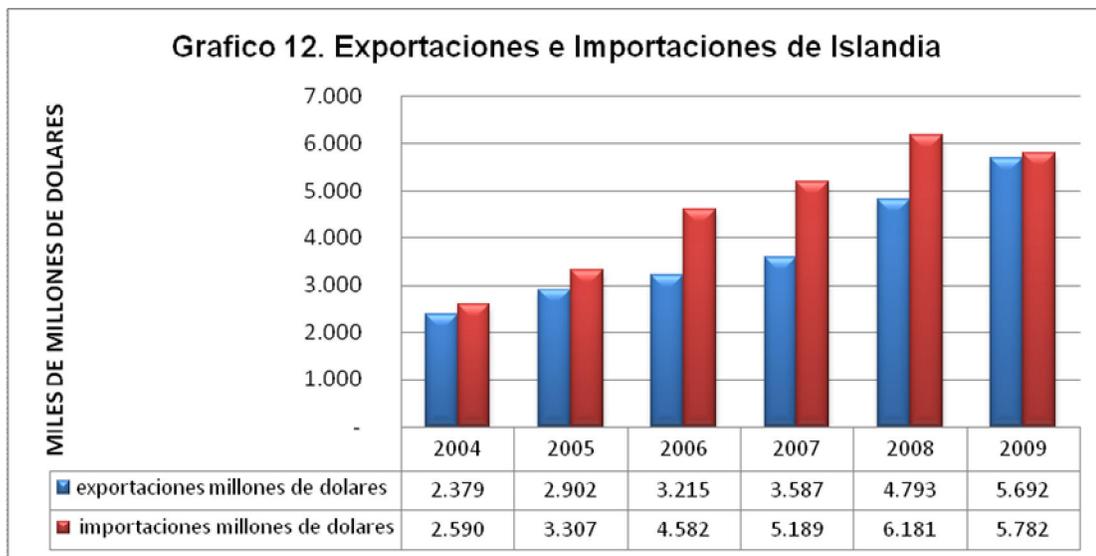
LA REPÚBLICA DE ISLANDIA

Capital	Reykjavik
Idiomas Oficiales	Islandés
Forma de Gobierno	República
Superficie	103.125 Km ²
Población	308.910
PIB (nominal) 2009	US\$ 12.133 millones
PIB Percapita 2009	37.976
Moneda	Corona Islandesa (ISK)
Miembro de:	OTAN, ONU. OCDE. EEE, OSCE, EFTA, Consejo Nórdico, COE
Inflación	11.67
% de desempleo	7.2

Economía de Islandia. La economía de Islandia es básicamente capitalista, pero con una amplia asistencia social, bajo desempleo y una extraordinaria equidad en la distribución de ingresos. En la ausencia de recursos naturales (excepto por la abundante energía hidrotérmica y geotérmica), la economía depende principalmente de la industria pesquera, dando lugar al 70% de las ganancias por exportaciones y empleando al 12% de la fuerza laboral. La economía es muy sensible a las disminuciones en la cantidad de pescados sino también a las bajas en los precios mundiales de sus principales productos de exportación: pescado y los productos relacionados de esta actividad, aluminio y ferrosilicio.

El PIB de Islandia en el 2009 US\$ 37.602, en los últimos años ha caído un 65% debido a que fue uno de los países más golpeados por la crisis mundial.

7.3.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE ISLANDIA ENTRE 2004-2009



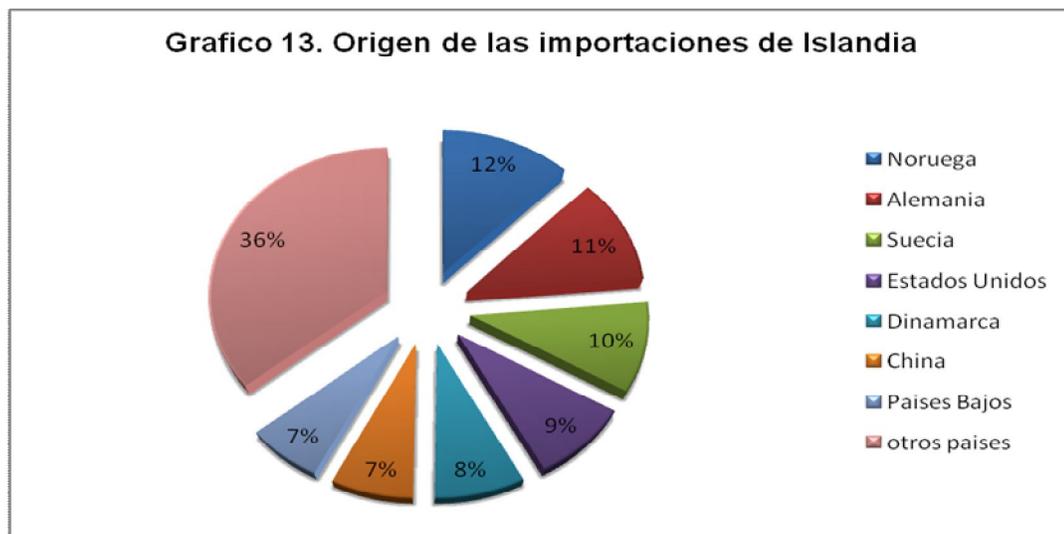
Fuente: Cia world Factbook

La balanza comercial de Islandia siempre ha sido deficitaria desde hace varios años, así se puede ver en el grafica 12 en donde las importaciones son mayores que las exportaciones, solo se ve un pequeño cambio positivo en 2009.

La crisis económica y el colapso bancario durante el último trimestre de 2008 tuvieron un gran impacto sobre las exportaciones e importaciones islandesas. En 2009 cinco países adquirieron el 65% del total de las exportaciones islandesas, una reducción del 2% comparado con el resultado de 67% de 2008.

Los principales sectores de exportación de Islandia son la pesca y la producción de aluminio, pero principalmente la mitad de las exportaciones de Islandia pertenecen al sector de la pesca.

Los principales productos importados por Islandia son: los combustibles y bienes industriales, necesarios para proveer a su industria, también son importantes las importaciones de productos de transporte y componentes. Debido a la crisis económica de Islandia las importaciones de bienes han disminuido considerablemente, esto como consecuencia de un descenso del consumo.²³



Fuente: PROEXPORT

Del gráfico 13 se puede deducir que el principal proveedor de Islandia es Noruega. Esto se debe a que los sectores en los que realiza la mayoría de sus importaciones (minerales de aluminio, productos refinados de petróleo y maquinaria eléctrica) son los fuertes de la economía del país islandés, y contando además con el EFTA del cual él es miembro. Después de Noruega le siguen países como Alemania con una participación de 12%, Suecia con 10%, Estados Unidos 9%, Dinamarca 8%, China y países bajos 7% y otros países concentran el 36% de las importaciones de Islandia.

²³ <http://www.comercio.mityc.es/tmpDocsCanalPais/B95369F234CA34FDF59A13990E964D66.pdf> septiembre 21 de 2010 a las 15:58

Tabla 7. Principales productos importados por Islandia.

PRODUCTO	MILLONES DE DOLARES	% PARTICIPACION
Minerales de aluminio	\$ 437	12%
Productos refinados de petróleo	\$ 413	11%
Maquinas y aparatos eléctricos	\$ 363	10%
Aeronaves y equipo conexo	\$ 141	4%
medicamentos	\$ 117	3%
Vehículos	\$ 72	0%
equipos de telecomunicaciones	\$ 59	2%
Artículos de materiales plásticos	\$ 52	1%
Maquinas de procesamiento automático	\$ 47	1%
muebles y sus partes	\$ 47	1%

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

En la tabla 7 observamos que los principales productos importados por Islandia son: minerales de aluminio con un valor de US\$ 437 millones y una participación del 12%, le siguen los productos refinados de petróleo US\$ 413 millones y una participación del 11%, maquinas y aparatos eléctricos por valor de US\$ 363 millones y 10% de participación. Otros productos importantes que compra Islandia al resto del mundo son: las aeronaves con un valor de US\$ 141 millones, los medicamentos US\$ 117 millones y vehículos con un valor de US\$ 72 millones.



Fuente: Proexport

En el año 2009 las exportaciones estuvieron dirigidas principalmente a los países bajos con una participación del 70%, siguiendo con Noruega con el 21%, Estados Unidos y Japon con el 10% y Europa con el 7%, lo que da muestra de su alta diversificación de mercados.

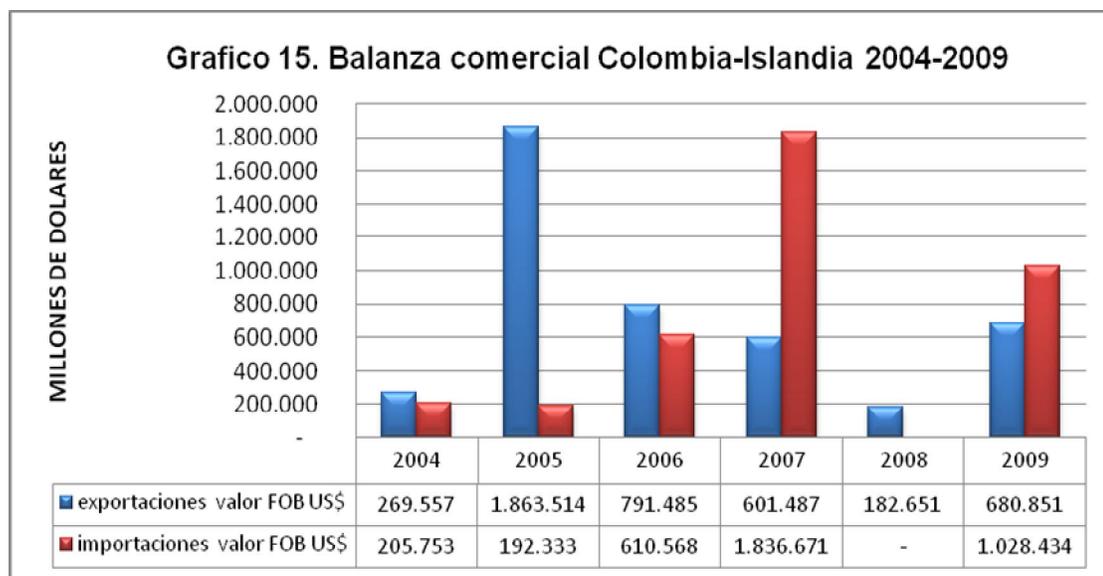
Tabla 8. Principales Productos exportados por Islandia

PRODUCTO	MILLONES US\$	% PARTICIPACIÓN
Aluminio	\$ 1.440	35%
Pescado fresco	\$ 1.032	25%
Aeronaves y equipos	\$ 188	5%
Pienso para animales	\$ 141	3%
Arrabio, fundición especial	\$ 149	3%
Medicamentos	\$ 97	2%
Aceites y grasas de origen animal	\$ 82	2%
Aceite de petróleo	\$ 41	1%

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

Como se observa claramente en la tabla numero 2 el mayor porcentaje de participacion de los productos exportados por Islandia proviene del aluminio con un valor de US\$ 1.440 millones y una participacion de 35% y pescados frescos con un valor de US\$ 1.032 millones y una participacion de 25%.

7.3.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE ISLANDIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA (2004-2009)



Fuente: Cámara de comercio Aburrá Sur

Tabla 9. Balanza Comercial Colombia-Islandia

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	269.557	1.863.514	791.485	601.487	182.651	680.851
Importaciones valor FOB US\$	205.753	192.333	610.568	1.836.671	-	1.028.434
Comercio total	475.310	2.055.847	1.402.053	2.438.158		1.709.285
Balanza comercial	63.804	1.671.181	180.917	- 1.235.184		- 347.583

Fuente: DIAN

El intercambio comercial total de Colombia registrado en 2005 con Islandia fue de US\$ 2.055.847 millones, un 332% superior al valor registrado el año inmediatamente anterior cuando alcanzo los US\$ 475.310 millones. Este aumento en el intercambio comercial total de Colombia provoco un crecimiento significativo de la balanza comercial registrando un valor de US\$ 1.671.181 millones.

En el 2007, la balanza comercial de Colombia con Islandia un negativo giro al registrar un déficit de US\$ -1.235.184 millones, que revierte el superávit observado en los periodos 2004, 2005 y 2006.

Para el año 2008 las exportaciones de Colombia hacia Islandia disminuyeron debido a que se puso en ejecución la negociación de un acuerdo comercial con los países del EFTA que beneficiara al comercio bilateral al ser Islandia miembro de este bloque Económico.

Las exportaciones colombianas presentaron un aumento en el 2009 al pasar de US\$ 182.651 millones de ventas en 2008 a US\$ 680.851 millones en el 2009. Sin embargo se registro un déficit en la balanza comercial por un valor de US\$ 347.583 millones, este debido a que las importaciones en este mismo año aumentaron y sobrepasaron el valor de las exportaciones.

Tabla 10. Principales productos que Colombia exporta a Islandia.

PRINCIPALES SECTORES DE EXPORTACION	Millones de dólares	% Participación
Café	670.000	98%
Confecciones	2.461	0,4%
Flores	1.119	0,2%
Industria automotriz	532	0,1%
Resto de productos	6.730	1%

Fuente: DIANE-DIAN elaboro OEE Mincomercio

Durante el ultimo periodo 2009 los principales sectores de exportacion desde Colombia hacia Islandia fueron: el café con un valor de US\$ 670.000 millones y una participacion del 98% sobre las ventas totales, seguido por el sector de confecciones con un valor de US\$ 2.461 millones y un 0.4% de participacion, el sector de flores con un valor de US\$ 1.119 millones y 0.2% y el sector de industria automotriz con un valor de US\$ 532 millones y una participacion del 0.1%.

EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A ISLANDIA POR CLASIFICACIÓN CIU ENTRE (2007-2009)

CODIGO CIU	DESCRIPCION	VALOR FOB US\$		
		2007	2008	2009
311	Fabricación de productos alimenticios	-	52.622	120.491
321	Textiles	-	2.054	

Fuente: DIAN

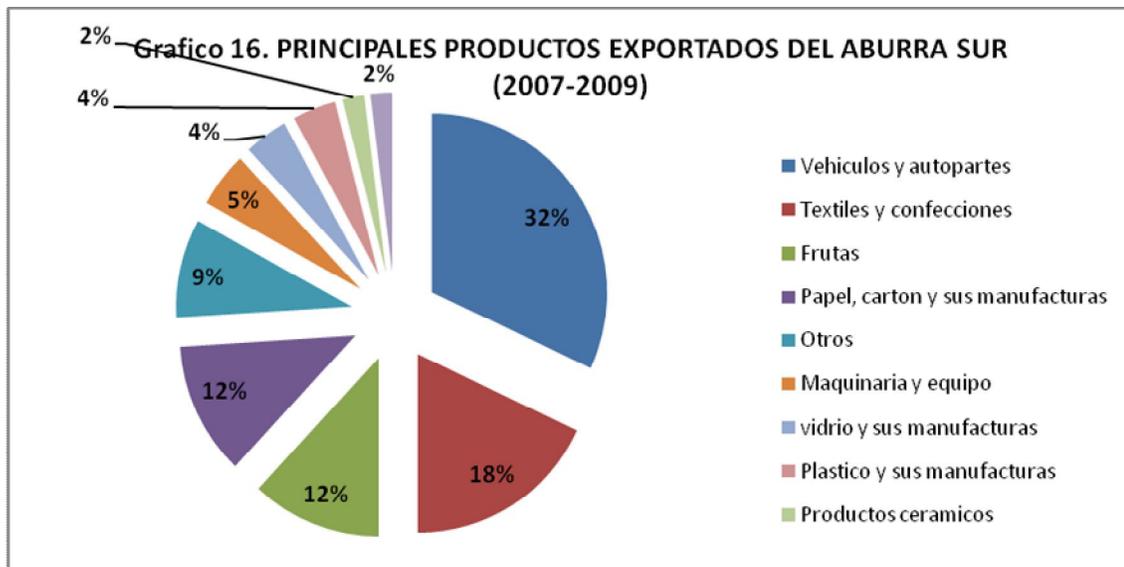
Como podemos en la tabla anterior los principales productos que Antioquia exporto entre los (periodos 2007-2009) hacia Islandia fueron: productos alimenticios con un valor en 2008 de US\$ 52.622 millones y US\$ 120.491 millones en 2009 con un

crecimiento positivo de 128% respecto al año anterior. Los textiles también tuvieron una participación en el año 2008 con un valor exportado de US\$ 2.054 millones.

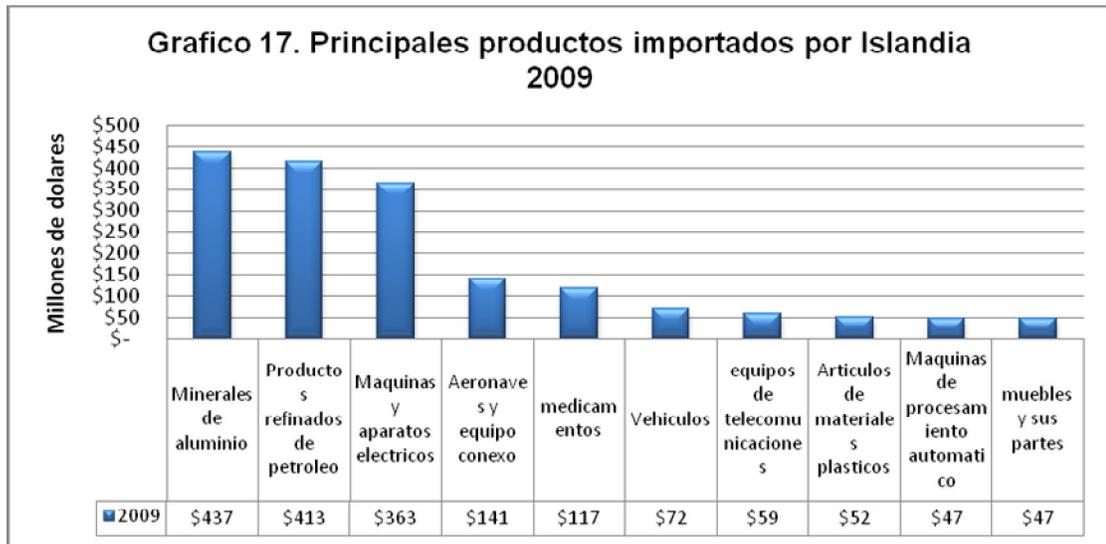
Como conclusión podemos decir que el comercio entre Antioquia e Islandia ha sido muy poco a través de los años, pues solo dos sectores han participado en las exportaciones hacia este país.

7.3.4. CARACTERÍSTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE EL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ E ISLANDIA.

En este capítulo analizaremos que productos son los que poseen mayor potencial para exportar hacia la República de Islandia desde Aburrá Sur.



Fuente: Camara de Comercio Aburrá Sur



Fuente: Cámara de Comercio Aburrá Sur

En los gráficos 16 y 17 podemos observar como uno de los productos más importantes producidos por el Aburrá Sur y con una considerable proyección en el mercado de Islandia son los vehículos y autopartes, donde para Aburrá Sur alcanzaron el 24% de las exportaciones, estando este producto dentro de los más representativos en las ventas al exterior y el cual Islandia ha importado un valor de US\$ 72 millones en el último año 2009.

Otro atractivo sector que se observa en el gráfico 17 en donde el Aburrá Sur puede tener una ventaja para incursionar en el mercado Islandés es la maquinaria y equipo eléctrico ya que tuvo una participación del 5% en las exportaciones del Aburrá Sur y que podemos encontrar como el tercer producto importado por Islandia en el 2009 con un valor de US\$ 363 millones.

Los principales países de donde Islandia importa este tipo de producto son: Alemania, Estados Unidos y China, aunque Colombia no aparece dentro de los países proveedores de Islandia, se puede ofertar en este mercado añadiendo valor agregado a estos productos y diseñándolos con muy buena calidad.

Dentro de los principales productos de este sector encontramos: aparatos eléctricos de telefonía, aparatos receptores de televisión, Soportes preparados para grabar sonido o grabaciones análogas, transformadores eléctricos, entre otros.

Colombia ocupa el tercer lugar en las importaciones del sector de plástico y sus manufacturas y esto representa un fuerte potencial en el mercado Islandés, ya que este país importó en el 2009 US\$ 52 millones de estos productos, pero especialmente es una oportunidad para los empresarios del Aburrá Sur porque para esta región el sector de plásticos y sus manufacturas representaron el 4% de las exportaciones.

Como dato adicional, Aburrá Sur es un gran productor de textiles, registrando un 18% de sus exportaciones, pero sin embargo este sector no está dentro de los principales importados por Islandia, pero puede ser una oportunidad para los empresarios de Colombia ya que este sector es uno de los más representativos para la industria Colombiana especialmente la de Aburrá Sur y donde el principal cliente ha sido Venezuela, pero que a causa de la crisis que ha sufrido nuestro país con éste se han disminuido las ventas, así que por este motivo Islandia es un mercado atractivo para que los empresarios del sector textil aprovechen para ir reemplazando estos mercados.

7.4. COMERCIO EXTERIOR DE SUIZA ENTRE (2004-2009)

7.4.1 SUIZA INFORMACIÓN GENERAL

CONFEDERACIÓN SUIZA

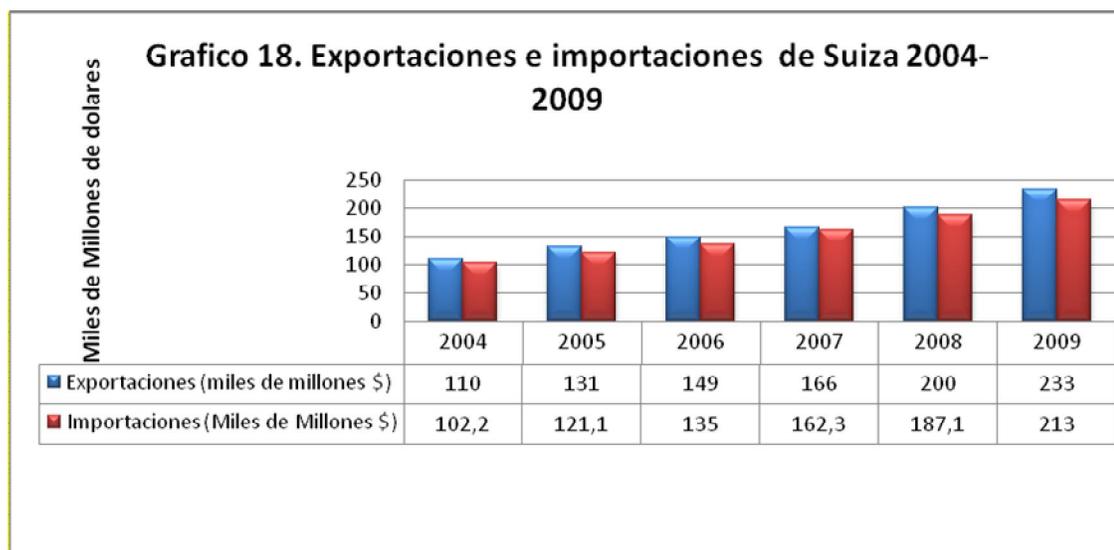
Capital	Berna
Idiomas Oficiales	Alemán, Francés, Italiano, Romanche
Forma de Gobierno	República Federal Parlamentaria, con democracia directa.
Superficie	41.290 Km2
Población	7.725.200 habitantes
PIB (nominal) 2009	US\$ 492.595 millones
PIB Percapita 2009	US\$ 67.384
Moneda	Franco Suizo
Miembro de:	ONU, EFTA, OCDE, OSCE, COE
Inflación	2.4
% de desempleo	3.4%
Tasa de crecimiento de la producción industrial.	6.5
Principales Aeropuertos	Zúrich Kloten, Berna, Basilea Mulhouse, Ginebra Cointrin, Lugano
Principales puertos	Basilea,

Economía de Suiza. La economía suiza figura dentro de las más prósperas y desarrolladas del mundo. La tasa de desempleo es particularmente baja así como la tasa de inflación.

La economía está basada en una mano de obra altamente cualificada que ejecute en general tareas sumamente especializadas. Los sectores principales son la microtecnología, la alta tecnología, la biotecnología y la industria farmacéutica, así como la banca y los seguros. El sector servicios emplea el mayor número de trabajadores.

Su PIB para el 2009 fue de US\$ 44.417 millones, bajando 1.5% en todo el año, pero aceleró su crecimiento en el cuarto trimestre en un 0.7%, sin embargo se ve el impacto de la crisis económica que sufrió Suiza. Esta ha sido la disminución más importante desde 1982.

7.4.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE SUIZA ENTRE (2004-2009)



Fuente: Cia World Factbook

El comportamiento de las exportaciones Suizas a partir del 2004 muestra un crecimiento representativo, después de la recesión que presentaron en el 2002 y 2003.

En el año 2005 las exportaciones alcanzaron un valor de US\$ 1301 mil millones con un crecimiento del 19% con respecto al año 2004 en donde el valor exportado fue de US\$ 110 mil millones.

Para el año 2007 el valor de las exportaciones fue de US\$ 166 mil millones con un crecimiento del 12% frente al año anterior (2006) con un valor de US\$ 149 mil millones.

Y para el último año 2009 el valor de las exportaciones Suizas tuvo un valor de US\$ 233 mil millones con un crecimiento positivo del 16% respecto al año 2008 en donde el valor de las exportaciones fue de 200 mil millones.

Las importaciones de Suiza son menores respecto a las exportaciones, debido a que los productos que entran al país son en gran parte primarios y secundarios. Para el año 2004 las importaciones presentaron un incremento causado por la entrada de productos energéticos al país y la subida en los precios del petróleo a nivel mundial.

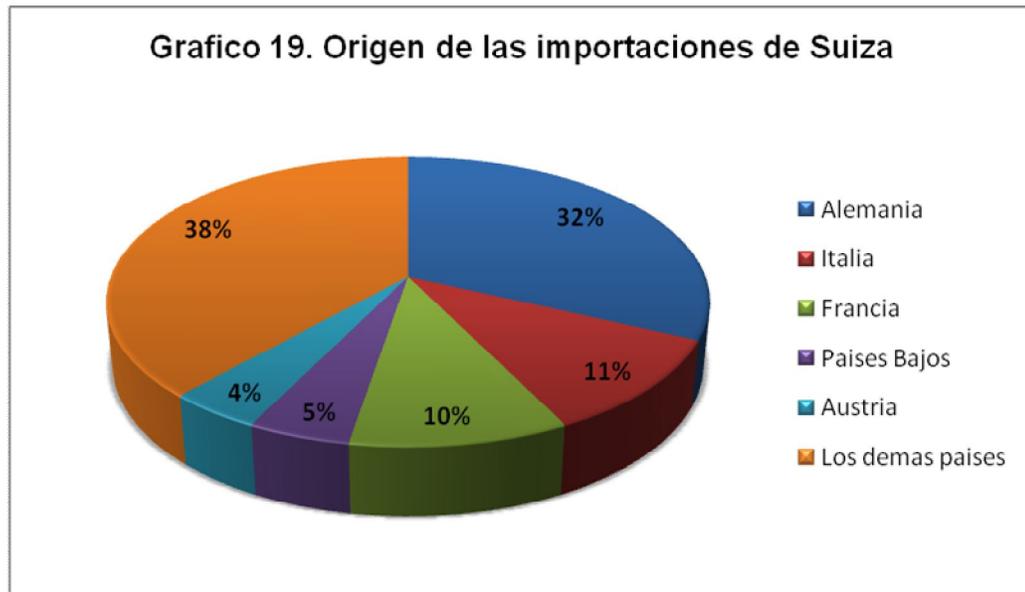
El mayor crecimiento de los productos importados por Suiza lo tuvieron los metales, bienes terciarios, aparatos de transmisión, equipos de dotación para centros médicos y hospitales, los vehículos y las maquinas de trabajo presentaron un alza durante estos últimos años.²⁴

Las importaciones realizadas por Suiza desde Colombia han estado compuestas tradicionalmente por productos primarios como Flores, banano, café y aceite de palma.

En el 2008 las importaciones de Suiza experimentaron un crecimiento, esto se debió al aumento de las compras de distribuidoras de energía y de los bienes de inversión, especial relevancia tuvieron las adquisiciones de maquinaria para hospitales y consultorios. Las importaciones de materias primas y productos semielaborados

²⁴http://www.osec.ch/schweizer_aussenwirtschaft_2005/en/schweizer-aussenwirtschaft2005-inkl-gb2004-en.pdf
septiembre 1 de 2010 a las 16:31 pm

también han crecido de manera moderada, destacando las de metales y artículos de electrónica.²⁵



Fuente: Proexport

Para el año 2009 los principales proveedores de Suiza fueron Alemania con una participación del 32.6%, Italia con 11%, Francia con 10%, Países bajos con 5% y Austria con 4%.

Con una participación del 0.2% sobre el total de las importaciones de Suiza, se ubica Colombia como el socio importador o proveedor número 35 de Suiza.²⁶

²⁵http://www.icex.es/icex/cda/controller/pagelCEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4154204_0_-1,00.html septiembre 7 de 2010, 16:17

²⁶ Documento nuevos destinos exportadores para Colombia, septiembre 7 de 2010 a las 14:58

Tabla 11. Principales productos importados por Suiza entre (2004-2009).

PRODUCTO	MILLONES DE DOLARES
Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos mecánicos	\$ 18.310
Productos farmacéuticos	\$ 15.450
Maquinas, Aparato y material eléctrico	\$ 12.931
Combustibles minerales	\$ 10.967
Vehículos automóbiles	\$ 10.848
Productos químicos orgánicos	\$ 10.807
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas	\$ 9.812

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

Como se observa en la tabla 11 entre los principales productos importados por Suiza en los últimos años se tienen los Reactores nucleares, calderas, maquinas y aparatos mecánicos por un valor de US\$ 18.310 millones dentro del total exportado, los productos farmacéuticos por un valor de US\$ 15.450 millones, maquinas y aparatos y material eléctrico con US\$ 12.931 millones, estos son los principales productos de los que se abastece Suiza. Otros productos son: combustibles minerales con un valor de US\$ 10.967 millones, vehículos automóbiles US\$ 10.848 millones, productos químicos orgánicos US\$ 10.807 millones y perlas finas y piedras preciosas por valor de US\$ 9.812 millones.



Fuente: PROEXPORT

Los países industrializados se han convertido durante los últimos años, en una prioridad para Suiza. Siendo Alemania, Estados Unidos, Italia, Francia y Reino Unido sus principales socios comerciales. La principal causa de este comportamiento se debe a la evolución y los avances realizados por estos países en cuanto a la industria farmacéutica.

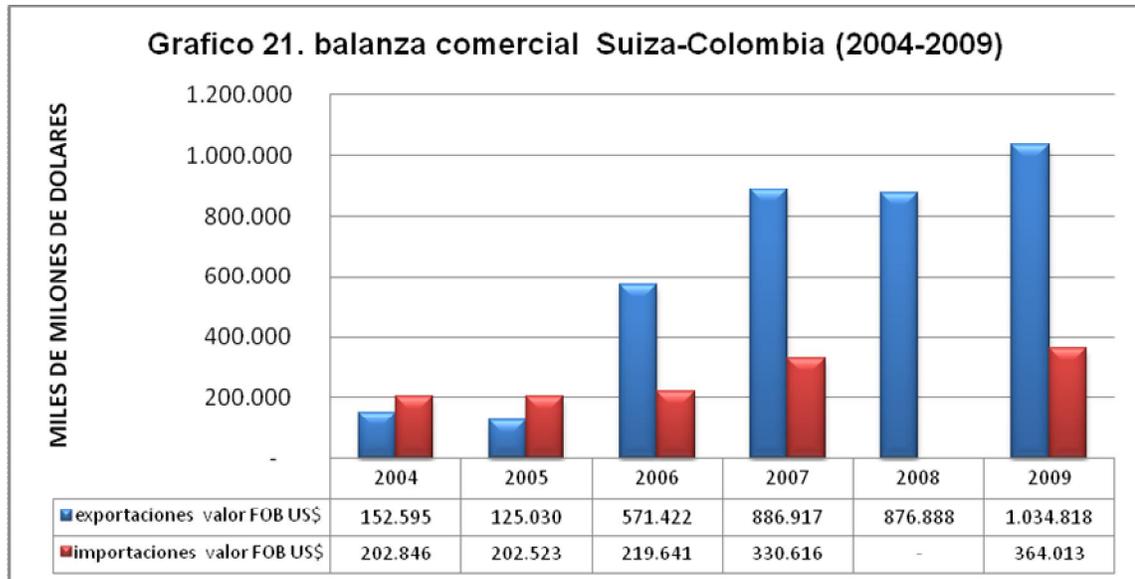
Tabla 12. Principales productos exportados por Suiza.

PRODUCTO	MILLONES DE DOLARES
Productos farmacéuticos	\$ 41.083
Reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos	\$ 20.828
Productos químicos orgánicos	\$ 16.124
Instrumentos, aparatos de óptica	\$ 12.940
Relojería	\$ 12.264
Maquinas eléctrica	\$ 11.821
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas	\$ 10.264
Combustibles, minerales	\$ 4.743
Artículos de plástico	\$ 4.496
Productos de hierro y acero	\$ 2.445

Fuente: GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

Como se puede observar en la tabla 12, el fuerte de las exportaciones Suizas hacia el resto del mundo se concentra en la venta de los medicamentos farmacéuticos con un valor de US\$ 41.083 millones, le siguen los reactores nucleares, calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos con US\$ 20.828 millones y los productos químicos orgánicos US\$ 16.124 millones. También hay otros productos muy importantes como los instrumentos y aparatos de óptica con un valor exportado de US\$ 12.940 millones, relojería US\$ 12.264 millones, maquinas eléctricas con un valor de US\$ 11.821 millones y perlas finas y piedras preciosas con un valor de US\$ 10.264 millones.

7.4.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE SUIZA, COLOMBIA, ANTIOQUA (2004-2009)



FUENTE: Camara de Comercio Aburra Sur

Tabla 13. Balanza Comercial Colombia-Suiza.

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	152.595	125.030	571.422	886.917	876.888	1.034.818
Importaciones valor FOB US\$	202.846	202.523	219.641	330.616	-	364.013
Comercio total	355.441	327.553	791.064	1.217.535		1.398.831
Balanza comercial	- 50.251	- 77.493	351.781	556.301		670.805

Fuente: DIAN

Suiza se ha convertido en uno de los destinos con mayor dinamismo para Colombia. Durante el 2004 las exportaciones Colombianas hacia este país registran una leve participación frente al resto de las exportaciones efectuadas por Colombia hacia el

mundo estas exportaciones tuvieron un valor de US\$ 152.595 millones un valor inferior a las importaciones de ese mismo año cuyo valor fue de US\$ 202.846 millones. Lo anterior nos hace pensar que Suiza para este año (2004) todavía no se encontraba dentro de los mercados objetivos para los productos nacionales.

Las exportaciones Colombianas hacia Suiza sufrieron una caída durante el 2004 y 2005, no obstante se ha presentado una recuperación a partir de 2006, lo anterior reflejado en un crecimiento del 357% respecto a al año anterior (2005), esta tendencia continua en crecimiento hasta el año 2009 en donde las exportaciones alcanzaron un valor de US\$ 1.034.818 millones.

Las importaciones desde Suiza también han mantenido una tendencia positiva durante los últimos años, que al igual que las exportaciones continúan en crecimiento durante este periodo (2004-2009). El total de importaciones paso de US\$ 330.616 millones en 2007 a US\$ 364.013 millones en 2009 con un crecimiento del 10% frente al 2007.

Los resultados favorables se vieron impulsados principalmente por la entrada de bienes intermediarios y de capital al país.

El comercio global con Suiza disminuyo inicialmente en el periodo 2004 y 2005, al pasar de US\$ 355.441 millones en 2004 a US\$ 327.553 millones en 2005 aumentando luego significativamente (132%), al situarse en US\$ 1.398.831 millones en 2009.

Como resultado de la dinámica comercial entre los dos países se presento déficit comercial en los años 2004 y 2005, sin embargo este rubro presento recuperación en los últimos años, al observarse un superávit de US\$ 670.805 millones en 2009.

Tabla 14. Principales productos que Colombia exporta a Suiza.

PRODUCTO	MILLONES DE US\$	% PARTICIPACION
Café	54.742	49,50%
Frutas y frutos frescos	17.838	16,10%
Piedras preciosas y metales	15.394	13,90%
Azucares	6.240	5,60%
Instrumentos para ópticas	3.035	2,70%
Almidones y féculas modificados	2.941	2,70%
Plantas vivas	2.386	2,20%
Maquinaria y aparatos mecánicos	1.573	1,40%
Maquinaria eléctrica	1.509	1,40%
Artículos de arte	1.418	1,30%

Fuente: DANE – cálculos PROEXPORT

Los principales productos que Colombia exporta a Suiza en el último año (2009) están representados principalmente en el café con un valor de US\$ 54.742 millones en 2009 y una participación del 49.50% de total de las exportaciones a Suiza, le siguen las frutas y frutos frescos con un valor de US\$ 17.838 y un 16.10% de participación, en el tercer lugar se encuentran las piedras preciosas y metales con un valor de US\$ 15.394 millones y una participación del 13.9% y los azucares también es un producto significativo para exportar a Suiza con una participación del 5.6% y un valor de US\$ 6.240 millones. Entre otros productos importantes están instrumentos para ópticas, los almidones y féculas modificadas, plantas vivas, maquinas y aparatos mecánicos, maquinaria eléctrica y artículos de arte, estos productos tienen una participación entre el 1% y 2% del total de exportaciones hacia este país.

Tabla 15. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A SUIZA POR CLASIFICACION CIU ENTRE (2007-2009). Valor FOB US\$

CODIGO CIU	DESCRIPCION	2009	2008	2007
372	Metálicas básicas de metales no ferrosos	503.178.470	429.943.660	205.007.467
230	extracción de minerales metálicos	5.237.924	11.319.863	16.255.967
0	diversos y no clasificados	146.896	1.314.123	3.996
322	Prendas de vestir	44.726	25.882	2.353
321	textil	35.425	30.609	2.786
362	vidrio y sus productos	31.833	-	-
382	Maquinaria excluida la eléctrica	21.405	8.856	800
111	Producción agropecuaria	15.185	-	2.663
767	Otras industria manufacturera	6.164	20.919.192	-
383	Maquinaria eléctrica	1.068	-	-
311	Fabricación de productos alimenticios	-	1.038.135	460.686
331	Madera y sus productos	-	1.908	35.976
341	Papel y sus productos	-	-	11.915
385	equipo profesional y científico	-	10.000	1.600

Fuente: DIAN

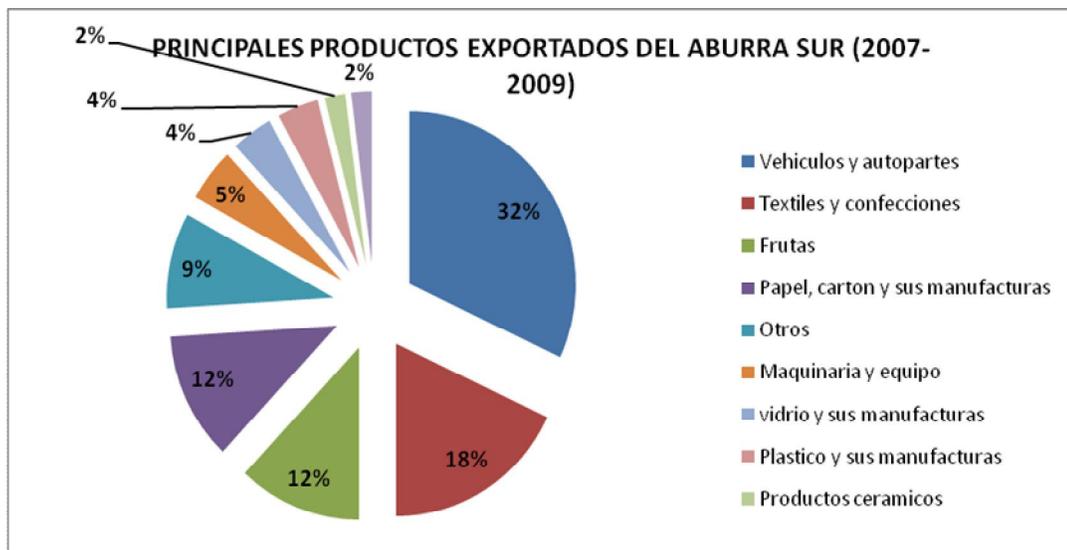
Como podemos observar en la tabla 15 Antioquia ha tenido un buen desempeño en las exportaciones de productos hacia Suiza durante los últimos tres años.

Los productos más importantes que ya han incursionado en el mercado Suizo son: Metálicas básicas de metales no ferrosos con un valor de US\$ 503.178.470 mil millones y un crecimiento del 15% en el 2009 frente al año anterior, incrementando año tras año su valor de exportación. Le siguen la extracción de minerales metálicos con un valor en el último año de US\$ 5.237.924 millones, aunque este sector ha disminuido a través de los últimos 3 años, se ha mantenido en el mercado Suizo, las prendas de vestir también han tenido una participación importante en las exportaciones de Antioquia hacia Suiza con un valor de US\$ 44.726 millones en el 2009 y un crecimiento del 42% respecto al año anterior. El sector textil también se destaca en las exportaciones hacia este país con un crecimiento año tras año de 14% respecto a años anteriores y un valor de US\$ 35.425 millones.

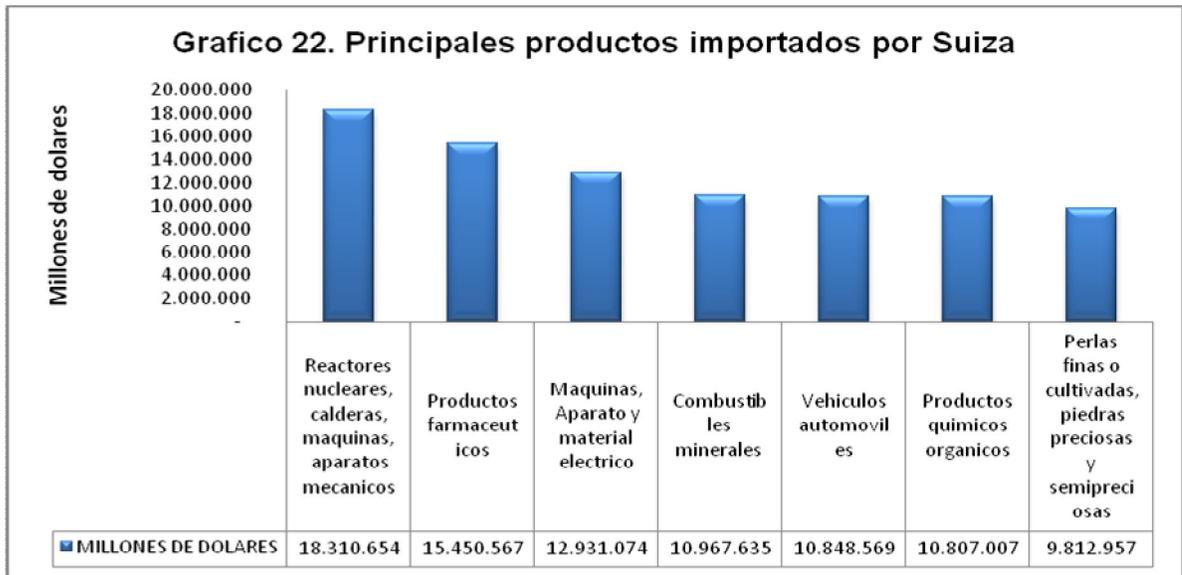
Otros sectores importantes que también hacen parte de las exportaciones Antioqueñas hacia Islandia son: vidrio y sus productos, maquinaria excluida la eléctrica, producción agropecuaria, maquinaria eléctrica, fabricación de productos alimenticios, madera y sus productos, papel y sus productos, entre otros.

7.4.4. CARACTERISTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE ABURRÁ SUR Y SUIZA

En este capítulo analizaremos que productos son los que poseen mayor potencial para exportar hacia la Confederación Suiza desde Aburrá Sur.



Fuente: Camara de comercio Aburrá Sur



Fuente: TRADEMAP

Como se puede observar en los dos gráficos anteriores el principal sector que tiene gran oportunidad de incursionar en el mercado Suizo son los vehículos y sus autopartes, ya que este sector es el más importante para la región de Aburrá Sur pues tienen una participación del 32% dentro de las exportaciones totales de esta región y para Suiza es el cuarto sector más significativo de sus importaciones con un valor de US\$ 10.848.569 millones. Esto podría significar una gran ventaja para una de las empresas más importantes en este sector SOFASA que puede recuperar gran parte del mercado perdido en Venezuela quien era su principal comprador y buscar nuevas ofertas en otros mercados como Suiza.

Otro interesante sector es el de maquinaria y aparatos eléctricos, debido a que Aburrá Sur posee una buena participación en las exportaciones de este sector con un 5% y para Suiza es uno de los principales sectores de importación, en el último año (2009) Suiza importó un valor de US\$ 32.931.074 millones correspondiente a estos productos. Los principales países de donde importa Suiza estos productos son: Alemania, Italia y Francia, aunque en un principio puede ser difícil incursionar

en este mercado, los empresarios Colombianos y en especial los del Aburrá Sur tienen las características necesarias para llegar hasta este mercado.

7.5. COMERCIO EXTERIOR DE NORUEGA

7.5.1. NORUEGA INFORMACIÓN GENERAL

Capital	Oslo
Idiomas Oficiales	Noruego
Forma de Gobierno	Monarquía Constitucional
Superficie	385.156 Km ²
Población	4.676.305 habitantes
PIB (nominal) 2009	\$ 456.226
PIB Percapita 2009	\$ 95.062
Moneda	Corona
Miembro de:	ONU, OSCE, OCDE, OTAN, EFTA, CBSS, Consejo Nórdico, COE
Inflación	0.4
% de desempleo	2.40%
Principales Aeropuertos	Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim Vaernes,
Principales puertos	Ahus, Goteborg, Kalmar, Latvia, Oslo, Varbeg.

Economía de Noruega. Noruega mantiene una estructura económica propia de los países más desarrollados del mundo, donde más del 60 por 100 de la mano de obra se dedica al sector terciario y en donde existe un componente singular al ser uno de los principales países productores de petróleo y gas natural de Europa que le aporta una riqueza en torno al 22% del total nacional.

Su PIB para el 2009 fue de US\$ 95.062 millones, cayó por primera vez en 20 años, al registrar un retroceso de 1.5% en 2009, luego de que en 2008 había crecido 2.8 por ciento.

7.5.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE NORUEGA ENTRE (2004-2009)



Fuente: Cia world Factbook

En el año 2005, Noruega registro exportaciones por US \$76.640 millones, mostrando un crecimiento del 14% frente a los US\$ 67.270 millones exportados durante el año 2004. Mientras que las importaciones registradas para el año 2004 fueron de US\$ 40.190 millones y para el 2007 de US\$ 45.960 millones, mostrando un aumento considerable de 14%.

En el año 2007 las exportaciones registran frente al año anterior un aumento pasando de US\$ 111.200 millones (2006) a US\$ 122.600 millones (2007) mostrando un incremento del 10.25%. De igual manera las importaciones que en el año 2006 registraron US\$ 58.120 millones, en el año 2007 se registran US\$ 59.900 millones, lo que representa un aumento poco significativo del 3%.

Para el año 2008 y 2009 las exportaciones de Noruega continuaron su crecimiento, en el 2009 alcanzaron un valor de US\$ 168.800 millones con un crecimiento del 24% frente al año 2008 que se exportaron US\$ 136.100 millones. Durante este mismo

año (2008) Noruega realizó importaciones por US\$ 77.240 millones, presentando un crecimiento de 28% frente al 2007 año en que el valor fue de US\$ 59.900 millones y en el 2009 las importaciones alcanzaron US\$ 85.990 millones con un crecimiento positivo del 11.32%.



Fuente: proexport

En el gráfico 20 se puede concluir que el principal proveedor de Noruega fue Suecia, origen del que realizó el 14% de sus importaciones totales. Otros proveedores de importancia fueron: Alemania con el 13%, Dinamarca con el 7% y China con el 7% respectivamente.

Tabla 16. Principales productos importados por Noruega.

DESCRIPCION	MILLONES DE DOLARES
Maquinaria y aparatos mecánicos	\$ 10.690
Maquinaria eléctrica	\$ 6.874
Vehículos	\$ 5.869
Hierro y productos siderúrgicos	\$ 3.170
Combustibles, minerales	\$ 3.080
Muebles y ropa de cama	\$ 2.266
Artículos de plástico	\$ 2.041
Instrumentos y aparatos de óptica	\$ 1.947

Fuente: proexport

En cuanto a los productos que ocupan el primer lugar dentro de sus importaciones están: las maquinas y aparatos mecánicos siendo el valor negociado de US\$ 10.690 millones, seguido por la maquinaria eléctrica con un valor importado de US\$ 6.874 millones, los demás vehículos automóviles para transporte de personas con US\$ 5.869 millones y el hierro y los productos siderúrgicos con un valor de US\$ 3.170 millones.



Fuente: Proexport.

Los principales socios comerciales de Noruega en lo referente a sus exportaciones son: el Reino Unido con un porcentaje de participación del 27% sobre el total de las ventas de este país, le siguen otros socios importantes como Alemania con una participación del 12%, Países Bajos con el 10%, Francia 8%, Suecia y Estados Unidos con el 6% y los demás países representan el 30% de las exportaciones noruegas. Esta información la podemos apreciar en el gráfico 21.

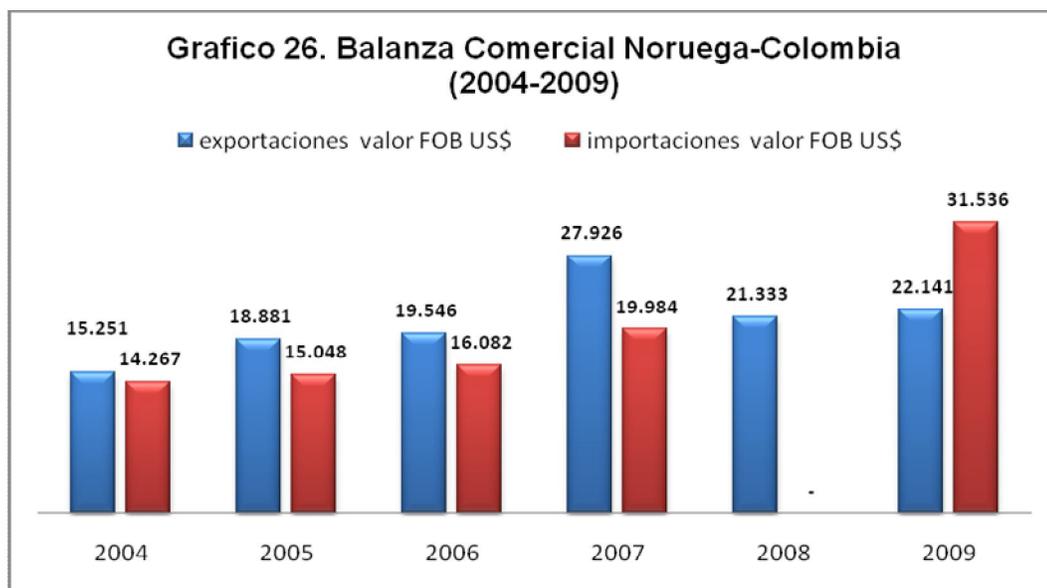
Tabla 17. Principales productos exportados por Noruega.

PRODUCTOS	MILLONES DE DOLARES
Combustibles y minerales	\$ 76.917
Maquinaria y aparatos mecánicos	\$ 7.553
Pescados y crustáceos	\$ 6.915
Aluminio y sus manufacturas	\$ 3.654
Productos químicos	\$ 3.471
Instrumentos y aparatos de ópticas	\$ 1.586

Fuente: Proexport

En la tabla 17 se puede apreciar que el producto con mayor volumen de exportación de Noruega son los combustibles y minerales con un valor de US\$ 76.917 millones, seguido por la maquinaria y aparatos mecánicos con un valor exportado de US\$ 7.553 millones, pescados y crustáceos US\$ 6.915 millones, aluminio y sus manufacturas con un valor de US\$ 3.654 millones, los productos químicos con US\$ 3.471 millones e instrumentos y aparatos de óptica con un valor de US\$ 1.586 millones.

7.5.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE NORUEGA, COLOMBIA, ANTIOQUIA (2004-2009)



Fuente: Camara de Comercio Aburrá Sur

Tabla 18. Balanza Comercial Colombia-Noruega.

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	15.251	18.881	19.546	27.926	21.333	22.141
Importaciones valor FOB US\$	14.267	15.048	16.082	19.984	-	31.536
Comercio total	29.519	33.929	35.628	47.911		53.677
Balanza comercial	983	3.833	3.464	7.942		- 9.395

Fuente: DIAN

El comercio global con Noruega ha crecido de manera importante en los últimos años al pasar de US\$ 29.519 millones en 2005 a US\$ 53.677 millones en 2009.

Las exportaciones así mismo crecieron significativamente durante los periodos 2004 a 2007 pasando de US\$ 15.251 millones en 2004 a US\$ 27.926 millones en 2007. Sin embargo en el año 2008 las exportaciones disminuyeron pasando a un valor de US\$ 21.333 millones.

Las importaciones igualmente presentaron un crecimiento en los periodos de 2004 a 2009 pasando de US\$ 14.267 millones en 2004 a US\$ 31.536 millones.

Como resultado de lo anterior la balanza comercial entre Colombia y Noruega fue superavitaria para Colombia durante 2004 y 2007 en: US\$ 984 millones durante 2004, US\$ 3.833 millones en 2005, US\$ 3.464 millones en el año 2006 y US\$ 7.942 millones en el 2007.

Tabla 19. Principales Productos que Colombia exporta a Noruega.

PRODUCTO	Millones de US\$	% Participación
Café sin tostar	20.400	92,5%
Café soluble liofilizado	797.200	3,6%
Claveles frescos	242.800	1,1%

Fuente: Cámara de Comercio Aburrá Sur

El principal producto exportado por Colombia durante los últimos años con 92.5% del total exportado a Noruega fue los demás cafés sin tostar, con US\$ 20.4 millones. Otros productos exportados a este país fueron, el café soluble liofilizado con US\$ 797,2 millones y participación del 3,6% y los demás claveles frescos, con US\$242,8 millones y participación del 1,1%.

Las exportaciones no tradicionales hacia Noruega representaron el 7,5% de las exportaciones, durante 2008, con un valor de US\$ 1,7 millones, 97,8% más que en 2007, donde su valor fue US\$ 835,8 mil.²⁷

²⁷ www.proexport.com.co/.../DocNewsNo10394DocumentNo8421.doc septiembre 29 de 2010 a las 14:59

Tabla 20. Los principales productos no tradicionales exportados a Noruega durante 2008, por macrosector fueron:

MACROSECTOR	PRODUCTO	VALOR US\$	% PARTICIPACION
Agroindustria	Café soluble liofilizado	\$ 797,200	52,20%
Manufacturas e insumos	las demás brocas, incluidas las partes	\$ 33,200	31,40%
Prendas de vestir	Ropa de tocador o cocina, de tejido y de algodón.	\$ 3,900	20,20%

DANE- calculos PROEXPORT

La participación de los macrosectores en las exportaciones a Noruega en el último año fue la siguiente: Agroindustria 52.2% de las exportaciones no tradicionales con un valor exportado de US\$ 797.200 millones, Manufacturas e Insumos con el 31,4%, US\$ 32.200 millones y Prendas de Vestir 20.2% con US\$ 3.900 millones.

Tabla 21. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A NORUEGA POR CLASIFICACIÓN CIU ENTRE (2007-2009).

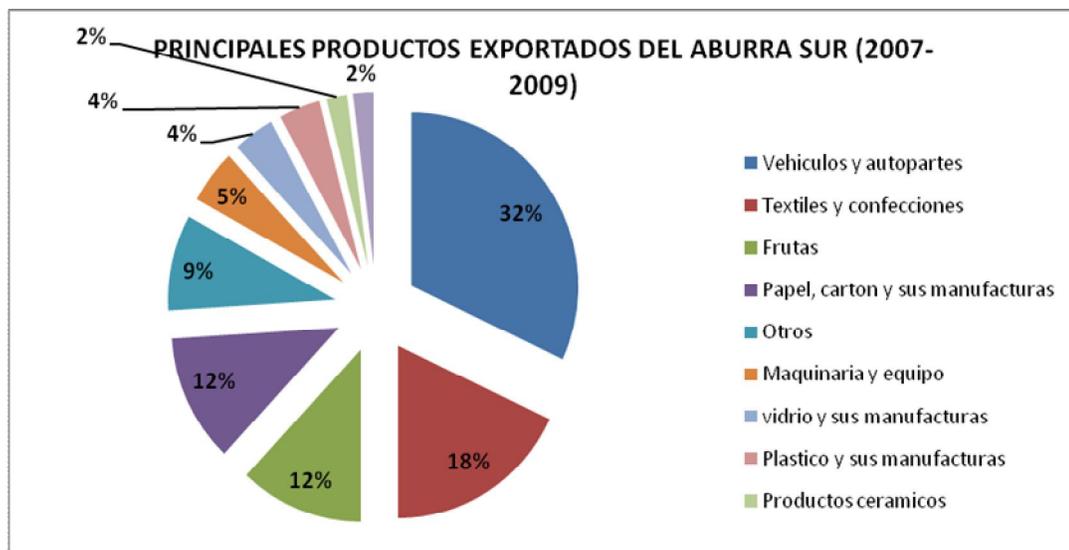
CODIGO CIU	DESCRIPCION	VALOR FOB US\$		
		2007	2008	2009
538	Diversos y no clasificados	622	153.638	956.143
311	Fabricación de productos alimenticios	5.886.432	992.662	1.296.274
312	Fabricación de otros productos alimenticios	2.400	-	-
321	Textiles	4.370	-	3.075
383	Maquinaria eléctrica	2.192	-	-

Fuente: DIAN-SIEX

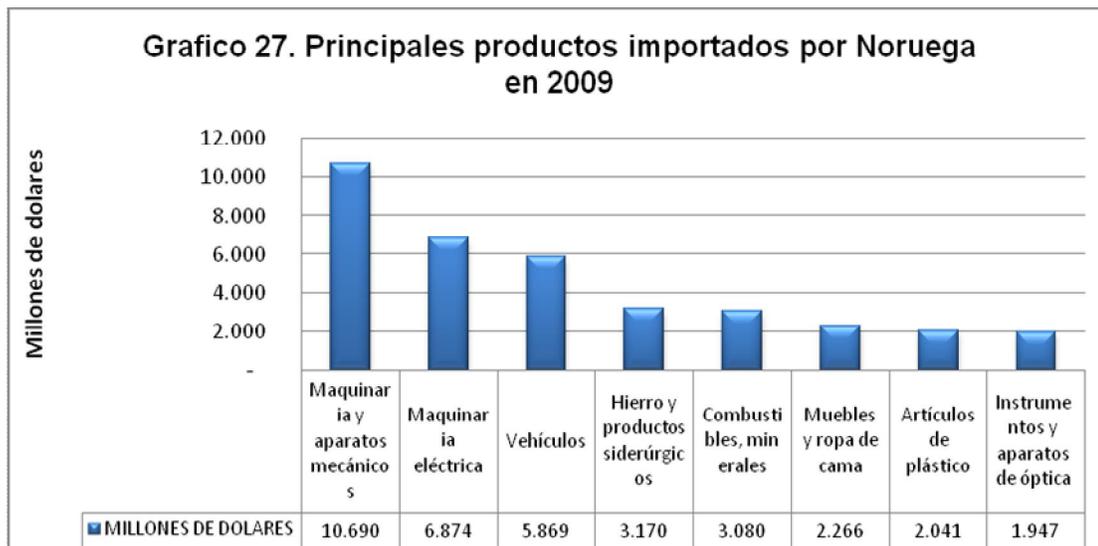
Como se puede observar en la tabla 21. Antioquia ha incursionado en el mercado de Noruega a través de ciertos sectores que han permitido un mejor conocimiento de este mercado a los empresarios Antioqueños. Dentro de estos sectores se encuentran: los productos clasificados como diversos y no clasificados es decir los demás productos con un valor de US\$ 956.143 millones, cifra que aumento en los últimos tres años, le sigue a fabricación de productos alimenticios con US\$ 1.296.274 millones y un crecimiento del 31% respecto al año anterior y el sector de textiles con un valor de US\$ 3.075 millones, a pesar que tuvo una disminución de 29% respecto al año 2007, pero se mantiene dentro del mercado Noruego. Otro sector que ha podido incursionar en este mercado pero que no se ha mantenido muy estable en los últimos años es el de maquinaria eléctrica que en el 2007 registraron un valor de US\$ 2.192 millones.

7.5.4. CARACTERISTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE ABURRÁ SUR Y NORUEGA

A continuación analizaremos los sectores que son susceptibles a exportar al mercado Noruego provenientes de la Región del Aburrá Sur.



Fuente: DIAN



Fuente: TRADEMAP

Como se puede observar en el grafico 27 la region de Aburrá Sur tiene un gran potencial en el mercado Noruego comenzando por el sector de vehiculos, ya que este es el mayor potencial del Aburrá Sur registrando una participación del 32% dentro del total exportado, y para Noruega el sector de vehiculos ocupa el puesto numero tres de las importaciones con un valor de US\$ 5.869 millones, es decir que este sector se convierte en una oportunidad de sensibilizacion valiosa para los empresarios del Aburrá Sur que quieren incursionar en este mercado.

La maquinaria y equipo electrico es otro sector con gran influencia para ambas partes porque Aburrá Sur es un buen productor de estos productos con una participacion del 5% y Noruega es un gran consumidor porque en el ultimo años importo de este sector un valor de US\$ 6.874 millones. Se puede observar una oportunidad mayor para este tipo de productos en este mercado, favoreciendo a los consumidores locales que desean entrar en este mercado.

Aburrá Sur es un gran productor de textiles alcanzando una participacion del 18% de sus exportaciones y como se puede observar en el grafico 27 Noruega importa muebles y ropa de cama con un valor de US\$ 2.266 millones, lo que significa que

puede existir un fuerte potencial para los empresarios locales dedicados a producir en este sector a que vendan sus productos al mercado Noruego.

Otro sector importante en el que Aburrá Sur puede adquirir un ventaja en el mercado Noruego es el de plástico y sus manufacturas, ya que como se observa en el gráfico de los principales productos importados por Noruega este representa uno de ellos con un valor de US\$ 2.041 millones y para El Aburrá Sur este mismo sector alcanzó una participación del 4% dentro del valor exportado.

7.6. COMERCIO EXTERIOR DE TURQUIA ENTRE (2004-2009)

7.6.1 INFORMACIÓN GENERAL.

REPÚBLICA DE TURQUIA

Capital	Ankara
Idiomas Oficiales	Turco
Forma de Gobierno	República parlamentaria
Superficie	783.562 Km2
Población	72.561.312 habitantes
PIB (nominal) 2009	US\$ 615.329 millones
PIB Per cápita 2009	US\$ 8.723
Moneda	Lira Turca
Miembro de:	ONU, OTAN, OCDE, OSCE,UEO, OCE, COE.
Inflación	8.50%
% de desempleo	9.70%
Principales Aeropuertos	Ankara, Estambul, Dalaman, Esmima, Antalya Havalimani
Principales puertos	Aliaga, Diliskelesi, Izmir, Kocaeli, Mercin Limani

Economía de Turquía. La economía de Turquía está altamente desarrollada. El país se encuentra entre los principales productores mundiales de productos agrícolas, textiles, vehículos de motor, barcos y otros equipos de transportación, electrónica y artefactos para el hogar. La economía dinámica de Turquía es una mezcla compleja de industria moderna, agricultura tradicional. Posee un sector privado en estado de crecimiento rápido y estable y el estado juega un rol básico en la industria, actividades bancarias, transporte y comunicaciones.

La industria más importante de Turquía y su principal producto de exportación son sus telas y ropas, aún mayoritariamente en manos privadas.

El PIB de Turquía en 2009 fue de US\$13.904, el crecimiento del PIB turco ha superado el 6% en varios años.

7.6.2 EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE TURQUIA ENTRE (2004-2009)



Fuente: Cia world Factbook

En los periodos (2004-2006) se implemento en Turquía un Plan Estratégico de Exportación para motivar las exportaciones de este país, las cuales son inferiores a las importaciones. Este plan consistía en fijar como meta final la suma de US\$ 75 mil millones, sin embargo gracias a la coordinación efectiva entre los organismos públicos relacionados con el sector privado y la colaboración de los exportadores esta suma de dinero (US\$ 75 mil millones) fue superada con facilidad y el total de las exportaciones para el año 2006 llego a US\$ 85 mil millones.²⁸

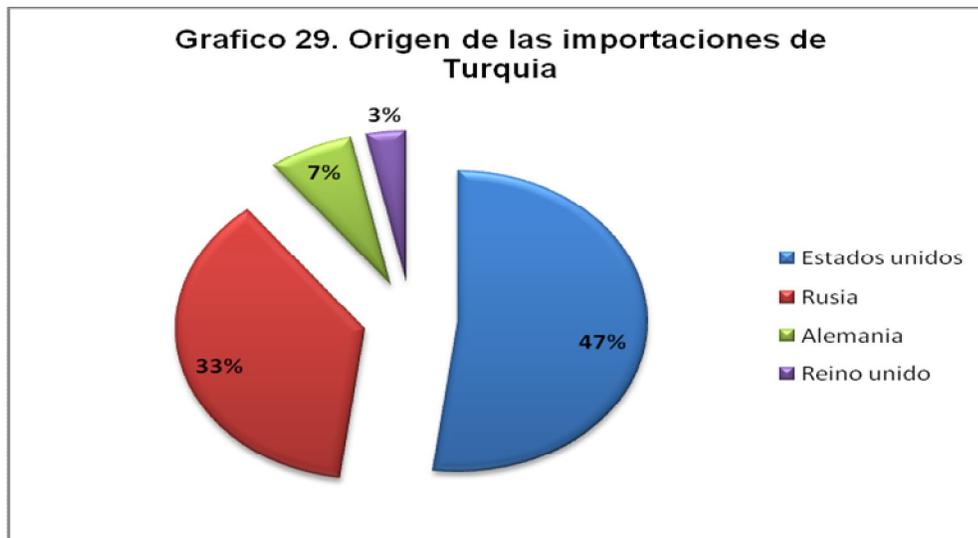
²⁸<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&yayinID=313&icerikID=411&dil=EN> septiembre 28 de 2010 a las 10:25 am

En 2007 el crecimiento de las exportaciones de Turquía se encontraba en 25.41% por valor de US\$ 107.272 millones, con un valor superior al año anterior (2006).

En el año 2008 las exportaciones crecieron un 23.1% y registraron un valor de US\$ 132.027 millones.

Debido a la crisis económica mundial de 2008, que mostro sus efectos negativos en toda la economía mundial, se tradujo en una disminución de las exportaciones de Turquía en donde para este año el valor total de las exportaciones fue de US\$ 102.135 millones. Según estadísticas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) las importaciones de casi todos los países se redujo significativamente en este año (2009). Por lo tanto la razón principal detrás de la disminución de las exportaciones de Turquía paso a ser la contracción de los mercados internacionales.

El aumento de las importaciones fue notorio en el 2008 debido a varios factores, el primero de ellos el aumento en los precios de la energía y las materias primas, también la devaluación de la Lira Turca y la creciente demanda interna.



Fuente: Proexport

Los principales proveedores de mercancías con destino a Turquía según su porcentaje de participación en las importaciones Turcas son: Estados Unidos con una participación del 47%, Rusia con un 33%, Alemania 7%, el Reino Unido 3% y el 10% lo representa otros países como Italia, Francia España, Ucrania y Corea del Sur.

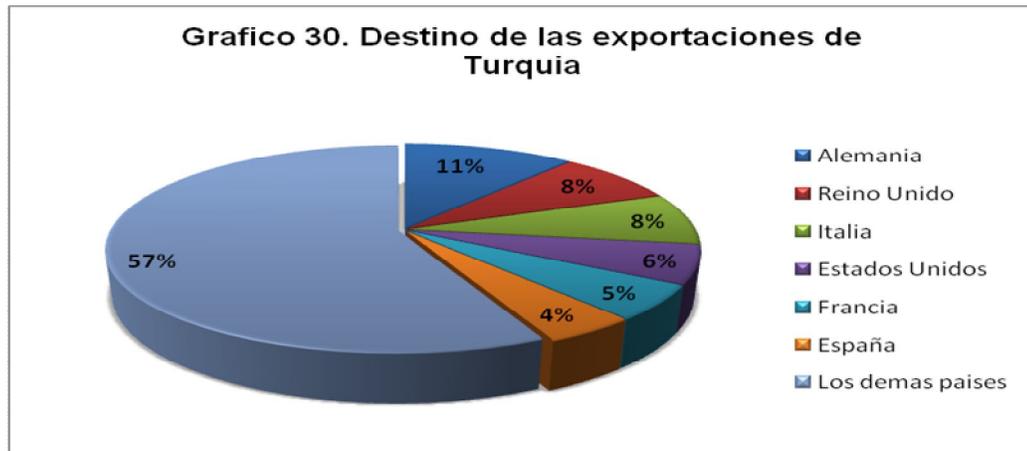
Tabla 22. Principales productos importados por Turquía.

PRODUCTO	VALOR EN DOLARES
Destilados de petróleo ligero	\$ 7.321
Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	\$ 6.415
Desperdicios y desechos de hierro o acero	\$ 4.230
Otros productos	\$ 115.001

Fuente: Proexport

En el periodo de 2005 a 2009 las compras realizadas por Turquía desde el mundo se incrementaron en un 14%.²⁹ Los principales productos importados por Turquía fueron: Destilados de petróleo ligero con un valor de US\$ 7.321 millones, Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos US\$6.415 millones y Desperdicios y desechos de hierro o acero con un valor de US\$ 4.230 millones. US\$ 115.001 millones corresponde a otros productos como químicos, equipos de transporte y maquinaria.

²⁹ <http://www.ibce.org.bo/documentos/acceso-mercado-turquia.pdf> septiembre 28 de 2010 a las 13:43.



Fuente: Proexport

Los principales destinos de las exportaciones de Turquía son : Alemania con una participación del 11%, El Reino Unido e Italia con un 8% de participación sobre el total de exportaciones, Estados Unidos con el 6%, Francia 5%, España 4% y el 57% otros países como: Emiratos Árabes Unidos, Sudáfrica, Egipto, Irak y Rusia.

Tabla 23. Principales productos exportados por Turquía.

PRODUCTO	VALOR EN DOLARES
Oro en bruto	US\$ 4.635
Barras de hierro	US\$ 3.817
Alcohol de aviación	US\$ 2.464
Otros productos	US\$ 92.505

Fuente: Trade map

Los principales productos de las exportaciones Turcas fueron aquellos que se pueden apreciar en la tabla 23.

El oro en bruto es el principal producto que exporta Turquía con un valor de US\$ 4.635 millones, los productos de hierro y acero también son importantes en las

exportaciones de Turquía, su valor en el último año ascendió a US\$ 3.817 millones, y el tercer producto que tiene una mayor proporción en las exportaciones totales es el alcohol de aviación con un valor de US\$ 2.464 millones, los demás productos corresponden a cereales, legumbre, vehículos, madera y confecciones con un valor total de US\$ 92.505 millones de dólares.

7.6.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE TURQUIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA (2004-2009)



Fuente: Camara de Comercio Aburrá Sur

Tabla 24. Balanza Comercial Colombia- Turquía

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	65.000	114.942	127.414	117.896	212.028	330.872
Importaciones valor FOB US\$	11.417	17.098	19.067	30.845	-	45.495
Comercio total	76.417	132.041	146.481	148.742.		376.368
Balanza comercial	53.583	97.844	108.347	87.051		285.377

Fuente: DIAN

El comercio global entre Colombia y Turquía se ha caracterizado por un crecimiento permanente de los intercambios comerciales, este crecimiento se debe en gran parte al papel desempeñado por las hullas térmicas.

En 2007 el comercio global de Colombia con Turquía represento el 0.28% del comercio total global de Colombia con el mundo³⁰, situándose en US\$ 148.742 millones con un crecimiento de 2% respecto del valor registrado en 2006 US\$ 146.481 millones.

Tabla 25. Principales productos que Colombia exporta a Turquía

PRODUCTO	MILLONES DE US\$	% PARTICIPACION
Hulla bituminosas térmicas	303.154	92%
Copolimeros de propileno, en formas primarias.	12.987	4%
Bananas o plátanos frescos tipo "cavendish valery".	6.825	2%

³⁰ <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/negociaciones/PerfilesPais/PerfilTurquiaJunio-08.pdf>
septiembre 30 de 2010 a las 13:23

Policloruro de vinilo sin mezclar con otras sustancias	510	1%
Cuajo y sus concentrados.	290	1%
Etil-metil-cetoxima (butanona oxima).	285	0.5%
Los demás hilados de alta tenacidad de nailon o de otras poliamidas	140	0.5%

Fuente: Cámara de Comercio de Aburrá Sur

Tabla 26. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A TURQUIA CLASIFICADOS POR CODIGO CIU ENTRE (2007-2009)

CODIGO CIU	DESCRIPCION	VALOR FOB US\$		
		2007	2008	2009
827	Diversos y no clasificados	110.043	138.079	128.371
321	Textiles	12.986	29.499	14.384
322	Prendas de Vestir	2.584	3.799	2.530
351	Químicos industriales	35.798	60.245	12.047
352	Otros químicos	29.988	53.220	20.960
385	Equipo profesional y científico	51.548	93.868	116.243
311	Fabricación de productos alimenticios	-	79.800	-

Fuente: DIAN

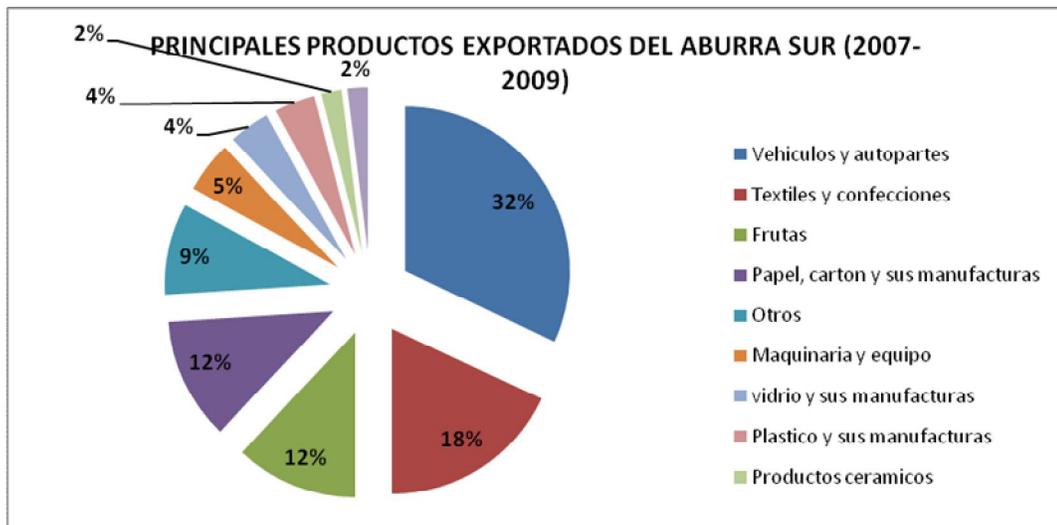
Como se observa en la tabla 26. Antioquia y Turquía han tenido un constante intercambio de productos a través de los tres últimos años (2007,2008, 2009), el que registra mayor valor son los productos clasificados en diversos y no clasificados que alcanzaron un valor de US\$ 128.371 millones menos que el año anterior en donde se registro un valor de US\$ 138.079 millones.

El sector textil también se encuentra dentro de uno de los principales exportados por Antioquia a Turquía con un valor de US\$ 14.384 millones, presentando una disminución del 51% respecto al año anterior, que fue el mejor año para los productores de textiles en la región.

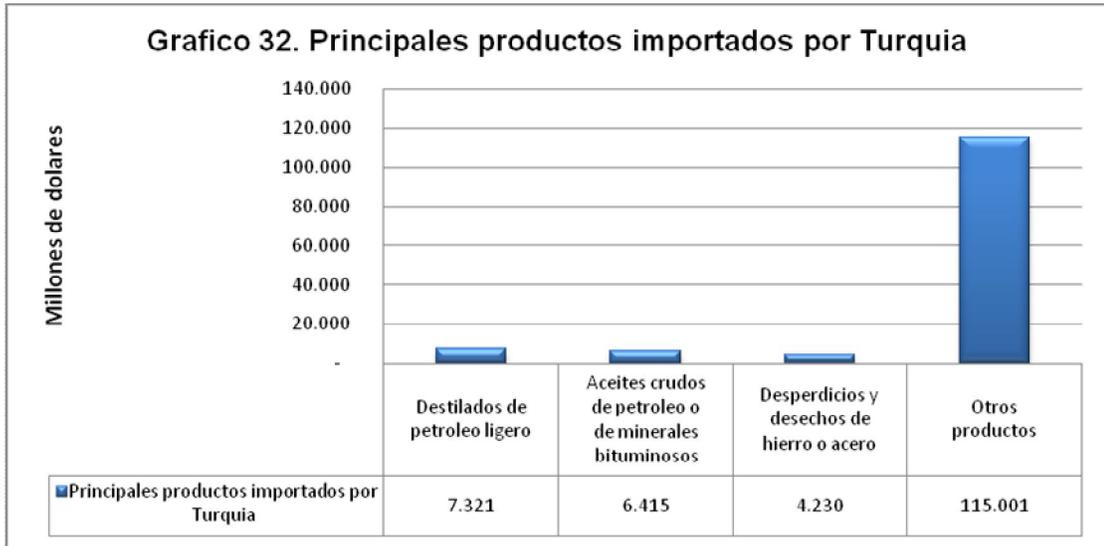
Otro sector interesante que también esta incursionando en el mercado Turco es el de químicos industriales que alcanzo en el último año un valor de US\$ 12.047 millones, aunque sufrió una notable disminución continua manteniéndose en este mercado. En los años anteriores este sector registro valores de US\$ 35.798 millones y US\$ 60.245 millones en 2007 y 2008 respectivamente.

También hace parte de los principales sectores exportados por Antioquia hacia el país Turco los equipos profesionales y científicos, alcanzando un valor de US\$ 116.243 millones y un crecimiento del 24% en el último año.

7.6.4. CARACTERISTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE ABURRA SUR Y TURQUIA



Fuente: DIAN



Fuente: TRADEMAP

Realizando el analisis de estos dos graficos podemos llegar a la conclusion de que Aburrá Sur no presenta ninguna ventaja comparativa sobre ningun producto, ya que no existe ninguno que coincida en las exportaciones del Abuurá Sur con las importaciones de Turquía. Sin embargo en otros productos que registra un valor de US\$ 115.001 millones podemos encontrar textiles, prendas de vestir, productos quimicos entre otros, que podrian alcanzar una participacion importante en el mercado Turco.

Este analisis se deduce porque como se puede observar en la tabla 26 de las exportaciones realizadas por Antioquia a Turquía encontramos productos que ya se estan vendiendo a este pais como es el caso de los textiles, productos quimicos, y equipo profesional y cientifico y la fabricacion de productos alimenticios.

7.7. COMERCIO EXTERIOR DE RUSIA

7.7.1. INFORMACIÓN GENERAL.

FEDERACIÓN DE RUSIA.

Capital	Moscú
Idiomas Oficiales	Ruso
Forma de Gobierno	República Federal Democrática semipresidencialista.
Superficie	17.075.400 Km ²
Población	141.800.000 habitantes
PIB (nominal) 2009	US\$ 1.254.651 mil
PIB Per cápita 2009	US\$ 8.873.614
Moneda	Rublo (RUB)
Miembro de:	ONU, APEC, CBSS, OSCE, G8, OCS, CEL, COE, OTSC, Estado de la Unión.
Inflación	11.90%
% de desempleo	5.90%
Principales Aeropuertos	Moscú Domodedovo, San Petersburgo, Vladivostok, Koltsovo
Principales puertos	San Petersburgo, Arjanguelsk, Kaliningrado, Múrmansk

Economía de Rusia. Rusia ha pasado por importantes transformaciones desde el fin de la Unión Soviética, saliendo de una economía aislada y planeada centralmente, para una economía de mercado globalmente integrada. Las reformas

económicas de los años 1990 privatizaron gran parte de la industria, con la notable excepción de los sectores energías y militar.

Rusia posee las mayores reservas de gas natural del mundo, las segundas mayores reservas del carbón y las octavas mayores reservas del petróleo. Es el primer exportador del gas natural y el segundo del petróleo, gas natural, metales y madera constituyen el 80% de las exportaciones de Rusia.

El PIB de Rusia en 2009 fue de US\$18.945 millones, creció un 13.8% en el tercer trimestre del año 2009, en comparación con el segundo que disminuyó un 8.9% frente al mismo periodo del año anterior.

7.7.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE RUSIA ENTRE (2004-2009)

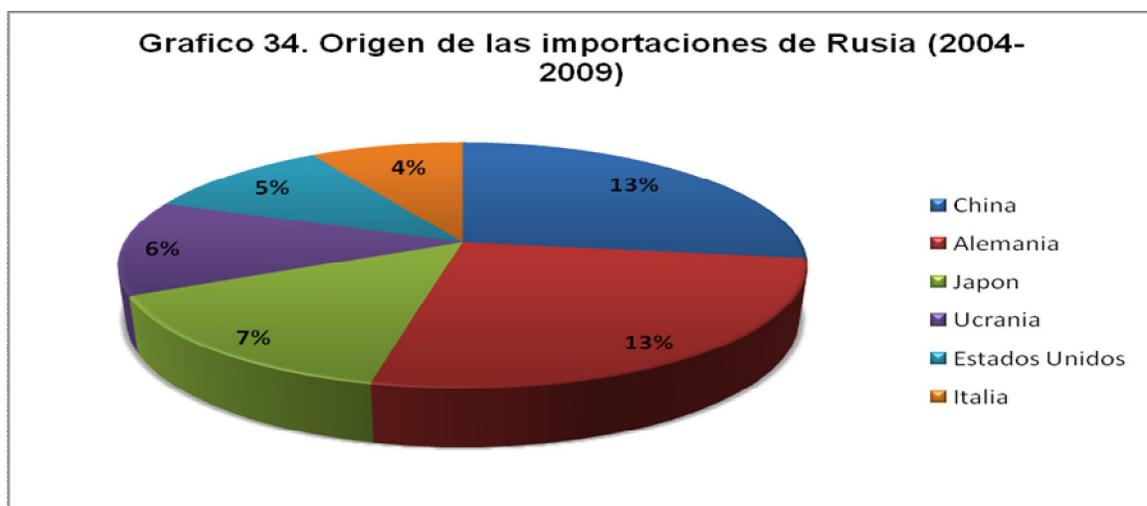


Fuente: Cia world Factbook

Durante el periodo 2004-2006 las exportaciones rusas registraron una dinámica de crecimiento equivalente al 28.27% pasando de US \$134.400 millones en el 2004 a US\$ 245.000 millones en el 2006.

Durante los tres últimos años las exportaciones de Rusia han tenido un comportamiento positivo lo cual le ha permitido mantener un superávit creciente pasando de US\$ 245.000 millones en el 2006 a US\$ 317.000 millones en el 2007 y 365.000 mil millones en el 2008 con un crecimiento promedio de 32%.³¹

Los principales productos que exporta Rusia son en su mayoría Recursos minerales y materias primas (Petróleo y derivado de petróleo, gas natural, madera), metales, productos químicos y manufacturados. En el 2009 las exportaciones Rusas llegaron a 296.800 millones de dólares ocupando así el 14° lugar entre los países exportadores, el descenso es notable comparando los datos del año anterior, en el año 2008 se exporto a una cifra global de 365.000 millones de dólares.³²



Fuente: Proexport

Los principales socios de importacion de Rusia son China y Alemania con un porcentaje de participacion de 13% dentro del total de las importaciones realizadas en el ultimo año (2009), seguido de Japon con 7%, Ucrania con 6%, Estados Unidos con 5% e Italia con 4%.

³¹ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4075DocumentNo3451.PDF>
septiembre 14 de 2010 a las 16:19

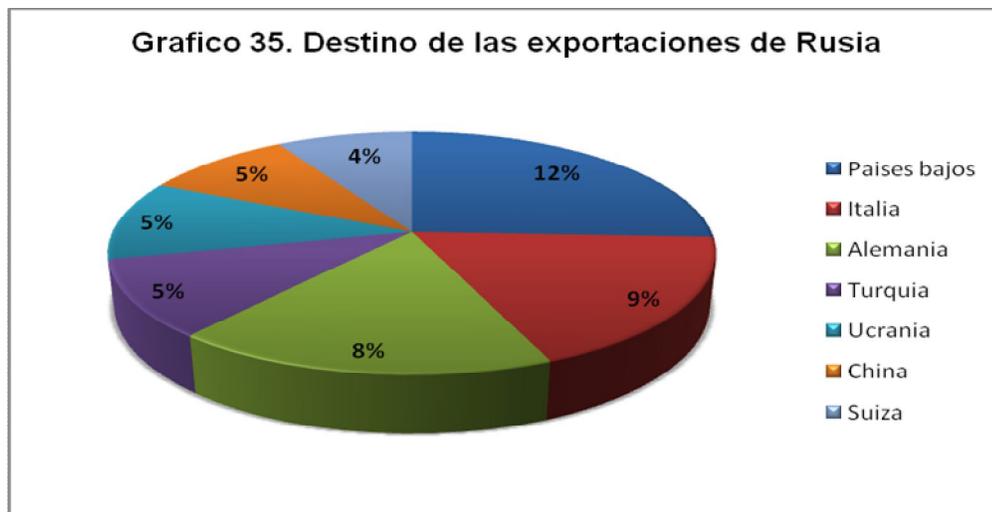
³² Factbook www.ciaoworld.com septiembre 14 de 2010 a las 9:25

Tabla 27. Principales productos importados por Rusia.

PRODUCTO	MILLONES DE DOLARES
Vehículos automóbiles	\$ 7,385
Aparatos de transmisión	\$ 5,114
medicamentos	\$ 3,768
Oxido de aluminio	\$ 1,581
Carne de bovino	\$ 1,519
Aviones y demás vehículos	\$ 1,324
Azúcar de caña	\$ 1,064

Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de COMTRADE

En la tabla 27 podemos observar que las importaciones realizadas por Rusia en los últimos años, señalan dentro de los principales productos importados los vehículos automoviles con un valor de US\$ 7.385 millones, seguido de los aparatos de transmisión con US\$ 5.114.000 millones, medicamentos con US\$ 3.768 millones, oxido de aluminio con US\$ 1.58 millones, entre otros.



Fuente: Proexport

Los principales socios comerciales de exportación de Rusia en los últimos años fueron: Los Países Bajos con una participación de 12% dentro del total exportado seguido de Italia con 9%, Alemania con 8%, Turquía con 5%, Ucrania con 5%, China con 5% y Suiza con 4%.

Tabla 28. Principales productos exportados por Rusia.

PRODUCTO	MILLONES DE DOLARES
Aceites crudos de petróleo o minerales bituminosos	\$ 96,675
Níquel sin alear en bruto	\$ 5,474
Aluminio sin alear en bruto	\$ 4,570
Hulla bituminosa	\$ 3,909
Productos de hierro o acero	\$ 3,211
Maderas en bruto	\$ 2,519
Alambres de cobre	\$ 2,285
Aleaciones de aluminio en bruto	\$ 1,974

Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de COMTRADE

Según las últimas estadísticas, los productos que marcaron la tendencia en las exportaciones rusas fueron: los aceites de petróleo con una participación dentro del total exportado de 46.36%, níquel sin alear con 1.80%, aluminio sin alear con 1.50%, hulla bituminosa con 1.29% y los demás productos de hierro o acero con 1.06%, entre otros. Los diez principales productos representan el 54.98% del total exportado.

7.7.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE RUSIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA (2004-2009)



Fuente: Camara de Comercio de Aburrá SurBalanza Comercial.

Tabla 29. Balanza Comercial Colombia-Rusia.

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	53.140	74.982	55.997	74.128	85.908	77.281
Importaciones valor FOB US\$	67.041	118.112	80.965	89.390	-	144.563
Comercio total	120.181	193.095	136.962	163.518		221.844
Balanza comercial	- 13.901	- 43.130	- 24.968	- 15.262		- 67.282

Fuente: DIAN

Durante el periodo 2005 a 2007 las exportaciones Colombianas totales hacia Rusia tuvieron un comportamiento irregular en su crecimiento, lo que represento un crecimiento promedio anual de 0.13% pasando de US\$ 74.982 en el 2005 a US\$

55.997 en el 2006, para regresar a US\$ 74.128 millones en el 2007. El aumento del 2007 frente al 2006 fue de 32.37%.

La exportación de productos no tradicionales de Colombia hacia Rusia concentran el 95.96% de las exportaciones totales a Rusia, mostraron un leve decrecimiento en los últimos años.³³

Tabla 30. Principales productos no tradicionales exportados a Rusia.

PRODUCTO	MILLONES DE US\$ FOB	PARTICIPACION
Rosas frescas	25.556	34.50%
Extractos y esencias de café	13.202	18.58%
Claveles frescos	10.799	15.19%
Bananas o plátanos frescos	7.108	10%
Bombones y caramelos, confites y pastillas	2.858	4.02%
Azucares de caña o remolacha	2.205	3.10%
Cueros y pieles preparados	430	0.61%

Fuente: Cámara de Comercio del Aburrá Sur

³³ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4075DocumentNo3451.PDF>, Septiembre 15 de 2010 a las 11:55

Tabla 31. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A RUSIA POR CLASIFICACION CIIU ENTRE (2007-2009)

CODIGO CIIU	DESCRIPCION	VALOR FOB US\$		
		2007	2008	2009
323	Cuero y sus derivados	431.357	2.580.924	1.140.400
311	Fabricación de productos alimenticios	629.097	348.227	162.017
0	Diversos y no clasificados	55.802	76.322	130.124
390	Otras industrias manufactureras	-	-	87.304
332	Muebles de madera	-	-	44.904
384	Material de transporte	-	-	34.800
322	Prendas de vestir	2.033	-	28.982
321	Textiles	65.003	-	15.681
331	Madera y sus productos	-	-	1.235

Fuente: DIAN

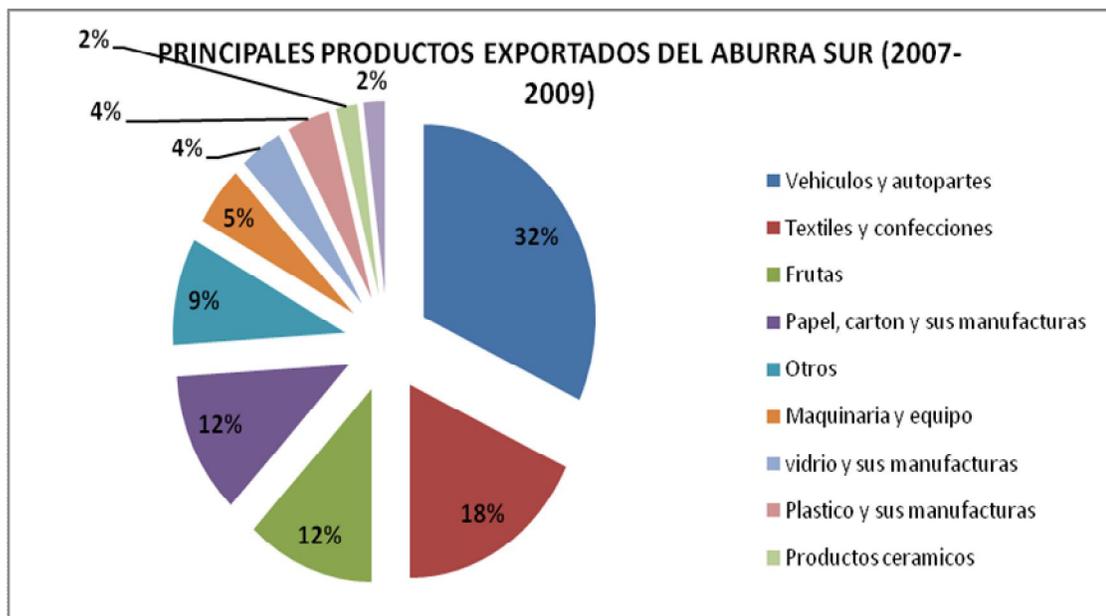
El sector de mayor exportación hacia la federación de Rusia es el de cuero y sus derivados, este sector ha tenido un buen comportamiento durante los últimos tres años, registrando un valor de US\$ 431.357 millones en 2007, US\$ 2.580.924 millones en 2008 y con un crecimiento del 400% respecto al año anterior y en 2009 a pesar que disminuyó el valor de las exportaciones se mantuvo en US\$ 1.140.400 millones.

La fabricación de productos alimenticios también tuvo una buena participación en los últimos tres años con US\$ 162.017 millones, sin embargo se puede ver en la tabla 31 que esta cifra ha disminuido a través de los últimos años, pasando de US\$ 629.097 millones en 2007, US\$ 348.227 millones en 2008 y en 2009 US\$ 162.017 millones.

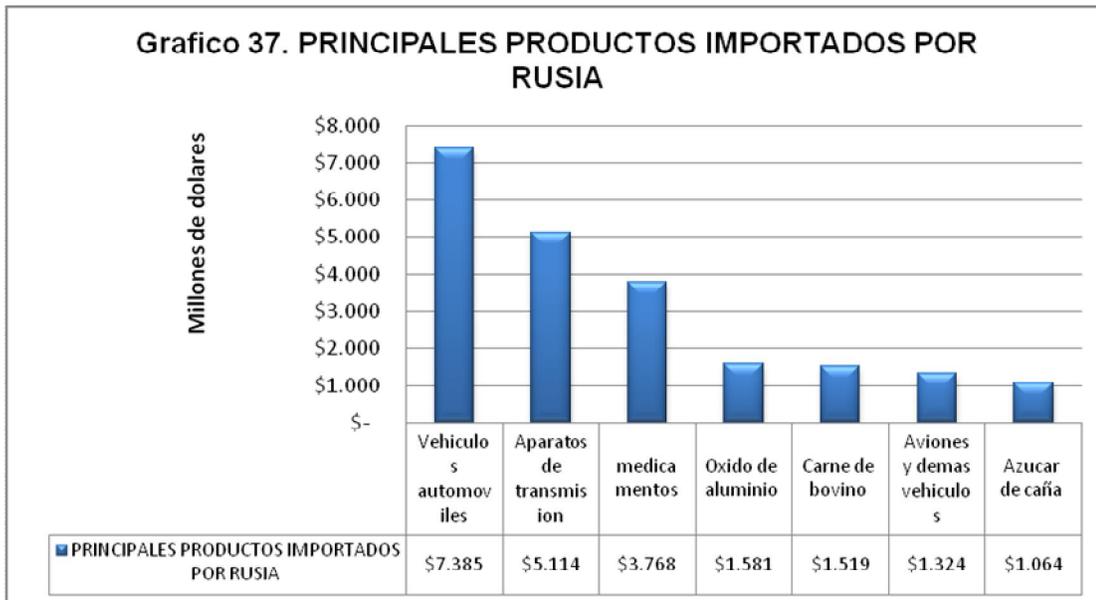
En el año 2009 se dispararon las ventas de los siguientes sectores, que en años anteriores no habían presentado ninguna participación, como es el caso de: las industrias manufactureras, muebles de madera, material de transporte, prendas de vestir, textiles, madera y sus productos, entre otros.

7.7.4. CARACTERISTICAS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTOS ENTRE ABURRÁ SUR Y RUSIA

Analizaremos el potencial exportador que podría tener la Región del Aburra Sur en el mercado Ruso.



Fuente: DIAN



Fuente: centro de comercio internacional (CCI) basados en estadísticas de COMTRADE

Como podemos observar en los gráficos anteriores el mayor potencial que se presenta para el Aburrá Sur es sin duda el sector de vehículos y autopartes, ya que este es el principal producto importado por Rusia. En el año 2009 Rusia realizo importaciones de US\$ 7.385 millones de este sector, y Aburrá Sur se caracteriza por tener las mejores fabricas para la producción de automóviles del país, por lo tanto es una oportunidad bastante grande para que los empresarios Colombianos en especial los del Aburrá Sur aprovechen este mercado que se convierte en un gran potencial para ellos.

Otro de los sectores en los cuales pueden tener potencial los productos elaborados en el Aburrá Sur son: la carne de bovino porque el año anterior Rusia importo un valor de US\$ 1.519 millones, y en Antioquia y Aburrá Sur hay gran variedad de estos animales que producen carne de excelente calidad.

7.8. COMERCIO EXTERIOR DE CROACIA ENTRE (2004-2009)

7.8.1. INFORMACIÓN GENERAL

LA REPÚBLICA DE CROACIA

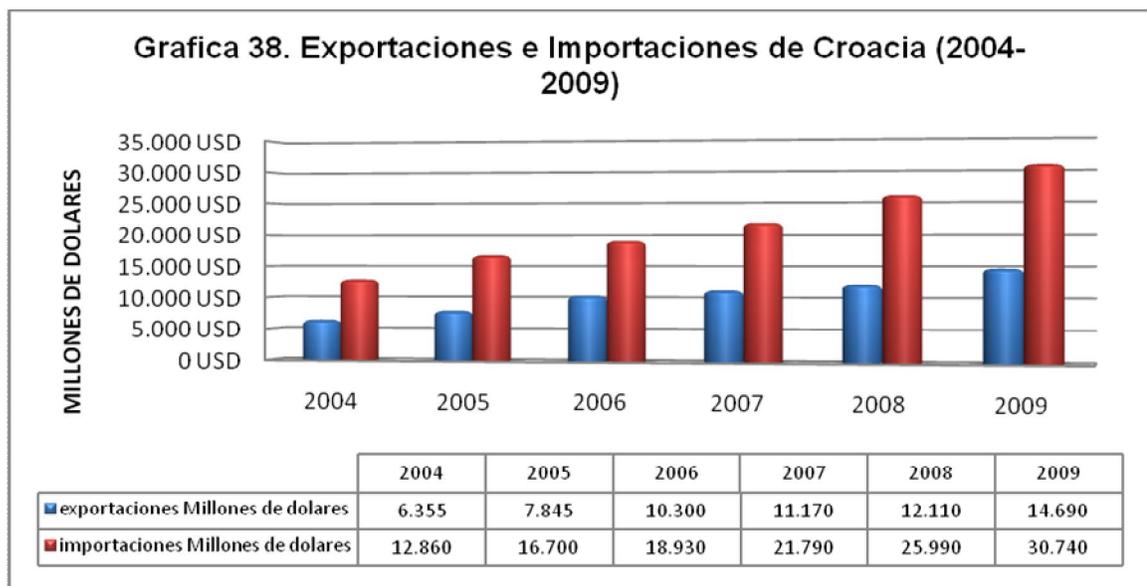
Capital	Zangreb
Idiomas Oficiales	Croata
Forma de Gobierno	República Parlamentaria
Superficie	56.542 Km2
Población	4.434.508 habitantes
PIB (nominal) 2009	US\$ 69.332 millones
PIB Per cápita 2009	US\$ 15.636
Moneda	Kuna (HRK)
Miembro de:	ONU, OTAN, OSCE, COE, EFTA, y Unión para el Mediterráneo.
Inflación	2.20%
% de desempleo	11.80
Principales Aeropuertos	Zagreb, Split, Dubrovnik, Rijeka, Pula, Zadar, Osijek, Brac
Principales puertos	Dubrovnik, Rijeka, Split, Ploce, Omisalj, Zadar.

Economía de Croacia. Croacia posee una economía post comunista basada principalmente en varios servicios y algunas industrias ligeras como la industria química, posee también grandes astilleros de barcos comerciales que son vendidos a muchos países, éstos gozan de fama mundial. El turismo es una importante fuente de ingresos.

Es una economía que se encuentra muy cerca del desarrollo según el Foro Económico Mundial. Junto a la de la República de Eslovenia, eran y siguen siendo las naciones más industrializadas y avanzadas de la ex República Federal de Yugoslavia.

El PIB de Croacia para el año 2009 fue de US\$ 19.803, con una reducción de .8% en este año

7.8.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE CROACIA ENTRE (2004-2009)



Fuente: Cia world Factbook

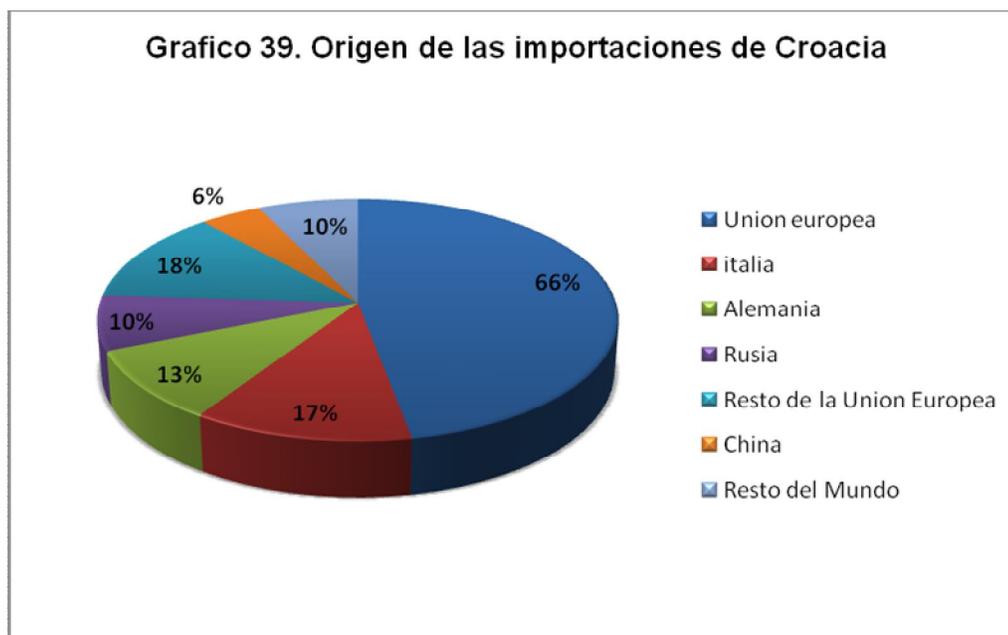
En el 2006 las exportaciones Croatas se recuperaron con un aumento de 31.2%, superior al de las importaciones, lo que permitió una mejora en su balanza comercial, por esto el gobierno presento un plan trianual, a partir de 2007 para fomentar las exportaciones.

La debilidad del sector de las exportaciones y su balance negativo sigue siendo el área más crítica de la economía croata. La crisis económica mundial, la disminución del consumo interno y de la demanda en sus mercados de exportación afectaron gravemente el comercio exterior de Croacia, en 2008 el déficit de la balanza comercial alcanzó los US\$ 13.880 millones.

En 2009 las exportaciones de Croacia a todo el mundo sumaron US\$ 14.690 millones, mientras que las importaciones fueron de US\$ 30.740 millones, con una tasa de cobertura de 49.4%. El déficit de comercio exterior fue de US\$ 16.050 millones.

Las importaciones de Croacia siempre han sido mayores que las exportaciones, provocando una balanza deficitaria para este país.

En el año 2005 Croacia presentó una situación difícil con un crecimiento en las importaciones de 29.8%, frente a solo un 23.4% de las exportaciones.



Fuente: Proexport

Entre los proveedores Italia ocupa el primer lugar con el 17% de la importación total Croata, seguida de Alemania con el 13%, Rusia con 10% el resto de la Unión Europea (Hungria, Francia, Austria, etc) con el 18%, hay que destacar la importancia creciente en los últimos años de China que se ha colocado dentro de los principales proveedores de Croacia con una participación del 6%.

Tabla 32. Principales Productos Importados Por Croacia.

PRODUCTO	% PARTICIPACION
Maquinas y aparatos mecánicos	13%
Vehículos, automóviles, tractores	11%
Combustible aceite mineral	11%
Aparatos y material eléctrico	9%
Materias plásticas y sus manufacturas	4%
Barcos y embarcaciones	3%

Fuente: Trademap de comercio internacional.

Por productos importados, se destaca la importancia de las maquinas y aparatos mecánicos con una participación del 13%, seguido por los vehículos, automóviles y tractores con una participación del 11% porque no existe fabricación en Croacia, el resto de la importación está muy diversificado entre equipos eléctricos, manufacturas metálicas, minería, maquinaria, productos químicos, productos agroalimentarios, tejidos y confección, combustibles, productos plásticos, entre otros.



Fuente: Proexport

En el grafico 40 podemos apreciar que la Union Europea es el principal socio comercial de Croacia concentrando mas del 60% de sus importaciones y exportaciones . Dentro de la Union Europea los principales socios son: Italia con una participacion del 19%, Alemania con 11%, Resto de la Union Europea (Austria, Francia, Eslovenia, etc) con 10%. Fuera de la Union Europea, mantiene balanzas comerciales positivas con Bosnia-Herzegovina (13%) y con Serbia, entre otros paises que concentran el 13 % de participacion.

Tabla 33. Principales Productos exportados por Croacia.

PRODUCTO	% DE PARTICIPACION
Barcos y embarcaciones	12%
Aparatos y materiales eléctricos	10%
Combustibles aceite mineral	10%
Maquinas y aparatos mecánicos	6%
Prendas de vestir	5%
Madera y sus manufacturas	5%

Fuente: Trademap de comercio internacional.

Entre los principales productos exportados por Croacia tenemos Barcos y embarcaciones con un 12% de participacion sobre el total exportado, seguido por los aparatos y materiales electricos con un 10% de participacion, igual que los combustibles y aceites minerales, maquinarias y aparatos mecanicos con un 6% de participacion y prendas de vestir y madera y sus manufacturas con un 5%.

7.8.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE CROACIA, COLOMBIA, ANTIOQUIA (2004-2009).



Fuente: Camara de Comercio del Aburrá Sur.

Tabla 34. Balanza Comercial Colombia-Croacia.

AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones valor FOB US\$	4.946	4.340	20.714	7.858	34.106	24.144
Importaciones valor FOB US\$	197	3.975	464	2.370	-	232
Comercio total	5.143	8.315	21.178	10.228		24.376
Balanza comercial	4.749	365	20.250	5.488		23.912

Fuente: DIAN

La balanza comercial entre Colombia y Croacia ha tenido un comportamiento positivo para Colombia porque se ha exportado gran cantidad de dinero y productos, pero al mismo tiempo esta balanza comercial muestra un comportamiento inestable en el transcurso del periodo entre (2004-2009).

En el año 2004 Colombia exporto a Croacia un valor de US\$ 4.946 millones, mientras que las importaciones fueron muy bajas registrando un valor de US\$ 197 millones. Para el año 2005 las exportaciones de Colombia hacia este país disminuyeron un 12% frente al valor presentado el año anterior.

Para el año 2006 las exportaciones hacia Croacia aumentaron en gran proporción, presentando un crecimiento del 377% respecto al año anterior con un valor de US\$ 20.714 millones y presentando al mismo tiempo un superávit en la balanza comercial de US\$ 20.250 millones. Los principales productos exportados por Colombia este año fueron: Hullas bituminosas, pulverizadas, cuero y pieles, claveles miniatura, madera, rosas, entre otros.

Sin embargo para el año 2007 las exportaciones vuelven a decrecer, registrando un valor de US\$ 7.858 millones, pero aun siguen siendo mayores que las importaciones ya que estas registraron un valor de US\$ 1.370 millones.

En el año 2008 las exportaciones de Colombia a Croacia alcanzaron el mayor aumento en toda la historia de estas relaciones bilaterales, registrando un valor de US\$ 34.106 millones y un crecimiento del 333%, frente al año 2007. No se conocen cifras de las importaciones del año 2008. Los principales productos exportados hacia Croacia en este año fueron: Hullas bituminosas, azúcares en bruto, café sin tostar, rosas frescas, cueros y pieles, galletas dulces, entre otros.

Para el año 2009 el valor de las exportaciones disminuye en un 30% registrando un valor de US\$ 24.144 millones y unas importaciones de US\$ 232 millones, presentando así un superávit en la balanza comercial bilateral entre estos dos países de US\$ 24.376 millones.

Tabla 35. Principales productos exportados a Croacia.

DESCRIPCIÓN	VALOR FOB US\$	% PARTICIPACION
Hullas bituminosas térmicas, incluso pulverizadas, pero sin aglomerar.	23.197	96%
Los demás azúcares en bruto de caña, sin adición de aromatizante ni colorante, en estado sólido	469	2%
Los demás azúcares de caña o de remolacha, en estado sólido	292	1%
Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos.	227	1%

Fuente: Cámara de Comercio

Tabla 36. EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA A CROACIA POR CLASIFICACION CIIU ENTRE (2007-2009)

CODIGO CIIU	DESCRIPCION	VALOR FOB US\$		
		2007	2008	2009
311	Fabricación de productos alimenticios	-	76.736	-
321	Textiles	642	-	-
322	Prendas de vestir	1.323	-	-
323	Cuero y sus derivados	1.400.555	-	-
352	Otros químicos	441	-	-

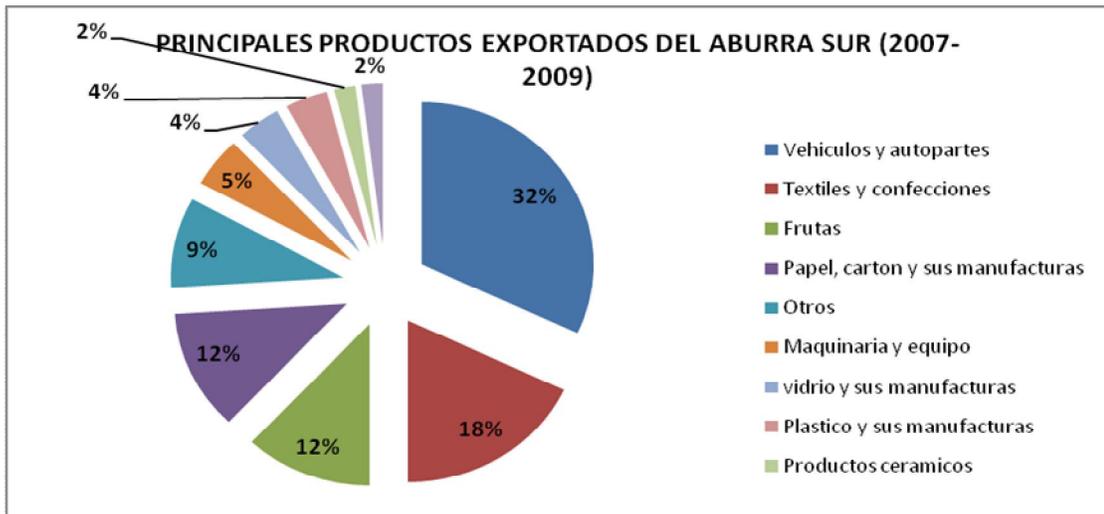
Fuente: DIAN

Claramente se puede observar que el comercio entre Antioquia y Croacia no es muy dinámico ni permanente como con otros países.

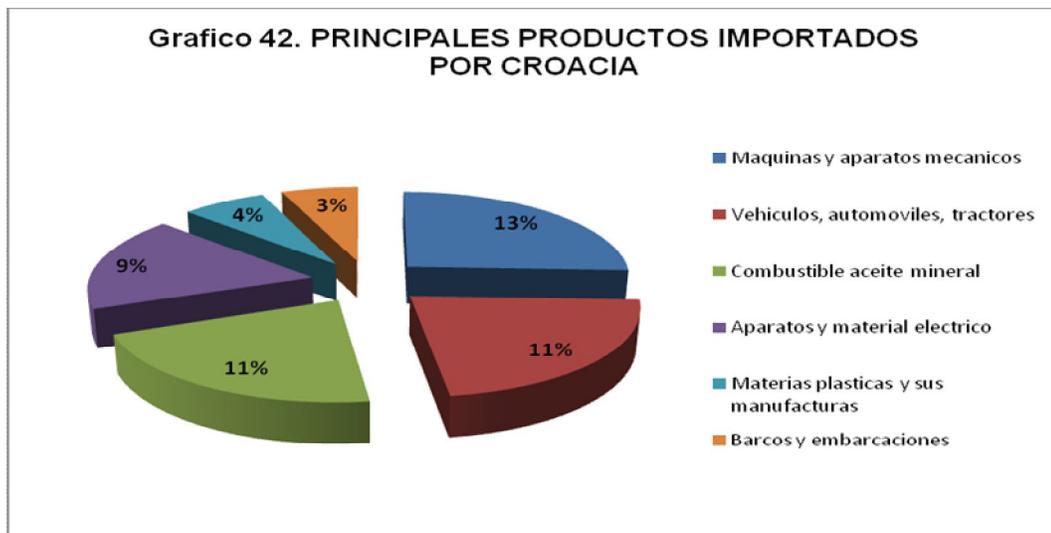
En los últimos tres años Antioquia solo ha exportado cuatro productos pertenecientes a los sectores de: textiles, Prendas de vestir, Cuero y sus derivados y otros químicos. Estas exportaciones solo se registraron en el año 2007, en donde el sector que tuvo mayor participación fue el de cuero y sus derivados con un valor de US\$ 1.400.555 millones, seguido por las prendas de vestir con US\$ 1.323 millones, textiles US\$ 642 millones y otros químicos con US\$ 441 millones, aunque en el año 2008 se registro una exportación de US\$ 76.736 millones correspondiente al sector de fabricación de productos alimenticios.

7.8.4. CARACTERISTICAS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTOS ENTRE ABURRA SUR Y CROACIA

En este capítulo se analizaran que productos tienen mayores oportunidades de entrar en el mercado Croata.



Fuente: Cámara de Comercio de Aburrá Sur



Fuente Camara de Comercio Aburrá Sur

Según el grafico 42, Croacia importa con gran cantidad vehículos, automóviles, tractores con una participación del 11% dentro de total importado, es decir que muestra gran dependencia de automóviles para transporte de personas y tractores, incrementándose cada vez mas durante los últimos años, esto representa una ventaja comparativa para el Aburrá Sur, ya que esta región tiene como principal

producto de exportación los vehículos y sus autopartes con una participación del 32%.

Los empresarios del Aburrá Sur también pueden aprovechar oportunidades en el sector de maquinas y aparatos eléctricos ya que el país Croata registro importaciones de este sector en el 2009 con una participación del 9%, lo que significa que los municipios que integran la región del Aburrá Sur pueden incursionar en este mercado con estos productos siempre y cuando sean de excelente calidad, y cumplan con las expectativas de los clientes Croatas.

Un sector que se convierte interesante para el Aburrá Sur es el de plásticos y sus manufacturas, este representa el 4% del total de exportaciones y para Croacia este sector representa también el 4% del total de sus importaciones, es decir que se puede aprovechar en este sector para incursionar cada día más en el mercado Croata.

7.9. POTENCIAL DE SENSIBILIZACIÓN COMERCIAL DE COLOMBIA ANTIOQUIA Y ABURRÁ SUR CON LOS PAISES EUROPEOS NO PERTENECIENTES A LA UNION EUROPEA.

Como análisis de todo este trabajo investigativo a cerca de la viabilidad comercial de productos no tradicionales de Colombia, Antioquia y Sur del Valle de Aburrá llegamos a la conclusión de que estas tres regiones tienen grades potenciales en los mercados de los países europeos que no pertenecen a la Unión Europea, es especial con los países del EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) que son: Islandia, Suiza, Noruega y Liechtenstein, cabe aclarar que de este último no recolectamos información, debido a que no se encontraba la información necesaria para realizar el análisis.

Como se puede observar en los gráficos anteriores Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburrá tienen potencial comercial en los siguientes sectores: automóviles y sus partes, textiles, maquinaria y equipo eléctrico, plástico y sus manufacturas, frutas frescas, productos químicos y el cuero y sus derivados. La mayor oportunidad de estos sectores se encuentra en los países del EFTA.

Automóviles y sus partes: la región con mayor crecimiento en la producción y comercialización de automóviles es Aburrá Sur con un 32% de participación, por esto se convierte en uno de los sectores con mayores oportunidades de incursionar en los mercados de los países Europeos no perteneciente a la Unión Europea en especial EFTA porque para la mayoría de estos países el sector de automóviles se convierte en uno de los mas importados y necesitados por ellos.

Textiles: Colombia, Antioquia y Aburrá Sur son grandes productores de textiles, alcanzando la región del Aburrá Sur un 18% de sus exportaciones, como se puede observar en los gráficos de los principales productos importados por estos 6 países, este sector no se encuentra dentro este rango, sin embargo este producto se convierte en una necesidad para cualquier país.

Además este sector trae una ventaja para Colombia y EFTA gracias al tratado de libre comercio que se pacto entre ambos, negociando reglas flexibles que permitan a los confeccionistas importar hilados y telas de terceros países y exportar confecciones elaboradas con los mismos, bajo un tratamiento preferencial a estos cuatro países pertenecientes a EFTA.

El sector de frutas frescas también tiene grandes oportunidades en estos mercados, Aburrá Sur tiene un porcentaje de exportación en este sector de 12%. Y con el TLC Colombia – EFTA se pacto el acceso libre de aranceles, a partir de la vigencia del acuerdo para el banano Colombiano, en el mercado Suizo, también se incluyeron concesiones en desgravación completa para las frutas como la piña, naranja, limón y papaya.

Para el sector de maquinaria y aparatos eléctricos también hay grandes oportunidades en estos mercados porque como se pudo observar en los gráficos que mostraban las principales importaciones de estos seis países, nos dimos cuenta que este sector está dentro de los cinco más importantes para importar, pero en especial por Suiza, Noruega y Croacia ya que estos países en el último año (2009) importaron un suma de US\$ 12.931 millones (Suiza), US\$ 6.874 millones (Noruega) y Croacia obtuvo una participación del 9% dentro del total importado de maquinaria y aparatos eléctricos.

En los mercados de Croacia y Rusia existe un gran potencial para el sector del cuero y sus derivados ya que Colombia en los últimos años ha exportado estos productos a Croacia y Rusia con muy buena aceptación. Croacia ha importado productos pertenecientes al cuero con un valor de US\$ 1.400 millones y Rusia US\$ 430 millones y con una participación del 0.61%, pero no solo Colombia ha tenido la oportunidad de exportar este producto hacia este país, también Antioquia ha sabido aprovechar esta oportunidad porque en los últimos tres años (2007, 2008, 2009) ha tenido un comportamiento positivo en las exportaciones de Cuero hacia Rusia, en el año 2009 exporto una cifra de US\$ 1.140 millones.

Otros de los productos no tradicionales que también pueden acceder a los mercados de los países europeos no pertenecientes a la Unión Europea son: las flores, alimentos, plástico y sus manufacturas y azúcar. Estos países son llamativos por estos productos Colombianos por su gran tamaño y porque a pesar de las condiciones que no juegan muy a favor de los bienes y servicios colombianos, estos han penetrado en estos mercados.

Como conclusión se puede determinar que los empresarios Colombianos, Antioqueños y del Aburrà Sur pueden tener potencial para exportar en estos seis países: Islandia, Suiza, Noruega, Turquía, Rusia y Croacia pero en especial en el mercado de los países pertenecientes al bloque económico EFTA porque son economías con un alto ingreso por habitante, tienen un potencial de demanda más alto del mundo, ocupando el noveno puesto en importaciones, es un mercado atractivo para el país especialmente en bienes agroindustriales y productos manufacturados.³⁴

Para el país y sus regiones en productos agrícolas y agroindustriales las oportunidades están en: las flores, las frutas y verduras, preparaciones alimenticias y plantas vivas.

³⁴ Seminario Como hacer negocios con los países EFTA, Gloria Stella Plazas, Octubre 7 de 2010 a las 20:47.

CONCLUSIONES

El empresario colombiano y del Aburrá Sur deberá invertir en la exploración de esos nuevos mercados o zonas no penetradas aún por los productos colombianos, de tal manera que se Logre identificar claramente las oportunidades que puede ofrecer un mercado caracterizado por los altos niveles de consumo y rotación de producto.

Las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas, Antioqueñas y del Aburrá Sur, en nuestro caso, deben activar mecanismos estratégicos que les permita fortalecer sus posiciones competitivas, tanto en el mercado nacional que ya tienen cautivo como para explorar nuevas oportunidades de mercado que pudieran abrírseles en el marco europeo.

Los flujos comerciales entre Colombia y países europeos no pertenecientes a la unión Europea son complementarios, lo que permite proveer un incremento en ellos dadas unas condiciones favorables y estables para el comercio.

Aunque Colombia sostiene cierto intercambio comercial con estos países no es tan formal ni constante como se pretende, el objetivo principal es que estos países se conviertan en socios y que se construya una relación comercial duradera.

RECOMENDACIONES

Para que los empresarios Colombianos, antioqueños y del Sur de Valle de Aburrá puedan aprovechar el potencial comercial que tienen con los países europeos no pertenecientes a la Unión Europea deben principalmente cumplir con los requisitos legales que exigen estos países en especial con los productos agrícolas que son los que más exigencias tienen, además de esto los empresarios deben tener en cuenta la implementación de medidas que les ayude a adquirir fácilmente el posicionamiento en estos mercados, medidas tales como: hacer alianzas estratégicas que permitan reducir costos y diversificar los productos, así mismo es de gran importancia que consulten el Tratado de libre comercio que firmo Colombia con el EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) para que les facilite el proceso de participar en la globalización de la economía y obtener los beneficios económicos que este acuerdo proporciona y por ultimo aprovechar los programas del Estado y en general de las instituciones que capacitan en materia de exportación para facilitar el acceso a estos mercados y adquirir más experiencia y beneficio en las actividades exportadoras.

BIBLIOGRAFIA

Mapa entre el Acuerdo de la Comunidad Andina de Naciones y el Mercado Común del Sur. Unidad de comercio internacional Cámara de Comercio Aburra Sur.

Documento “Nuevos destinos exportadores para Colombia”.

Centro de Comercio Internacional CCI basados en estadísticas COMTRADE.

GTI, Global Trade Atlas (última actualización: marzo de 2010)

Páginas de Internet:

www.proexport.com.co

www.mincomercio.gov.co

www.dian.gov.co

www.businesscol.com

www.cia.gov

www.banrep.gov.co

www.dane.gov.co

www.efta.int

www.eurosur.org/EFTA/

<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2009/01/09/mercados-alternativos>

<http://www.slideshare.net/escenaenelmar/exportaciones-e-importaciones-en-colombia-presentation/>

http://www.webpondo.org/files_oct_dic_03/ColombiaenALADI_CAN_G3_SGP_ATPDEA/

<http://www.comercio.mityc.es/tmpDocsCanalPais/B95369F234CA34FDF59A13990E964D66/>

http://www.osec.ch/schweizer_aussenwirtschaft_2005/en/schweizer-aussenwirtschaft2005-inkl-gb2004-en/

http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4154204_0_-1,00/

Visitas y entrevistas

Cámara de Comercio del Aburrà Sur. Unidad de Comercio Internacional.
Observatorio de Comercio Internacional del Aburrà Sur.
Julián Arbeláez Pineda. Asesor Unidad de Comercio Internacional.

ANEXOS
PRESUPUESTO

PRESUPUESTO GLOBAL DEL TRABAJO DE GRADO				
RUBROS	FUENTES			TOTAL
	Estudiante	Institución - IUE	Externa	
Personal	\$2.400.000	\$800.000		\$3.200.000
Material y suministro	\$ 786.000			\$ 786.000
Salidas de campo	\$ 300.000			\$ 300.000
Bibliografía	\$1.000.000			\$1.000.000
Equipos	\$2.000.000			\$2.000.000
Otros	\$ 100.000			\$ 100.000
TOTAL				\$7.386.000

DESCRIPCION DE LOS GASTOS DEL PESONAL					
Función en el proyecto	Dedicación/ semana	COSTO			TOTAL
		Estudiante	Institución IUE	Externa	
Investigadora	10/4/4	\$5.000			\$800.000
Investigadora	10/4/4	\$5.000			\$800.000
Investigadora	10/4/4	\$5.000			\$800.000
Investigadora	2/4/4		\$25.000		\$800.000
					\$3.200.000

DESCRIPCIÓN DE MATERIAL Y SUMINISTRO				
Descripción de tipo de Material y/o suministro	Costo			Total
	Estudiante	Institución IUE	Externa	
Resma de papel	\$ 70.000			\$ 70.000
Lapiceros	\$ 5.000			\$ 5.000
USB	\$ 50.000			\$ 50.000
Cartucho	\$ 70.000			\$ 70.000
CDs	\$ 10.000			\$ 10.000
Cosedora	\$ 4.000			\$ 4.000
Cassettes	\$ 30.000			\$ 30.000
Carpetas	\$ 10.000			\$ 10.000
Refrigerio	\$600.000			\$600.000
TOTAL				\$849.000

DESCRIPCIÓN DE SALIDAS DE CAMPO				
Descripción de las salidas	Costo			Total
	Estudiante	Institución - IUE	Externa	
Visitas a la Cámara de Comercio	\$ 150.000			\$ 150.000
Visitas a Centro de estudio	\$ 200.000			\$ 200.000
TOTAL				\$ 350.000

DESCRIPCIÓN DE MATERIAL BIBLIOGRÁFICO				
Descripción de compra de material bibliográfico	Costo			Total
	Estudiante	Institución - IUE	Externa	
Libros	\$ 200.000			\$ 200.000
Revistas	\$ 50.000			\$ 50.000
Bases de datos	\$ 500.000			\$ 500.000
Estadísticas	\$ 300.000			\$ 300.000
TOTAL				\$1.050.000

DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS				
Descripción de compra de equipos	Costo			Total
	Estudiante	Institución - IUE	Externa	
Portátil	\$1.500.000			\$1.500.000
Teléfono	\$ 20.000			\$ 20.000
Sillas	\$ 80.000			\$ 80.000
Escritorio	\$ 80.000			\$ 80.000
Impresora	\$ 100.000			\$ 100.000
TOTAL				\$1.780.000

DESCRIPCIÓN DE OTROS GASTOS FINANCIADOS				
Descripción de otros gastos	Costo			Total
	Estudiante	Institución - IUE	Externa	
Trabajo para biblioteca	\$ 80.000			\$ 80.000
TOTAL				\$ 80.000

