

**ESTUDIO DE OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES EN EL COMERCIO DE
COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRA CON PANAMA.**

**HAROLD ALBERTO RUDA MUÑOZ
GUSTAVO ADOLFO MONTOYA
ESTEBAN SUAREZ ESTRADA**

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

**ESTUDIO DE OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES EN EL COMERCIO DE
COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRA CON PANAMA.**

**HAROLD ALBERTO RUDA MUÑOZ
GUSTAVO ADOLFO MONTOYA
ESTEBAN SUAREZ ESTRADA**

Trabajo de grado

**ASESOR: DURLANDY CHAVERRA
Magíster en Economía**

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

Queremos agradecer a todas las personas que han intervenido en nuestra educación, no solo nuestros maestros que nos han brindado sus conocimientos, también nuestros padres, hermanos, familias y compañeros por su constante apoyo durante los años cursados en la Institución.

En especial a nuestro asesor de grado por la paciencia y dedicación para lograr sacar nuestro trabajo adelante.

También a todos a aquellos que por algún motivo colaboran cada día para que nosotros como estudiantes podamos asistir a las aulas y poder recibir esa información tan valiosa que nos brinda la Institución Universitaria de Envigado.

Y en especial a Dios que gracias a él hemos tenido la salud y la fortaleza para poder progresar y poder aprender cada día.

RESUMEN

Con este trabajo de grado se pretende visualizar las exportaciones tanto de Colombia y Antioquia como el sur del valle de aburra haciendo un análisis detallado de ellas logrando así identificar cuáles son los productos de mayor importancia y cuales podrían ingresar al mercado Panameño.

Para la realización de este trabajo se contó con la ayuda primordial de la base de datos del zeiky (cámara de comercio aburra sur) y con visitas a diferentes centros de información logrando obtener la información necesaria para lograr los objetivos.

El punto principal de este mapa TLC Colombia - panamá es que los empresarios principalmente de aburra identifiquen cuales podrían ser las oportunidades comerciales que este mercado ofrece para un aumento en las exportaciones de sus empresas.

ABSTRACT

With this investigation we pretend to observe the exports in Colombia, Antioquia and the south of Aburrá Valley doing a detailed analysis of them and identifying which products are most important and which could be exported to the Panama market.

To make this work we take in consideration information of database of Chamber of Commerce of the south of Aburrá Valley and different centers of information, being able to obtain the information necessary to achieve the objectives.

The main point of this map FTA Colombia - Panama is that entrepreneurs mainly of the south of Aburrá Valley identify what might be the commercial opportunities that this market provides for an increase in exportations of their companies.

GLOSARIO

INTEGRACIÓN ECONÓMICA. Asociación entre países con el propósito de fomentar el comercio y la coordinación de políticas sectoriales, mediante la eliminación de tarifas y de otras barreras a las relaciones entre países.

ZONA FRANCA. Es un área geográfica específica que se destina a la industrialización con fines de exportación. Se trata de un espacio del territorio de un Estado nacional donde la legislación aduanera se aplica en forma diferenciada o no se aplica, por lo que las mercancías de origen extranjero pueden ingresar y permanecer o ser transformadas sin estar sujetas al régimen tributario normal.

PREFERENCIAS ARANCELARIAS. Reducciones totales o parciales que un país aplica a su arancel nacional, exclusivamente a favor de otro u otros países que son sus socios dentro de un determinado tipo de acuerdo

BALANZA COMERCIAL. Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es la diferencia entre los bienes que un país vende al exterior y los que compra a otros países.

CRISIS ECONÓMICA. Es la fase más depresiva de la evolución de un proceso económico recesivo. Por recesión se entiende el movimiento cíclico descendente de la economía, que comprende, por lo menos, dos trimestres de continua disminución del PNB real.

BLOQUE COMERCIAL. Un bloque comercial es un Área de libre comercio, formada por uno o más tratados entre dos o más países. Los bloques comerciales pueden tener un enfoque meramente comercial (como el TLCAN) o incluir aspectos sociales y políticos, como la UE.

SECTORES DE LA ECONOMIA. El término sector económico hace referencia a cualquiera de las partes de la actividad económica, que se subdivide según distintos criterios: se dividen en Primario, Secundario y terciario.

FOB: Free on board, puesto a bordo. Fórmula de pago o clave utilizada en el comercio internacional para indicar que el precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra necesarios hasta ponerla a bordo del barco que ha de transportarla al país de destino, pero excluye el seguro y el flete.

INTRODUCCION

En el transcurso de nuestra formación académica y gracias a la experiencia adquirida en las aulas de clase nos hemos dotado de herramientas y análisis valiosos para saber interpretar las tendencias globales de nuestra época.

Por esta razón decidimos realizar un estudio de sensibilización para las empresas y los sectores económicos de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburrá con posibles negociaciones con la República de Panamá y así de esta manera analizar las ventajas y desventajas que puede ofrecer un tratado con el vecino país.

La República de Panamá es un importante aliado comercial puesto que cuenta con una de las rutas más importantes del comercio mundial, como lo es el canal de Panamá ya que es considerado uno de los más importantes centros logísticos para el transporte y acopio de la carga mundial.

La importancia de esta investigación radica en el aprovechamiento que tengan los empresarios y sectores de la economía Antioqueña en el fortalecimiento de sus industrias y como estas pueden aprovechar sustancialmente el comercio exterior hacia Panamá.

Para la realización de esta investigación fue vital contar con el apoyo de la cámara de comercio del Aburrá Sur ya que gracias a ellos pudimos realizar un enfoque netamente comercial acerca de las ventajas y desventajas que ofrece esta negociación bilateral para la economía Colombiana, especialmente la Antioqueña.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. ESTUDIO DE OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES EN EL COMERCIO DE COLOMBIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRÁ CON PANAMÁ	4
2. PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD.....	5
2.1. DEFINICION DE LA OPORTUNIDAD.....	5
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
3. JUSTIFICACIÓN.....	6
4. OBJETIVOS.....	7
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	7
4.2. OBJETIVO ESPECIFICO.....	7
5. MARCO DE REFERENCIA.....	8
5.1. ANTECEDENTES.....	8
5.2. MARCO TEORICO.....	12
5.2.1 INTEGRACION.....	12
5.2.2 COMPTETITIVIDAD SISTEMICA.....	12
5.3. MARCO CONTEXTUAL.....	15
5.4. MARCO CONCEPTUAL.....	15
6. ESTRATEGIA METODOLOGICA	16

6.1.	TIPO DE ESTUDIO.....	16
6.2.	TIPO DE ANALISIS.....	16
6.3.	CIENCIAS AUXILIARES.....	17
6.4.	FUENTES DE INFORMACION.....	17
7.	RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	18
7.1.	EXPORTACIONES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA, Y SUR DEL VALLE DE ABURRÁ EN PROSESO COMERCIAL CON PANAMÁ.....	18
7.1.1	EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA EL RESTO DEL MUNDO.....	18
7.1.2	EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA HACIA EL RESTO DEL MUNDO.....	29
7.1.3	EXPORTACIONES DEL ABURRÁ SUR AL RESTO DEL MUNDO.....	37
7.2.	IMPORTACIONES DE PANAMA ENTRE 2004-2008.....	40
7.2.1	PANAMÁ INFORMACIÓN GENERAL.....	40
7.2.2	CULTURA DE NEGOCIOS EN PANAMÁ.....	47
7.2.3	IMPORTACIONES, EXPORTACIONES DE PANAMA ENTRE 2004-2008.....	48
7.2.4	EXPORTACIONES DE PANAMÁ ENTRE 2004 Y 2008.....	51
7.2.5	CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE PANAMÁ, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004 Y 2008.....	54

7.3. CARACTERISTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE	
ABURRÁ SUR Y PANAMÁ	57
FUENTES DE INFORMACION.....	67
CONCLUSIONES.....	68
ANEXOS.....	72

ESTUDIO DE OPORTUNIDADES PARA LAS PYMES EN EL COMERCIO DE
COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRA CON PANAMÁ.

2 PLANTEAMIENTO DE LA OPORTUNIDAD

2.1 DEFINICION DE LA OPORTUNIDAD

Contando con la experiencia adquirida en las aulas de clase y observando las tendencias globales de nuestra época, es importante para los estudiantes conocer los procesos de integración de Colombia, a cuales tratados comerciales pertenece, cuales son los próximos a firmar, que beneficios brindan a los empresarios exportadores del Sur del Valle de Aburra, Antioquia y Colombia por pertenecer a ellos.

Además de destacar el importante reconocimiento en el mercado de Panamá de la industria Colombiana pretendemos con esta investigación analizar que posibles ventajas y desventajas tienen las empresas y los sectores económicos en general, para así generar nuevos empleos y mayores expectativas de ingresos por exportaciones en aquellas compañías cuyos objetivos estén centrados en la República de Panamá.

2.2 FORMULACION DE LA OPORTUNIDAD

¿Cuál puede ser la oportunidad de ampliar el comercio de los sectores económicos del Sur del Valle de Aburra, Antioquia y Colombia en el proceso de integración con Panamá?

3. JUSTIFICACION

Colombia y Panamá han iniciado negociaciones para un tratado de libre comercio el cual aspiran a concretar en el mes de Mayo, siendo este una estrategia importante de desarrollo y penetración para ambos países.

Este trabajo tiene el propósito de ofrecer a los empresarios del Sur del Valle de Aburra información profunda y detallada que les sea útil para conocer sus fortalezas y riesgos a la hora de enfrentar una estrategia comercial con Panamá.

La República de Panamá limita con Colombia cuya frontera es de 225km. Su privilegiada ubicación le permite servir de puente entre el Norte y Sur del continente, al igual que entre Oriente y Occidente.

Posee una de las rutas más importantes del comercio mundial como es el Canal de Panamá, considerado uno de los más importantes Centros Logísticos para el transporte y acopio de carga del mundo.

Panamá cuenta con la Zona Libre de Colón ubicada en el litoral Atlántico en la entrada del Canal de Panamá, que cuenta con un área de 400 hectáreas y un centro financiero internacional, siendo ésta la segunda zona franca comercial del mundo, después de la de Hong Kong, y la primera en importancia de las Américas. Colombia es uno de los principales usuarios de la Zona Libre de Colón, en el Caribe panameño, desde donde se re-exportan bienes por el orden de los 1,3 millones de dólares y se importan cerca de 67 millones de dólares anualmente, de acuerdo con el Ministerio de Comercio de Panamá.

Durante el 2008 se exportaron desde Colombia al territorio Panameño la suma de US 318.979.509 en valor FOB que equivalen a 512.031 toneladas; de éstas el 1,67% se exportaron vía aérea y el 89,2% vía marítima. En el primer semestre de 2009 las exportaciones totales alcanzaron la suma de US 156'404.739 en valor FOB que corresponden a 296.652 toneladas, el 59,71%¹.

Este estudio es necesario para sensibilizar a los empresarios del sur del Valle De Aburrá en el análisis de oportunidades comerciales que se presentan en el mercado Panameño para los productos no tradicionales tanto en exportaciones como importaciones, observar que se está produciendo en Colombia que este demandando la economía de Panamá y viceversa que aún no se esté comercializando y que beneficios puede traer un TLC entre ambos países.

¹ Fuente: Proexport

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio del potencial comercial de productos no tradicionales de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburra, hacia el país de Panamá, partiendo del análisis de las cifras económicas de los periodos entre 2004 y 2008, teniendo en cuenta un enfoque de competitividad sistémica.

4.2 OBJETIVO ESPECIFICO.

Recopilar información acerca de las exportaciones Colombianas, antioqueñas y del Sur del Valle de Aburra hacia el resto del mundo, entre 2004 y 2008.

Compilar información acerca de las importaciones del país de Panamá entre 2004 y 2008.

Evaluar las características comerciales en términos de productos y servicios entre Colombia y Panamá.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 ANTECEDENTES

Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de Panamá y la República de Colombia. Con el fin de fortalecer el intercambio comercial se suscribió en Cartagena de Indias el 9 de julio de 1993, un Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) de tipo comercial entre las Repúblicas de Colombia y Panamá que permite el otorgamiento de preferencias arancelarias las cuales se aplicarán sobre los aranceles de importación establecidos para terceros países, cuando estos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios.

Luego de la firma del Segundo Protocolo Modificador del Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) que tuvo lugar el 15 de febrero de 2005 en Panamá, entre los Ministros de Comercio de Colombia, Jorge Humberto Botero y de Comercio e Industrias de Panamá, Alejandro Ferrer, se lograron preferencias recíprocas entre el 100% y 30%. Que incluyen Pescados y moluscos, palmitos, frutas tropicales, caucho, baúles y maletas, papeles, cascos de seguridad, tuercas y tornillos y vidrios de seguridad, entre otros. Este entra en vigencia el 17 de marzo de 2005.²

Tratado de libre comercio entre Colombia y Guatemala, Honduras y El Salvador. La disposición coyuntural que actualmente se vive con el ya conocido fenómeno de la globalización ha permitido ampliar los horizontes de las empresas de diferentes maneras. Una de estas son los mercados internacionales, concientizando dichas empresas sobre la necesidad de impulsar su crecimiento a través de la ampliación de sus mercados, incluyendo aquellos afuera de sus fronteras.

Esta necesidad de ampliar mercados ha sido reconocida por los gobiernos de los diferentes países y han buscado métodos para facilitar el comercio entre ellos, de tal manera que sus productos y servicios puedan intercambiarse con mayor libertad comercial y estabilidad jurídica y política, generándose la necesidad de firmar Tratados de Libre Comercio (TLC). En estos TLC se incluyen diversos aspectos que pueden afectar el comercio entre los países que lo firman, pero siempre con el objetivo de facilitar el intercambio comercial y siempre respetando los derechos y principios establecidos en la Constitución o marco legal de cada Estado.

² <http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=1174&IDCompany=16> tomado el 12 de febrero de 2010, 11:45am

Es el caso del TLC que se negoció con tres países centroamericanos, El Salvador, Guatemala y Honduras, para reducir aranceles y eliminar barreras no arancelarias.

Este tratado es muy positivo para economías en vía de desarrollo como la Colombiana ya que se adquieren herramientas estratégicas que favorecen los niveles de competitividad nacionales, además de la oportunidad de aprovechar un mercado en constante crecimiento que cada vez demanda más productos, materiales y bienes de consumo de países con capacidad de producción más avanzada.

El TLC con el Triángulo del Norte de Centroamérica representa para Colombia incrementar sus vínculos comerciales con dicha región centroamericana, aprovechar las complementariedades de las economías y promover las inversiones mutuas.³

El aporte de los tratados de comercio a la economía chilena. Chile posee una economía de mercado en donde el comercio exterior tiene una Altísima participación.

El país austral ha procurado favorecer el crecimiento de sus exportaciones mediante tres estrategias claramente identificables; la primera de ella consiste en una alta especialización de los proceso productivos involucrados en sus cadenas exportadoras, es el caso de su producción agrícola, minera y acuícola (madera, cobre, uvas, manzanas, salmón, etc.), la segunda se basa en el posicionamiento de Chile en sí mismo como una marca, una marca que hace referencia a las características de excelente calidad del origen de los productos que exporta, de esto, por ejemplo, se benefician los vinos, salmones y frutas chilenas. La tercera estrategia, que ha sido determinante en el logro de acceso preferencial de los productos chilenos a sus mercados objetivos, han sido los numerosos acuerdos comerciales que ha negociado ese país y que le ha abierto la puerta de al menos 45 países en América, Europa,

Asia y Oceanía. Su inventario de acuerdos comerciales está conformado de la siguiente manera:

- 2 Acuerdos de Alcance Parcial (AAP) con: India y Cuba.
- 2 Acuerdos de Asociación de Económica con: P-4 (Nueva Zelanda - Singapur - Brunei Darussalam) y Unión Europea (25).

³ Mapas del tratado de libre comercio 2008 (República de Colombia y el triángulo norte de Centroamérica), unidad de comercio internacional-cámara de comercio Aburrá sur 2008, tomado el 1 de Marzo de 2010, 3:00pm

- 4 Acuerdos de Complementación Económica (ACE) con: Bolivia, Venezuela, Ecuador y MERCOSUR.

- 10 Tratados de Libre Comercio (TLC) con: Canadá, Corea, China, Costa Rica (TLC Chile-Centroamérica), El Salvador (TLC Chile-Centroamérica), Guatemala (TLC Chile-Centroamérica), Honduras (TLC Chile-Centroamérica), Nicaragua (TLC Chile-Centroamérica), Estados Unidos, México, EFTA, Panamá, Colombia y Perú.

Esto le ha permitido triplicar el valor de sus exportaciones en la última década.⁴

TLC COLOMBIA – ESTADOS UNIDOS. Colombia y Estados Unidos han culminado la negociación de un tratado de Libre Comercio 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 15 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 se hace una comparación sectorial de las importaciones y exportaciones originadas y dirigidas hacia el mercado norteamericano, de tal manera que se evidencie cuál es la relación comercial que la subregión posee con ese país.

Comercio en el continente americano. Estados Unidos (E.U.), el mercado más grande del mundo, sostiene relaciones comerciales con casi la totalidad de los países del planeta, con algunas contadas excepciones en Asia menor, por un valor que sobrepasa los 2.5 billones de dólares.

Sus importaciones alcanzan los 1.6 billones de dólares, constituyéndose como el mayor importador mundial y exportando cerca de U\$904.380 millones. Su balanza comercial negativa por valor de U\$766.560 millones es una clara muestra de la orientación que tiene hacia el consumo un mercado con 300 millones de habitantes, como el estadounidense.

⁴ Mapas del tratado de libre comercio 2008 (el aporte de los tratados de libre comercio a la economía chilena), unidad de comercio internacional-cámara de comercio Aburrá sur 2008, tomado el 1 de Marzo de 2010, 3:00pm

Al analizar los flujos comerciales que este país sostiene con el mundo se puede ver claramente como el continente americano cobra especial importancia en cuanto al mantenimiento del poderío económico y comercial se refiere, toda vez que la Unión Europea sostiene una importante, estrecha y privilegiada relación comercial “intra-regional”.

En otras palabras, y sabiendo que los flujos comerciales americanos y europeos tienen escalas globales, mientras que Europa soporta gran parte de su actividad económica en el comercio intracomunitario, E.U concentra gran parte de comercio con los países americanos.

Para E.U. el comercio con el continente americano representa el 38.2%, donde el NAFTA (EE.UU., Canadá y México) constituye un 30.66%, Latinoamérica (L.A.) y el Caribe (30 países aprox.) representan el 7.55%, mientras que Europa (25 países aprox.) alcanza un 20.42% y el resto del mundo (125 países aprox.) un 41.97%.⁵

⁵ Mapas del tratado de libre comercio 2008 (Mapa TLC Colombia, Estados Unidos), unidad de comercio internacional-cámara de comercio Aburrá sur 2008, tomado el 1 de Marzo de 2010, 3:30pm

5.2 MARCO TEORICO

5.2.1 INTEGRACION

La integración económica puede definirse como la organización de un grupo de países con el fin de mejorar el intercambio comercial en el marco de sus territorios. Los objetivos principales son la eliminación de los obstáculos al comercio y a la libre circulación de bienes, mercancías y personas; la reducción de los costos de transporte, así como la implementación de políticas comunes en distintos sectores de la economía. La integración en bloques supone privilegiar el comercio por proximidad o contigüidad física, por lo que se establecen también tarifas o aranceles externos a los países no miembros. Al establecerse políticas comunes para distintos sectores de la actividad económica, incluso para el área educativa, se busca no sólo incrementar el comercio entre los países miembros, sino también aliviar los riesgos que generan situaciones de incertidumbre en la economía global.

Es el término usado para describir los distintos aspectos mediante los cuales las economías son integradas. Cuando la integración económica aumenta, las barreras al comercio entre mercados disminuyen. La economía más integrada o consolidada actualmente, entre naciones independientes, es la Unión Europea. La integración consiste en eliminar, de manera progresiva, las fronteras económicas entre países.

La integración económica es un proceso mediante el cual los países van eliminando las diferencias en materia de política industrial y de competencia, así como los obstáculos a la libre circulación de factores, las barreras comerciales y las alteraciones bruscas en los tipos de cambio. La integración exige un proceso de armonización, tanto en aspectos económicos como institucionales, que puede alcanzar diferentes niveles que van desde las preferencias aduaneras a la integración económica plena. Según el grado de integración económica que implique que los acuerdos se pueden clasificar en áreas de libre comercio, uniones aduaneras, mercado común y unión económica.⁶

5.2.2 COMPETITIVIDAD SISTEMICA

Recientemente y como fruto de un debate dentro de la Organización de Comercio y Desarrollo Económico OCDE, ha sido propuesto un modelo que aborda el tema de competitividad de un país desde una perspectiva sistémica. Este modelo, conocido como Competitividad Sistémica, plantea cuatro niveles para explicar los elementos básicos que permiten la posibilidad de competir para las empresas en un país determinado, estos niveles son:

⁶ <http://www.portalplanetasedna.com.ar/intergra01.htm> tomado el 18 de febrero de 2010, 3:15pm

NIVEL META. El nivel META se refiere a la capacidad que tiene una sociedad para lograr consensos y marchar de forma integrada en la búsqueda de los objetivos establecidos de manera conjunta. Este elemento es vital para permitir que los esfuerzos se lleven a cabo en una misma dirección y evitar el desgaste natural que se presenta cuando se dan conflictos entre distintos grupos sociales. Alcanzar la competitividad sistémica de una nación requiere de acuerdos que antepongan el bienestar futuro a los intereses del presente, así como la coincidencia en la opinión de que el modelo orientado a participar exitosamente en el mercado global permitirá satisfacer las necesidades de la propia sociedad. Para lograr que el nivel META sea adecuado para la competitividad deben cumplirse dos factores esenciales: por un lado la clara separación entre las instituciones del estado, la empresa privada y los organismos intermedios, y por otro lado una permanente disposición al diálogo entre los actores sociales, que permita el establecimiento de consensos para aprovechar los procesos de comunicación y aprendizaje que se dan en la discusión que busca establecer ventajas nacionales de innovación y competitividad.

NIVEL MACRO. Un entorno macroeconómico estable es una condición indispensable pero insuficiente para fomentar la competitividad de las empresas. Para contar con un entorno macroeconómico estable es necesario contar con mercados de bienes y servicios que funcionen de una manera eficiente, los principales distorsionadores de este entorno son altos déficits presupuestales y de balanza de pagos, ya que ambos propician una mayor deuda externa y por ende una mayor cantidad de recursos destinados a su servicio. Además presionan de forma adicional las tendencias inflacionarias existentes y con ello debilitan las perspectivas de los inversionistas nacionales y reducen las posibilidades de inversión en bienes de capital, imprescindibles para el crecimiento futuro de la economía. La estabilización del contexto macroeconómico requiere, además de la congruencia tecnocrática, un esfuerzo político que permita a los actores nacionales la construcción de acuerdos sobre el sentido de las restricciones necesarias para lograrlo. El enfoque de los cambios necesarios para lograr un contexto macroeconómico estable requiere no solo centrarse en la reducción de déficits, sino también en el crecimiento económico y su distribución. Otro elemento fundamental para fortalecer la competitividad en el nivel macro, consiste en la orientación de un esfuerzo exportador consistente que permita a las empresas ubicadas en el territorio tener acceso a los mercados globales, pero fortalecer las capacidades de las mismas empresas en el interior.

NIVEL MESO. El nivel MESO se refiere a la construcción de redes de colaboración inter-empresarial, que permita aumentar las capacidades individuales de las empresas a través de un efecto de sinergia donde la red de colaboración permita contar con capacidades mayores a la suma de las capacidades individuales de sus integrantes. Dado el incremento de la complejidad tecnológica y operativa de la vinculación con el mercado, el nivel MESO ha venido adquiriendo

una mayor importancia relativa en los años recientes. En la medida que las empresas son capaces de aprovechar sus capacidades de aprendizaje y construir sobre ellas, su competitividad se incrementa de manera notable. En tanto los requisitos del mercado se vuelven más complejos, crecen también los requerimientos hacia el entorno municipal, estatal y nacional. A mayores requerimientos a las empresas se hace más claro que éstas ya no pueden competir de forma aislada, sino que requieren conformarse en grupos empresariales articulados en redes de colaboración. Estas redes no incluyen solo a grupos de empresas, sino que además requieren de la participación de instituciones relacionadas con las actividades empresariales, como universidades, organizaciones de fomento, centros de investigación y desarrollo, grupos de consultores especializados, entre muchos otros, así como de los diferentes niveles de gobierno. La formación de políticas a nivel MESO requiere, no solo de la participación del Estado, sino el involucramiento de otros actores que permitan de una manera efectiva incrementar las capacidades de un distrito industrial

NIVEL MICRO. El nivel MICRO se refiere al incremento de capacidades en las empresas por sí mismas, este incremento es necesario debido a factores como la globalización de la competencia, el surgimiento de nuevos competidores como resultado de procesos tardíos de industrialización (nuevos países compiten en sectores donde antes no participaban), diferenciación de la demanda, reducción en los ciclos de producción, aparición de innovaciones radicales (como biotecnología, microelectrónica, ingeniería genética entre otros), así como nuevos métodos de administración, por citar algunos. Los retos planteados por estos factores obligan a las empresas a cambiar de manera radical sus relaciones tanto en el ámbito interno, como con su entorno inmediato. No es suficiente incrementar su capacidad a través de la automatización, ni las inversiones para crear redes informáticas, es necesario llevar a cabo profundas transformaciones en varios terrenos como son la organización para la producción introduciendo procesos que permitan la flexibilidad para fabricar volúmenes pequeños en tiempos muy cortos y con las características de calidad demandadas por los clientes; la organización para el desarrollo de nuevos productos, donde la ingeniería concurrente que involucra la participación coordinada de las áreas de comercialización, producción y desarrollo, permite reducir de forma significativa los tiempos de desarrollo del producto de una manera más eficiente y con mejores oportunidades de comercialización; las relaciones de suministro también deben ser modificadas, buscando relaciones más estrechas con proveedores y manejando esquemas de suministro “justo a tiempo”, dejando de lado operaciones en las que la empresa es poco competitiva para subcontratarlas y concentrarse en los procesos claves del negocio que le dan la competitividad. En este último punto los programas de desarrollo de proveedores de manera planeada y sistemática permiten a las empresas responder a este reto.

5.3 MARCO CONTEXTUAL.

El contexto en el cual se estudia la propuesta de los sectores económicos de exportación no tradicional de Colombia, Antioquia y el Sur del Valle de Aburrá, con Panamá entre los años de 2004 a 2008 y las inferencias que se presenten con respecto a los factores de inversión, trabajo, demanda, industrias de apoyo, legal y de infraestructura.

5.4 MARCO CONCEPTUAL.

Integración, inversión, exportaciones, importaciones, Panamá, Colombia, Sur del Valle de Aburra.

6 ESTRATEGIA METODOLOGICA.

6.1 TIPO DE ESTUDIO:

Modalidad de estudio que sólo busca especificar las propiedades importantes de entidades bajo investigación. Los estudios descriptivos miden conceptos o variables, ya que describir consiste en seleccionar una serie de cuestiones y medir cada una de ellas, independientemente, para **describirlas**. Este tipo de estudio requiere, por lo tanto, un significativo conocimiento previo del campo de investigación.⁷

6.2 TIPO DE ANÁLISIS.

El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por 4 etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos, el análisis y la clasificación de los hechos, la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contratación.

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se deriva una hipótesis que soluciona el problema planteado, una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, a partir de la observación repetida de objetos o acontecimientos de la misma naturaleza, una conclusión para todos los objetos o eventos de dicha naturaleza.

El razonamiento inductivo puede ser **completo** (se acerca a un razonamiento deductivo ya que la conclusión no aporta más información que la dada por las premisas) o **incompleto** (la conclusión va más allá de los datos que aportan las premisas; a mayor cantidad de datos, mayor probabilidad. Sin embargo, la verdad de las premisas no garantiza la verdad de la conclusión).⁸

Método deductivo, se trata de un procedimiento que consiste en desarrollar una teoría empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas y deduciendo luego sus consecuencias con la ayuda de las subyacentes teorías formales. Sus partidarios señalan que toda explicación verdaderamente científica tendrá la misma estructura lógica, estará basada en una ley universal, junto a ésta, aparecen una serie de condicionantes iniciales o premisas, de las cuales se deducen las afirmaciones sobre el fenómeno que se quiere explicar.

⁷ comunidaduts.com/docentes/archivos/data/hleal/GLOSARIO.doc tomado el 10 de marzo de 2009, 1:00pm

⁸ <http://definicion.de/metodo-inductivo/> tomado 9 de febrero de 2010, 4:20pm

El argumento deductivo se contrapone al método inductivo, en el sentido de que se sigue un procedimiento de razonamiento inverso. En el método deductivo, se suele decir que se pasa de lo general a lo particular, de forma que partiendo de unos enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares, pudiendo ser axiomático-deductivo, cuando las premisas de partida están constituidas por axiomas, es decir, proposiciones no demostrables, o hipotéticos-deductivo, si las premisas de partida son hipótesis contrastables.⁹

6.3 CIENCIAS AUXILIARES.

Economía: Micro y macro economía, la economía Colombiana, economía internacional.

Derecho: Legislaciones aduaneras de Panamá y Colombia.

Estadística: promedios, frecuencias, porcentajes, tasas, probabilidades.

Contabilidad: Datos de exportaciones, datos de importaciones, balances, estados de resultados.

6.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.

PRIMARIAS: encuestas, panel de entrevistas, datos del DANE, DIAN, PROEXPORT, Mincomercio, Zeiky, FEDESARROLLO, Cámara de Comercio, Consulados, embajadas, oficinas de comercio exterior, centros de documentación especializada, www.prochile.cl, www.trademap.org, http://exporthelp.europa.eu/index_es.html, www.sicex.com/, www.bacexcp.com

SECUNDARIAS: trabajos de grado, artículos de revista, diarios y semanarios económicos, páginas de internet de organizaciones.

⁹ <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm> tomado 9 de febrero de 2010, 3:40pm

7. RESULTADOS DEL ESTUDIO.

7.1 EXPORTACIONES DE COLOMBIA, ANTIOQUIA Y SUR DEL VALLE DE ABURRÁ EN EL PROCESO COMERCIAL CON PANAMÁ.

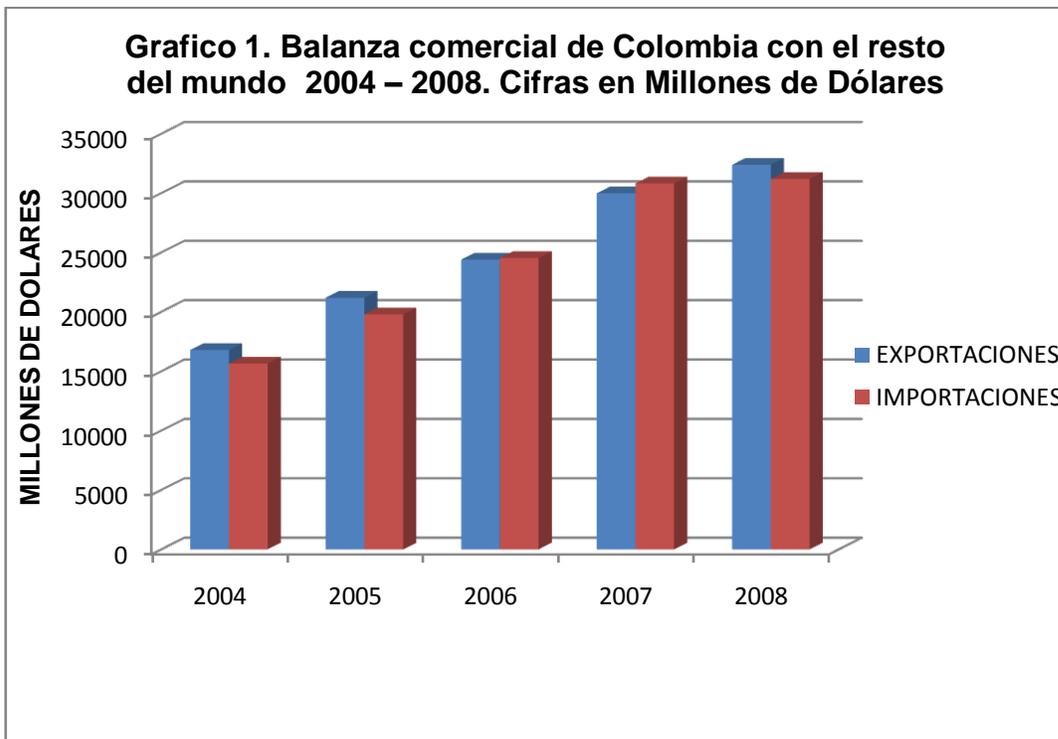
7.1.1. EXPORTACIONES DE COLOMBIA HACIA RESTO DEL MUNDO

Colombia es esencialmente agrícola y esta actividad constituye la industria más generalizada del pueblo Colombiano. Su importancia hace relación tanto a los productos de consumo interno como a los de exportación.

Debido al relieve y a los diferentes climas que posee el territorio nacional, es rico en una infinidad de productos y en una gran variedad de los mismos. Los productos agrícolas más importantes para Colombia, desde el punto de vista económico, son: café, caña, algodón, banano, tabaco, oro, esmeraldas, platino, hierro, cobre, sal, ganado.

Café, algodón, arroz, azúcar, banano, textiles, confecciones y flores, son los principales productos de nuestra economía. El principal receptor de nuestras exportaciones es Estados Unidos, seguido por el Reino Unido, Francia, España, Italia y Alemania. También se hacen muchas exportaciones a China y Japón pero en un porcentaje pequeño en relación a los países anteriormente nombrados.¹⁰

¹⁰ <http://pwp.supercabletv.net.co/garcru/Colombia/Colombia/economia.html> tomado el 13 de febrero de 2010 , 8:00pm



Fuente: Businesscol

<http://www.businesscol.com/economia/balanza.htm>, cálculos del autor

La balanza comercial de Colombia con el resto del mundo desde el 2004 al 2008, ha venido siendo dinámica, presentando superávit en el 2004, 2005 y 2008, mientras en el 2006 y 2007 déficit. En el 2004, el superávit de Colombia fue de US\$1139,7 millones; para el 2005, el superávit fue de US\$1391,5 millones, esto representó un aumento en el superávit del 22%, aunque la variación de las exportaciones del 2004 a 2005 fue del 26,22% y las importaciones fueron del 26,51%.¹¹

Para el año 2006, la balanza comercial de Colombia con el resto del mundo pasa de superávit a déficit, esto debido a que las exportaciones fueron de US\$24.391 millones y las importaciones de US\$24.534 millones, la variación en las exportaciones fue de 15,11% y de las importaciones 23,92% con respecto al año anterior, la mayor variación en la entrada de bienes y servicios produjo un déficit de US\$143 millones.¹²

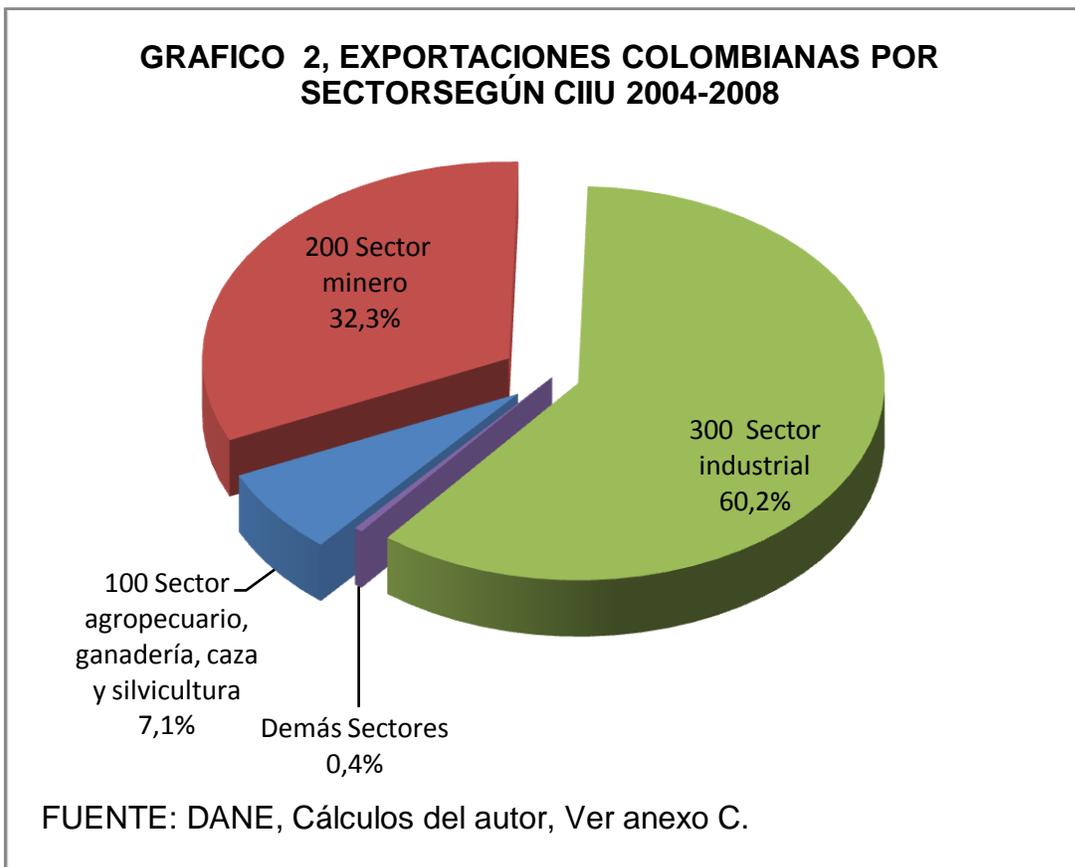
Aunque para el año 2007 el incremento de las exportaciones fue considerable, casi un 23%, se observa que las importaciones también sobrepasan los niveles de incremento superior al 25%, se puede deducir que la economía para este año tuvo

¹¹ Fuente: ver Anexo B

¹² Idem.

un buen comportamiento a pesar de que el saldo en la balanza comercial haya sido deficitario en US \$824, 3 millones.¹³

En 2008 aunque la fuerte crisis mundial afectó económicamente a todos los países, para Colombia fue un año donde se iniciaron y concretaron importantes negocios, generando diversas oportunidades en el plano económico.

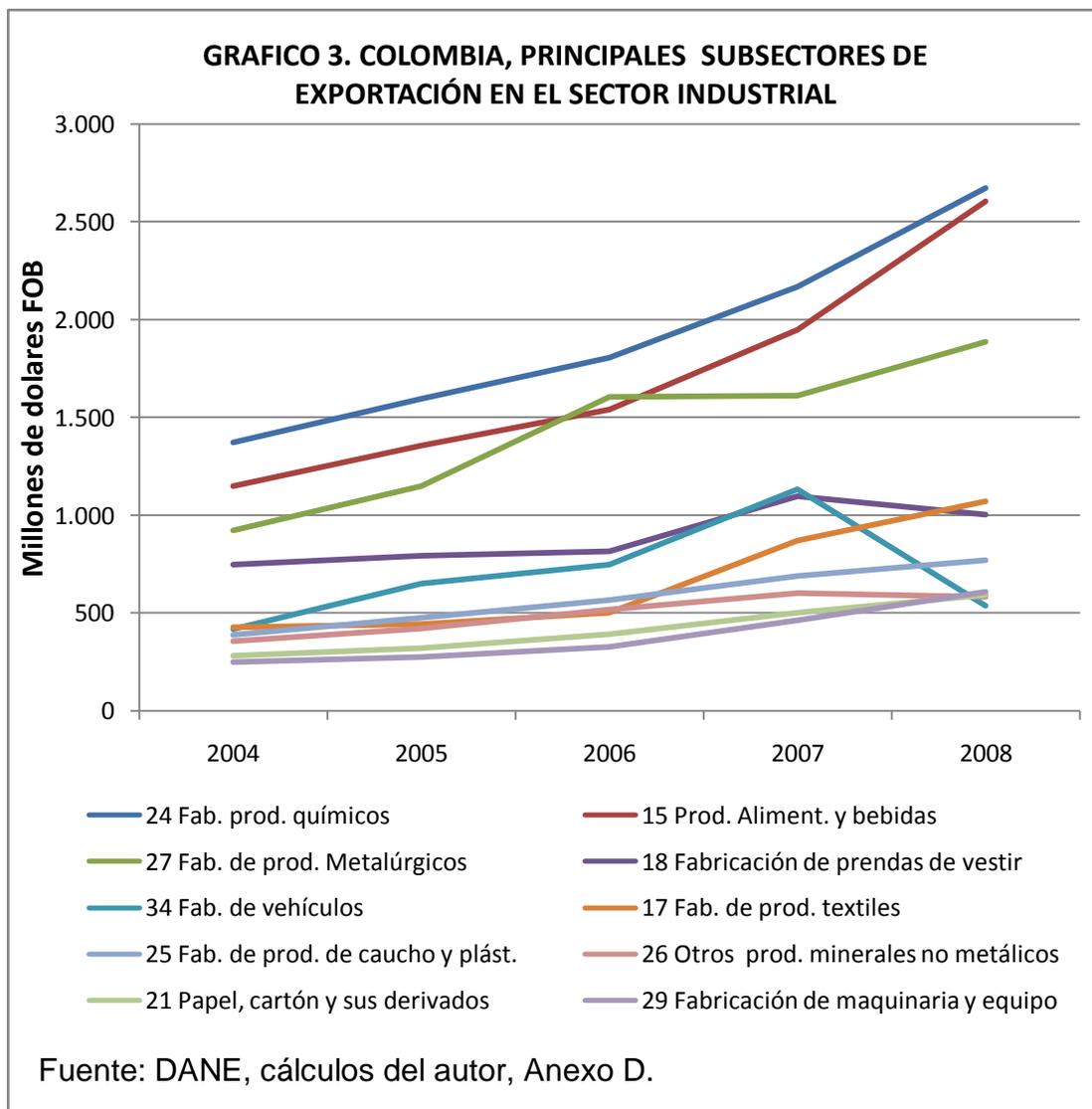


Como se observa en el gráfico 2 el sector más representativo en las exportaciones Colombianas durante los años 2004 a 2008 fue el sector industrial con un total en las exportaciones de US\$ 78.222 millones, representadas en fabricación de productos químicos, alimentos y bebidas, metalurgia y prendas de vestir¹⁴, el cual tuvo un incremento del año 2004 a 2008 de 102,2% y una participación total de las exportaciones durante estos años de 60,2%; su principal incremento lo encontramos entre los años 2006 y 2007 donde pasamos de exportar US\$ 14.966 Millones a US\$18.838 Millones, lo cual en el año 2006 es una participación de

¹³ Idem.

¹⁴ Fuente DANE, Anexo D.

61% en las exportaciones de dicho año y una participación de 62,8% en 2007, generando así un incremento entre ambos años del 25,9%.



En el sector industrial el subsector más representativo son aquellos que pertenecen a la fabricación de productos químicos alcanzando exportaciones totales entre el 2004 y 2008 de US\$9.617 siendo esta una participación del 7,4% en el total de las exportaciones Colombianas entre dicho periodo; su principal incremento se da entre los años 2007 y 2008 donde se pasa de exportar

US\$2.169 Millones a US\$ 2.674 obteniendo un incremento de 23,3% en las ventas externas.¹⁵

Los alimentos y bebidas tienen una participación del 6.3% del total del sector industrial con los productos tradicionales como son café y el banano, pero también aparecen ya interesantes sumas en los no tradicionales como alimentos procesados, donde encontramos los confites, chocolates y galletas.¹⁶

Otros principales productos de exportación se encuentran en el sector metalúrgico el cual alcanza una participación del 5,5% del total de las exportaciones y el sector de prendas de vestir con una participación del 3,4% del total de las exportaciones, aunque este último tuvo una variación negativa de 8,6% entre los años 2007 y 2008 sus exportaciones totales fueron de US\$ 4.458 Millones.¹⁷

Un importante sector que ha manejado grandes volúmenes de exportación durante los últimos años es la fabricación de vehículos, sin embargo se observa que entre el año 2007 y 2008 sus exportaciones cayeron drásticamente en un 52,5% donde los conflictos políticos con Venezuela llevaron a una caída en las ventas de aproximadamente US\$596 millones; mientras que la fabricación de productos textiles ha llevado una tendencia al alza donde su principal incremento lo muestra entre los años 2006 y 2008 cargando así con exportaciones alrededor de US\$3.323 Millones en los años de análisis.¹⁸

Otros importantes subsectores en el sector industrial representan durante el 2004 y 2008 una buena parte de las exportaciones Colombianas como los son fabricación de productos de caucho y plástico con el 2,2%, productos minerales no metálicos con 1,9%, papel, cartón y sus derivados con 1,6% y fabricación de maquinaria y equipo con 1,5%.¹⁹

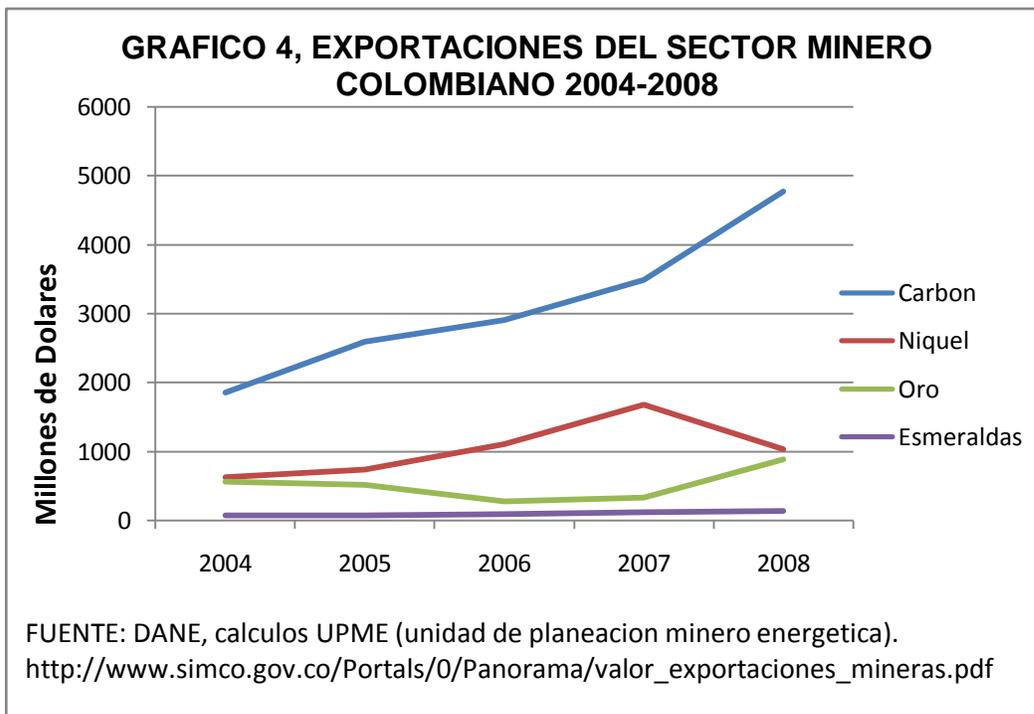
¹⁵ Fuente DANE, Anexo D.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Idem.

¹⁸ Idem.

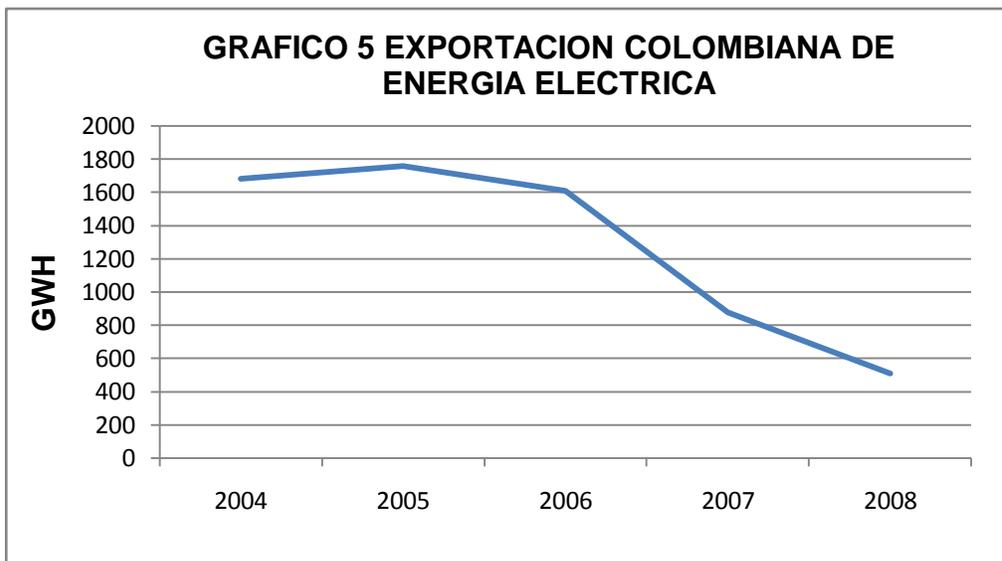
¹⁹ Idem.



El sector minero también representa para Colombia durante estos años un significativo ingreso de divisas, tal como nos muestra el grafico 4. Las exportaciones en este sector ascienden a US\$ 23.913 Millones siendo los principales destinos Estados Unidos, Francia, Chile, Israel; otros destinos destacados fueron China, España y Taiwán ²⁰, generando así una participación total durante estos años de 32,30% ubicándose en el segundo lugar de las exportaciones más representativas para Colombia.

El carbón es el producto que más ingresos genera en el sector minero con una participación de 65,4% en sus exportaciones y cuyos valores ascienden a US\$15.638 Millones

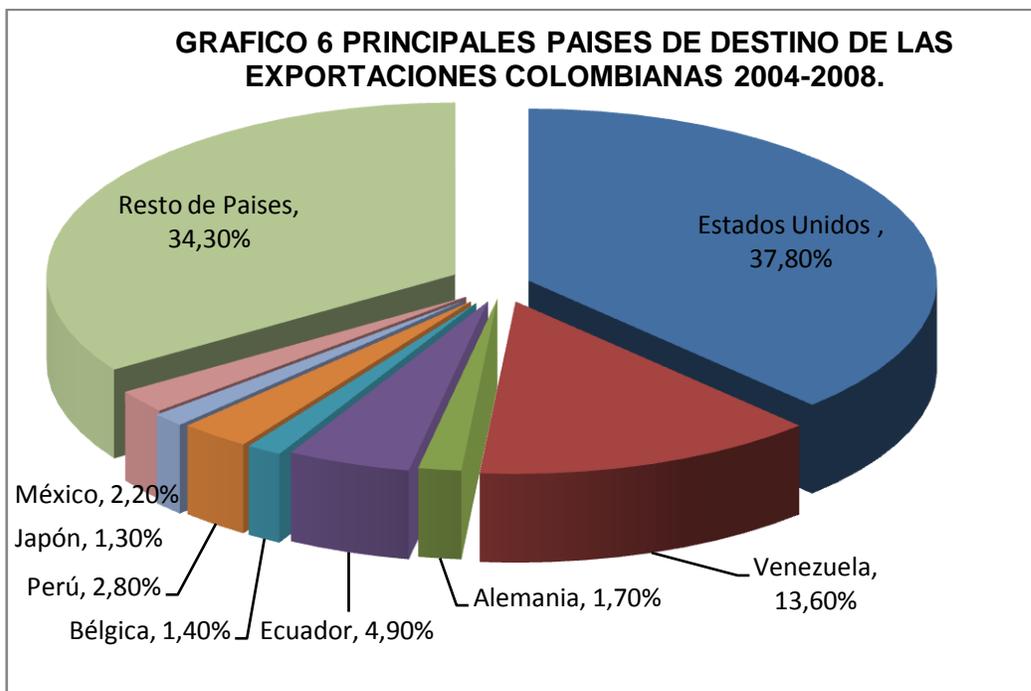
²⁰ <http://www.imcportal.com/contenido.php?option=shownews&newsid=2683&render=page> (portal información minera Colombiana, tomado el 13 de mayo de 2010, 10:55am)



FUENTE: UPME, Cálculos Autor

Las exportaciones de energía eléctrica de Colombia han presentado una tendencia a la baja, solo incrementándose 4,6% del año 2004 al 2005 iniciando en 2004 con un total de 1.681 GWh²¹ y ascendiendo al 2005 a 1757,8 GWh, donde a partir de este año las exportaciones comenzaron a descender, cayendo a 71% para el año 2008, lo que demuestra que las relaciones actuales con los vecinos países a repercutido negativamente también en este sector.

²¹ GWh: Giga vatio hora (es una medida de energía eléctrica equivalente a la potencia suministrada por un giga vatio en una hora, <http://es.wikipedia.org/wiki/GWh>)



Fuente: DANE, Cálculos del autor, Anexo G.

El gráfico 6 representa el destino de las exportaciones Colombianas desde el año 2004-2008 hacia resto del mundo ha mostrado un crecimiento positivo. Para el año 2004 fue de US\$ 16.788 millones, en donde US\$ 6.611 millones correspondieron a su mayor socio comercial hasta el momento, E.E.U.U. el cual a pesar de la crisis de relaciones comerciales con Venezuela sigue siendo su segundo socio comercial, debido a que el crecimiento de las exportaciones se muestra constante desde los años 2004 al 2008. En el año 2004 el total de exportaciones hacia Venezuela fue de US\$1.627 millones siendo esta la segunda más representativa en sus destinos de exportación, de igual forma en los siguientes 4 años su variación ha sido positiva para un porcentaje representativo del 13.6%.²²

Ecuador muestra una variación positiva y un incremento notorio en los años 2004 a 2008 en donde se exporta en el primer año un total de US\$ 1.015 millones y en el último año un total de US\$1.500 siendo este el tercer país con mayor frecuencia de exportación de los Colombianos y adjudicándosele un 4.9% del total de las exportaciones.²³

²² Fuente DANE, Anexo G.

²³ Idem.

En las exportaciones hacia América latina el destino menos representativo según el grafico 6 ha sido Perú con un total exportado en el año 2004 de US\$548 millones y en el año 2008 un total de US\$ 855 millones.²⁴

Por otro lado es importante mencionar la variación y la participación que ha tenido Colombia frente México en todas las exportaciones totales donde en el año 2004 se exporta un total de US\$ 526 millones, en el 2005 un total de US\$ 611 millones para una participación total del 2.2%. en el año 2006 y 2007 las exportaciones totales hacia este país disminuyeron notablemente para una variación negativa entre ambos años del 4.75% y finaliza el año 2008 exportando un total de US\$ 617 millones siendo este ultimo año el más representativo en las exportaciones hacia este país.²⁵

En relación con las exportaciones totales hacia la zona europea uno de los países más representativos entre los años 2004-2008 fue Bélgica ya que ha mostrado un incremento positivo entre los 5 años de investigación. El primer año el total de las exportaciones Colombianas hacia este país fue de US\$ 290 millones, en el año 2007 y 2008 el total exportado fue de US 849 millones para una variación entre estos dos años de 18.25%.²⁶

Alemania representa el 1.7% del total de las exportaciones, ya que en el primer año se comenzó exportando hacia este país US 265 millones, y en el año 2008 el total de esas exportaciones eran de US 638 millones.²⁷

Así mismo es importante tener en cuenta que para el mercado asiático como en el caso de Japón también tenemos una representación significativa del 1.3% donde se comenzó exportando en el 2004 un total de US\$263 millones, y donde se mostró un incremento significativo en el año 2007 de US\$395 millones.²⁸

En relación con las exportaciones totales hacia el resto de los países como se observa en el grafico 6 podemos constatar que un importante 34.3% hace parte de esta. Donde en el primer año se exportan US\$ 5.642 millones, cifra interesante para nuestra economía nacional, puesto que en los años siguientes se muestra un incremento positivo y constante, ya que en el año 2008 reflejan un total de US\$ 13.041 millones.²⁹

²⁴ Idem.

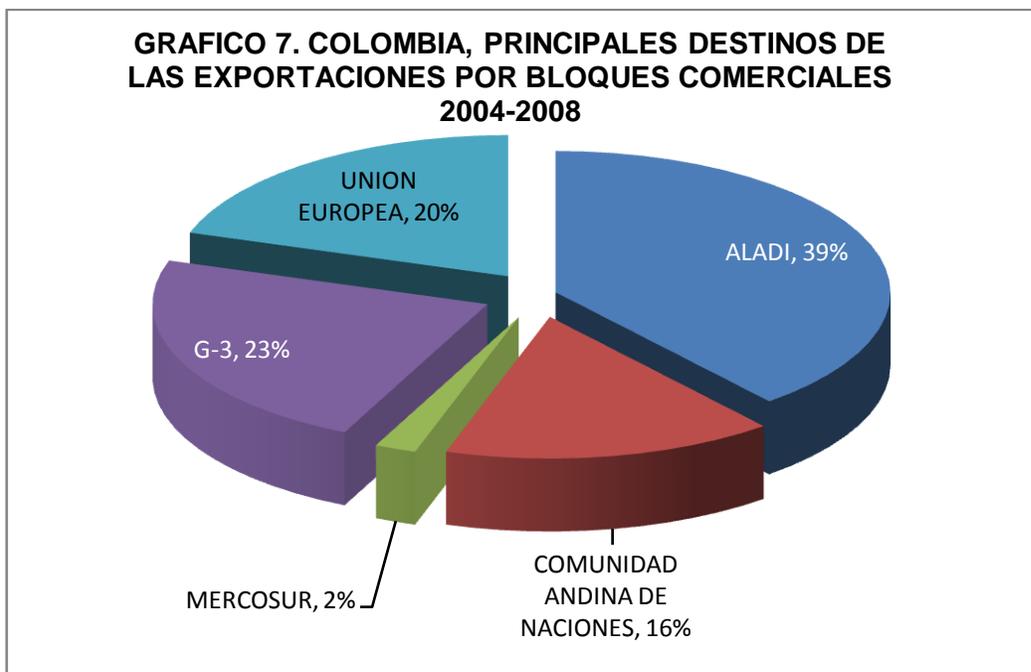
²⁵ Idem.

²⁶ Idem.

²⁷ Idem.

²⁸ Idem.

²⁹ Idem.



Fuente: DANE, Cálculos del autor. Ver anexo H

Según el gráfico 7 los principales destinos de exportaciones por bloques comerciales durante los años 2004-2008 fueron: comunidad andina de naciones, MERCOSUR, G3 que actualmente con la salida de Venezuela se denomina G2, unión europea y ALADI.

Las exportaciones totales durante estos años han presentado un incremento interesante en donde en el año 2004 el total de las exportaciones fue de US\$ 16.788 millones. El socio más representativo por bloques comerciales lo representa la ALADI con un porcentaje total del 39% y en donde para este primer año tuvo un valor de US 4.218 millones. Para el mismo año su segundo socio más importante fue la CAN con un total exportado de US 3.250 millones. De igual manera es importante señalar que según el gráfico 7 el destino menos representativo ha sido MERCOSUR para un total exportado durante el año 2004 de US\$ 187 millones y donde en los años siguientes muestra un aumento paulatino de sus exportaciones, para un total en la participación de tan solo un 2%.

Por otra parte el G3 muestra 23%, para un total exportado durante el primer año de US\$ 2.153 millones y donde en ese mismo año es superado en exportaciones por la unión europea con US\$ 2.359 millones.

Durante los años 2005 y 2006 la variación porcentual de las exportaciones Colombianas fue de un 26.22% siendo esta, la variación más alta entre los 5 años

analizados y mostrando un incremento constante en sus negociaciones con la ALADI ya que para el año 2005 y 2006 el total exportado fue de US 11.114 millones.

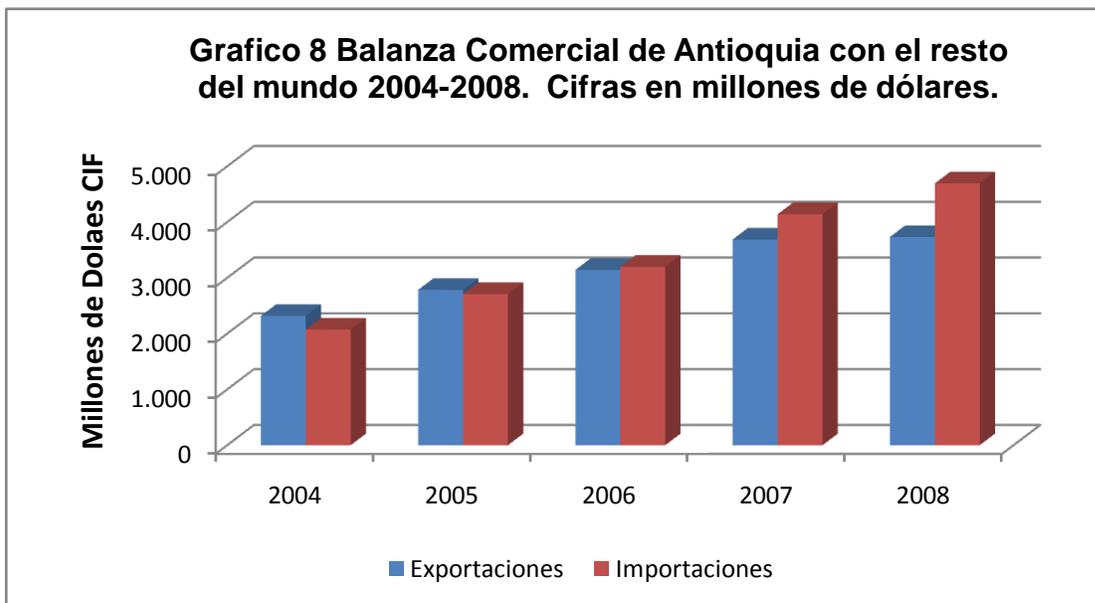
Para el año 2006 las exportaciones hacia la CAN comenzaron a presentar una caída notable en su comercio ya que no se vuelve a superar entre los 5 años analizados, lo exportado en el segundo año y mostrando una reducción constante entre los dos años siguientes. El total exportado para el 2006 fue de US\$ 1.988 millones esta cifra ni siquiera se acerca al 50 % de lo exportado en el año anterior y para el año 2007 muestra un leve incremento pero no significativo en comparación con los primeros años. Además es importante mencionar que para los años 2006 y 2007 este bloque comercial presenta una variación negativa del 52,46%.

En el año 2007 el total exportado por Colombia fue de US 29.991 millones mostrando una variación con respecto al año anterior del 15,11%, donde el MERCOSUR comienza a manifestar un incremento significativo en sus importaciones en los siguientes años ya que para el año 2007 Colombia exporta un total de US 558 millones siendo más del doble de lo importado en el año anterior y donde su variación para el año siguiente llega a un 123,2% siendo esta la más alta entre los 5 años para dicho bloque comercial con un valor exportado para el año 2008 de US\$ 806 millones.

Por último para el año 2008 el total de lo exportado por Colombia fue de US\$ 37.626 millones siendo aun la ALADI su principal socio comercial con un valor exportado de US\$ 10.880 millones y donde este presenta su mayor variación porcentual con respecto al año anterior del 51,65%. Además es sorprendente como incluso con la separación de Venezuela del G3 este bloque comercial sigue siendo su segundo principal bloque de destinos para las exportaciones con un total exportado para el 2008 de US\$ 6.709 millones.

En general el año 2008 es positivo para las exportaciones Colombianas hacia estos bloques comerciales ya que muestran un incremento respecto al año anterior, incluso las exportaciones hacia la CAN aunque muestran una variación del 8,05% respecto al 2007 no deja de ser preocupante que las exportaciones cayeron radicalmente en comparación con lo exportado en el año 2004 y 2005 ya que para estos años se presentaba una variación del 28.68%.

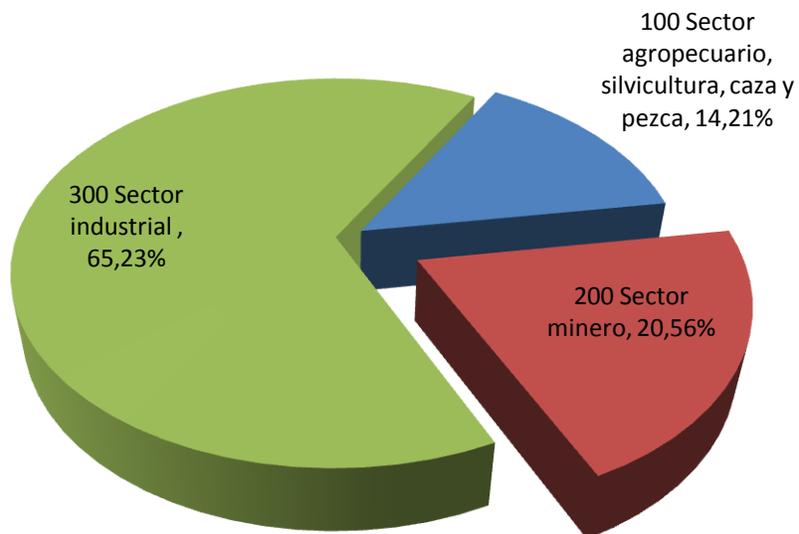
7.1.2 EXPORTACIONES DE ANTIOQUIA HACIA RESTO DEL MUNDO.



FUENTE: www.dane.gov.co, Anexo I

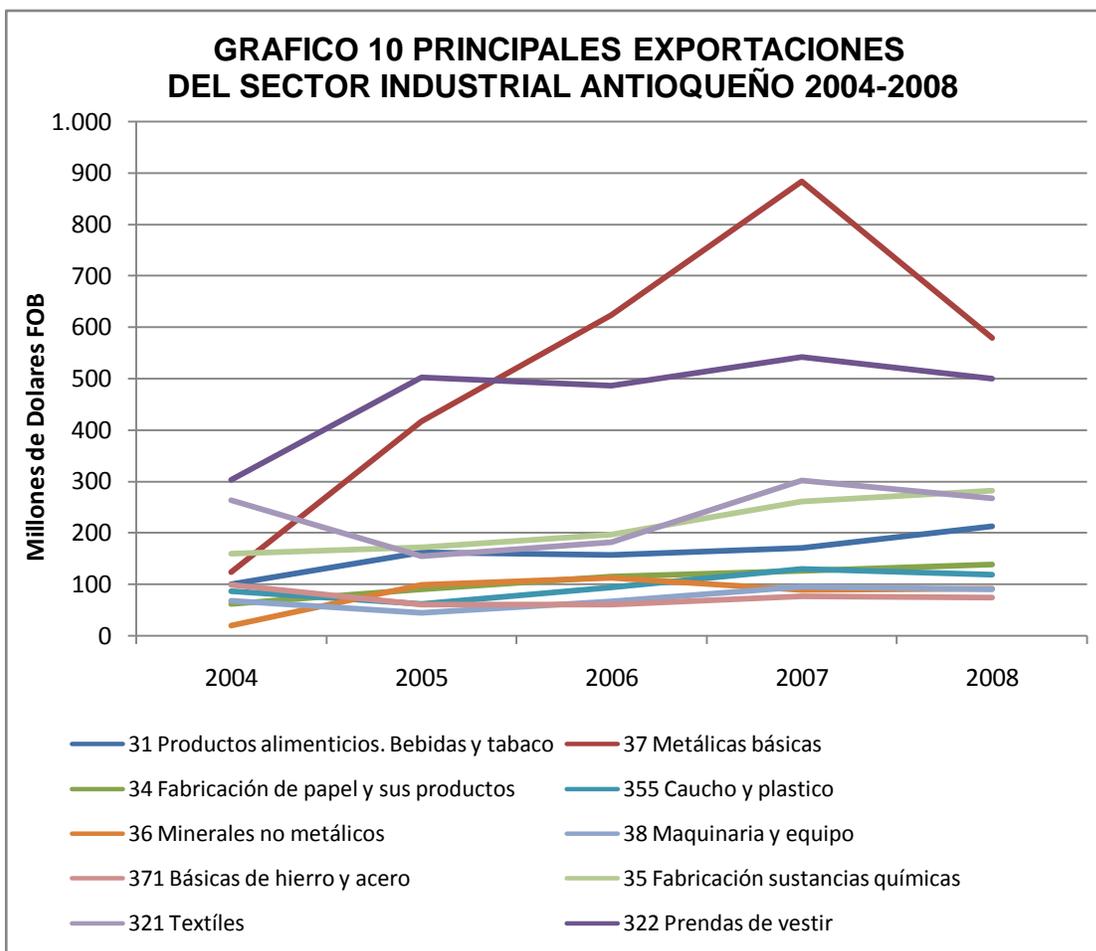
La balanza comercial de Antioquia con el resto del mundo entre los años analizados ha mostrado una tendencia al alza tanto en exportaciones como en importaciones, sin embargo como se puede observar en el grafico 8 solo los años 2004 y 2005 han presentado superávit, donde las exportaciones superan a las importaciones en US\$ 244,73 millones en 2004 y en 2005 por US\$75,64 millones, de ahí en adelante los años venideros presentan déficit en la balanza, ubicándose finalmente el año 2008 un total de US\$3.732,33 millones en exportaciones y en importaciones US\$4.639,4 millones presentando un saldo negativo de US\$961,07 millones. Durante los cinco años presentados en este estudio las exportaciones Antioqueñas alcanzaron US\$15.665,76 millones y las importaciones un total de US\$ 16.814,95 lo que demuestra que los Antioqueños están importando mas artículos de los que exportan.

GRAFICO 9 EXPORTACIONES ANTIOQUEÑAS POR SECTOR SEGUN CIU 2004-2008



FUENTE: DANE, Cálculos del autor. Ver Anexo J.

En el grafico 9 se puede observar la tendencia que al igual que en las exportaciones Colombianas, el sector industrial es el más representativo en las exportaciones Antioqueñas teniendo este una participación de 65,23% en las exportaciones durante los años 2004-2008, seguido por el sector minero con 20,56% y finalmente el sector agropecuario con el 14,21% de las exportaciones.



FUENTE: DANE, Cálculos del autor. Ver Anexo L.

En el grafico 10 se observa que el sector industrial Antioqueño las exportaciones más representativas en los últimos años han sido las de metálicas básicas donde su pico más alto lo logró en el año 2007 con un valor de US\$ 883,49 Millones, presentando la variación más alta con respecto al año anterior de 41,8%. Luego se encuentra la fabricación de prendas de vestir cuya tendencia ha sido estable desde que presentó su mayor variación entre los años 2004 a 2005 donde sus exportaciones incrementaron 65,8% pasando de US\$ 303,14 millones a US\$502,65; ambos subsectores mencionados anteriormente son los más representativos en las exportaciones del sector industrial.³⁰

Seguidamente el sector textil presenta un fuerte descenso en el año 2005 cayendo un 41,4% cifra que no fue superada sino hasta el año 2007 pues para el año respectivamente anterior solo incremento un 17,4%, sin embargo en el año

³⁰ Datos del DANE cálculos de los autores.

mencionado logró alcanzar su mayor cifra de exportación de US\$ 301,18 millones de dólares donde finalmente los textiles tienen una participación de 9,5% en los años de análisis.³¹

El sector de fabricación de sustancias químicas ha traído desde el 2004 una tendencia al alza incrementándose en 77,9% en lo corrido de estos años pasando de exportar en 2004 US\$158,5 millones a US\$281,9 millones el 2008.³²

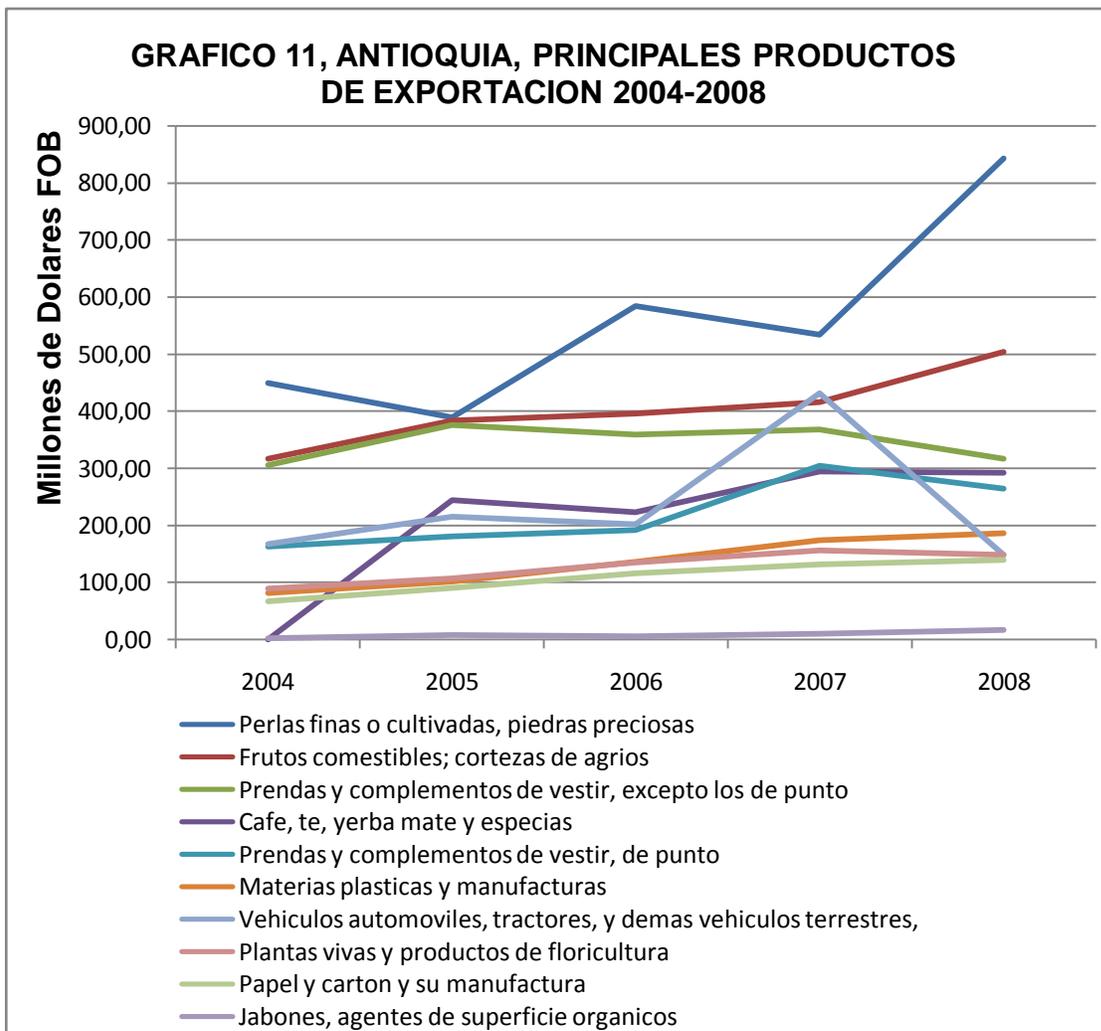
Otros subsectores importantes del sector industrial son productos alimenticios y bebidas con una participación de 6,5%, fabricación de papel y sus productos con participación de 4,3%, caucho y plástico 4%, minerales no metálicos 3,3%, maquinaria y equipo 2,9% y básicas de hierro y acero con 3%.

El sector minero para Antioquia ha representado durante estos años cifras alrededor de los US\$184,06 millones, siendo el 2006 su año de mejores ingresos con US\$ 44,38 sin embargo finaliza el 2008 con una caída considerable de 24,5% pasando a exportar US\$ 33,53; ubicándose así como el segundo en participación porcentual.³³

³¹ Idem.

³² Idem.

³³ Datos del DANE y cálculos de los autores.



FUENTE: Sistema estadístico de comercio exterior <http://websiex.dian.gov.co/>. Ver Anexo P

Según el grafico 11 el producto más representativo en el comercio Antioqueño son las Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas (capítulo 71), como se puede observar muestra una tendencia al alza desde el año 2005 lo cual para el 2008 significa un incremento en las exportaciones de más del 85% entre dichos años y una participación total en las exportaciones Antioqueñas de 17,9%. Este producto represento ingresos para Antioquia por valor US 2.803 Millones FOB ente 2004-2008 indicando así que la minería es la principal fuente de ingresos.

Luego se encuentra en segundo lugar los Frutos comestibles; cortezas de agrios (capítulo 8), en donde se comenzó exportando el 2004 US 316,56 Millones, finalizando en 2008 con valores superiores a los US 503 Millones con una participación total del 12,9% . Esto indica que Antioquia es un departamento

netamente agrícola donde el gobierno debe prestar la adecuada atención al campesino para que este pueda cultivar sus productos con tranquilidad y sin temor a los violentos evitando así que emigren a las ciudades y que descuiden el campo que es una gran fuente de ingresos para la economía Antioqueña, donde este producto represento durante dichos años una cifra superior a los US 2.015 Millones.

Las Prendas y complementos de vestir excepto los de punto se encuentran en el tercer lugar de los productos más exportados por Antioquia el cual representa una participación total durante dichos años de 11%, sin embargo durante los años 2007 y 2008 presenta una reducción en sus exportaciones de 13,8%; igualmente las prendas de punto que se encuentran en el quinto lugar alcanzaron un máximo de exportaciones de US 305 millones en 2007 pero para el 2008 se reducen en 13,2%, para resolver estos inconvenientes en reducción de exportaciones ha lanzado entre sus empresarios manuales para incentivar la diversificación de mercados, los vecinos son importantes pero ante la coyuntura es necesario mirar otras regiones.³⁴

Otro importante producto en las exportaciones antioqueñas ha sido el de Vehículos automóviles, tractores, y demás vehículos terrestres, las ensambladoras Antioqueñas como es el caso de SOFASA ha visto la penosa necesidad de reducir su producción y al mismo tiempo no renovar los contratos a gran número de trabajadores debido a la caída de exportaciones hacia Venezuela pues a este país en la actualidad se están dejando de vender 22000 vehículos por la limitación en el cupo que describe nueva ley en ese país, no serán fabricados", indicó la empresa con sede en Envigado (departamento de Antioquia) ³⁵, pues como se puede observar en el grafico las exportaciones entre los años 2007 y 2008 se redujeron las exportaciones en un 65,5% e inclusive para el 2009 la situación es más grave pues los conflictos políticos persisten con la hermana República.

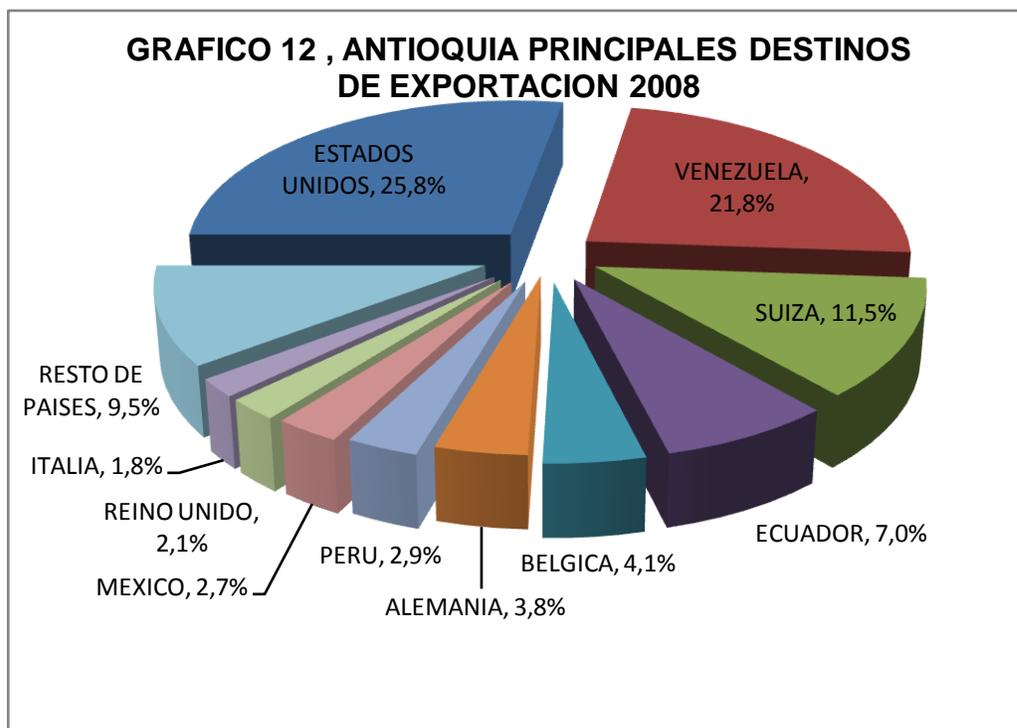
Café, té, yerba mate por tradición representan para la región una significativa fuente de ingresos pues el café es uno de los principales productos de exportación no solo para Antioquia sino para el país, en el grafico se observa que es el producto que mas tendencia positiva ha mostrado a lo largo de dichos años pues pasar de exportar US 963.104 en 2004 a US 244,377 millones no es nada fácil para cualquier producto pues esto representa una variación entre ambos años de 25274% según datos del DANE..

Entre otros productos importantes en la región Antioqueña encontramos:

³⁴ http://www.eltiempo.com/Colombia/antioquia/lanzan-manual-para-que-sector-textil-de-Colombia-pueda-realizar-exportaciones_6207607-1

³⁵ http://www.soitu.es/soitu/2008/02/26/info/1204049988_149470.html

Materias plásticas y manufacturas con una participación total de 4,3%, plantas vivas y productos de floricultura con 4,1%, papel y cartón con 3,5% y jabones con el 0,3% de la participación total entre 2004-2008.



FUENTE: Cámara de Comercio del Aburra Sur. Ver Anexo K.

El comercio exterior de Antioquia hacia Estados Unidos sigue siendo uno de sus principales destinos, según el gráfico 12 este país representa el 25,8% del total de las exportaciones antioqueñas; durante el 2008 a Estados Unidos se exportó US\$ 1.140,76 millones adjudicándosele así la participación más alta durante este año.

A pesar de la crisis de relaciones comerciales con Venezuela las exportaciones antioqueñas tienen una importante participación en este mercado donde para el año 2008 se exportó hacia este país un total de US\$ 879,64 millones siendo este el segundo país con más influencia exportable lo que indica que hasta dicho año el comercio entre Antioquia y Venezuela no se había visto muy afectado, lo que seguramente para los años venideros varían de forma negativa lo cual perjudica a muchas empresas no solo de Antioquia sino del Valle de Aburrá que dependen de un cliente tan primordial como lo es el mercado de Venezuela.

Es importante que el comercio antioqueño mire con mejores ojos las negociaciones con los mercados Europeos ya que Suiza hace parte del 11,5% de

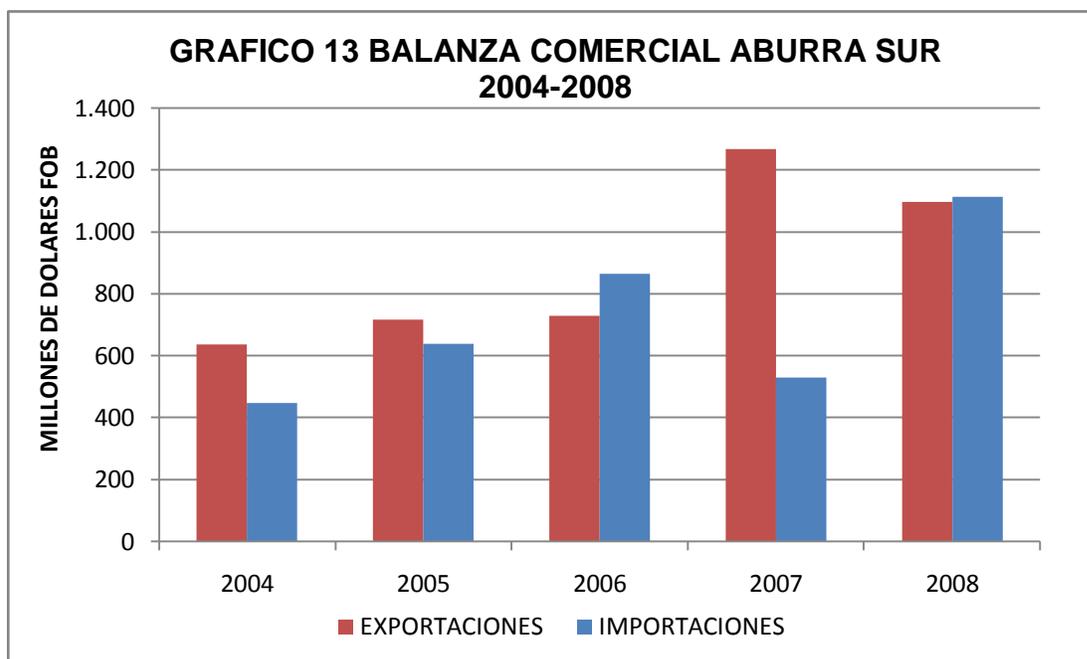
lo exportado por nuestra región y donde en el 2008 se exportó hacia este país un total de US\$ 464 Millones

Ecuador hace parte del 7% de lo que exporta Antioquia donde el año 2008 fue un total de US\$ 283 millones pues representa el tercer lugar en las exportaciones Antioqueñas donde una vez más se refleja que aún no había afectado el rompimiento de relaciones con nuestro vecino país, aunque actualmente se pueden notar ciertos aires de optimismo por parte de los empresarios Antioqueños de que el nuevo gobierno sea capaz de restablecer unas relaciones amables con los países vecinos para que no se siga afectando el comercio de nuestra región.

Seguidamente los países Europeos muestran lugares importantes en las exportaciones antioqueñas como es el caso de Bélgica con 4,1%, Alemania con 3,8%, Reino Unido con 2,1% e Italia con 1,8%, lo que demuestra que Antioquia tiene buenas opciones en el exterior y los empresarios deben mirar con buena cara también los países lejanos y tratar de ubicar sus productos en esos lugares que aunque lejanos son buenos consumidores de muchos de nuestros productos para no depender tanto de mercados con los cuales Antioquia ha venido teniendo problemas más allá de lo económico.

También se tiene a Perú con el 2,9% y México con 2,7% de participación; de igual manera es importante indicar el monto total que han tenido las exportaciones Antioqueñas hacia Panamá, ya que solo refleja un 1% del total exportado por Antioquia en el año 2008 donde se exportó hacia este país un total de US\$ 55,60 millones, cifra que seguramente en los años por venir se incrementara con el TLC que Colombia ha firmado con esta nación, es aquí donde este estudio entra a jugar un papel importante pues se analizaran que productos puede el sector empresarial del Aburrá Sur vender hacia Panamá y concientizar a los empresarios para que centren sus esfuerzos en esa región..

7.1.3 EXPORTACIONES ABURRA SUR AL RESTO DEL MUNDO

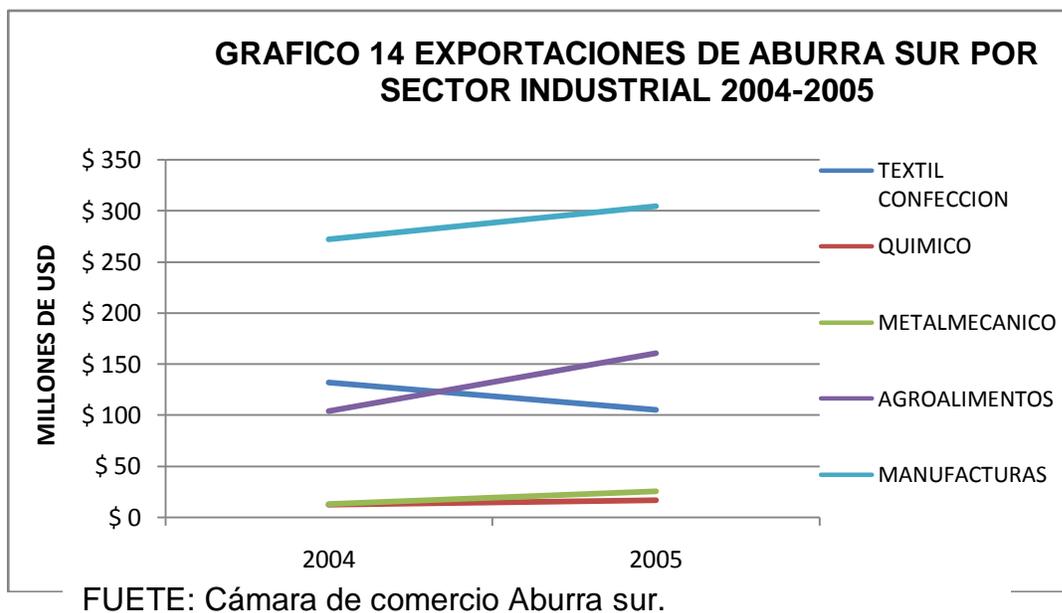


Fuente: Cámara de Comercio del Aburrá Sur

El Aburrá Sur, compuesto por los municipios de Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta, posee alrededor de 32.364 unidades productivas de todos los tamaños, 90% de las cuales son microempresas, 7% son pequeñas empresas, 2% son medianas empresas y solo el 1% de ellas son gran empresa³⁶.

El grafico 13 muestra la balanza comercial entre Aburrá sur y el mundo, vemos como en el año 2004 las exportaciones superaron en gran tamaño a las importaciones generando un saldo en la balanza positivo de US\$ 189,98 millones, para el siguiente año aunque la cifra de exportaciones no decrece, las importaciones ascienden en 42,89% ubicando el saldo de la balanza a US\$77,29 lo que genera una tendencia a favor del incremento en las importaciones mayor al de las exportaciones, donde finalmente para 2006 las exportaciones se ven superadas por US\$134,66 millones con respecto a las importaciones.

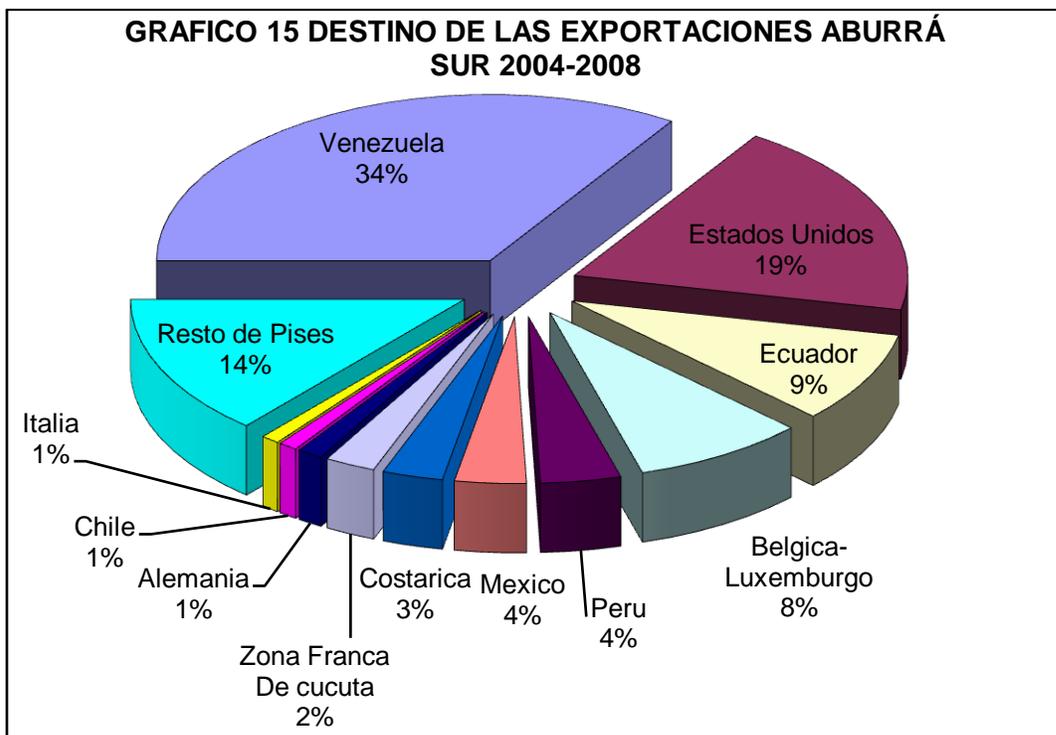
³⁶Mapas del tratado de libre comercio 2008 (Mapa TLC Colombia, Estados Unidos), unidad de comercio internacional-cámara de comercio Aburrá sur 2008, pág. 16, tomado el 9de Mayo de 2010, 6:30pm



Los subsectores metalmecánico y agro alimentos fueron los más importantes del sector industrial ya que mostraron una alza representativa entre estos años, el metalmecánico aumento sus exportaciones de US\$ 12,65 millones en el 2004 a US\$ 25,04 millones en el 2005 alcanzando así un incremento del 97.9%, siendo este el más representativo. El sector agro alimentos aumentó sus exportaciones de US\$104,19 millones a US\$ 160,6 millones logrando un incremento del 54,1%.

El sector textil y confecciones obtuvo en el 2004 un valor exportado de US\$ 132,25 millones y en el 2005 US\$ 104,8 millones con una participación en las exportaciones de Aburrá sur de 17,5% y una variación negativa de 20.7%, mostrando un disminución en sus exportaciones.

Los sectores químico y manufacturas tuvieron un alza en sus exportaciones el químico con un incremento del 35.5% y las manufacturas del 11.8% en 2005 con respecto al año anterior.



FUENTE: Cámara de comercio Aburrá Sur, Anexo T

Venezuela ha sido el principal destino de las exportaciones durante los años 2005 a 2008 con una participación total de 34%; pasando de exportar US 208,63 Millones en 2005 a US 341,27 millones en el año 2008 lo cual significa un incremento en dichos años de 63,3%; cifras que demuestran el gran impacto negativo que ha sido para los empresarios del Sur del Valle de Aburrá las malas relaciones que actualmente se tienen con el vecino país.

Con un 19% se ubica Estados Unidos cuyas exportaciones ascendieron durante estos años a US\$ 194,14 millones de dólares.

En los demás países se repite la tendencia Antioqueña con gran participación de países como Bélgica 8%, México 4%, Costa Rica 3% y Alemania, Chile e Italia con 1% de las exportaciones.

En el grafico 15 se puede observar que Panamá no aparece como uno de los principales destinos de los productos producidos por las empresas ubicadas en el Sur del Valle de Aburrá, lo cual es atractivo para los empresarios en dicho mercado.

7.2 IMPORTACIONES PANAMÁ ENTRE 2004-2008

7.2.1 PANAMÁ INFORMACIÓN GENERAL

REPÚBLICA DE PANAMÁ

Territorio	77.080 km ²
Población	3.450.000hab (e 2009)
Idioma	Español
Moneda	Balboa
Capital	Ciudad de Panamá
Ingreso Per. Cápita	US. \$ 5.510
Tasa de Alfabetismo	97.1%

GEOGRAFÍA Y POBLACIÓN

Cuenta con una extensión territorial de 77.080 km² y una población estimada a julio de 2009 de 3.450.000hab, para una densidad de poblacional e 45 hab. / Km². Del gran total de la población, el 6.8% se encuentra en zonas urbanas (2.246.000 hab.) y el 33.2% restante (1.204.000 hab.) en áreas rurales.

Su territorio es atravesado por la vía interoceánica que con una extensión de 80 Km. une los dos océanos; el Canal de Panamá, inaugurado el 15 de agosto de 1914, hoy en etapa de ampliación, igualmente interconecta el atlántico con el pacífico.

Panamá posee más de 460 ríos y cursos fluviales que riegan su geografía y desembocan en el mar Caribe y pacífico, también posee costas en el pacífico y en el atlántico y través del canal se pueden ver paisajes bosques tropicales y biodiversidad.

EDUCACIÓN Y CULTURA

PANAMÁ actualmente cuenta con 32 universidades privadas y 5 públicas, es sede de importantes instituciones Académicas a través de la ciudad del saber donde están representadas las más connotadas universidades del continente. Su capital Ciudad de Panamá, es hoy una metrópolis de múltiples alternativas culturales y de diversión, donde se distinguen casinos, restaurantes y centros nocturnos. Panamá además de reconocido centro financiero, cuenta también con un reconocido folclor.³⁷

³⁷ Fuente: Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

PRINCIPALES CIUDADES DE PANAMÁ

PANAMÁ (provincia, incluida la isla de Taboga)	1.760.000 hab. (e. 2009)
DISTRITO DE PANAMÁ	878.000hab.
CIUDAD DE PANAMÁ	464.000hab.
COLÓN (provincia)	250.000hab.
DAVID	145.000hab.
PENONOME	83.000hab.
CHITRE	48.000hab.

IDIOMA. El español es el idioma oficial, el inglés es hablado con bastante propiedad en todo el país.

GOBIERNO. Es democrático de elección popular, soportado por tres poderes: el ejecutivo, en cabeza del presidente de la República, dos vicepresidentes y 12 ministros; el legislativo recae sobre la asamblea legislativa, cuyos miembros, los diputados, son elegidos popularmente y el judicial, a cargo de la corte suprema de justicia, compuesta por nueve magistrados propuestos por el gabinete y aprobados por la asamblea legislativa, para un periodo de diez años.

TASA DE CAMBIO. US. \$ 1, 0 = B.1, 0 Panamá no tiene banco emisor; el dólar Americano es la moneda de circulación. En el país al medio circulante (dólar) se le denomina balboa.

VISA. Todas las personas que quieran visitar Panamá, deben portar un pasaporte válido con una vigencia mínima de 6 meses a partir de su ingreso, además del boleto de salida y acreditar solvencia económica.³⁸

Para visitas de hasta 30 días los ciudadanos de los siguientes países de América latina y el Caribe pueden ingresar con visa estampada o mediante la presentación del pasaporte o tarjeta de turismo (US \$5.00): Antillas holandesas, Aruba, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Granada, Guyana, Jamaica, México, Perú, San Cristóbal Y Nieves, San Vicente y Granadinas, Santa Lucía, Trinidad y Tobago y Venezuela.

A los nacionales de los siguientes países no se les exige visa ni tarjeta de turismo: Argentina, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Uruguay, Paraguay.

A los ciudadanos de Cuba, Haití, Surinam, se les exige visa consultada.

CONSULADO. www.embajadadeColombia.org.pa Tel: 264 9513, 223 1134

³⁸ Fuente: Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

AEROPUERTOS. Panamá cuenta con una amplia red de aeropuertos (27 públicos y 41 privados), distribuidos en todo el territorio nacional que atienden vuelos nacionales e internacionales. De estos, cinco se encuentran habilitados para operaciones internacionales. El principal aeropuerto comercial es Tocumen, ubicado a 19 Km. De la capital (ciudad de Panamá), que cuenta con muy modernas instalaciones y presta servicio a través de 29 aerolíneas que atienden transporte de carga y pasajeros. Una moderna autopista lo comunica con la capital. El segundo en importancia es el Marcos A Gelabert. Ubicado en la antigua base de Albrook, que atiende de preferencia vuelos internos.

LINEAS AEREAS. Panamá se encuentra comunicada prácticamente con todo el mundo vía aérea; 29 líneas internacionales tocan el aeropuerto de Tocumen con frecuencias regulares. Las principales aerolíneas son: AMERICAN, AVIANCA, CONTINENTAL, COPA, CUBANA DE AVIACION, DELTA, GRUPO TACA, IBERIA y MEXICANA. El transporte aéreo interno lo atienden empresas locales como AEROPERLAS, AEROTAXI y AERO, que comunican Ciudad de Panamá con David, Bocas del Toro, Changuinola, San Blas y Colón; en la capital operan en el aeropuerto Marcos A. Belaber (Albrook), de la Zona del Canal.³⁹

PUERTOS. Panamá cuenta con 23 puertos, de los cuales diez son estatales y trece privados; los principales en El Caribe: Cristóbal (Colón), puerto Pilón y Almirante; en el Pacífico: Balboa (ciudad de Panamá), Vacamonte, Aguadulce, Pedregal (David) y Puerto Armuelles.

Los dos puertos más importantes cuentan con infraestructura suficiente para recibir varios buques de alto calado simultáneamente; Cristóbal en el Atlántico y Balboa en el Pacífico. El puerto de Cristóbal atiende la carga dirigida a la Zona Libre de Colón. Durante 2008 según la autoridad Marítima de Panamá (AMP), el puerto de Colon (Cristóbal) manejó 2.105.672 millones de tn., mientras el de Panamá (Balboa) 11.903.779 millones de tn.⁴⁰

AGENCIAS DE CARGA.

DHL PANAMÁ S.A

Tel 2713451 FAX. 2713480 www.dhl.com.pa

PANALPINA PANAMÁ

Tel. 2801111 Fax. 2737779 www.panalpina.com

³⁹ Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

⁴⁰ Fuente: Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

TRANSPORTE INTERNO. Las principales ciudades del país cuentan con aeropuerto, lo que les permite un rápido transporte de pasajeros; el servicio por lo general se presta en pequeñas aeronaves. El transporte por carretera es bastante común y facilita el desplazamiento de carga y pasajeros.

Panamá, según datos de la contraloría general de la República, cuenta con una red vial de más de 13375km que incluye todas las carreteras, calles y puentes del territorio nacional, de los cuales 9.134km. Corresponden a carreteras principales y caminos de producción, algunos de los cuales cuentan con superficie de rodadura en hormigón Portland o capa asfáltica y revestimiento, entre estos los de las carreteras Panamericana, Central y Transísmica, además de los Corredores Norte y Sur; el resto de la red corresponde a 4.241 km de superficie de la tierra. La rectificación de la vía Panamá Colón, se ha convertido en un importante proyecto de apoyo al canal de Panamá y al ferrocarril interoceánico.⁴¹

La carretera Panamericana que comunica a Panamá con los estados Unidos a través de Centroamérica y México. Atraviesa longitudinalmente el país pasando por las principales ciudades; parte importante de la carga que llega a puerto Panameño, proveniente de Europa, Asia o Sudamérica y que tiene como destino localidades centroamericanas, es trasladada a su lugar de destino por esta vía. El país hoy cuenta con dos modernas y nuevas autopistas (los Corredores Norte y Sur), que unen los puertos, el centro de la ciudad y el aeropuerto internacional. Muchos son los pasajeros que utilizan la carretera Panamericana para viajar de un país a otro en la región; el servicio es prestado por modernos y confortables autobuses.

El ferrocarril, que une Ciudad de Panamá con Colón, a través de 86km. Contribuye a solventar el transporte de carga entre los dos puertos. Su administración está a cargo de la empresa Panamá Canal Railway Company.

TAXIS. Panamá cuenta con un confortable y suficiente servicio de taxis en todas sus ciudades, de los cuales trabajan sin taxímetro bajo cómodas tarifas; sin embargo, el transporte de las ciudades a los aeropuertos y viceversa, para muchos puede ser alto si se compara con el costo en otros países de la región. Un taxi puede cobrar de Tocumen a ciudad de Panamá, para uno o dos pasajeros, US \$30, si es colectivo donde viajan tres ó más pasajeros, \$10 por cada uno; a Albrook y los Ríos, para una o dos personas US \$30, si es colectivo, \$15 por pasajero, y a Colón, una a cuatro personas, US \$70, pasajero adicional, US \$ 15.

⁴¹ Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

ALQUILER DE AUTOS. Más de quince agencias de alquiler de autos operan en Panamá, con cómodas tarifas; la mayoría de estas atienden en el Aeropuerto Internacional Tocumen.⁴²

MEDIOS. Entre los periódicos de mayor lectura se citan; LA PRENSA y LA ESTRELLA DE PANAMÁ, además circulan El siglo, El Universal, La crítica, La Crónica, Noti News, Panamá News y Panamá América. El país cuenta también con un sinnúmero de revistas, entre las que se encuentran Panamá virtual, Análisis, La Universidad, Tiempos del mundo, PC World Panamá, Vistazo Internacional, Cosmoseguros (economía, negocios, finanzas, banca, seguros), Ellas, Lanita internacional y Panamá travel (viajes y turismo, en inglés). Operan once canales de televisión, entre estos TVN Canal 2 Panamá Televisión, FETV, Canal 5, Panamá en línea, RPC Televisión, Televisión Educativa, Telemetro; además con 128 emisoras entre AM y FM.

COMUNICACIONES. El CERSP es el organismo a cargo del control y fiscalización de los servicios públicos de telecomunicaciones, electricidad, agua potable y alcantarillado, radio y televisión. El país posee un moderno sistema de telecomunicaciones INTELPAQ, que le permite acceso directo a conmutadores remotos que proveen información inmediata de orden económico, financiero, meteorológico, científico, etc., El servicio de telecomunicaciones fijas está en manos de CABLE & WIRELESS y el de telefonía móvil de BELL SOUTH y CABLE & WIRELESS. Para finales de 2008, Panamá contaba con una capacidad de 500.000 líneas de telefonía fija, mientras se encontraban en servicio 3.381.342 teléfonos celulares; 14 empresas prestaban servicio de internet con un total de 116.700 suscriptores, de los cuales 34.600 con banda ancha.⁴³

Principales Hoteles

PANAMÁ tel. 2109100	Fax. 210 9110	www.marriotthotels.com	MARRIOT
-------------------------------	---------------	--	----------------

CAESAR Tel. 270 04 77	Fax. 2260116	www.caesarparkPANAMÁ.com	PARK
---------------------------------	--------------	--	-------------

EL Tel. 6042222	Fax. 6042222	www.elPANAMÁ.com	PANAMÁ
---------------------------	--------------	--	---------------

⁴² Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

⁴³ Fuente: Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

ECONOMÍA. La economía panameña está basada fundamentalmente en el sector de los servicios, ciudad de Panamá es reconocida como el Centro financiero más importante de Latinoamérica; alrededor de 60% de su producto interno bruto PIB, se genera entre la operación del Canal, el trasiego del Petróleo, el Centro Financiero y la Zona Libre de Colon. Hoy la construcción se ha convertido en importante actividad, con el índice más alto de crecimiento de ocupación de mano de obra y de mayor desarrollo (m2/hab) entre las capitales del continente.⁴⁴

TABLA 1. ESTRUCTURA DEL PIB DE PANAMÁ (%) 2008

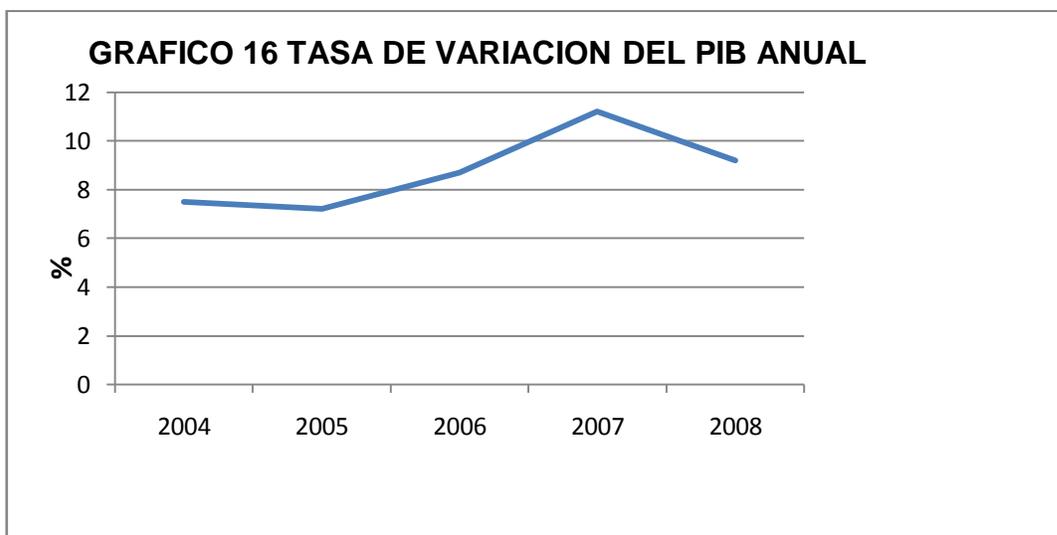
Sector	Participación	Variación (08/07)	Variación (07/06)
Agricultura, silvicultura y ganadería	3.9	2.2	4.4
pesca	2.2	13.4	-2.2
Minas y canteras	1.4	29.8	19.6
Electricidad, gas, agua	2.8	5.1	5.1
Industria manufacturera	6.3	3.8	5.7
Construcción	5.7	60.0	19.6
Comercio	14.2	7.0	8.4
Turismo	2.9	9.3	14.6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	21.4	15.7	17.6
Intermediación financiera	7.8	2.3	18.7
Actividades inmobiliarias	5.5	5.8	7.3
Educación privada	0.6	2.7	4.2
Otros servicios comunitarios	0.8	6.6	8.7

Fuente: Contraloría general de la República de Panamá

PANORAMA ACTUAL. En el 2008, Panamá experimentó el comportamiento positivo que le ha sido característico durante los últimos años, creció a una tasa de

⁴⁴ Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

9.2%, lo que es dos puntos porcentuales por debajo de lo alcanzado el año anterior. Las actividades que crecieron a mayor escala fueron la construcción (30%), explotación de Minas y Canteras (29.8%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (15.7%), Pesca (13.4%), Turismo (hoteles y restaurantes) 9.3% y comercio (7%). La demanda interna creció un 10,0% en términos reales, en comparación con el 12,9% registrado en el 2007. De igual manera el consumo interno subió un 6,4%, en términos reales respecto al 2007.⁴⁵



Fuente: contraloría general de la República

El movimiento observado en la zona libre de Colón, en turismo, en puertos y en transporte aéreo tanto de carga como de pasajeros, hace evidente la importancia que para la economía panameña han venido tomando las actividades vinculadas al sector externo. Al interior del país, la construcción de vivienda (edificios), oficinas, plazas comerciales y bodegas industriales aunque en menor proporción, por parte del sector privado y los trabajos llevados a cabo por parte del sector público, tales como los proyectos hidroeléctricos, los trabajos relacionados con la segunda fase de la construcción del corredor norte, la autopista Panamá-Colón, el saneamiento de la Bahía de Panamá y las obras realizadas por la Autoridad del Canal de Panamá, como parte de la ampliación del mismo, le generaron al sector un crecimiento cercano al 30,0% anual. Es de anotar, que la construcción continua llamando la atención de inversionistas privados, quienes cada día se vinculan en mayor cantidad al desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios. La intermediación Financiera por su parte, mostró un crecimiento de 2,3%, como resultado del comportamiento de las operaciones de economía interna.

⁴⁵ Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

El sector del transporte, almacenamiento y comunicaciones que se expandió 15,7%, impulsado por el dinamismo observado en puertos, en el canal de Panamá, telecomunicaciones y transporte Aéreo. Es de destacar el aumento registrado en el sector portuario (12,9%), como efecto del mayor movimiento de contenedores, el cual mostró una variación de 14,2%. Las telecomunicaciones mostraron una mayor actividad (21,8%), en virtud del aumento del uso de teléfonos celulares y una mayor difusión y uso de líneas telefónicas, servicios de internet y llamadas internacionales. Entretanto el comercio impulsado por una mejor gestión de la zona libre de Colón (6.1%), debido al aumento de las exportaciones hacia Centro y Suramérica, y de incrementos generales en las ventas al por mayor (4,8%) y al por menor (10,9%), creció 7,0%; la evolución Turística (Hoteles y restaurantes), como respuesta a la consistente promoción de Panamá como destino internacional, experimentó un crecimiento del 9.3%, como resultado del aumento del número de turistas y de una mayor permanencia y gasto de estos en Panamá.⁴⁶

7.2.2 CULTURA DE NEGOCIOS EN PANAMÁ

ÉTICA DE NEGOCIOS. Los panameños son generalmente relajados, fáciles de llevar e informales de acuerdo a los estándares latinoamericanos, sin embargo tiene un respeto para la dignidad formal y las distinciones jerárquicas de clases. Están más acostumbrados a las normas norteamericanas de negocios. Sus valores se enfocan en la importancia de las relaciones personales, los panameños todavía gastan tiempo y esfuerzo para establecer una buena relación personal antes de una relación de negocios.

EL GÉNERO (SEXO). Generalmente las mujeres ocupan un segundo lugar, debido a la influencia "macho" que todavía existe en Panamá. Muchas mujeres operan los negocios. Las mujeres extranjeras que lleguen a Panamá para realizar negocios pueden encontrar problemas. Aunque las mujeres pueden salir solas, generalmente se siente mejor si están acompañadas.

REUNIONES. Las reuniones de prioridad se deben reservar con dos semanas de anticipación. La puntualidad generalmente no es considerada como importante, la mayoría de las reuniones se caracterizan por la informalidad. Las decisiones por lo general son tomadas en los altos niveles. Se deben cultivar las relaciones en todos los niveles, debido a que la calidad de estas relaciones puede influir de forma fuerte en la toma de decisiones así la persona con la que se está tratando no sea la que toma la decisión.

⁴⁶ Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

EL VESTIR. La forma de vestir debe ser informal de acuerdo a los estándares latinoamericanos.

EJEMPLOS DE PROCEDER INCORRECTO. Temas como religión, política, tráfico de drogas, líderes políticos y militares y el Canal de Panamá no son los usuales como temas de conversación.

EJEMPLOS DE PROCEDER CORRECTO. Aprender algo a cerca de la cultura e historia de Panamá. Es apreciado el interés por decir ciertas palabras en español. La familia, los intereses y conocimientos comunes, los hobbies y deportes son un buen tema de conversación.

COSTUMBRES. Las prácticas y costumbres de negocios en Panamá son una mezcla de los métodos únicos norteamericanos y el tradicional estilo latino. Las compañías extranjeras que operan en Panamá deben formarse de acuerdo al estilo de negociación de Panamá.⁴⁷

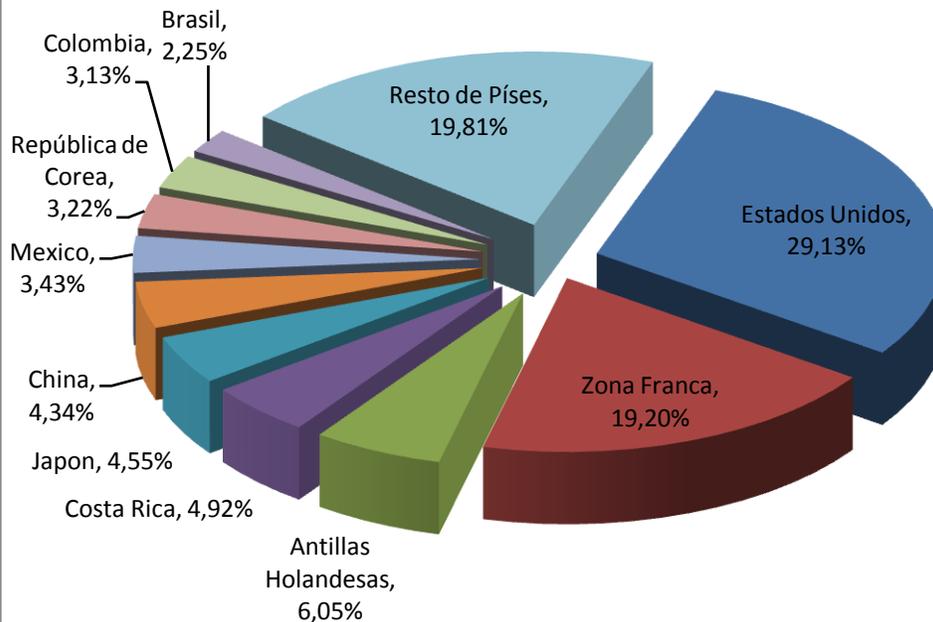
7.2.3 IMPORTACIONES DE PANAMÁ ENTRE 2004 Y 2008.

Según el grafico 17 el mayor porcentaje del origen de las importaciones panameñas corresponde a estados unidos con una representación de 29.13% y adjudicándosele una participación del año 2005 al 2006 del 27.48%.

Para el año 2005 el total de lo importado por Panamá fue de US\$ 4154,931 millones y en donde su segundo socio más importante fue la zona franca de Colón con un total importado de US\$ 684,32 millones; de igual manera Costa Rica, China y Japón juegan un papel importante para Panamá. Para este mismo año Panamá importo de Colombia un total de US\$143,63 millones cifra importante ya que durante los 3 años siguientes las importaciones panameñas desde Colombia mostraron un incremento positivo

⁴⁷Proexport, guía de exportación a Panamá.
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=4053&IDCompany=16>

GRAFICO 17 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PANAMÁ 2005-2008



FUENTE: <http://www.trademap.org/>, cálculos del Autor.

Para el año 2006 el total de lo importado por Panamá fue de US\$ 4.814,98 millones. Estados Unidos sigue siendo su principal socio comercial durante los 4 años del análisis y donde su variación sigue mostrando un incremento notorio en el transcurso de los años siguientes, es importante mencionar el nivel de variación que han tenido algunos orígenes de importaciones caso tal como EE.UU., zona franca y Antillas holandesas el cual ha sido positivo ya que a pesar de la crisis económica global no logro afectar su nivel de importación de dichos países. Por otro lado para este año la variación de las importaciones panameñas desde Colombia fue una de las más altas entre los años de investigación con un 18.29%

En el año 2007 el nivel de importaciones de Panamá con Colombia siguió en ascenso para un total de US\$ 192,28 millones y donde para el año 2008 registro un total importado de US\$ 273,28, este incremento es importante ya que se evidencia un 42.13 % en su variación siendo esta la más alta entre los 4 años del análisis..

Por otro lado es importante mencionar algunos otros orígenes de importaciones como República de Corea, con una participación del 3.22% Japón 4.55%, china 4.34%, costa rica 4.92% y resto países 19.81% ya que así Panamá halla

importado cifras menores de estos lugares, representan una participación importante para la balanza comercial

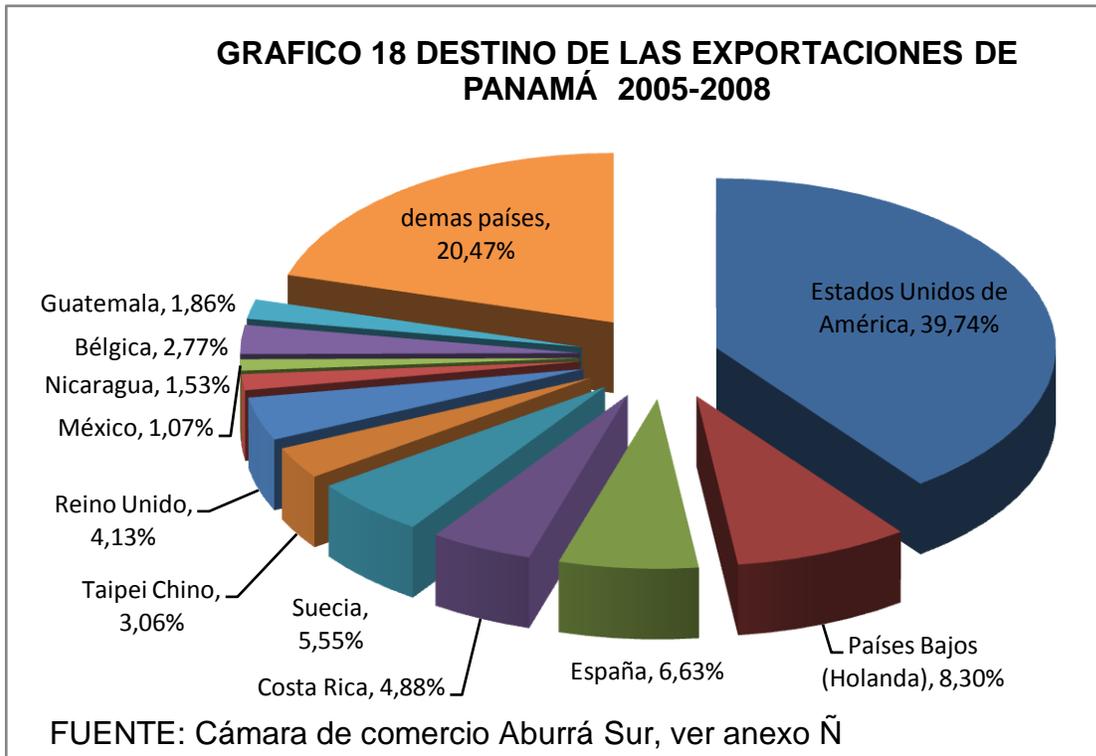
Colombia tiene un 3.13% en el total del origen de las importaciones panameñas esta cifra es significativa para el comercio entre ambos países ya que durante el año 2004 al año 2008 el comercio entre estos dos países ha ido aumentando.

Los principales productos importados por Panamá son los siguientes:

- Combustibles minerales, aceites minerales
- Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres
- Reactores nucleares calderas, maquinas, aparatos y artefactos mecánicos.
- Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes.
- Productos farmacéuticos
- Materias plásticas y manufacturas.
- Fundición, hierro y acero
- Papel, cartón
- Cereales
- Prendas y complementos de vestir.

En el capítulo 3 se analizara más a fondo estos productos importados por Panamá para concluir qué productos manufacturados en el Sur del Valle de Aburrá son más susceptibles de exportación hacia Panamá

7.2.4 EXPORTACIONES DE PANAMÁ ENTRE 2004 Y 2008.



EE.UU. representa un 39.74% del total exportado por Panamá, este país sigue siendo su principal socio comercial tanto para sus exportaciones e importaciones. Para el año 2005 Panamá exportó a este país un total de US\$ 432,64 millones mostrando una participación de 44.89%, pero para el año 2006 y 2007 las exportaciones hacia este país cayeron; solo hasta el año 2008 lograron aumentar.

La variación para los años 2006 y 2007 fue negativa mostrando un 1.74%, pero para el año 2008 la variación fue de 12.11% evidenciando un incremento positivo en sus exportaciones hacia Estados Unidos.

Holanda, España y Suecia son fuertes socios comerciales para Panamá y a pesar de que en el caso de España las exportaciones panameñas cayeron drásticamente para los años 2007 y 2008 su participación en el mercado sigue siendo positiva para el comercio panameño, ya que el total exportado hacia España durante los años de investigación fue de US 281,97 millones siendo este su tercer socio comercial más importante.

Suecia es una importante ruta de destino para las exportaciones panameñas, en el año 2005 comenzó exportando hacia este país un total de US\$543,32 millones

evidenciando una variación positiva respecto al año siguiente del 4.65% y terminó exportando para el año 2008 un total de US\$ 626,89 millones.

Por otro lado es importante mencionar el comercio que tiene Panamá con algunos países de Centroamérica como es el caso de Nicaragua. Panamá comenzó exportando hacia este país en el año 2005 un total de US 213,80 millones, pero para los años siguientes las exportaciones cayeron drásticamente, en el año 2008 el total exportado fue de US\$ 134,62. La participación de Nicaragua en el total de lo exportado por Panamá es del 1.53%.

Panamá es una plataforma mundial para el comercio con otros países y otros continentes, la evidencia de esto es que Panamá tiene negociaciones comerciales con algunos países de oriente como lo es el caso de Taipéi Chino, donde este tiene una importante participación del 3.06% y donde para el año 2005 comenzó exportando hacia este país un total de US\$ 200,46 millones y para el año 2006 un total de US\$ 236,64 evidenciando una participación para estos dos años de 51.73%. Para el año 2007 y 2008 su participación y variación es positiva donde sus exportaciones crecieron, y terminó exportando para el año 2008 un total de US\$ 466,65.

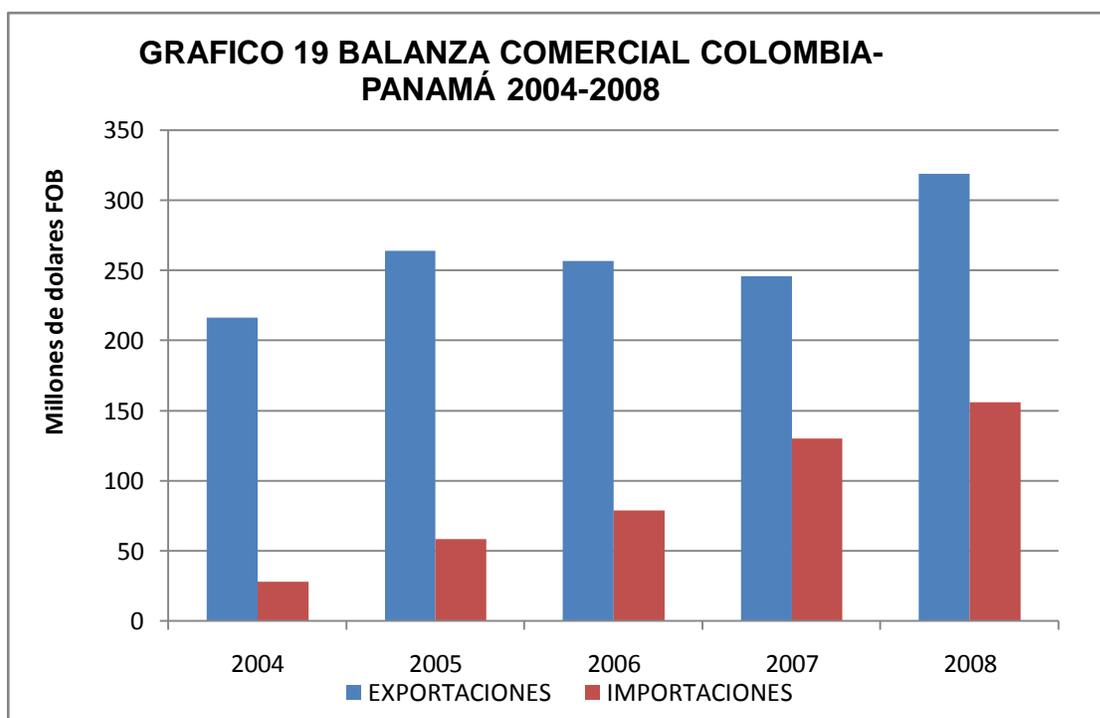
TABLA 2 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR PANAMÁ 2005-2008

CO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	TOTAL
3	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	425.464	367.440	391.648	419.983	1.604.535
8	Frutos comestibles; cortezas de agrios.	236.197	314.048	358.056	351.569	1.259.870
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos	26.401	22.605	40.858	42.520	132.384
17	Azúcares y artículos de confitería	23.945	21.556	17.991	15.545	79.037
2	Carne y despojos comestibles	21.850	24.390	20.542	23.478	90.260
72	Fundición, hierro y acero	21.371	17.023	22.843	35.541	96.778
1	Animales vivos	21.328	30.743	16.546	526	69.143
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	18.045	12.664	18.530	13.539	62.778
48	Papel, cartón;	17.539	23.039	28.853	29.394	98.825
30	Productos farmacéuticos	15.193	15.880	15.087	18.172	64.332
4	Leche y productos lácteos; huevos	13.935	10.959	11.463	17.492	53.849
9	Café, té, yerba mate y especias	13.648	13.657	17.686	17.318	62.309

7.2.5 CARACTERISTICAS COMERCIALES ENTRE PANAMÁ, COLOMBIA, ANTIOQUIA 2004 Y 2008.

Según el grafico 19 Colombia posee un superávit constante durante los 5 años analizados, nuestro país exporta más de lo que importa con respecto a la República de Panamá.

Lo que indica que para Colombia, Panamá es un importante socio comercial ya que es evidente que durante estos 5 años la balanza comercial siempre obtuvo un saldo a favor de Colombia, donde solo para los años 2006 y 2007 hubo una leve reducción en las exportaciones pero que en 2008 obtuvo una recuperación de casi un 30% con respecto al año anterior y que en este año el superávit alcanzo los US 162,721 millones.

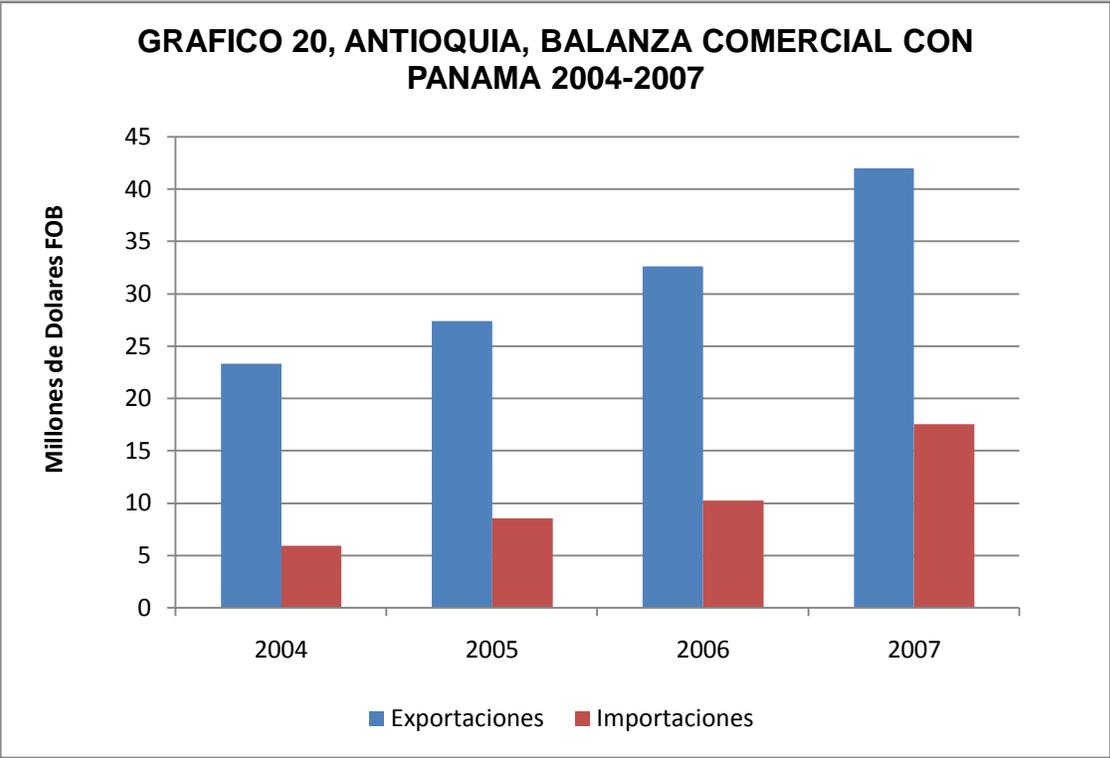


FUENTE: <http://websiex.dian.gov.co/>, Cálculos autor.

La balanza comercial de Antioquia con Panamá desde el 2004 al 2007 ha sido representativa, para el 2004 el superávit de Antioquia fue de US\$17,428 millones y en el 2005 fue de US\$ 18,845 millones mostrando una variación en las exportaciones del 17.3% y en las importaciones del 44.61%. Para el 2006 y 2007 la balanza sigue mostrando un saldo positivo que para el 2006 fue de US\$22,353 millones aumentando así sus exportaciones mostrando una variación del 19.19% y una variación en las importaciones del 20.47%.

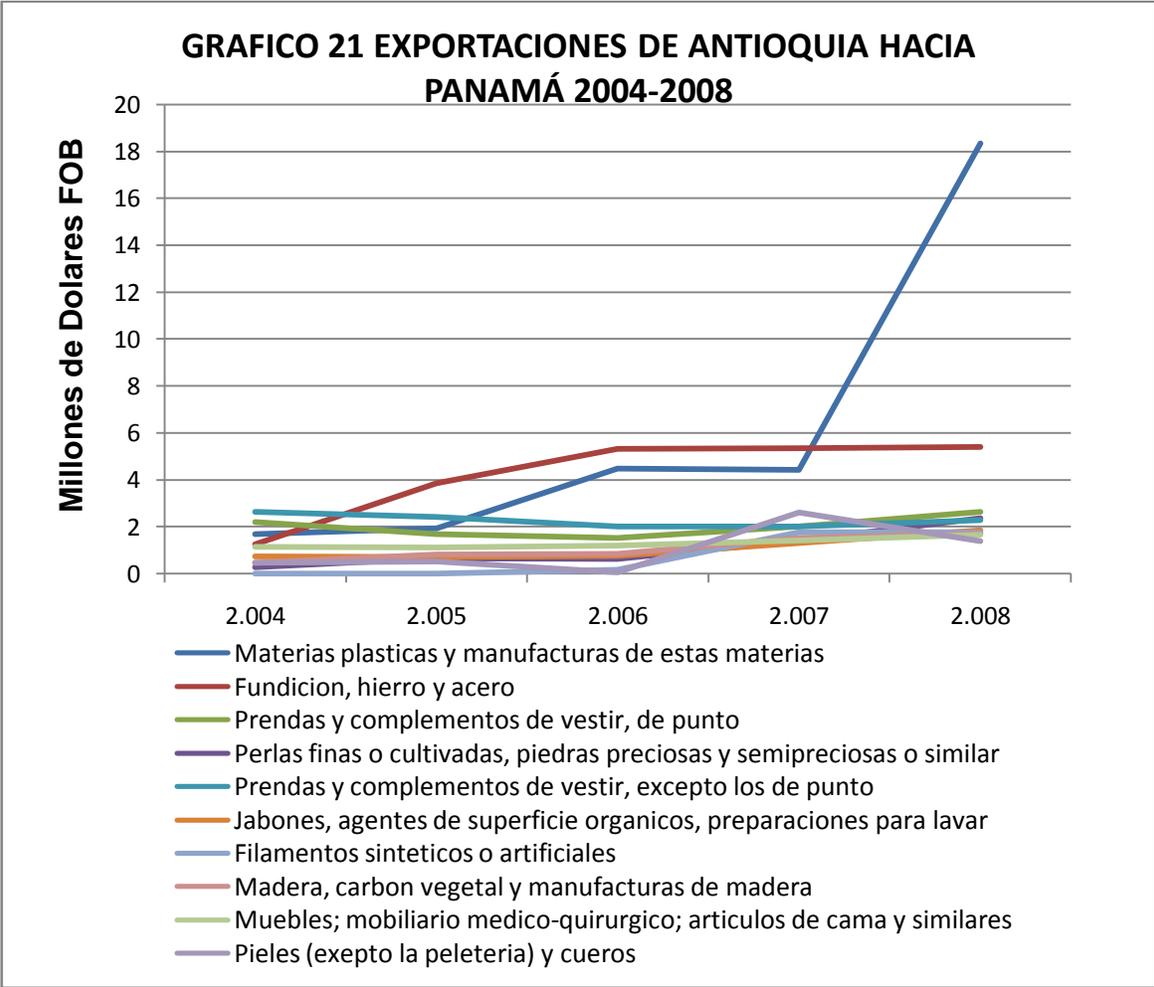
En el 2007 fue un año de buenas relaciones comerciales con este país ya que como se puede observar en el grafico Antioquia continua aumentando sus exportaciones hacia este mercado mostrando un crecimiento en el saldo de la balanza de US\$24,417 millones.

Las buenas relaciones comerciales de Antioquia con Panamá se ven reflejadas en el grafico 20, ya que son más las exportaciones que las importaciones, lo cual indica que los empresarios antioqueños deben seguir observando las oportunidades que presenta este mercado diversificando aun mas sus productos, de manera que se siga la tendencia en el aumento de las exportaciones.



FUENTE: <http://websiex.dian.gov.co/>, Cálculos autor.

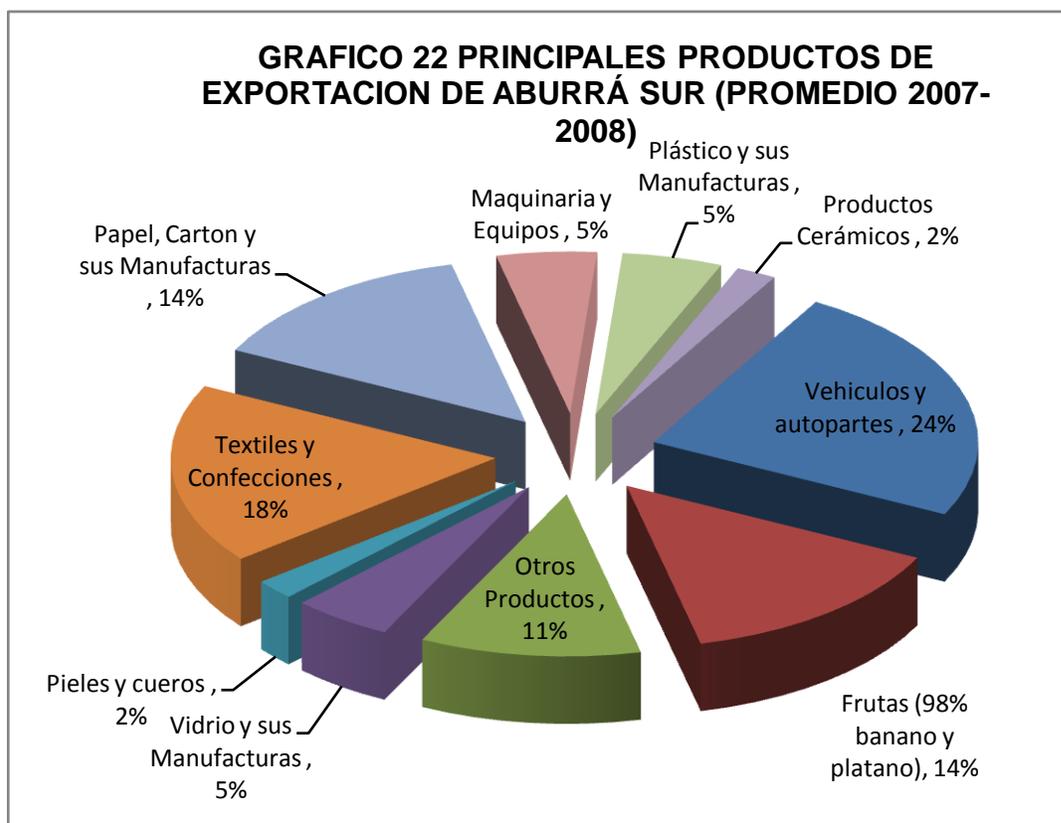
El grafico 20 muestra como las exportaciones Antioqueñas hacia Panamá generalmente se han mantenido a través de los años 2004 a 2008, donde el producto que mas crecimiento ha presentado ha sido materias plásticas y sus manufacturas, presentando su mayor variación entre los años 2007 y 2008, años en los cuales se incrementó 315%. Se visualiza en el grafico que Panamá es un mercado potencial para los productos textiles producidos por la industria Antioqueña, además de las fundiciones de hierro y acero con una participación del 10,7%, perlas finas con 3,2%, jabones 3.2% entre otros.



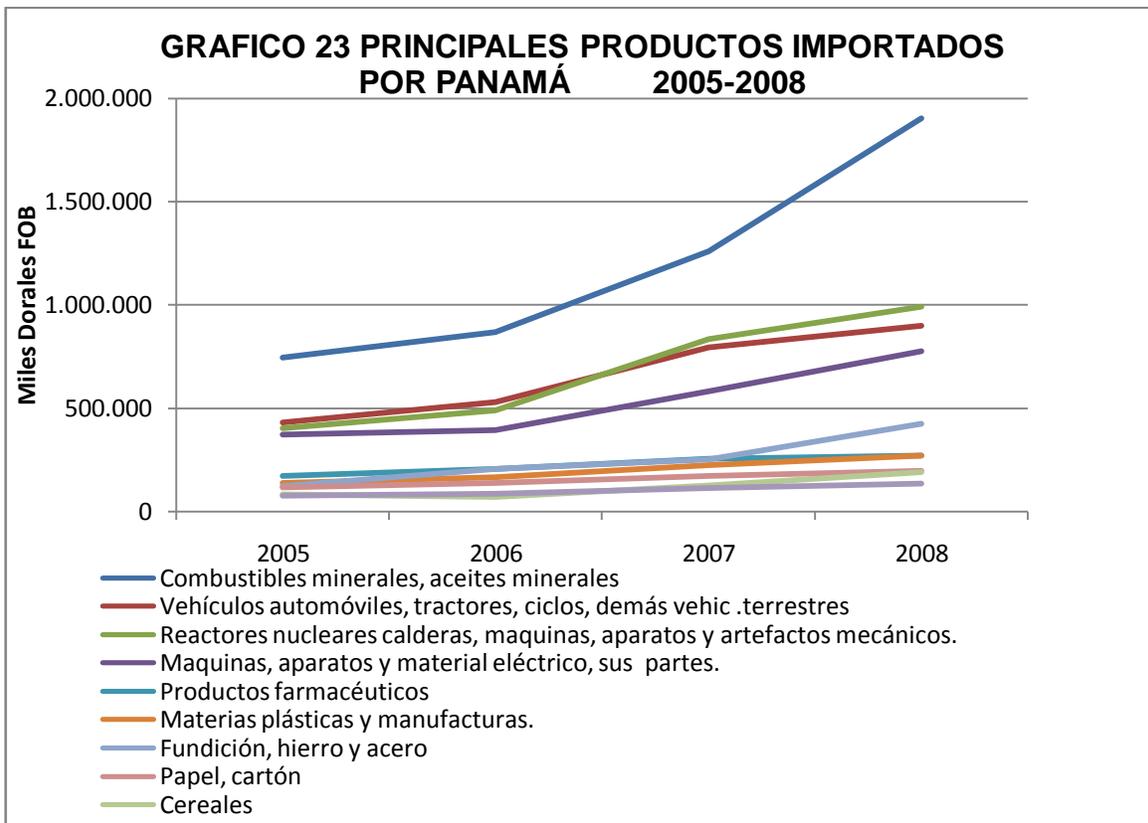
FUENTE: <http://websiex.dian.gov.co/>, Cálculos autor. Anexo S

7.3 CARACTERISTICAS COMERCIALES DE PRODUCTOS ENTRE ABURRÁ SUR Y PANAMÁ

En este capítulo se analizan que productos son susceptibles a exportar hacia la República de Panamá manufacturados en el Sur del Valle de Aburrá, en el grafico 22, observamos los principales productos exportados por el Aburrá Sur hacia el mundo.



FUENTE: Cámara de Comercio de Aburrá Sur



FUENTE: http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx, Anexo R

Según el gráfico 23, Panamá importa con mayor cantidad combustibles minerales y los aceites minerales eso demuestra gran dependencia de importaciones de gasolina y diesel incrementándose cada vez mas pues durante los años 2005 a 2008 ha surgido un aumento de este producto en 151%, se observa que su segundo producto de importación son los automóviles lo cual muestra una relación directa entre ambas importaciones.

En los gráficos 22 y 23 uno de los grandes productos producidos por el Aburrá Sur con gran proyección en el mercado de Panamá son aquellos del capítulo 87 "Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres" donde para Aburrá sur alcanzaron el 24% de las exportaciones, siendo este su producto más representativo en ventas al exterior y el cual Panamá ha importado un total de US\$ 2,652 Millones durante los años 2005 a 2008 productos que en Panamá han tenido variaciones positivas durante todos los años, llegando a un crecimiento entre 2004 a 2008 de 194,7%, donde la industria anteriormente mencionada como SOFASA puede recuperar en buena parte el mercado perdido en el país de Venezuela el cual fuese su principal comprador durante varios años.

La tabla 3 muestra los principales productos del Capítulo 87 con potencial en Panamá.

TABLA 3 PRINCIPALES PRODUCTOS DEL CAPITULO 87 IMPORTADOS POR PANAMÁ

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TOTAL 2005-2008
'8703	Coches de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente	USD 1.749.249
'8704	Vehículos automóviles para el transporte de mercancías.	USD 347.563
'8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 8	USD 236.904
'8705	Vehículos automóviles para usos especiales	USD 55.807
'8702	Vehículos automóviles para el transporte de diez o más personas.	USD 99.969
'8701	Tractores (excepto las carretillas tractor de la partida 87.09).	USD 77.045
'8716	Remolques y semirremolques para cualquier vehículo; los demás vehículos	USD 39.568
'8711	Motocicletas y triciclos, a motor (incluidos los de pedales).	USD 21.772
'8712	Bicicletas y demás velocípedos (incluidos los triciclos de reparto).	USD 9.496

FUENTE: http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

Otro interesante grupo de productos que se observa en la tabla 3, donde El Aburrá Sur puede tener una ventaja comparativa en sus exportaciones hacia Panamá son aquellos del capítulo 85 “Maquinas, aparatos, material eléctrico y sus partes” donde el grafico 22 muestra una participación del 5% en las exportaciones de Aburrá Sur el cual para Panamá es el 4to producto más importado con un total de US 2,12 millones durante los años 2005-2008 y que ha presentado un incremento de 173,6% entre dichos años.

Los principales países de donde se importan este tipo de producto son: Estados Unidos, México y China; aunque Colombia aparece en el 6to lugar de los países proveedores aun se puede superar la cantidad vendida a ese país ofertando mas sus productos y añadiéndoles valor agregado. Entre los principales productos de este capítulo encontramos:

TABLA 4 PRINCIPALES PRODUCTOS CAPITULO 85 IMPORTADOS POR PANAMÁ

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TOTAL 2005-2008
'8517	Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, incluidos los	USD 426.396
'8528	Aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de rad	USD 166.956
'8544	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demás conductores aislados p	USD 223.971
'8523	Soportes preparados para grabar sonido o grabaciones análogas.	USD 47.247
'8504	Transformadores eléctricos, convertidores eléctricos estáticos (por ej.	USD 88.894
'8536	Aparatos para corte, seccionamiento, protección, derivación, empalme o	USD 89.945
'8525	Aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o	USD 204.051
'8503	Partes identificables como destinadas, exclusiva o principalmente, a l	USD 23.257

FUENTE: http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

Aunque Colombia Ocupa el tercer lugar en las importaciones de los productos del capítulo 39 “materias plásticas y sus manufacturas” (solo superado por Estados Unidos y Costa Rica) donde Panamá en 2005 importó US\$136.802 finalizando el 2008 con importaciones de US\$ 268.195 lo que representa un incremento en las importaciones para esta industria de 195% en dichos años, puede seguir siendo una gran oportunidad para los empresarios Colombianos especialmente en este caso específico los de Aburrá Sur pues para esta región las materias plásticas representaron el 5% de las exportaciones entre 2007 y 2008. En la tabla 5 observamos los principales productos capítulo 39 importados por Panamá

TABLA 5 PRINCIPALES PRODUCTOS CAPITULO 39 IMPORTADOS POR PANAMÁ MATERIAS PLÁSTICAS Y SUS MANUFACTURAS

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TOTAL 2005-2008
'3923	Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas,	USD 214.184
'3917	Tubos y accesorios de tubería (por ejemplo: juntas, codos, empalmes (r	USD 128.844
'3924	Vajilla y demás artículos de uso domestico y artículos de higiene o de	USD 86.440
'3920	Las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin	USD 87.774
'3926	Las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materia	USD 87.606
'3901	Polímeros de etileno en formas primarias.	USD 105.961
'3925	Artículos para la construcción, de plástico, no expresados	USD 52.079
'3904	Polímeros de cloruro de vinilo o de otras olefinas halogenadas.	USD 41.167
'3919	Placas, laminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas, autoadhesivas	USD 31.564

Papel y cartón (capitulo 48) son otros de los productos con gran influencia en ambas partes, es decir Aburrá Sur es un buen productor y Panamá es un gran consumidor pues para Aburrá Sur estas exportaciones han alcanzado el 14% durante 2007 y 2008 y para Panamá estas importaciones se han incrementado en un 215% importando así un total de US\$ 620.642 durante los años 2004 y 2008 observando una tendencia creciente para este tipo de productos lo que para el productor local favorece notablemente la venta de este tipo de productos en esta nación. En la tabla 6 observamos los principales productos del capítulo 48 que importa Panamá

TABLA 6 PRINCIPALES PRODUCTOS DE PAPEL CARBON (CAPITULO 48)
IMPORTADOS POR PANAMÁ

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	TOTAL 2005-2008
'4818	Papel del tipo de los utilizados para papel higiénico y papeles similar	USD 123.465
'4819	Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel,	USD 53.531
'4802	Papel y cartón, sin estucar ni recubrir, del tipo de los utilizados	USD 84.337
'4804	Papel y cartón kraft, sin estucar ni recubrir, en bobinas (rollos) o e	USD 103.168
'4811	Papel, cartón, guata de celulosa y napa de fibras de celulosa, estucad	USD 73.619
'4801	Papel prensa en bobinas (rollos) o en hojas.	USD 50.051
'4820	Libros registro, libros de contabilidad, talonarios (de notas, pedidos	USD 22.550
'4821	Etiquetas de todas clases, de papel o cartón, incluso impresas.	USD 18.001
'4805	Los demás papeles y cartones, sin estucar ni recubrir, en bobinas (rol	USD 23.659
'4823	Los demás papeles, cartones, guata de celulosa y napa de fibras de cel.	USD 23.609

Por otra parte, Aburra Sur es gran productor de textiles, alcanzando un 18% de sus exportaciones, como se puede observar en el grafico 23, los productos textiles no están dentro de uno de los principales productos importados por Panamá, sin embargo, este país importa la mayoría de estos productos de países como Estados Unidos, China, Pakistán.

Este sector ha sido durante los últimos años uno de los más representativos para la industria de Aburrá Sur y donde nuestro principal comprador ha sido durante años Venezuela, mercado que sin embargo como ya se ha mencionado antes después de los conflictos, han venido decreciendo drásticamente sus compras, así que Panamá es una gran oportunidad que los empresarios del sector textil deben aprovechar para así ir reemplazando este mercado tan importante como lo fue Venezuela. Es aquí donde el empresario no debe dar un paso al costado y simplemente parar su producción por que ha perdido el cliente más importante, donde debe aprovechar las nuevas oportunidades que se presentan diariamente y en este caso el aprovechamiento de las relaciones comerciales con Panamá

puede llegar a ser una fuente de ingresos para el empresario del Sur del Valle de Aburrá.

En la tabla 7 se mencionan algunos productos textiles producidos en el Sur del Valle de Aburrá y sus principales destinos durante los años 2004-2008

TABLA 7 PRODUCTOS DE PRENDAS DE VESTIR PRODUCIDOS EN EL VALLE DE ABURRA Y SUS PRINCIPALES DESTINOS

6104	"pantalones largos y vestidos de punto, con peto, cortos y ""shorts"" d punto fibras sintéticas, mujer o niñas " "	Venezuela
6106	camisas, blusas y blusas camiseras punto, d algodón, para mujeres o niñas	Venezuela, EEUU
6108	Salto d cama, bragas, camisonos o pijamas, batas y arts. símil d punto fibras sint o artif, p mujer o niña	México, EEUU, Venezuela
6109	""t-shirts"" y camisetas interiores, de punto: de a l g o d o n	estados unidos
6112	bañadores de punto: de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	México
6202	anoraks y cazadoras, de algodón, para mujeres o niñas	Rep. dominicana
6203	pantalones largos, pantalones peto, pantalones cortos y shorts(excepto de baño),de algodón, para hombres o niños, de tejidos	Venezuela
6204	conjuntos de algodón, sacos, vestidos, pantalones largos, para mujeres o niñas	Venezuela México
6205	camisas de algodón, para hombres o niños	Venezuela
6206	camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintética o artificial, p mujeres o niñas	Venezuela, México Rep. Dominicana
6208	camisetas int, bragas, saltos d cama, albornoces y símil algodón mujeres o niñas	Venezuela
6211	demás prendas de vestir de algodón, para mujeres o niñas	México
6212	corsés, tirantes, ligas y artículos similares y sus partes, incluso de punto	México
6302	dms ropa de cama, estampadas: de a l g o d o n	Venezuela
6303	"dms visillos y cortinas; guardamalletas y rodapiés de cama, de fibras sintéticas " "	Venezuela

6403	dms calzados, con suela de caucho, plástico o cuero regenerado, y parte superior de cuero natural.	Guatemala
6505	dms sombreros y dms tocados, de punto o confección con encaje, fieltro o u otro producto textil, en pieza (pero no en tiras),i	Venezuela

FUENTE: Cámara de comercio Aburrá Sur

Se observa que Venezuela se repite en la mayoría de productos mostrando una gran dependencia hacia este mercado lo que indica que el productor local debe aprovechar más aun los otros mercados y motivarse hacia el mercado Panameño.

Las frutas tienen grandes oportunidades en el mercado panameño, Aburra Sur tiene un porcentaje de exportación en este producto del 14% y los países que más lo exportan hacia Panamá son Estados Unidos con participaciones en el último año del 70.6%, Chile del 19.9% y Perú del 4%, con estos dos últimos Aburrá Sur podría entrar a competir directamente ya que como se observa, su porcentaje exportador es bastante alto.⁴⁸

TABLA 8 PRODUCTOS DE MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES (CAPITULO 84) EXPORTADOS POR ABURRÁ SUR

PARTIDA	DESCRIPCION	PRINCIPALES DESTINOS
8422	maquinas y aparatos para limpiar o secar botellas o demás recipientes, envasadoras de líquidos, maq. y aparatos para llenar, cerrar, tapar, taponar o etiq. botellas, botes o latas, cajas, sacos	estados unidos México, Venezuela Ecuador
8428	dms aparatos elevadores o transportadores, de acción continua, para mercancías	Panamá
8436	incubadoras y criadoras	ecuador
8487	dms partes d maq o aparatos no exp ni comprendidas en otra parte este capítulo, sin conexiones eléctricas, partes aisladas	Rep. dominicana

FUENTE: Cámara de comercio Aburrá Sur

⁴⁸ FUENTE: http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx

La tabla 8 muestra que Aburrá sur es un buen productor de varias maquinas y artefactos mecánicos, en esta tabla se observa que el producto de la partida 8428 tiene como uno de sus principales destinos la República de Panamá, así que es uno de los pocos productos que las empresas del Sur del Valle producen y envían hacia este país, los demás productos tienen destinos como Venezuela, México, Ecuador, sin embargo también el empresario antioqueño debe comenzar a mirar oportunidades de ubicar estos productos en el mercado Panameño los cuales están en el lugar N° 14 de las importaciones Panameñas del resto del mundo.

Entre otros productos que pueden llegar a tener una buena aceptación por parte del mercado Panameño y que observamos en los destinos de exportación no se encuentra Panamá, están algunos granos y panela cuyos destinos son principalmente España y EEUU, frutas y bebidas no alcohólicas hacia Canadá, Puerto Rico y EEUU, caucho, hierro, tornillos, tuercas hacia Venezuela, entre otros; estos productos los podemos observar con más detalle en la tabla 9.

TABLA 9 OTROS PRODUCTOS QUE PRODUCE ABURRÁ SUR Y QUE TIENEN GRANDES OPORTUNIDADES DE INGRESO AL MERCADO PANAMEÑO

PARTIDA	DESCRIPCION	PRINCIPALES DESTINOS
1104	granos de maíz trabajados (por ej: mondados, perlados, troceados) de maíz	España (excl. islas canarias)
1701	chancaca (panela, raspadura) en bruto sin adición de aromatizante ni colorante	estados unidos
2008	dms frutas u otras frutas y dms ptes comestibles de plantas, prep o cons d otro modo,..	Canadá
2206	dms bebidas fermentadas(x ej:sidra, perada, aguamiel) y sus mezclas y bebidas no alcohólicas	puerto rico
3926	dms manufacturas d plástico y manufactura d las dms materias d las part 3901 a 3914	costa rica
4016	demás manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer	Venezuela
7215	las demás barras de hierro o acero, simplemente obtenidas o acabadas en frio, diámetro menor o igual a 100mm	Venezuela
7217	los demás alambres de hierro o acero sin alear	Venezuela
7616	puntas, clavos, grapas apuntadas, tornillos, pernos, tuercas, etc., de aluminio	Venezuela
8501	dms motores d corriente alterna,polifasicos, d potencia >a 750w e <o=7.5kw	México

9403	muebles de madera del tipo de los utilizados en oficinas.	Rep. dominicana
9404	dms artículos de cama y artículos similares, bien con muelles(resortes),o guarnecidas	estados unidos
9405	proyectors de luz	Perú
9606	botones de metal común, sin forrar con materia text	México

FUENTE: Cámara de comercio Aburrá Sur

Lo cual demuestra que Aburrá Sur tiene un gran potencial de exportaciones hacia Panamá que no se están siendo aprovechadas en la actualidad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

www.proexport.com

www.wikipedia.com

Mapas del tratado de libre comercio 2008 (república de Colombia y el triángulo norte de Centroamérica), unidad
De comercio internacional-cámara de comercio Aburrá sur 2008.

<http://www.portalplanetasedna.com.ar>

<http://definicion.de/metodo-inductivo/> tomado 9 de febrero de 2010, 4:20pm

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/2.4.2.htm>

<http://www.trademap.org/>

Fuentes de información y bases de datos Cámara de Comercio Aburrá Sur.

Revista economía y comercio América Latina y el Caribe, 2009.

CONCLUSIONES

- El aprovechamiento de las alianzas estratégicas para los empresarios colombianos en especial los Antioqueños dependen de que tan buena información tengan estos acerca de los pasos que se deben seguir para una negociación comercial y que tratos preferenciales existan en relación con el producto o servicio a exportar
- Este estudio de sensibilización es una herramienta potencial para el empresario y toda aquella persona que desee emprender una negociación comercial con la República de Panamá puesto se ha recopilado información de sector por sector y todas aquellas fortalezas y debilidades que puede ofrecer un intercambio comercial con dicho país.
- La ratificación del tratado de libre comercio entre Colombia y la República de Panamá es una herramienta que permite consolidar las buenas relaciones comerciales no solo con el vecino país sino también con los países de Centroamérica y América del Norte ya que Panamá por su buena posición geográfica es una excelente ventaja para el tránsito de mercancías mundiales.
- Los análisis de nuestra investigación están soportados en información verídica y en bases de datos brindadas por la cámara de comercio de aburra sur.
- El sector industrial de la economía colombiana durante los años 2004 y 2008 fue el más representativo de la economía nacional, este alcanza el 60,2%.
- En los subsectores de la industria Colombiana los más representativos son los que pertenecen a la fabricación de productos químicos y Los alimentos y bebidas como alimentos procesados, donde encontramos los confites, chocolates y galletas.

- Estados Unidos, Francia, Chile, Israel y otros destinos destacados como China, España y Taiwán se convirtieron en una importante ruta de destino para el aumento de divisas provenientes del sector minero de las exportaciones colombianas,.
- Estados Unidos es el principal socio comercial de Colombia, hacia este país se envía el 37,8% de las exportaciones, le sigue Venezuela con el 13,6%.
- El bloque comercial más importante para Colombia es la ALADI con el 39% de las exportaciones seguido de la CAN con el 16%.
- Entre los años 2006 a 2008 los Antioqueños han importado más artículos de los que producen, ya que la balanza comercial solo muestra superávit durante 2004 y 2005.
- Al igual que las exportaciones colombianas, el sector industrial sigue siendo el más representativo en los destinos de los productos antioqueños adjudicándosele un 65.23% del total exportado por Antioquia durante los años 2004-2008.
- Para Antioquia al igual que Colombia los Estados Unidos y Venezuela son los principales destinos de las exportaciones.
- La República de Panamá es un importante aliado comercial ya que Posee una de las rutas más importantes del comercio mundial como es el Canal de Panamá, considerado uno de los más importantes Centros Logísticos para el transporte y acopio de carga del mundo.
- Para Panamá el principal socio en tanto en importaciones como exportaciones es Estados Unidos con el 30% en las importaciones, también países como República de Corea con 3.22% Japón 4.55%, china 4.34%, costa rica 4.92% son importantes orígenes de las importaciones panameñas.

- Uno de los grandes productos producidos por el Aburrá Sur con gran proyección en el mercado de Panamá son los Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres” donde para Aburrá sur alcanzaron el 24% de las exportaciones, siendo este su producto más representativo en ventas al exterior y el cual Panamá ha importado un total de US\$ 2,652 Millones durante los años 2005 a 2008.
- Aburrá Sur puede tener una ventaja comparativa en sus exportaciones hacia Panamá con “Maquinas, aparatos, material eléctrico y sus partes” los cuales representan el 5% de las exportaciones de Aburrá Sur y para Panamá es el 4to producto más importado.
- Entre otros productos producidos por Aburrá Sur con gran potencial de venta a Panamá encontramos: materias plásticas y sus manufacturas, Papel y cartón, prendas de vestir y maquinas y aparatos eléctricos.

CONCLUSIONES GENERALES

- Con las estadísticas reunidas y las bases de datos interpretadas podemos dar a todos aquellos empresarios interesados en hacer negociaciones con el mercado de la república de Panamá un análisis detallado acerca de la situación global de la industria colombiana con dicho país.
- Este trabajo lo realizamos en conjunto con asesorías del zeiky de la cámara de comercio aburra sur CCAS, para ello nos dotamos de herramientas y de enfoques técnicos y profesionales dirigidos ampliamente a los negocios internacionales y que gracias a nuestra universidad hemos aprendido a lo largo de estos 5 años de formación académica
- Para la interpretación de este estudio nos basamos en información arrojada durante los años 2004 y 2008 apoyados en todo tipo de documento o información que nos permitiera analizar el comercio exterior de Colombia hacia resto del mundo y hacia panamá, que fue nuestro objeto de comparación entre la industria del sur del valle de aburra y la república de panamá.
- Lo realizamos con la intención de mostrar las ventajas y posibles amenazas que puede tener nuestra economía nacional con el comercio exterior de la República de panamá y con la intención de que las PYMES y los empresarios de la región puedan ver cual sector o subsector de la economía colombiana le resulta más favorable.