



Agroindustria, Súper Ricas

“Desde 2004 exportamos a Estados Unidos plátanos dulces y verdes, papas naturales, picantes y de limón. También llevamos rosquitas de almidón de yuca y queso, nuestro producto que tiene mayor pedido en ese país. Nos ha ido muy bien, ahora estamos con la expectativa de crecimiento porque

nuestro distribuidor tiene un aliado más grande, lo que nos permitirá tener la oportunidad de llegar a más lugares dentro del país. En este momento estamos exportando a La Florida, pero esperamos con el TLC tomar las plazas donde mayor cantidad de latinos hay como Nueva York y Los Ángeles.

Estábamos disfrutando de la Atpdea, al fin al cabo eso era lo que nos venía beneficiando, ahora pues se nos vuelve a activar el mercado porque tendremos arancel cero y nos van a retribuir lo que tuvimos que pagar mientras no estuvimos cubiertos”, **John Silva, de Súper Ricas.**

TLC COLOMBIA ESTADOS UNIDOS

En marcha más de 150 actividades para aprovechar TLC

¶ En diciembre una misión de más de 150 empresarios de Estados Unidos llegará para explorar oportunidades de negocio en Colombia.

La firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos le puso al Gobierno y a las empresas el reto de sacar provecho de los beneficios de ingresar con cero aranceles al mercado más grande del mundo, 310 millones de habitantes, y que ha sido históricamente el mayor socio comercial de Colombia.

El aprovechamiento de los tratados es una de las tareas más importantes lideradas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Proexport. Para el caso del TLC con Estados Unidos, la institución diseñó una estrategia que es el resultado de un trabajo que comenzó hace cinco años ante la necesidad de preparar al sector productivo para la apertura de las fronteras comerciales.

“Se han trazado tres fases: Fortalecimiento, Expansión e Innovación, que ya están y tienen como propósito acompañar a los empresarios y orientarlos en su internacionalización con las oportunidades de negocios que Proexport tiene identificadas”, explicó la presidenta de Proexport, María Claudia Lacouture.

Tras la aprobación legislativa del TLC en EEUU y la inminencia de su entrada en vigor, comenzó un plan de divulgación en los 32 departamentos colombianos y en doce de los estados de Estados Unidos con mayores oportunidades para dar a conocer las opciones comerciales que se han detectado. En esta fase, será clave buscar nuevos compradores, recuperar nichos y explorar los mercados.

Macrorruedas, seminarios, ferias y misiones

Hasta diciembre de 2012, el plan de acción tendrá más de 15.000 citas comerciales con la participación de más de mil empresas exportadoras y 1.300 compradores. En total, serán más de 150 actividades en Colombia y Estados Unidos.



Para el TLC con Estados Unidos, Proexport diseñó una estrategia de fortalecimiento, expansión e innovación para orientar a los empresarios en la internacionalización de sus negocios.

Una de las primeras tendrá lugar el próximo 1 y el 2 diciembre con la visita de una misión multisectorial integrada por más de 150 empresarios estadounidenses entre ellos compradores de textiles y confecciones, agroindustria, manufacturas y servicios, quienes estarán en plantas de producción en diferentes regiones y cumplirán agendas comerciales con exportadores de 12 ciudades.

Se buscará motivar a las empresas con grande y mediana capaci-

dad exportadora para que aumenten su oferta a través de la compra a proveedores colombianos que no tienen capacidad de vender sus productos en el exterior a través de ruedas de negocios conocidas como “compra colombiana para exportar”.

El próximo año Proexport organizará macrorruedas en California (marzo) y en Chicago (octubre), cada una con aproximadamente 400 compradores estadounidenses, mexicanos y cana-

dienses; dos ruedas de negocios para empresarios del sector servicios (industria creativa BPO, software y TI y servicios); y cinco seminarios de divulgación (con cobertura en Colombia y en Estados Unidos) divididos por sectores: dos de textiles, uno de manufacturas, uno de agroindustria y otro de servicios. También se tiene previsto participar en 16 ferias de textiles y confecciones, cuatro de agroindustria y cuatro de manufacturas. También acompañá-

rá tres misiones especiales exploratorias para pymes.

Fortalecimiento de empresas

En una segunda etapa, Proexport trabajará en la identificación de los empresarios que necesitan reforzar sus conocimientos en temas relacionados con certificaciones, normas de calidad, asuntos legales, fitosanitarios, volúmenes y aduaneros. Todo con la idea de impulsar su integración comercial con Estados Unidos. Expertos en normas fitosanitarias y en certificaciones de calidad estarán disponibles para apoyar y capacitar a los empresarios.

Un aspecto de suma importancia será el impulso de la innovación dentro de la dinámica exportadora. “La institución está en la constante búsqueda de compradores de alta calidad, por eso –agregó Lacouture– es importante que la oferta de productos y servicios tenga valor agregado y más innovación. Es importante que las empresas busquen certificaciones internacionales o reconocimiento sanitario según el sector”.

El Plan de Aprovechamiento tendrá como labores permanentes la contratación de estudios de inteligencia de mercados; la identificación de oferta y demanda; el trabajo con aliados como las cámaras de comercio y los gremios; ruedas de negocios virtuales por compradores; asesoría a través de la línea 019000; la divulgación de las oportunidades del TLC en medios de comunicación masivos, especializados y redes sociales; y la visita a Colombia de periodistas especializados para que dinamicen el exterior la oferta del país.

Más cerca de los empresarios

Oficinas regionales: Proexport fortalece su presencia en el país a través de estas oficinas, en donde permanentemente se elaboran estudios que definen las oportunidades de las empresas de la región. Tenemos oficinas en Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Medellín y Pereira. www.proexport.com.co/proexport/red-de-oficinas

Zeiky: son los Centros de Información y Asesoría en Comercio Exterior que Proexport tiene en alianza con cámaras de comercio y academia. Allí el exportador puede conocer la oferta exportable y acceder a programas de capacitación y asesoría especializada. Hay 23 en el país.

Página web: la entidad renovó recientemente su página con información especializada en turismo, exportación e inversión. En ella encontrará un especial detallado sobre las oportunidades por sectores que ofrece para la empresa colombiana el TLC con Estados Unidos.

Redes sociales: si quiere estar al tanto de lo que pasa en Proexport, sigálos en twitter en @proexport y en la página de Facebook www.facebook.com/Proexport

Líneas nacionales: 01900 33 10021. Tenemos disponibles más de 70 asesores especializados.



Lilia Montoya.

Manufacturas, Fuller Pinto

"Desde el 2003 exportamos a Estados Unidos todo lo que son productos de aseo para el hogar y la industria como escobas, recogedores y traperos. Nos habíamos visto afectados por el tema de la ATPDEA, debido a los aranceles que tenían que pagar nuestros

clientes. Que salga el TLC nos apoya para que esos aranceles no sean cobrados y pues ahora las oportunidades que tenemos son muchas. Queremos abrir mercado en donde no estamos como Carolina del Norte, Texas y Luisiana y fortalecer nuestra presencia en

Miami, Nueva York y Nueva Jersey. Sabemos que nuestro producto se comporta muy bien en ese mercado, por eso la idea entonces es darle reconocimiento a la marca a nivel internacional. Ya estamos en 14 países pero queremos expandirnos", **Lilia Montoya de Fuller Pinto.**

TLC CON ESTADOS UNIDOS

¿A quiénes beneficia el TLC con Estados Unidos?

A los consumidores colombianos y estadounidenses, por cuanto les garantiza una mayor oferta de productos, a mejores precios; y a los empresarios y exportadores de los dos países, por cuanto podrán vender más productos sin pagar los impuestos de entrada que antes se exigían; y, en el caso de los colombianos, podrán comprar maquinaria no producida en el país y/o materias primas sin pagar arancel, lo cual les permitirá ser más competitivos. También beneficiará a las arcas de las dos naciones por el crecimiento de sus economías.

¿Cuál fue el resultado de la negociación para la industria?

Gracias al Tratado, Colombia obtiene acceso inmediato a prácticamente la totalidad de su oferta industrial (99,9 por ciento). Ello incluye todo el ámbito de los textiles y las confecciones, preferencias que van mucho más allá del ATPDEA pues cubren sectores nuevos como las confecciones para el hogar, generando nuevas líneas de exportación.

De otro lado Colombia otorga a Estados Unidos acceso inmediato al 81,8 por ciento de los productos, de los cuales el 92,5 por ciento corresponde a materias primas y bienes de capital no producidos en el país.

¿Y qué otros beneficios traerán esas importaciones a Colombia?

Las mayores beneficiadas serán las pequeñas y medianas empresas -pymes-, dado que la reducción de aranceles no sólo disminuye sus costos de producción, sino que les abarata la actualización tecnológica y la mejora en productividad.

¿Es verdad que el mercado colombiano se verá inundado con bienes usados?

En el tema de los bienes usados, se mantuvo el régimen de licencia previa que se ha venido aplicando para el control de este tipo de productos desde 1995, incluso para el caso de la ropa usada.

Abecé del tratado de libre comercio suscrito entre Colombia y Estados Unidos



¿Y qué pasará con el tema de los remanufacturados?

En remanufacturados se acordó una definición que permite diferenciarlos de los bienes usados y defender a través de una desgravación lenta las sensibilidades identificadas con el sector privado en el caso de auto partes, electrodomésticos y metalmeccánico. Adicionalmente, la definición adoptada permite exigir que dichos bienes estén en condiciones y gocen de garantías similares a las de mercancías nuevas, con lo cual se protege al consumidor colombiano.



¿Cómo le fue al sector agrícola?

Para el sector agrícola se abren grandes oportunidades de exportación con el Tratado, por cuanto se lograron mecanismos para asegurar el acceso real y esquemas de protección para los productos sensibles.

¿Cuáles productos se prevé que conquistarán a los consumidores estadounidenses?

Productos en los que Colombia es altamente competitiva, como frutas, hortalizas, lácteos, productos cárnicos y tabaco, entre otros, tendrán en el mercado estadounidense un gran campo de acción.

¿Y en qué otros productos se lograron buenas condiciones de acceso?

Junto con los anteriores productos, se logran mejores condiciones de acceso para flores, azúcar y sus derivados, etanol, aceite de palma y sus derivados, preparaciones alimenticias, pastas y galletería, cacao y chocolate, panela, hierbas aromáticas, café y algodón. Se calcula que esta gama de productos genera alrededor del 74 por ciento de empleo en el sector agropecuario.

¿Cómo se protegerá a los renglones agrícolas sensibles?

El TLC establece mecanismos de protección como salvaguardias automáticas, amplios plazos de desgravación, contingentes arancelarios y plazos de gracia para la agricultura colombiana, sensible en casos de enfrentar condiciones de competencia adversas.

¿Qué se logró en servicios?

Este campo es de gran proyección, dado que registra una dinámica superior a la del comercio de bienes, en parte por el impulso derivado del desarrollo de Internet, los avances en tecnología de comunicaciones y la caída en los costos del transporte internacional. Los sectores de servicios se beneficiarán con acceso preferencial y sin barreras al mercado de Estados Unidos.

¿Colombia se reservó el manejo de algunas normas en servicios?

Sí. Colombia se reservó la discrecionalidad de regular normas relacionadas con las compañías de seguridad privada -especialmente la restricción a la inversión extranjera-; el ejercicio de profesiones como la contaduría; la vinculación de científicos colombianos en investigaciones basadas en la diversidad biológica; la actividad de la televisión en sus diferentes modalidades; y los servicios públicos domiciliarios, el transporte y las comunicaciones.

Diana Ulloa.



Prendas de vestir, Draxy

“El 80 por ciento de nuestra producción, de jeans para mujeres, va a Estados Unidos, un mercado muy productivo para nosotros especialmente para la comunidad latina residente. Ahora estamos sacando colecciones de productos ecológicos para estar alineados con la

tendencia mundial. Este año el negocio ha sido un poco difícil por porque estábamos sin ATPdea, así que la noticia del TLC fue un alivio. La semana pasada estuve en Estados Unidos programando envíos de producto para 2012. Estamos listos para iniciar las ventas”, **Diana Ulloa, de Draxy**

TLC CON ESTADOS UNIDOS

TLC con Estados Unidos, motor para generar empleo

La meta de tener acceso preferencial a más de 1400 millones de personas está cada vez más cerca.

“El Tratado de Libre Comercio –TLC– implica una nueva relación con Estados Unidos: pasamos de un escenario unilateral, a un relacionamiento estable y permanente. A partir de ahora, nuestros exportadores podrán proyectar los negocios a largo plazo y con ello generar más empleo para Colombia”.

Así lo afirmó el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, quien resumió, de esa forma, las ventajas que obtendrá el país, con la puesta en vigor del acuerdo comercial suscrito con una de las principales economías del mundo.

Según proyecciones hechas durante la negociación, por el Departamento Nacional de Planeación, si se midiera únicamente el impacto de la eliminación de los aranceles, el Tratado permitirá a la economía de Colombia crecer 0,48 puntos adicionales, mientras que se prevé una disminución de dos puntos en el desempleo, cinco años después de su puesta en marcha.

La importancia del mercado de los Estados Unidos radica en su número de habitantes: más de 310 millones; su PIB, superior a los 14,6 billones de dólares; y su PIB per cápita de 47.400 dólares, según datos de 2010.

En ese mismo año, el 43 por ciento de las exportaciones colombianas llegaron a ese mercado, es decir, 16.900 millones de dólares, mientras que los productos estadounidenses que fueron colocados en el país alcanzaron 10.400 millones de dólares.

Estas características respaldan la calificación que hace Colombia de Estados Unidos, como su principal socio comercial, ámbito que ahora se extiende al campo de la inversión, incluida en el texto del Acuerdo, cuyas expectativas son favorables.

Doble efecto

La aprobación del TLC deja dos efectos: El primero es inmediato, con la extensión de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas, más conocida como ATPDEA, la cual fue renovada hasta julio de 2013.



Por ser gran generadora de empleo, la industria de las confecciones será una de las mayores ganadoras con el TLC.

El segundo es a mediano plazo, y tiene que ver con el aprovechamiento del Tratado.

En el caso de la ATPDEA, Los exportadores colombianos se verán beneficiados, teniendo en cuenta la retroactividad con la que fue aprobada la Ley: Vale recordar que desde el pasado 5 de noviembre la Custom and Border Protection (aduana de Estados Unidos) empezó a devolver los aranceles pagados en el tiempo que no estuvo vigente, es decir, entre el 13 de febrero y el 4 de noviembre de 2011.

Este hecho reviste importancia, por cuanto el 60 por ciento de las exportaciones colombianas, (9.800 millones de dólares), se venían realizando bajo dicha figura.

En cuanto al efecto a mediano plazo, hay sectores como el de textiles y confecciones que podrían triplicar sus exportaciones a ese mercado en los próximos

tres años, posteriores a la entrada en vigor el Acuerdo. Según cálculos técnicos, hay otros sectores claves de la industria colombiana que van a crecer de manera acelerada, porque se les abrirán nuevas oportunidades de negocios.

Empleo

Una de las mayores apuestas que hace el Gobierno al negociar y suscribir acuerdos comerciales tiene que ver con la generación de empleo. En el caso concreto del de Estados Unidos, un cálculo realizado por la CIDE habla de la generación de 380 mil nuevos puestos de trabajo.

Dentro de ellos, por ser gran generadora de empleo, la industria de las confecciones será una de las mayores ganadoras, por cuanto le permitirá aumentar su capacidad de exportación y con ello el empleo industrial.

El aumento del empleo se pue-

de dar, bien sea porque llegue más inversión extranjera, o por efecto del mejoramiento en la cadena logística.

Es importante resaltar que la gran generación de empleo en las economías modernas está en los sectores de servicios y de comercio, que se benefician ampliamente con los TLCs.

En cuanto a las micro, pequeñas y medianas empresas –mipyme–, las cuales suman en Colombia más de un millón 200 mil, en su gran mayoría hacen parte de los sectores de comercio y servicios. Por ese solo hecho se verán favorecidas con el Tratado.

Las que están en el sector de manufacturas contarán con equipos y materias primas más económicas para atender el mercado nacional.

Grandes retos

Son múltiples los retos que de-

be asumir el país, para que la fórmula de contar con este acceso preferencial permanente dé los resultados esperados.

Uno es el tema de la infraestructura. Sobre el particular, hay avances significativos en eficiencia en el Caribe colombiano y hoy esta región está mejor preparada para enfrentar los tratados. Se tienen puertos eficientes y zonas francas con techo industrial disponible con los cuales se puede competir y atraer inversión extranjera, para que se localice allí.

Por su parte, el Pacífico está pasando por una etapa de transformación que hay que acelerar, mientras que en el caso de Bogotá la principal obra es la modernización del aeropuerto y, en ese marco, la terminal de carga que cumple la misión de ser la más importante de Suramérica, especialmente para las exportaciones que van hacia Estados Unidos.

Igual ocurre con los ajustes normativos necesarios para la entrada en vigor del Tratado. Lo que viene ahora es la presentación, a consideración del Congreso de la República, de una serie de reformas; y la expedición de actos administrativos (decretos).

Así las cosas, se tramitarán las leyes aprobatorias de tratados como el Convenio sobre protección de variedades vegetales y el Tratado de Bruselas sobre señales transmitidas por satélite. Igualmente, se requiere expedir leyes en materia de derechos de autor, de acceso a servicios transfronterizos y de facilitación al comercio.

En cuanto a los actos administrativos o decretos, es necesario abordar temas puntuales relacionados con reglas de origen, desgravación arancelaria, acceso a mercados, facilitación al comercio, salvaguardias especiales, propiedad intelectual, administración de contingentes agrícolas, entre otros.

Por lo demás, durante estos casi cinco años que han transcurrido desde la firma del Tratado en noviembre de 2006, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha gestionado proyectos que era necesario tramitar, a pesar de que el Tratado no hubiera sido aprobado aún en Estados Unidos.

Por lo anterior, el ministro Sergio Díaz-Granados, sostiene que el TLC con Estados Unidos partirá en dos la historia comercial del país, pues es una oportunidad de oro para Colombia.



Brigitte
Mayorga.

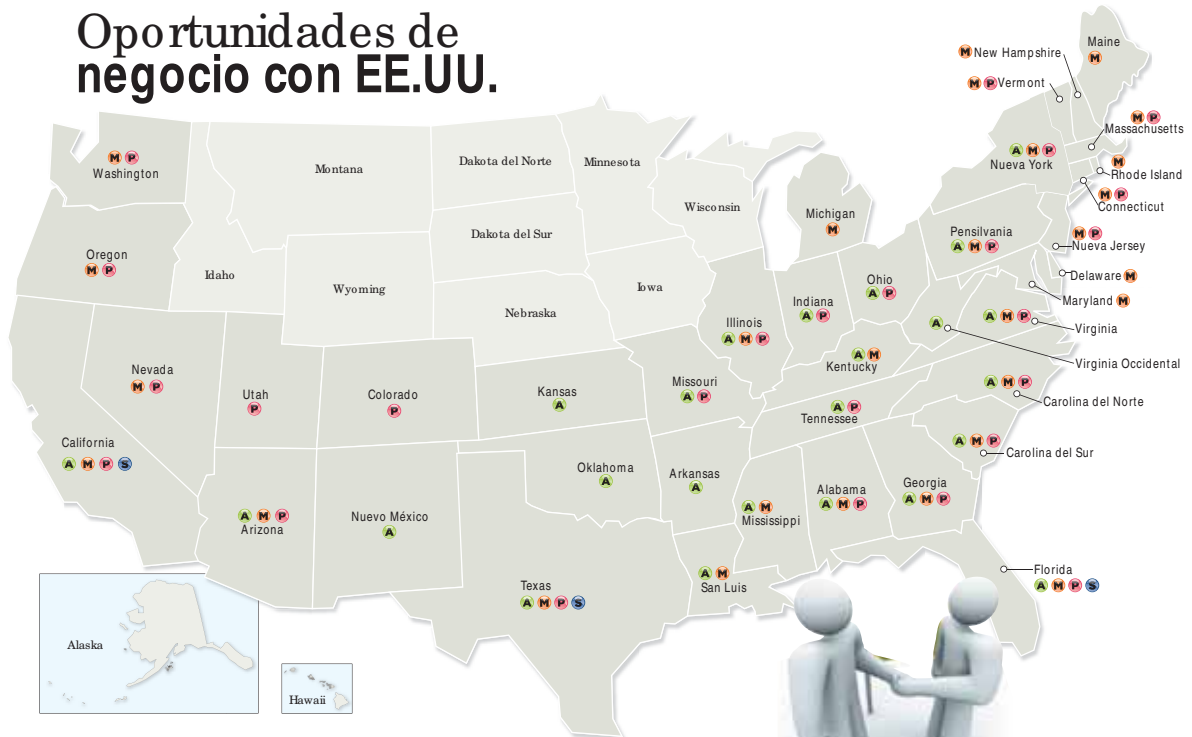
Servicios, ESICENTER SINE RTIC

"Para nosotros es muy bueno por las oportunidades que se abren. Hemos trabajado más el mercado latinoamericano pero hemos hecho algunos ejercicios en Silicon Valley, en donde hemos identificado oportunidades para emprendimiento de alto impacto. La idea nuestra es exportar el tema de vigilancia y

prospectiva, es decir el servicio para ayudar a las empresas que quieran ir o venir al país para darle un panorama de cómo deben especializar su producto o a qué nicho de mercado. Estamos seguros de que con este TLC podemos ampliar nuestro negocio".
Brigitte Mayorga de Esicenter Sinertic Andino.

TLC CON ESTADOS UNIDOS

Oportunidades de negocio con EE.UU.



S SERVICIOS

- Business Process Outsourcing (BPO): En todo Estados Unidos.
- Software: En todo Estados Unidos con énfasis en California.
- Animación digital: En todo Estados Unidos con énfasis en California.
- Exportación de Servicios de salud: Principalmente en los estados del sur como California, Texas y Florida.

A AGROINDUSTRIA

- Flores: Nueva York, Pennsylvania, Ohio, West Virginia, Indiana, Kentucky, Tennessee, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Florida, Alabama, Mississippi, Illinois, Missouri, Arkansas, Louisiana, Kansas, Oklahoma y Texas.
- Insumos para canal institucional y Horeca: Nueva York, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Florida, Arizona, New Mexico, Texas y Louisiana.
- Plátano: Nueva York, Texas, Florida, Georgia, Carolina del Norte y Carolina del Sur.
- AZÚCAR: California y Texas.
- Alimentos étnicos (Nostálgicos: productos típicos colombianos): Florida, Texas, Nueva York, Georgia, Carolina del Norte y Carolina del Sur.

M MANUFACTURAS

- Artículos para el hogar: California, Texas, Georgia, Florida, Illinois, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Nueva York.
- Cosméticos naturales y aseo personal: Texas, Florida y Nueva York.
- Aparatos eléctricos: Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Florida y Texas.
- Materiales de construcción: California, Texas, Florida, Georgia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Nueva York y Illinois.
- Autopartes ensambladoras: Illinois, Kentucky, Alabama y Georgia.
- Autopartes posventa: Texas, Illinois, Michigan, Virginia, Georgia y Florida.

P PRENDAS DE VESTIR (ABASTECIMIENTO)

- Jeanswear: Washington, Nevada, California, Arizona, Colorado, Texas, Alabama, Georgia, Florida, Tennessee, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Pennsylvania, Nueva York, Missouri, Illinois, Indiana y Connecticut.
- Active Wear: Washington, Oregon, Nevada, California, Utah, Texas, Arizona, Alabama, Florida, Georgia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Virginia, Pennsylvania y Nueva York.
- Uniformes: Nevada, Colorado, Texas, Missouri, Illinois, Indiana, Florida, Ohio, Nueva York, Carolina del Norte y Carolina del Sur.
- Sportswear: Oregon, Nevada, California, Arizona, Utah, Colorado, Texas, Alabama, Georgia, Florida, Tennessee, Pennsylvania, Nueva York y Vermont.

- Underwear: Washington, Texas, Nueva York, Florida y Connecticut.
- Shapewear: California, Alabama, Florida, Georgia, Tennessee, Carolina del Norte y Nueva York.
- Beachwear: Carolina, Nevada, Nueva York y Florida.
- Casualwear: Texas, Florida, Georgia, Pennsylvania, Nueva York, Connecticut y Massachusetts.
- Calcería: Nevada, California, Florida y Nueva York.
- Cuero: Nevada, California, Illinois y Florida, Nueva York y Connecticut.
- Accesorios cuero: Nevada, California, Texas, Missouri, Illinois, Nueva York y Florida.

(MARCAS Y DISEÑADORES)

- Underwear: Washington, Nevada, California, Texas, Missouri, Illinois, Indiana, Florida, Georgia, Carolina del Sur, Carolina del Norte, Virginia, Pennsylvania, Nueva York, Connecticut y Vermont.
- Swimwear: Nevada, California, Texas, Illinois, Florida, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Nueva York, Connecticut y Nueva Jersey.
- Casualwear: Nevada, California, Texas, Missouri, Virginia y Nueva York.
- Activewear: California, Florida, Georgia, Nueva York y Massachusetts.
- Formalwear: Nevada, Texas, Florida, Carolina del Sur y Nueva York.
- Accesorios cuero: California, Nevada, Texas, Florida, Illinois, Nueva York y Connecticut.
- Calzado: Nevada, Florida y Georgia.
- Joyería: Nevada, California, Texas, Florida, Georgia, Illinois, Carolina del Norte, Nueva Jersey y Nueva York.

