

ABC DEL TLC



CON ESTADOS UNIDOS
MÁS COMERCIO Y EMPLEO PARA TODOS



3

Agroindustria



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos



PROEXPORT
COLOMBIA



BANCOLODEX

COMO YA OCURRE CON PAÍSES COMO CHILE, MÉXICO Y PERÚ, EL ACUERDO LES PERMITIRÁ A LOS EMPRESARIOS COLOMBIANOS COLOCAR SUS PRODUCTOS EN CONDICIONES PREFERENCIALES PERMANENTES EN EL MERCADO MÁS GRANDE DEL MUNDO: ESTADOS UNIDOS TIENE MÁS DE 310 MILLONES DE HABITANTES, UN PRODUCTO INTERNO SUPERIOR A LOS US\$14,6 BILLONES Y UN PIB PER CÁPITA DE US\$47.400

(DATOS 2010).

Desde el 15 de mayo anterior –día en que entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos–, productos colombianos del sector agropecuario y agroindustrial ingresan al mercado del país del norte con cero arancel.

En este tercer fascículo sobre el TLC entre Colombia y Estados Unidos abordaremos en detalle las puertas que se abren para los productos colombianos del sector agropecuario y agroindustrial. En esta categoría están por ejemplo aceites y grasas, derivados del café, flores frescas, frutas, legumbres, hortalizas frescas y procesadas, y productos de panadería y molinería, así como del sector acuícola y pesquero.

Lo anterior no significa que no existan oportunidades para otros subsectores.

Como ya ocurre en Chile, México y Perú, el acuerdo les permitirá a los empresarios colombianos colocar sus productos en condiciones preferenciales permanentes en el mercado más grande del mundo: Estados Unidos tiene más de 310 millones de habitantes, un producto interno superior a los 14,6 billones de dólares y un PIB per cápita de 47.400 dólares (datos 2010).

Solo unas pocas cifras dan cuenta de las grandes oportunidades que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Proexport han identificado para este sector.

En Estados Unidos hay 1.554 empresas que importan frutas, legumbres y hortalizas procesadas; 1.529 importadoras de productos de panadería y molinería; 506, de productos acuícolas y esqueros; 132, de

derivados del café; 198, de flores frescas y 67 que importan aceites y grasas.

Además, hay que tener en cuenta las ventajas competitivas de Colombia, entre ellas que nuestro país es el mayor productor de aceite de palma en Latinoamérica y el quinto en el mundo, y que ofrece alta productividad y competitividad en productos del sector acuícola y pesquero.

Igualmente, Colombia produce cafés especiales de alta diferenciación por su origen, forma de cultivo y beneficio con características Premium, y que la producción de flores colombianas se hace con estándares de calidad que garantizan tamaño e intensidad de colores.





ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Antes del TLC entre Colombia y Estados Unidos, los productos colombianos del sector aceites y grasas pagaban aranceles base entre 0 y 19,1%, o aranceles específicos entre 0,68 US\$/kg y 34,2 US\$/kg.

Con el TLC, la totalidad de los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

En 2011, Estados Unidos importó US\$ 6.6 mil millones

en aceites y grasas. Su mayor proveedor fue Canadá, con el 34,2% del total de las importaciones. Le siguieron Malasia, Filipinas, Italia e Indonesia. Colombia ocupó el lugar 25 entre los países que proveen de este producto al país del norte, con el 0,2% de las importaciones, equivalente a US\$ 10.3 millones.

Entre 2010 y 2011, EE.UU. aumentó las importaciones de aceites y grasas en 51,7% (Fuente: Usitc, Cálculos Proexport).

EXPORTACIONES COLOMBIANAS

AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

En 2011, Colombia exportó US\$ 303 millones en aceites y grasas. Los Países Bajos se llevaron el 35,6% de dichas exportaciones (es decir, US\$ 108 millones); Brasil, el 15,2% (US\$ 46 millones); Alemania el 7,6%; Reino Unido, el 6%, y México, el 5,9%.

Entre el listado de países a los cuales Colombia exporta estos productos, Estados Unidos ocupó el noveno lugar en 2011. Durante ese año, se exportaron US\$ 7,5 millones, es decir, el 2,5% del total de las exportaciones

(Fuente: Dane, Cálculos: Proexport).



Canales de distribución

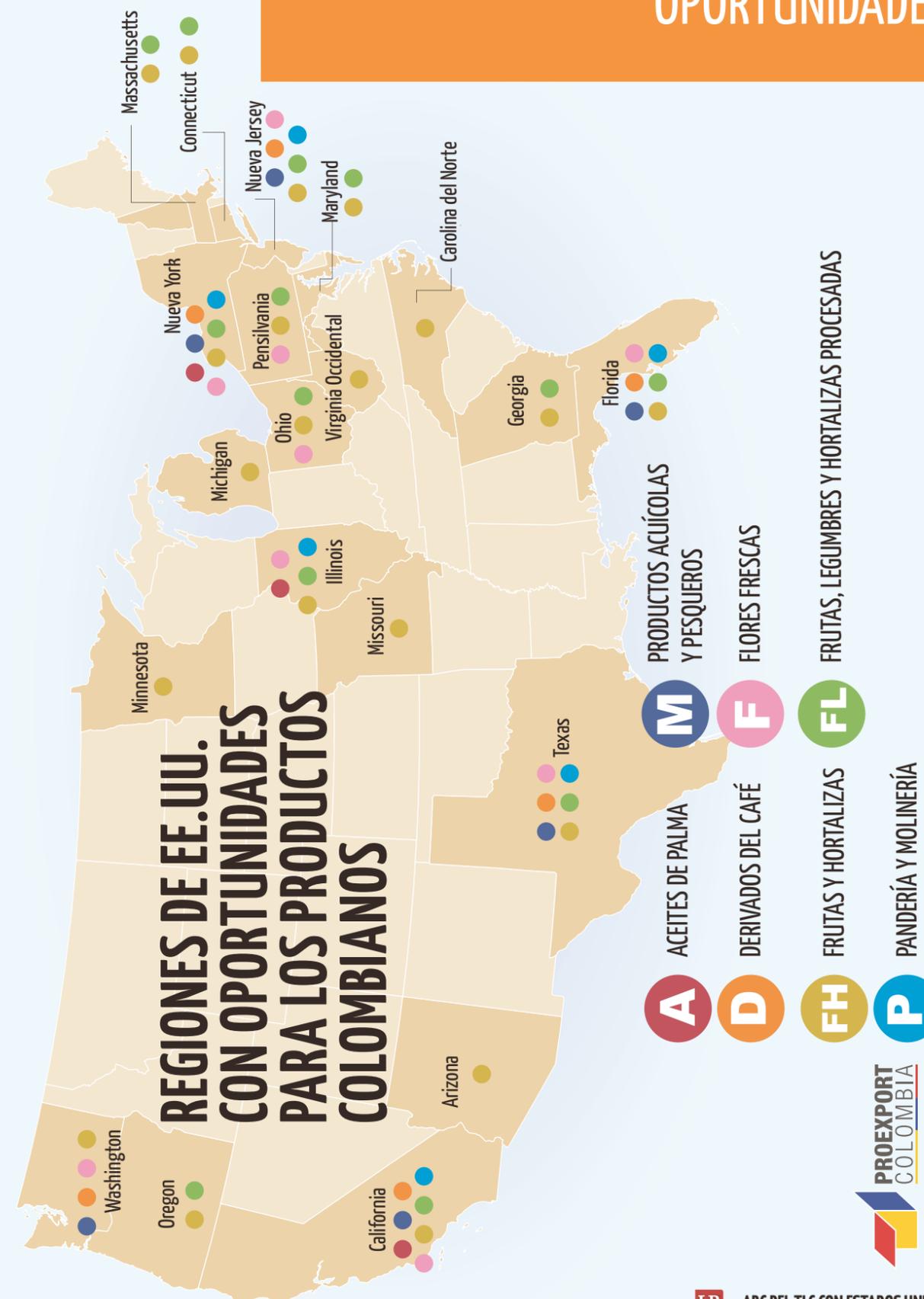
Debido a la naturaleza del producto, este podría ser comercializado a través del canal de distribución para mercancías tipo granel y alimentos procesados. En el caso de productos tipo granel, una de las modalidades es que el importador los entrega directamente a los distribuidores, estimados en 1.393 para este sector en EE.UU. El exportador también puede contactar a uno de los 2.353 agentes, para que este, a su vez, pueda entregarlos a hoteles y restaurantes (aproximadamente un millón) y a los mayoristas, que son 3.279. De allí, finalmente, los aceites y grasas llegan al consumidor. En el caso de alimentos procesados, tanto el importador como el reempacador, unos 2.354, se valen de los vendedores minoristas, estimados en 3.772, quienes finalmente los entregan al cliente.

Factores competitivos

Colombia es el mayor productor de aceite de palma en Latinoamérica y el quinto en el mundo.

Cuenta con una excelente composición de grasa saturada y no saturada, además de antioxidantes y vitaminas.

Una de las ventajas del uso de aceite de palma en la industria, además de estar libre de grasas trans¹, es que usualmente no requiere hidrogenación.



OPORTUNIDADES PUNTUALES ACEITE DE PALMA Y SUS DERIVADOS.

FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS FRESCAS



Canales de distribución

Los importadores y/o distribuidores se encargan de hacer llegar estos productos a las centrales de abastos –unas 15 importantes para Colombia–, y a los 6.258 clientes identificados por la Oficina de Comercio de Proexport (Oficom), para que estos, a su vez, provean a los supermercados, restaurantes, hoteles e institucionales y los productos lleguen al consumidor final.

Factores competitivos

La ubicación geográfica del país privilegia los procesos de exportación de frutas y hortalizas frescas, menores tiempos de tránsito, mayor velocidad en las entregas y fletes competitivos internacionalmente. Las certificaciones internacionales como Globalgap, FairTrade y Productos Orgánicos hacen más atractiva la oferta colombiana en los mercados externos. La uchuva colombiana está certificada en FairTrade, además de tener un mayor contenido vitamínico en comparación con otras especies de países andinos.

ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Antes del TLC, las frutas, legumbres y hortalizas frescas colombianas ingresaban al mercado estadounidense pagando aranceles base de hasta 29,8%, o aranceles específicos entre 0,18 centavos US\$/kg y 26,5 centavos US\$/kg. Con el acuerdo, la totalidad de los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

En 2011, Estados Unidos importó frutas, legumbres y hortalizas frescas por US\$13.7 mil millones, siendo México su mayor proveedor, con el 43,5%, es decir, US\$5.9 mil millones. Le siguen Chile, con el 8,4%; Canadá, con el 8,0%; Costa Rica, con el 7,6%, y Guatemala, con el 7,0% (Fuente: Trademap. Cálculos: Proexport). Colombia ocupa el décimo lugar,

con una participación del 1,8% de las importaciones de Estados Unidos, equivalente a US\$ 252 millones.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

En el último año, Colombia exportó frutas, legumbres y hortalizas frescas por US\$881 millones. El mayor volumen lo recibió Bélgica, con un 25,0%, lo

que equivale a US\$220 millones. Estados Unidos se ubicó en el segundo lugar, con US\$207 millones, es decir, el 23,6% del total de exportaciones. A estos dos países receptores de frutas, legumbres y hortalizas frescas colombianas le siguen Alemania, con el 18,1%; Reino Unido, con el 14,3%, e Italia, con el 9,6%

(Fuente: DANE)



SECTOR DEL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA

El sector frutas, legumbres y hortalizas trabaja, desde diciembre de 2011, con el Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para **incrementar sus niveles de productividad y competitividad y convertirse en un jugador de talla mundial** en mercados internacionales.

Para alcanzar este objetivo, el sector, con el acompañamiento del PTP trabajará de acuerdo con los lineamientos que se definen en su plan de negocio y que apuntarán a:

- Reparar las debilidades existentes al interior de las cadenas productivas
- Mejorar el capital humano, reduciendo las brechas en formación y especialización
- Operar bajo un marco normativo -sin barreras a la productividad y competitividad- que facilite el acceso de empresas colombianas a mercados extranjeros en condiciones de igualdad
- Incorporar la sostenibilidad como un factor diferenciador –y de alto valor agregado- en sus procesos y productos

FERNANDO BERNAL,
Wolf and Wolf Latin America
(Cundinamarca)

“Exportamos frutas y vegetales frescos desde hace ocho años, es un mercado que hay que saberlo atender con logística y con un portafolio de productos adecuado, de calidad que cumpla con los requisitos no solo de entrada sino de los consumidores. Nosotros vamos a desarrollar productos con proceso para darles valor agregado”.

OPORTUNIDADES FRUTAS TROPICALES: PAPAÑA, MANGO Y LIMÓN TAHITÍ. FRUTAS EXÓTICAS: UCHUVA, GULUPA, MARACUYÁ, GRANADILLA, CURUBA Y TOMATE DE ÁRBOL. EXISTE POTENCIALIDAD Y SE REQUIEREN PROTOCOLOS SANITARIO DE ACCESO

DERIVADOS DEL CAFÉ



Canales de distribución

Debido a la naturaleza del producto, este podría ser comercializado a través del canal de distribución para mercancías tipo granel y alimentos procesados.

En el caso de productos tipo granel, una de las modalidades consiste en que el importador los entrega directamente a los distribuidores, estimados en 1.393. El exportador también puede contactar a uno de los 2.353 agentes, para que este, a su vez, pueda entregarlos a hoteles y restaurantes (aproximadamente un millón) y a los mayoristas, que son 3.279. De allí, finalmente, los derivados del café llegan al consumidor.

En el caso de alimentos procesados, tanto el importador como el reempacador, unos 2.354, se valen de los vendedores minoristas, estimados en 3.772, quienes finalmente los entregan al cliente.

Factores competitivos

Colombia ofrece cafés especiales de alta diferenciación por su origen, forma de cultivo y beneficio con características Premium. Las empresas colombianas cuentan con las certificaciones del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, Organic, BCS OKO Garantie, Organic Production Methods JASyUTZ Certified, entre otras. Un sector con impacto y responsabilidad social.

ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Los productos derivados del café ingresaban al mercado estadounidense pagando aranceles base hasta del 10%.

Con la puesta en marcha del TLC, la mayoría de los productos del sector ingresarán con arancel de 0%, y los productos derivados del café con adición de azúcar ingresarán bajo sistema de cuotas.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

Según información de Trademap y cálculos de Proexport, en el último año Estados Unidos importó US\$1.7mil millones en derivados del café. Colombia fue el segundo proveedor de ese tipo de productos, con el 15,0%, equivalente a US\$270 millones. En 2010, Estados Unidos importó de Colombia US\$184 millones, lo

que significa que entre 2010 y 2011 hubo un crecimiento en las importaciones del 46%.

El mayor proveedor a Estados Unidos el año anterior fue Canadá, con US\$416 millones, lo que representa una participación en el total de importaciones del 23,2%.

Otros proveedores son México, con el 11,9%; Alemania, con el 11,7%, y Brasil, con el 9,5%.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

Según cifras del Dane y cálculos de Proexport, Colombia exportó, en el último año, US\$ 338 millones en derivados del café. El mayor volumen fue a Estados Unidos, con el 44,9%, y un valor de US\$151 millones. Le siguieron Alemania, con el 9,2%; Rusia, con el 6,5%; Japón, con el 4,5%, y Reino Unido, con el 4,3%.

Entre 2010 y 2011, las exportaciones colombianas de derivados del café a EE.UU. tuvieron una variación del 22,9%.



JULIANA RESTREPO PEÑA,
Invercafé
(Chinchiná, Caldas)

“Nuestro fuerte es el café tostado, con el que tenemos presencia desde hace tres años. Es un mercado con mucho potencial, sobre todo porque hemos visto cómo ha crecido la cultura del café. Es un destino fácil para exportar por la logística y la cercanía. Con el TLC se nos bajan los aranceles y las puertas están abiertas. Nos sirve para importar maquinaria a mejor precio y tecnificarnos más”.

OPORTUNIDADES CAFÉ TOSTADO MOLIDO, CAFÉ SOLUBLE Y CUBOS DE CAFÉ CONCENTRADO ENTRE OTROS.



ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Las frutas y hortalizas procesadas colombianas tenían aranceles base hasta del 29%, o aranceles específicos entre 0,1 US\$/kg y 6,9 US\$/kg. Con el TLC, la totalidad de los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

Un total de US\$2.9 mil millones importó, en el último año, Estados Unidos en frutas y hortalizas procesadas, según cifras de Trademap y cálculos de Proexport. Guatemala es su mayor proveedor, con US\$722 millones, es decir, el 24,2% del total de las importaciones. Colombia ocupa el cuarto lugar, con US\$249 millones, lo que equivale al 8,3%. Entre los cinco primeros proveedores también figuran Ecuador, con el 18,5%; Costa Rica, con el 15,1%, y Honduras, con el 7,7%.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

Del total de las exportaciones colombianas de frutas, legumbres y hortalizas procesadas, durante 2011, el 40,3% ingresaron a

EE.UU., es decir, US\$ 23 millones, según cifras del Dane.

Le siguieron Venezuela, con el 12,4%; Panamá, con el 7,7%; Ecuador, con el 6,0%, y España, con el 4,3%.

Entre 2010 y 2011, las exportaciones colombianas de frutas, legumbres y hortalizas procesadas a EE.UU. registraron un incremento del 23,8%.



MARÍA DEL MAR DE ZUBIRÍA,
Agrofrut (Medellín)

“En Estados Unidos es un mercado muy competitivo y exigente pero es vital una vez se cumple con la normativa del Food and Drug Administration. El TLC, además de significar una mayor confianza con los clientes y reducción de costos, nos ha motivado a incursionar con nuevos productos pues nuestra oferta es para la comunidad latina queremos llegar a todo el mundo”.



Canales de distribución

En el caso de alimentos procesados, tanto el importador como el reempacador, unos 2.354, se valen de los vendedores minoristas, estimados en 3.772, quienes finalmente entregan las frutas y hortalizas al cliente.

Factores competitivos

Colombia se ha enfocado en la transformación de frutas y hortalizas a pulpa, deshidratadas, concentradas, liofilizadas y congeladas, aprovechando las tendencias de consumo hacia productos funcionales y saludables. Las condiciones agroclimáticas del país permiten que se produzca una gran variedad de frutas y hortalizas que se mezclan acertadamente con materias primas de la industria de los alimentos para ofrecer variedad de productos

OPORTUNIDADES JUGOS, PULPAS DE FRUTAS Y VEGETALES CONGELADOS ENTRE OTROS.



Canales de distribución

En Estados Unidos los importadores y/o distribuidores son los encargados de abastecer a las centrales de abastos y vendedores de minoristas (supermercados, restaurantes, hoteles e institucionales) de productos importados del sector acuícola y pesquero. Los productos llegan al consumidor estadounidense a través de los minoristas. En ese país, hay unas 15 centrales de abastos importantes para Colombia.

Factores competitivos

Alta productividad y competitividad fundamentada en acciones de investigación, innovación, desarrollo tecnológico y formación técnica. Oferta disponible todo el año.

ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Antes de la puesta en marcha del TLC, los productos colombianos del sector acuícola y pesquero ingresaban al mercado estadounidense pagando aranceles base entre 0 y 15%.

A partir de la entrada en vigencia del acuerdo, todos los productos de este sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

Un total de US\$9.4 mil millones importó Estados Unidos el año pasado en productos del sector acuícola y pesquero. Su mayor proveedor fue China, con el 18,8%, equivalente a US\$1.7 mil millones seguido por Tailandia, con el 11,1%; Indonesia, con el 8,6%; Chile, con el 8,3%, y Vietnam, con el 8,2%.

Colombia está en el puesto 29 de los países que proveen estos productos a Estados Unidos, con ventas por US\$41 millones, es decir, el 0,4% de las importaciones (Fuente: Trademap. Cálculos: Proexport).

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

En 2011, la Zona Franca de Cartagena tuvo una participación del 60,1% del total de las exportaciones colombianas de productos del sector acuícola y pesquero, con US\$91 millones. El Top 5 de las exportaciones colombianas por destino de este sector en el último año está conformado por Estados Unidos, con el 20,4% (ventas por US\$31.002.884); España, con el 7,0%; Francia, con el 4,7%; Ecuador, con el 2,6%, y Bélgica, con el 1,4%.

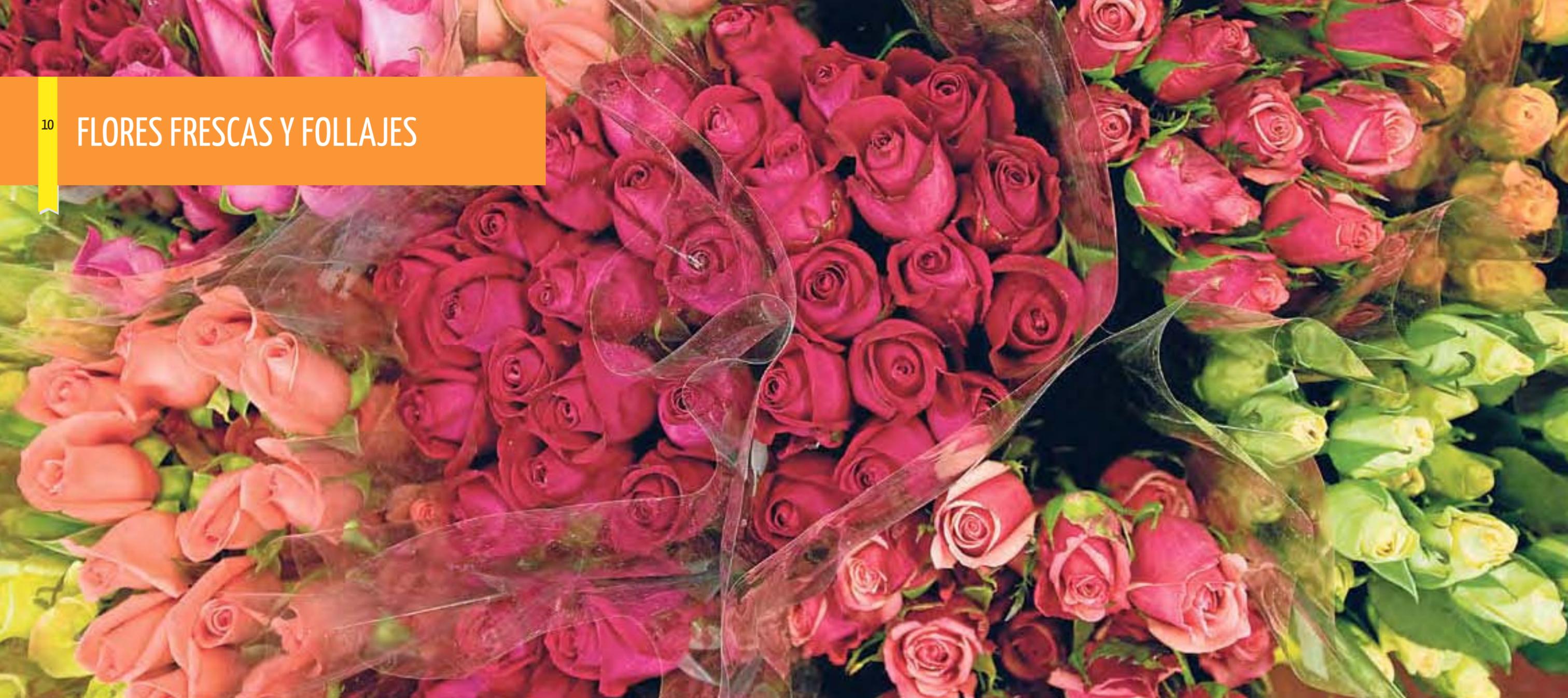
Entre 2010 y 2011, las exportaciones colombianas de productos del sector acuícola y pesquero a Estados Unidos crecieron 3,3% (Fuente: Dane. Cálculos: Proexport).

JAIME MACÍAS,
Procesadora de Alimento S.A. (Neiva)

“La tilapia se ha convertido en un producto de consumo masivo. Allá llega mucho congelado chino, pero nosotros, al estar más cerca, ofrecemos en fresco. Con el TLC vemos varias ventajas, el país gana en competitividad y como se abre el mercado, podemos asociarnos con empresas de EE.UU. para tener ventas estratégicas”.



OPORTUNIDADES TILAPIA Y CAMARÓN ENTRE OTROS.



ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Las flores frescas y follajes colombianos ingresaban al mercado estadounidense pagando aranceles base entre 0 y 6,8%.

Con el TLC, todos los productos de este sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

En el último año –según información de Trademap y cálculos de Proexport–, Estados Unidos importó US\$1.1 mil

millones en flores frescas y follajes, siendo Colombia su mayor proveedor, con una participación del 60,7% del total de importaciones, equivalente a US\$700 millones.

Adicionalmente, entre 2010 y 2011, las importaciones de estos productos desde Colombia crecieron 2,3%.

Ecuador ocupa el segundo lugar, con 16,2%; Canadá, tercero, con 7,0%; Países Bajos (Holanda), cuarto, con 6,3%, y México, quinto, con 2,2%.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

En 2011 –según cifras del Dane–, Colombia exportó al mundo US\$1.244 millones en flores frescas y follajes. El mayor volumen ingresó a Estados Unidos, con un 77,1% del total, lo que equivale a US\$959 millones.

Colombia también exporta flores frescas y follajes a Rusia, con el 4,9% del total de exportaciones; Reino Unido, con el 3,5%; Japón, con el 3,5%, y Canadá, con 2,3%.

OPORTUNIDADES ROSAS, CLAVELES Y ALSTROMERIAS ENTRE OTROS.

ABC DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS



Canales de distribución

En Estados Unidos, los importadores y/o distribuidores y los mayoristas son los encargados de abastecer a las floristerías y supermercados, para que posteriormente las flores frescas y follajes lleguen al consumidor final.

Factores competitivos

La producción de flores se hace con estándares de calidad, que garantizan tamaño e intensidad de colores para satisfacer los mercados mundiales. Hay permanente innovación en las variedades demandadas según las tendencias de consumo, y procesos logísticos que aseguran la entrega del producto en condiciones óptimas para el consumidor. Más de dos mil hectáreas de cultivo cuentan con certificación Flor Verde, homologado con Globalgap.



JUAN CAMILO SANZ,
Macarena Farms (Cundinamarca)

“El 60 por ciento de nuestras exportaciones de rosas va a Estados Unidos, vendemos directamente a las floristerías y tenemos un distribuidor. Con el TLC hay mayor tranquilidad porque no vamos a depender del Atpdea. Nos da cierta ventaja sobre Ecuador, nuestro principal competidor, porque ellos no tienen tratado”.



ABC DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS

SECTOR AGROINDUSTRIAL MÁS COMPETITIVO CON BANCÓLDEX

Los empresarios del sector agroindustrial tienen con Bancóldex la oportunidad de modernizar y mejorar el desarrollo productivo de su negocio, gracias al portafolio de productos y servicios especializados que ofrece el Banco para apoyarles en su financiamiento, fortalecimiento y su competitividad frente al TLC con Estados Unidos y la apertura de los nuevos mercados.

La entidad, atiende a todas las empresas del sector, sean micro, pequeñas, medianas y grandes dedicadas al mercado nacional o participantes

de la cadena exportadora como **exportadores directos**, empresas dedicadas a producir y vender directamente bienes y servicios en el mercado externo, o aquellas que comercialicen productos o servicios en el exterior y; **exportadores indirectos**, empresas proveedoras de servicios, de materias primas, insumos, bienes utilizados en la fabricación, comercialización de productos o servicios de exportación, así como las empresas de servicios que contribuyan a la realización del proceso exportador.

Para las empresas del sector que exportan a Estados Unidos, y las que planean hacerlo aprovechando las ventajas del TLC, así como las exportadoras indirectas -es

decir las que proveen bienes y servicios a los exportadores directos-, es importante establecer cuáles son sus necesidades y conocer opciones de financiación apropiadas en plazo, período de gracia y moneda, que ofrece la entidad.

El portafolio del Banco, que ofrece líneas de crédito tanto en pesos como en dólares, descuento de documentos, y financiación a compradores de producto colombiano en el exterior, brinda herramientas que el sector debe conocer para cubrir todas sus necesidades, tanto para fortalecer su competitividad en el mercado local como en la apertura de nuevos mercados.

En cuanto a sus líneas, Bancóldex cuenta con modalidades de crédito para modernización empresarial, capital de trabajo y pago de pasivos, sin monto límite, en moneda local y extranjera, que facilita la consolidación y el crecimiento de las empresas del sector, con plazos acordes con las necesidades y en condiciones favorables.

Asimismo, las empresas vinculadas a la cadena exportadora del sector agroindustrial cuentan con un **Cupo especial de crédito** por 50 millones de dólares que puso a disposición Bancóldex para apoyar a las compañías en su modernización, competitividad y desarrollo productivo.

Estos recursos están dirigidos para financiar los planes de acción encaminados al fortalecimiento de su actividad, transformación y modernización productiva, la diversificación de mercados y su liquidez.

El monto máximo por compañía, es hasta del 100 por ciento de las necesidades de financiación de los empresarios con plazos desde 2 a 10 años, en condiciones favorables.

Los créditos deben ser tramitados a través de bancos, corporaciones

financieras, compañías de financiamiento y cooperativas financieras vigiladas por la Superintendencia Financiera, con cupo disponible en Bancóldex y que actúen como intermediarios del mercado cambiario.

CONVENIOS DE BANCÓLDEX, UNA ALTERNATIVA DE FINANCIACIÓN PARA EL SECTOR

Otra de las alternativas con las que cuenta el sector agroindustrial para financiar sus inversiones son los convenios que suscribe Bancóldex con diferentes entes territoriales, que buscan el acceso de más empresarios de las diferentes regiones de Colombia al crédito, con condiciones favorables, en cuanto a plazos, tasas y recursos.

Estos acuerdos son una forma de contribuir con el desarrollo empresarial de los municipios, ciudades y departamentos del país y con el fortalecimiento de las Mipymes. Desde el 2003 hasta el 2011, Bancóldex ha firmado más de 50 convenios que han permitido desembolsar más de 1.3 billones de pesos. A través de estos recursos, se han atendido más de 104.062 empresas, en más de 290 municipios.



DEFINICIÓN DE PRECIO, PUNTO CLAVE EN UNA BUENA NEGOCIACIÓN

La definición de precio es el valor del producto o servicio expresado en términos monetarios, está compuesto por el costo de producto (costo de venta) más el porcentaje de utilidad que se desea obtener.

Existen varios factores que influyen en la determinación del precio, toda vez que una mala fijación del valor de venta puede traer pérdidas de clientes actuales y pérdidas financieras si no alcanza a cubrir los costos de producción y ventas. Adicionalmente, se deben evaluar algunos factores claves que permiten determinar los precios:

1

● La demanda del producto o servicio

2

● Crecimiento en la participación del mercado

3

● Cómo determina la competencia los precios

4

● Quiénes son nuestros clientes (mayoristas, minoristas, distribuidores, entre otros)

5

● Conocimiento de los clientes (su reacción ante un cambio de precio)

6

● Características del producto (perecedero, no perecedero)

7

● Mercadeo (estrategias de promoción y lanzamiento de nuevos productos)

8

● Ventas (presupuestos de ventas, porcentaje de cumplimiento)

Cada uno de estos factores puede influir en que el precio de un producto o servicio sea mayor o menor.



RUTA EXPORTADORA

A TRAVÉS DE CINCO PASOS, **PROEXPORT** PRESENTA LAS FASES QUE DEBE ANALIZAR, CONSIDERAR Y EVALUAR EL EMPRESARIO EN SU PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN; ADEMÁS, EXPLICA PROCEDIMIENTOS, REQUISITOS Y PRESENTA INSTRUMENTOS DE ORIENTACIÓN PARA AVANZAR EN SU INTERÉS DE LLEGAR A OTROS MERCADOS.

1 ¿LISTO PARA EXPORTAR?

1.1 Haga una selección preliminar del producto

- ★ Identifique el producto que quiere comercializar y el posible mercado donde quiere venderlo.

1.2 Evalúe su capacidad empresarial

- ★ Revise el estado de su empresa en aspectos administrativos, financieros, legales, de producción y experiencia en el mercado nacional de acuerdo con el interés de internacionalizarse.
- ★ Proexport, a través del centro de información y asesoría en comercio exterior – Zeiky, puede orientarlo y evaluar su potencial empresarial con miras a la exportación de sus productos.



- ★ También, la Cámara de Comercio de Bogotá le ofrece el servicio en línea de autodiagnóstico para empresarios.

1.3 Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior



- ★ Conozca acerca de comercio exterior y fortalezca su información a través de conferencias talleres prácticos.
- ★ Proexport ofrece el Programa de Formación Exportadora a través del centro de información y asesoría en comercio exterior - Zeiky-.
- ★ Pregúntenos qué requiere saber de comercio exterior y los servicios de Proexport.

2 VALIDE LA POTENCIALIDAD DE SU PRODUCTO

2.1 Identifique su posición arancelaria.

- ★ Conozca el código, a 6 dígitos, que le permite identificar numéricamente una mercancía a nivel internacional, con este número podrá:

- ★ Analizar el comportamiento de su producto en el mercado internacional.
- ★ Conocer el arancel aduanero de los mercados de su interés.
- ★ Conocer otros requerimientos que puede tener su producto para ingresar a los mercados de su interés.



2.2 Analice el comportamiento del producto en los mercados (Monto importado por el mercado, exportaciones Colombia y competidores)

- ★ Valide el potencial exportador en el mercado internacional, en las Herramientas al exportador que Proexport ha creado para usted podrá acceder a la base de datos de exportaciones colombianas, conocer principales destinos y departamentos exportadores, entre otras variables.

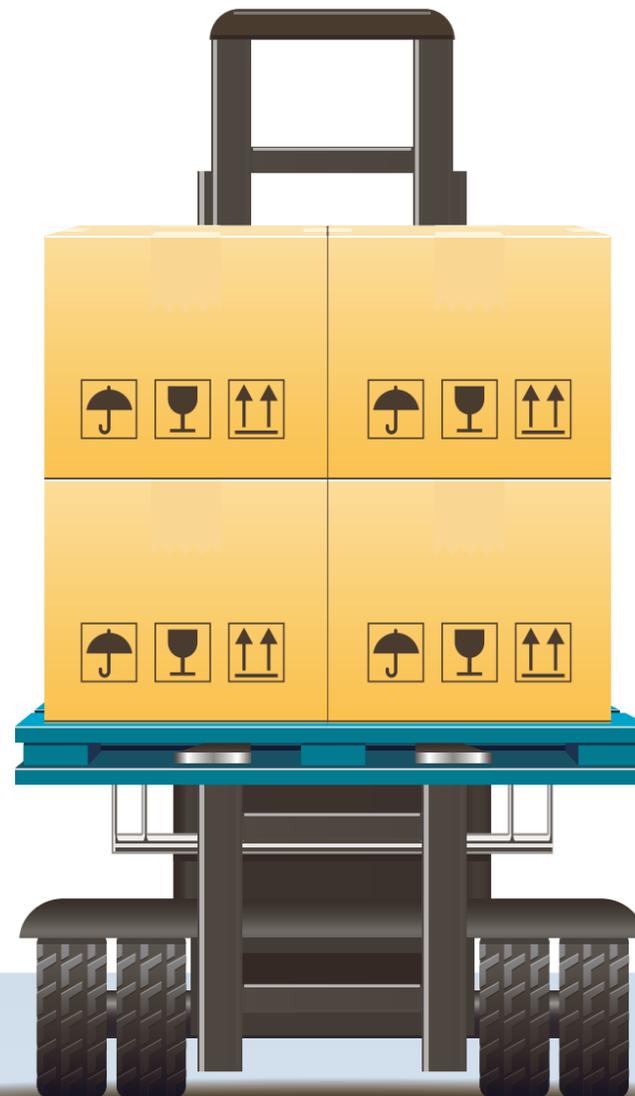
- ★ Conocer esta dinámica del mercado le ayudará a orientar su estrategia internacional.



2.3 Evalúe condiciones de acceso (aranceles, certificaciones y otros requerimientos)

- ★ Cada mercado define los requerimientos de entrada para las importaciones con el fin de proteger la salud, el medio ambiente y en general que se cumplan con las normas mínimas de calidad y protección aceptadas por el consumidor. Establece además los aranceles que deben pagar sus productos y los requerimientos específicos de acceso que su producto pueda tener.

- ★ Entre las herramientas al exportador que Proexport ha creado para usted podrá identificar las principales condiciones de acceso, y enlaces a páginas web de organismos oficiales o no gubernamentales sobre aranceles, normas de origen, acuerdos comerciales, reglamentos técnicos y medidas sanitarias y fitosanitarias.



3 CONOZCA LA DEMANDA DE SU PRODUCTO

3.1 Entérese de las tendencias

Conozca las tendencias del mercado y los requerimientos de los consumidores en cuanto a calidad, empaques, contenidos, diseños entre otros.



3.2 Identifique la dinámica del mercado

Consulte información especializada de los mercados. Cada sector o producto tiene un sistema particular de distribución y es indispensable entender su funcionamiento y requerimientos.

3.3 Consulte la logística internacional

Logre la máxima eficiencia y efectividad en sus exportaciones. La cadena de distribución física internacional y la logística influyen significativamente en el costo final de un producto.



4 DISEÑE SU ESTRATEGIA EXPORTADORA

4.1 Entérese de las tendencias

Identifique la necesidad de aliados tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales para evitar obstáculos en el proceso de exportación.

4.2 Aplique herramientas de promoción



Conozca el portafolio de servicios de promoción internacional de Proexport y aproveche las oportunidades en los mercados externos.

4.3 Establezca estrategia de precios

Asesórese sobre las variables que debe considerar para establecer precios en los mercados externos.

4.4 Revise los términos de negociación

Tenga clara las condiciones de negociación y las normas internacionales. Busque asesoría legal en caso de requerirlo.

5 EVALÚE SU GESTIÓN EXPORTADORA

5.1 Compare los costos reales de exportación

Revise si efectivamente los costos proyectados coinciden con los exportados antes de avanzar con un nuevo negocio.



5.2 Revise las mejoras a que haya lugar

Identifique dónde tiene vacíos y busque asesoría. Acérquese a Proexport en cualquiera de las regionales o al Zeiky.



Es la normatividad que asegura la inocuidad de los alimentos al igual que la protección de la vida de las personas o de los animales frente a los riesgos resultantes de la presencia de aditivos y contaminantes en los productos alimenticios, así como el aseguramiento de la no propagación de plagas u otras afecciones a causa del ingreso a un país de determinados productos.



1

The U.S. Food and Drug Administration (FDA)

Responsable de la regulación de alimentos, suplementos alimenticios, medicamentos, cosméticos, aparatos médicos, productos biológicos y derivados sanguíneos. En el caso de los alimentos, asegura su inocuidad.

Ejemplos de productos que regula: pesqueros y productos alimenticios procesados (jugos de frutas, derivados lácteos, entre otros).

2

United States Department of Agriculture (Usda)

Entidad gubernamental que desarrolla y ejecuta políticas de agricultura, ganadería y alimentación. También se encarga de garantizar y velar por la seguridad alimentaria y la protección de los recursos naturales.

Ejemplos de productos que regula: productos de origen animal (cárnicos y lácteos) y de origen vegetal (frutas, vegetales y hortalizas).

3

Environmental Protection Agency (EPA)

Encargada de proteger la salud de los seres humanos y el medio ambiente, a través de la creación de leyes y reglamentaciones que deben cumplir los productos e insumos en temas ambientales.

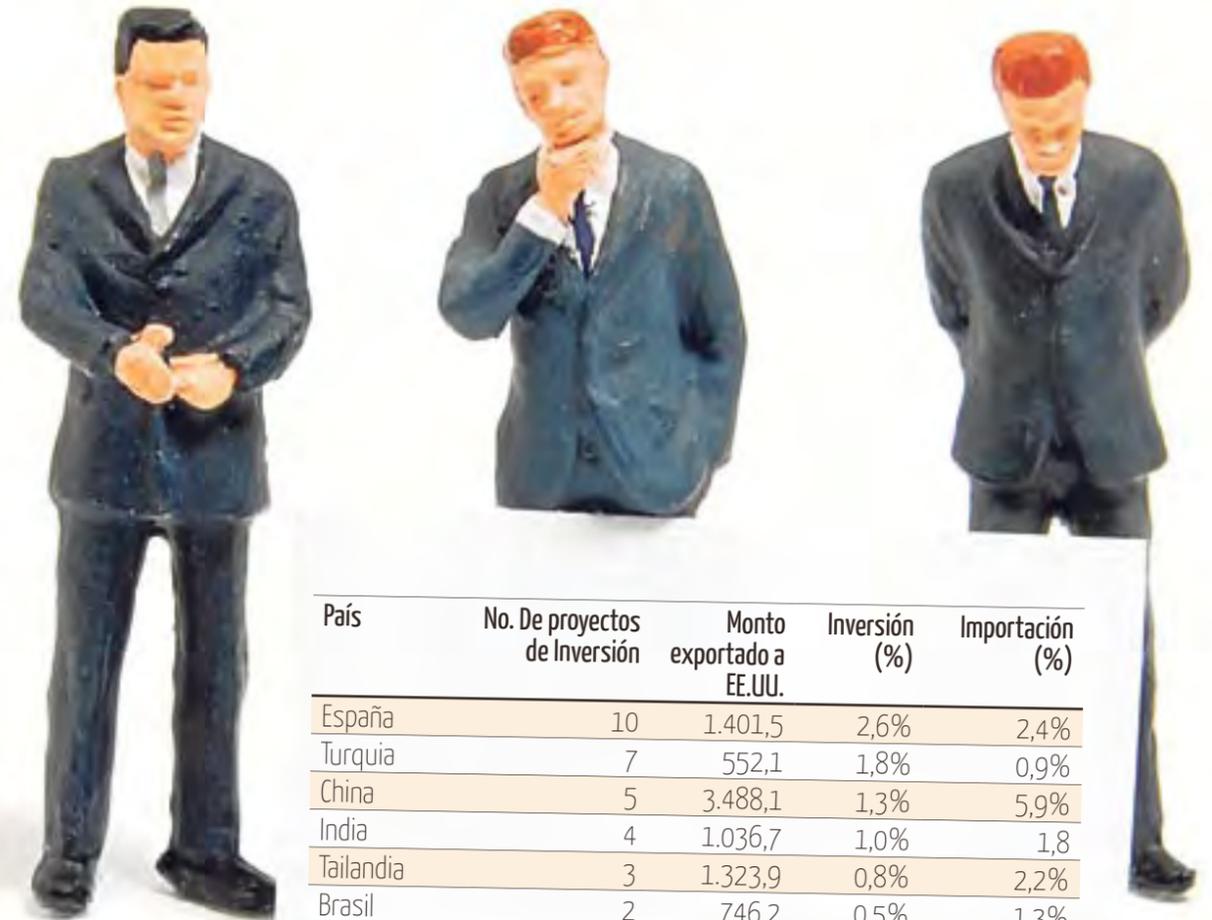
Ejemplos de productos que regula: productos del sector pesquero y acuícola; frutas, vegetales y hortalizas; productos cárnicos y lácteos.

4

Alcohol and Tobacco Tax and Trade (TTB)

Entidad del Departamento del Tesoro de EE.UU. encargada de coleccionar impuestos de consumo sobre el alcohol, tabaco, armas de fuego y municiones, y asegurar que estos productos sean etiquetados, anunciados y comercializados de acuerdo con la Ley.

Ejemplos de productos que regula: cigarrillos, tabaco, bebidas alcohólicas (cerveza, vino y otras bebidas espirituosas).



País	No. De proyectos de Inversión	Monto exportado a EE.UU.	Inversión (%)	Importación (%)
España	10	1.401,5	2,6%	2,4%
Turquia	7	552,1	1,8%	0,9%
China	5	3.488,1	1,3%	5,9%
India	4	1.036,7	1,0%	1,8
Tailandia	3	1.323,9	0,8%	2,2%
Brasil	2	746,2	0,5%	1,3%

Con la puesta en marcha del TLC, nuestro país se convierte, también, en plataforma exportadora, pues el acuerdo les ofrece a otras naciones la posibilidad de producir en Colombia para exportar a Estados Unidos, aprovechando las preferencias arancelarias, las ventajas logísticas y los costos competitivos.

Los 10 principales países exportadores de hortofrutícola a Estados Unidos para los cuales Colombia podría convertirse

en plataforma exportadora son China, Ecuador, España, Tailandia, India, Vietnam, Brasil, Filipinas, Argentina y Turquía.

Así mismo, puede ser plataforma exportadora para los principales países inversionistas de hortofrutícola. Es decir:

Suiza, Alemania, Francia, Reino Unido, Japón, Italia, Austria, España, Bélgica, Países Bajos, Turquía, Taiwán, China, Singapur, Grecia, Polonia, Israel, Islandia, Suecia, India, Arabia Saudita, Irlanda, Nueva

Zelanda, Emiratos Árabes, Corea del Sur, Tailandia y Brasil.

El potencial exportable de productos hortofrutícolas frescos a Estados Unidos depende, en primera medida, de los tratados fitosanitarios a este país. **Colombia cuenta con 74 productos con acceso fitosanitario a Estados Unidos.**

Para los productos procesados no es necesario este requerimiento.

Los productos, para este sector, importados de estos países por Estados Unidos

son, entre otros: frutas, jugos de frutas, jugos y extractos vegetales, cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón, hortalizas preparadas o conservadas, agrios (cítricos) frescos o secos, preparaciones para salsas y salsas preparadas, condimentos, dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos, uvas, tomates frescos o refrigerados, cebollas, ajos, puerros, algarrobas, algas, remolacha azucarera y caña de azúcar.

PRODUCTOS DE PANADERÍA Y MOLINERÍA

ARANCELES ANTES Y DESPUÉS DEL TLC

Los productos colombianos de panadería y molinería pagaban aranceles base de hasta el 14,9%.

A partir del TLC, todos los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS POR PAÍS DE ORIGEN

Estados Unidos importó, durante el último año, US\$658 millones en productos de panadería y molinería, según cifras de Trademap y cálculos de Proexport. Su mayor proveedor fue Canadá, con el 47,1%, equivalente a US\$ 310 millones, seguido por Tailandia, México, Países Bajos (Holanda) y Alemania.

Colombia se ubica en la posición número 13 de los países proveedores de productos de panadería y molinería a EE.UU., con el 0,7% de las importaciones, es decir, US\$ 3,7 millones.

EXPORTACIONES COLOMBIANAS AL MUNDO POR PAÍS DESTINO

En el último año, Colombia exportó productos de panadería y molinería por US\$99 millones, según cifras del Dane. Ecuador fue el mayor receptor, con US\$20 millones, que equivalen al 20,8% del total de las exportaciones colombianas de este sector. Estados Unidos se ubicó en el segundo lugar, con US\$15 millones, es decir, el 15,2%, seguido por Venezuela, con el 14,6%; Panamá, con el 8,4%, y Puerto Rico, con el 6,1%.



JORGE HERNANDO RUIZ,
Precocidos del Oriente
(Bucaramanga)

“Exportamos desde hace tres años harina precocida de maíz blanco y amarillo para hacer arepas, nuestro público objetivo siempre han sido los latinos residentes, especialmente en Florida y Nueva York”.



Canales de distribución

Una de las modalidades consiste en que el exportador, a través de los minoristas hace llegar los productos de este sector a las tiendas de abarrotes, droguerías y distribuidores masivos, para que lleguen al consumidor final. Otra modalidad es que el importador distribuye sus productos al canal institucional, para que de este pasen al consumidor final. En el caso de los productos a granel, el reempacador los distribuye, bien sea a través del canal institucional o de los minoristas, para que lleguen finalmente al consumidor.

Factores competitivos

Es un sector altamente especializado cuya principal característica es la tradición y el profundo conocimiento del proceso de producción y la cadena adecuada para su comercialización y consumo. Se destaca por su constante innovación en la cadena productiva y el desarrollo de productos según las tendencias de consumo.



OPORTUNIDADES HARINAS DE PLÁTANO Y GALLETAS ENTRE OTROS.

ABC DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS



BANCOLDEX

SOMOS LA LLAVE DE SUS OPORTUNIDADES FRENTE AL **TLC** CON ESTADOS UNIDOS PARA

AUMENTAR SU
COMPETITIVIDAD

INCURSIONAR EN
NUEVOS MERCADOS

VENDER CON SEGURIDAD Y
TRANQUILIDAD SUS PRODUCTOS
Y SERVICIOS EN EL EXTERIOR

BENEFICIOS ADICIONALES

TASAS DE INTERÉS
REDUCIDAS

AMPLIOS PLAZOS

PARA CONTAR
CON NOSOTROS,
SIMPLEMENTE DÍGALE
A SU BANCO

*¡Quiero
un crédito con
Bancóldex!*



LÍNEA GRATUITA MULTICONTACTO BANCÓLDEX

Bogotá: (+571) 742 0281 | Otras ciudades: 01 8000 18 0710

www.bancoldex.com |



@bancoldex



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Libertad y Orden



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

Dirección: Calle 28 No. 13A - 15
Piso 7, Bogotá
Tel: +57 (1) 6067676
www.mincomercio.gov.co

PROEXPORT COLOMBIA

Dirección: Calle 28 No. 13A - 15
Piso 35, Bogotá
Tel: +57 (1) 5600100
www.proexport.com.co

BANCOLDEX

Dirección: Calle 28 No. 13A-15
Piso 38
Tel: (+571) 742 0281
Otras ciudades: 01 8000 18 0710
www.bancoldex.com

OFICINAS REGIONALES DE PROEXPORT

BARRANQUILLA

Dirección: Calle 77B No 59 - 61
Centro 2, Oficina 306
Tel: +57 (5) 360 4000

BOGOTÁ

Dirección: Calle 28 No 13A - 15
Pisos 1, 35 y 36
Tel: +57 (1) 560 0100

BUCARAMANGA

Dirección: Calle 31A No 26 - 15
Oficina 706, Centro Comercial La
Florida - Cañaveral
Tel: +57 (7) 638 2278

CALI

Dirección: Carrera 2ª Oeste No.
6-08 Oficina 403
Tel: +57 (2) 892 0291 / 94 /

96 / 97

CARTAGENA

Dirección: Centro de
Convenciones de Cartagena
Tel: +57 (5) 654 4320

CÚCUTA

Dirección: Calle 10 No 4 - 26,
Piso 4, Torre A, Edificio Cámara
de Comercio de Cúcuta
Telefax: +57 (7) 571 7979
- 5835998 - 5724088

MEDELLÍN

Dirección: Calle 4 Sur;
No 43A - 30, Oficina 401,
Edificio Formacol
Tel: +57 (4) 352 5656

PEREIRA

Dirección: Cra. 13 13-40 Oficina
402 y 403 -
Centro Comercial Uniplex
- Avenida Circunvalar
Tel: +57 (6) 335 5005

CENTROS DE INFORMACIÓN Y ASESORÍA ZEIKY

ABURRÁ SUR

Dirección: Calle 48 # 50-16
piso 4
Tel: (4) 444-2344

ARMENIA

Dirección: Cra 1 # 5-29
Tel: (6) 746-2646

BARRANQUILLA

Dirección: Universidad del Norte
Km. 5 Vía Puerto Colombia,
Edificio Posgrados piso 4
Tel: (5) 335 5005 - 350-9784

BOGOTÁ NORTE

Dirección: Calle 74 # 14-14
Tel: (1) 325-7500

BOGOTÁ PRINCIPAL

Dirección: Calle 28 # 13ª-15
Piso 1 Local 8
Tel: (1) 560-0100

BUCARAMANGA

Dirección: Cra 19 # 36-20 Piso 2
Tel: (7) 652-7000

CALI

Dirección: Calle 2A # 24c-95,
Barrio San Fernando
Tel: (2) 554-1584

Dirección: Calle 8 # 3-14
Tel: (2) 886-1300

CARTAGENA

Dirección: Centro comercial
Ronda Real 2. Local 151
Cámara de Comercio de
Cartagena
Tel: (5) 653-5562

CÚCUTA

Dirección: Calle 10 # 4-26 Torre
A piso 4
Cámara de Comercio de Cúcuta
Tel: (7) 571-3795

IBAGUÉ

Dirección: Calle 10 # 3-76 Piso
9 Of. 901
Tel: (8) 261-0944

MANIZALES

Dirección: Cra 23 # 26-60
Tel: (6) 884-4913

MEDELLÍN

Dirección: Calle 41 # 55-80
Of:306 entrada norte
Tel: (4) 261-3600

NEIVA

Dirección: Cra 5 # 10-38 Piso 3
Tel: (8) 871-3666

PALMIRA

Dirección: Calle 28 # 30-15
Tel: (2) 273-4658

PASTO

Dirección: Calle 18 # 28-84
Tel: (2) 731-1445

PEREIRA

Dirección: Cra 8 # 23-09,
Local 10
Tel: (6) 338-7806

POPAYÁN

Dirección: Cra 7 # 4-36 Piso 2
Tel: (2) 824-3625

SAN ANDRÉS

Dirección: Avenida Colón, edificio
Frutapan. Of. 203
Tel: (8) 512-3480

SANTA MARTA

Dirección: Av. Ferrocarril 27-97
Tel: (5) 421-2064

TUNJA

Dirección: Calle 21 # 10-52
Tel: (8) 742-3816

VALLEDUPAR

Dirección: Cra 19 calle 14
Tel: (5) 583-9467

VILLAVICENCIO

Dirección: Calle 39 # 31-47
Tel: (8) 671-3737

OFICINAS REGIONALES BANCOLDEX

BARRANQUILLA

Cra. 52 No. 76-167, local 101,
centro comercial Atlantic Center
Tel: 385 0632

CALI

Calle 4 Norte No. 1N-04, edificio
Torre
Mercurio, barrio Centenario

Tel: 485 5213

MEDELLÍN

Calle 7 Sur No. 42-70, oficina 613,

edificio Forum, sector de El
Poblado

Tel: 604 0141

BUCARAMANGA

Cra. 31 No. 51-74, oficina
1207, edificio Torre Mardel
Tel: 697 0170

PEREIRA

Cra. 13 No. 13-40, oficina 405,
centro comercial Uniplex
Circunvalar
Tel: 340 0818

TELÉFONOS OFICINAS BANCOLDEX

Aipe	839 8065
Armenia	735 9500
Buenaventura	297 8201
Buga	239 1722
Cajicá	883 7036
Cartagena	693 0712
Cúcuta	594 2681
Facatativá	890 2827
Girardot	8889742
Ibagué	277 0114
Manizales	891 8603
Montería	789 7450
Neiva	863 0168
Palmira	286 8700
Pasto	736 5095
Popayán	836 8115
Rivera	838 8132
Santamarta	435 8303
Sincelejo	2762381
Sopó	871 3725
Tuluá	235 9709
Tunja	747 0838
Valledupar	589 4048
Villavicencio	684 9646
Zipaquirá	882 6860



Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo
República de Colombia

Prosperidad
para todos

