



**CARACTERIZACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN DE
COLOMBIA A LOS PAÍSES ASOCIADOS A LA ALIANZA DEL PACÍFICO**

AUTORES:

MANUELA GIRALDO CAJIGAS

VALENTINA SÁNCHEZ ARENAS

DIRECTOR DEL PROYECTO:

OSCAR GÓMEZ ALDANA

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2018

Tabla de contenido

Resumen.....	4
1. Listado de anexos.....	7
2. Introducción.....	8
3. Objetivos.....	11
3.1 Objetivos generales.....	11
3.2 Objetivos específicos.....	11
4. Antecedentes.....	11
5. Metodología.....	14
5.2 Ventaja comparativa (World Trade Organization, 2012).....	15
6. Principales resultados.....	17
7. Conclusiones.....	22
8. Anexos.....	24
9. Bibliografía.....	29

Resumen

De la mano del Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Icesi ICECOMEX en conjunto con la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI¹), el presente proyecto de investigación se orientó a la búsqueda de oportunidades de alianzas comerciales de Colombia; particularmente, para 120 empresas pertenecientes a la ANDI, a los países asociados de la alianza del pacífico (Nueva Zelanda, Singapur, Australia y Canadá). Lo anterior con el fin de encontrar mercados potenciales en las cuales dichas empresas puedan incursionar, aprovechando de manera óptima las facilidades que ofrece el tratado comercial.

La metodología utilizada consistió, primeramente, en descartar aquellas empresas de la ANDI enfocadas únicamente a la prestación de servicios. En segundo lugar, se realizó una categorización de los productos por partidas arancelarias con el fin de identificar los tres productos de mayor oferta exportable de cada empresa. En tercer lugar, fueron filtrados aquellos productos cuyo nivel de exportación no excedían un millón de dólares. Finalmente, se calculó un índice de competitividad normalizado con los principales abastecedores de cada producto específico a los países destino (países asociados), lo cual arrojó los resultados finales.

Lo anterior fue posible con la ayuda de plataformas de información de comercio exterior, las cuales fueron herramientas fundamentales para el desarrollo de la investigación, permitiendo encontrar tres productos óptimos que podrían incursionar en los mercados de algunos de estos países asociados. Para finalizar, se desarrolló un plan de

¹ La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.

internacionalización de estos productos, elaborando fichas técnicas que brindarán información minuciosa sobre los requerimientos de entrada al país objetivo.

Palabras clave

1. Países asociados
2. Tratados comerciales
3. Oportunidades
4. Exportaciones
5. Partida arancelaria

Abstract

Together with the Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Icesi ICECOMEX in conjunction with the Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), this research project was oriented to find the opportunities of the commercial alliances of Colombia, particularly for 120 companies belonging to ANDI, to the associated countries of the Pacific alliance (New Zealand, Singapore, Australia and Canada). The above with the intention of finding potential markets in which these companies can venture, taking advantage of the abilities offered by the commercial treatment in an optimal manner.

The methodology used consisted, first of all, discarding those companies of the ANDI focused solely on the supply of services. Secondly, a categorization of the products by tariff items was carried out in order to identify the three products with the greatest exportable offer of each company. Third, those products whose export level did not exceed one million

dollars were filtered. Finally, a standardized competitiveness index was calculated, with the main suppliers of each specific product to the destination countries (associated countries), which yielded the final results.

All of this was possible with the support of foreign trade information platforms, which were fundamental tools for the research's development, allowing to find three optimal products that could make an incursion some of these associated countries. To finalize, the internationalization plan of these products was developed, making technical tallies that will provide detailed information regarding all the entry requirements to the target country.

Key Words

1. Associated countries
2. Trade agreements
3. Opportunities
4. Exports
5. Tariff heading

1. Listado de anexos

- a. Anexo 1: tabla 1. Resultado de los tres filtros iniciales por empresa y partida arancelaria.
- b. Anexo 2: tabla 2. Resultado de productos competitivos en los países asociados específicos
- c. Anexo 3: tabla 3. Resultado del índice de competitividad normalizado
- d. Anexo 4: gráfico 1. Evolución del comercio de bienes y servicios como porcentaje del PIB. Colombia y países de referencia (1990-2016)

2. Introducción

La iniciativa de integración regional se ha convertido en el eje central para el desarrollo y crecimiento económico en América Latina. La Alianza del Pacífico está actualmente integrada por 4 países: Chile, Colombia, México y Perú. Dicha unión surge como un mecanismo facilitador de negocios al interior del continente, estimulando la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, además de representar un sistema de cooperación que fortalece el posicionamiento y la competitividad de los países miembros en el escenario global.

En lineamiento con el cumplimiento de sus objetivos, los miembros de la alianza del pacífico mantienen una red de acuerdos comerciales entre sí y con las economías más desarrolladas y dinámicas del mundo. En este sentido, mientras los lazos se fortalecen dentro de la Alianza, hay un trabajo en paralelo para convertir esta fuerte integración latinoamericana en una potencia mundial de negocios y oportunidades.

Actualmente, la Alianza se encuentra en un punto importante para el desarrollo y creación de nuevos vínculos estratégicos en la negociación de entrada de estados asociados. Los candidatos actuales están constituidos por: Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur. Los países Candidatos a Estado Asociado (CEA) son jugadores importantes en el panorama mundial y representarán para la Alianza una oportunidad de incrementar el volumen de exportaciones con miras a mayor diversificación de mercados, productos y cadenas globales de valor, con una población de más de 70 millones de consumidores con

alto poder adquisitivo. La incorporación de estos nuevos países fomentará un esquema de integración estratégica, que impulsará el desarrollo económico y la competitividad de las economías de los miembros de la Alianza del Pacífico.

Para Colombia, los CEA representan una gran oportunidad para atraer inversión extranjera y generar más exportaciones de productos agrícolas, manufacturas de cuero, textiles y confecciones e industrias 4.0, entre otros. Dicho esto, el presente proyecto se encuentra dirigido a estudiar detalladamente las oportunidades de Colombia como integrante de la alianza del pacífico en el marco de integración de estados asociados. De esta manera, estudiar las oportunidades de la apertura comercial para el crecimiento económico de Colombia en términos de competitividad en el exterior.

Este proyecto de investigación fue realizado de la mano del Consultorio de Comercio Exterior de la Universidad Icesi ICECOMEX en conjunto con la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI²) quienes proponen la búsqueda de oportunidades de las alianzas comerciales de Colombia, particularmente para 120 empresas pertenecientes a la ANDI, con el fin de encontrar mercados potenciales en las cuales dichas empresas puedan incursionar, haciendo un aprovechamiento óptimo de las facilidades que ofrece este tratado comercial que aún se encuentra bajo negociación.

² La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.

Este trabajo presenta los principales elementos para realizar una guía de exportación en la que las empresas pertenecientes a la ANDI analicen las oportunidades de incursionar sus productos en los mercados de los países asociados a la alianza del pacífico. Está dividido en cinco capítulos. En el primero, donde se encuentra actualmente, encontrará un abrebocas de lo que será el estudio. En el segundo, observará los lineamientos a seguir para desarrollar esta investigación y así llegar a la meta final. En el tercero, encontrará un breve recuento de los parámetros investigados y en donde a partir de allí, resolveremos la problemática. En el cuarto, se expondrá el proceso que se realizó para darle a esta problemática una solución. Y por último en el quinto, se mostrarán los resultados obtenidos para la realización de las fichas técnicas de exportación para los empresarios.

El siguiente documento consta de 9 secciones. Donde la sección 1 se refiere al listado de anexos que serán una guía para la comprensión de los resultados contenidos en el documento; la sección 2 presenta la introducción del documento; la sección 3 expone los objetivos del proyecto; la sección 4 habla sobre los antecedentes; la sección 5 presenta la metodología utilizada para el desarrollo explorativo del proyecto; la sección 6 incluye los principales resultados obtenidos dentro del proyecto; la sección 7 las conclusiones y aprendizajes que se realizan con base a lo encontrado y analizado; la sección 8 referente a los anexos; y la sección 9 la bibliografía.

3. Objetivos

3.1 Objetivos generales

- Desarrollar guías que brinden información a los miembros de la ANDI para el aprovechamiento óptimo de las oportunidades de exportación los países asociados a la Alianza del Pacífico.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar la oferta exportable de las empresas pertenecientes a la ANDI.
- Seleccionar los productos por empresa con mayor potencial exportador.
- Analizar el consumo externo de los países asociados de los productos seleccionados.
- Determinar las oportunidades de exportación de las empresas pertenecientes a la ANDI a los países asociados a la alianza del Pacífico
- Identificar los requisitos de entrada para cada uno de los productos en los países seleccionados

4. Antecedentes

El s. XXI se ha caracterizado por el reordenamiento de la economía global, en el cual, la región de la Cuenca del Pacífico ha tomado una preponderancia sin precedentes, a tal punto que The Economist (2014) ha denominado esta época como *The Pacific Age*. En los últimos años China ha sido el caso más renombrado, con tasas de crecimiento económico entre el 6% y el 7%, ha retomado su papel como potencia global (CEPAL, 2016).

Es indudable que Asia-Pacífico es una región clave en el contexto actual en la medida que cuenta más de la mitad de la población mundial e incluye potencias que representan el 40% de la economía global y la mitad del comercio internacional, los países de la cuenca del Pacífico cuentan con una inmensa riqueza en recursos naturales y biodiversidad (The Economist, 2014). El auge de esta región se debe a su gran dinamismo económico y comercial que la posiciona como uno de los principales centros productivos y logísticos en el mundo, y cuenta con bajos costos de producción, en parte debido a las prácticas laborales y empresariales de algunos países, las cuales permiten penetrar los mercados internacionales con gran agresividad (Rouvinski et al., 2017). Estas realidades no han sido ajenas para a los países Latinoamericanos, especialmente Chile, Colombia, México y Perú, cuyo reconocimiento a dado pie al nacimiento y mantenimiento del proceso de integración de la Alianza del Pacífico (Gómez y Terán, 2017). Por ello, uno de los objetivos explícitos de la AP es *“convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial [...] con énfasis en la región Asia-Pacífico”* (Alianza del Pacífico, 2016). A pesar de lo anterior, hasta ahora no se habían dado pasos significativos para estrechar las relaciones entre ambas regiones.

Durante últimos días de junio de 2017, se llevó en Cali, la XII Cumbre de la Alianza del Pacífico, reuniendo 4 presidentes, representantes de 52 países observadores y más de 250 empresarios de la región. Durante la Cumbre, y atendiendo el contexto mencionado, se tendió un puente para promover las relaciones con la región de la Cuenca del Pacífico a través de la creación de una nueva figura denominado Estado Asociado (EA) a la AP, del

que hoy son candidatos Australia, Canadá, Nueva Zelandia y Singapur (Rouvinski et al., 2017).

Se entenderá por “Estado Asociado a la Alianza del Pacífico” aquel Estado con el cual todas las Partes del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico celebren y pongan en vigor un acuerdo vinculante de altos estándares en materia económico comercial, que contribuya a la consecución de los objetivos del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (Consejo de Ministros de la Alianza del Pacífico, 2017, pág. 1).

En este sentido, los Estados Asociados, puede configurarse como una plataforma de lanzamiento para los países de la AP que buscan la captura de oportunidades en los mercados de Asia-Pacífico (Rouvinski et al., 2017). Por ejemplo, pueden ser una base logística para la promoción de las exportaciones, una fuente para la Inversión Extranjera Directa o bien un mercado final para los productos de la región. Si bien las empresas de los países de la AP cuentan con experiencias de hacer negocios en el exterior, en el caso de la región Asia-Pacífico existe un desconocimiento generalizado, no solo de las oportunidades sino de los procesos, requerimientos y métodos para el ingreso de mercancías.

Ante esta realidad, la ANDI, la Asociación Nacional de Empresarios, y que en el marco de la AP preside para Colombia el Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico – CEAP³, ha iniciado una serie de actividades de investigación, generación y difusión de

³ El CEAP es una institución integrada por empresarios de alto nivel de los cuatro países miembros, y entre sus objetivos está promover la AP entre los empresarios tanto dentro de sus países como alrededor de la comunidad empresarial mundial. Uno de los aspectos más relevantes, es que apuntan a presentar a sus respectivos gobiernos recomendaciones y sugerencias que faciliten el proceso de integración y cooperación a nivel económico y comercial de los integrantes, además de impulsar y proponer acciones conjuntas hacia terceros mercados, en especial el Asia Pacífico (Biblioteca Nacional del Congreso de Chile, 2013).

información con el fin de cubrir aquellos vacíos con los que aun cuenta el empresariado local, en concordancia con los objetivos generales del CEAP. Por ello, ante el inminente ingreso de Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur al proceso de integración de la AP (están a puertas de la octava ronda de negociación en el momento de redacción de este artículo) los esfuerzos se han centrado en estos países.

Así pues, es necesario resaltar que, a pesar de los limitados vínculos entre la AP y los EA, existen oportunidades de crecimiento comercial. Actualmente los flujos comerciales del bloque con los cuatro países son muy interesantes, incluso superiores a los flujos comerciales intra-alianza. Por ejemplo, las exportaciones desde la AP hacia el bloque superan los USD 14.000 millones, mientras que las exportaciones dentro de la Alianza se encuentran por el orden de los USD 12.000 millones (Gómez, 2017), por ello este trabajo apunta a identificar las oportunidades presentes en los EA y describir la forma de aprovecharlas.

5. Metodología

Esta es una investigación de fuentes secundarias de tipo descriptivo y analítico la cual se dividió en dos grandes bloques, por un lado la identificación de oportunidades de exportación hacia Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur para las empresas afiliadas a la ANDI (pudiéndose extrapolar este análisis a las empresas de los mismos sectores aun no fuesen afiliados a la ANDI) y por otro, el desarrollo de una guía de requisitos y procesos necesarios para aprovechar dichas oportunidades en los destinos.

El primer paso en la elaboración del presente proyecto consistió en la fijación clara y concisa de los objetivos, que serían el eje central para orientar la investigación hacia los fines buscados. Para ello, fue acordada una reunión con un delegado de la ANDI que facilitó el reconocimiento de las empresas potenciales hacia las cuales fue dirigida la investigación. Para la identificación de oportunidades se realizó un proceso de descarte a partir de la aplicación de las siguientes condiciones:

1. Identificación de la oferta exportable de las empresas afiliadas a la ANDI a través de la clasificación arancelaria de los productos ofrecidos y la elección de los productos representativos por empresa (aquellos que la empresa estuviese en la posibilidad de producir a gran escala).
2. Identificación de las importaciones superiores a USD 1.000.000 en Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur, descartando las importaciones de minero-energéticos.
3. Cruce estadístico de las bases de datos desarrolladas en los puntos 1 y 2 para la identificación específica de productos.
4. Evaluación de la factibilidad de competitividad del producto a través del cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada Normalizado.

5.2 Ventaja comparativa (World Trade Organization, 2012)

El Índice de Ventaja Comparativa Revelada (RCA, por sus siglas en inglés), es una ratio entre la participación del producto k en las exportaciones del país i y la participación de este en la participación del comercio mundial, formalmente:

$$RCA_k^i = \frac{x_k^i / X^i}{x_k^M / X^M}$$

Donde x_k^i son las exportaciones del bien k en el país i , X^i son las exportaciones totales del país i , x_k^M son las exportaciones del bien k en el mundo y X^M las exportaciones mundiales.

Un valor del RCA por encima de 1 en un bien (o en un sector) k en un país i indica que i tiene una ventaja comparativa revelada con respecto al mundo en ese producto (o sector).

Una desventaja del índice RCA es que es asimétrico, i.e. sin límites para aquellos sectores con una ventaja comparativa revelada, pero tiene un límite inferior de cero para aquellos sectores con una desventaja comparativa. Una alternativa es referirse a las importaciones aplicando la misma fórmula reemplazando x por m , sin embargo, esta alternativa no es aplicable en este caso en el que se pretende estudiar la competitividad de un sector para exportar. Otra solución es apoyarse en una simple normalización. El índice RCA normalizado, NRCA, es:

$$NRCA_k^i = \frac{RCA_k^i - 1}{RCA_k^i + 1}$$

La interpretación del índice NRCA es similar a la del RCA estándar, excepto que ahora los valores críticos son simétricos.

6. Principales resultados

En concordancia con el cronograma de actividades, la primera tarea consistió en realizar la clasificación arancelaria de las mercancías⁴ obtenidas del listado de 120 empresas brindado por la ANDI. Para ello, fue necesario el uso de la herramienta Legiscomex⁵ que permitió un reordenamiento de las empresas, facilitando un listado de mercancías que serían fundamentales para el reconocimiento de las principales exportaciones de cada empresa. De dicha manera, y haciendo una eliminación de valores duplicados en la base de datos, se asignó una partida arancelaria para el tipo de mercancía ofrecida por cada empresa, lo cual resultó útil para la manipulación y ordenamiento de información posterior sobre los productos. Este primer filtro descartó aquellas empresas que no tenían productos actualmente exportables, además de aquellas empresas presentes en la ANDI orientadas a la prestación de servicios. Como resultado, se encontraron 80 empresas óptimas para el estudio en cuestión, de las 120 empresas iniciales.

A continuación, de todos los productos exportables de cada empresa encontrados en Legiscomex, se seleccionaron aquellos que tuvieran mayor peso en volumen de exportación. Es así como, con un promedio de 3 mercancías exportables por empresa, se facilitó la filtración y elección de aquellas partidas con las que se continuaría trabajando a lo largo de la investigación, con el objetivo de seleccionar las principales mercancías de cada empresa, que ya cumplen con requerimientos de exportación y que son producidos en

⁴ Clasificar arancelariamente una mercancía es asignarle uno de los códigos según la nomenclatura anexa al “Convenio Internacional del Sistema Armonizado de designación y codificación de mercancías” de la Organización Mundial de Aduanas y está dividida en secciones, capítulos (dos primeros dígitos), partidas (cuatro primeros dígitos) y subpartidas (seis primeros dígitos).

⁵ Legiscomex es un Sistema de Inteligencia Comercial para la gestión y análisis del comercio exterior, que permite tomar decisiones en los negocios internacionales.

altos volúmenes, lo que también es un indicador de la alta aceptación que presentan dichos productos en el extranjero. Es así como, este filtro no sólo descartó partidas que no eran tan participativas en el ámbito internacional, sino también a aquellas empresas cuyo porcentaje de exportación no era significativo, e incluso, aquellas que no exportaban, con un resultado de 71 partidas arancelarias para continuar con los propósitos del proyecto.

En el anexo 1 se visualiza con claridad el ordenamiento obtenido de los primeros 3 filtros, mostrando, en el orden que se sigue, el nombre de la empresa, el número de identificación arancelaria de la empresa, el número de la partida arancelaria de los productos de mayor oferta exportable de cada empresa, el valor FOB en dólares y, finalmente, el valor porcentual de exportación de dicha mercancía del total de productos ofrecidos por empresa.

Dicho lo anterior, con la ayuda de la base de datos de comercio exterior Trade Map, la siguiente tarea consistió en estudiar, una a una, las posibilidades de tener una entrada viable en términos de competitividad a los Estados Unidos, analizando cuáles partidas, dentro de la base de datos filtrada, se exportaban a dichos países. De tal forma, el listado se redujo de manera sustancial, dejando como resultado sólo 6 partidas de las 71 analizadas. En el anexo 2, se denotan las partidas resultantes de este filtro con los respectivos países destino de cada una, las cuales se pueden resumir en: bebidas en polvo para Australia; productos de belleza a Singapur, medicamentos a Australia, Canadá y Singapur; instrumentos médicos para Australia, Canadá y Singapur; objetos de señalización de automóviles para Canadá; y finalmente, pesticidas a Canadá.

Es importante resaltar que, si bien los avances en la investigación arrojaron una reducción significativa de las empresas exportadoras de la ANDI a los estados asociados, no implica que el listado de empresas restante no podrá posteriormente hacer un aprovechamiento de las oportunidades que brinda esta alianza estratégica. Lo que se busca es saber primeramente cómo está Colombia en términos de relaciones y aprovechamientos del acuerdo comercial y buscar la oportunidad de mejorar estos términos para Colombia en el marco de integración de los Estados Asociados.

Por consiguiente, se creó una nueva lista basada en cuánto exportaba Colombia de cada una de las partidas, con relación a cuánto exportaba Colombia en general. Hecha esta salvedad, se comparó cuánto exportaba el mundo de cada partida mencionada respecto a cuánto exportaba el mundo en general y así calcular el índice de ventaja comparativa revelada normalizada, mencionado con detalle en la metodología. Dicho indicador permitió conocer la participación de la partida arancelaria y de Colombia en el resto del mundo. De modo que, fueron elegidas las partidas más eficientes con las cuales trabajar. Cabe aclarar que antes de realizar este procedimiento fue necesario conocer si cada empresa exportaba más de un millón de dólares de cada partida por empresa, ya que, de lo contrario no sería una cifra significativa para ser comparada con el mercado internacional.

Inicialmente, este índice arrojó resultados desalentadores para la investigación, mostrando que Colombia se encuentra altamente rezagada en términos de competitividad respecto al escenario mundial. En este caso se encontró que sólo una partida resultaba óptima para el estudio, correspondiente a las bebidas en polvo, lo cual fue inesperado y poco revelador para la investigación en proceso. Por tal motivo, la lista cambió a una que relacionara a Colombia con los países asociados a la Alianza del Pacífico. Con dicho

propósito, se consultaron por medio de Trade Map las importaciones de los países asociados de las partidas ya en estudio y se seleccionaron los principales países de los que se importan éstas. El resultado fue casi el mismo para todas las partidas, siendo Estados Unidos, Alemania y Suiza los mayores exportadores de dichas partidas a los países asociados. Asimismo, se calculó nuevamente el índice que anteriormente se había hecho para Colombia. Una vez obtenido el indicador se normalizó⁶ para todos los países, tanto Colombia como los principales exportadores de la partida a los países asociados.

Por consiguiente, se realizó un cuadro comparativo de índices normalizados relacionando a Colombia con los demás países por las 6 partidas, con el fin de percibir en qué partida Colombia podría ser competitiva para exportar este producto a dichos países asociados. Como se observa en el anexo 3, Colombia es competitiva en únicamente dos partidas: en primer lugar, se obtuvieron las bebidas en polvo, correspondiente a la partida 210690 bajo el nombre de las demás preparaciones compuestas cuyo grado alcohólico volumétrico sea inferior o igual al 0,5 % vol., para la elaboración de bebidas; con la probabilidad de competir fuertemente con mercados como los de Nueva Zelanda y Singapur y sobrepasando Estados Unidos, para exportar a Australia. En segundo lugar, se obtuvieron los pesticidas, correspondientes a la partida 380892, bajo el nombre de los demás fungicidas, presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos; siendo Colombia más competitiva que Estados Unidos que es el principal exportador, para exportar a Canadá.

⁶ Normalizar un índice es usar el índice ya obtenido, sumarle un (+1) , y dividirlo por el mismo índice restándole un (-1). De esta forma $(RCA+1)/(RCA-1)$.

En relación con las cuatro partidas restantes, es posible afirmar que podrían estar cerca de representar una oportunidad para Colombia, teniendo en cuenta que sus resultados no se encuentran tan lejos de ser competitivos en el escenario internacional. En consecuencia, se tuvo a consideración con el producto de los medicamentos, referente a la partida 300490, bajo el nombre de los demás medicamentos para el uso humano; siendo la tercera mercancía de mayor potencial para exportación a los países asociados (específicamente a Canadá y Australia), teniendo en cuenta que cumple con los estándares para ser competitiva incluso frente a Estados Unidos, que es uno de los mayores exportadores de la mercancía en cuestión.

Para finalizar, se visibilizaron las primeras conclusiones: las posibles oportunidades de las empresas de la ANDI se encuentran en una etapa muy prematura en términos de competitividad para exportar a los estados asociados a la alianza del pacífico. En efecto, Colombia a pesar de ser parte de una integración comercial tan importante como lo es la Alianza del Pacífico, aún requiere un esfuerzo mayor para obtener un posicionamiento más alto en el escenario global, que le permita aumentar su competitividad económica.

En relación con los resultados y como se observa en el anexo 4, según los últimos resultados del Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial, Colombia se encuentra en la casilla 66 entre 137 países, un retroceso de cinco puestos respecto al año anterior, y en América Latina ocupa el quinto lugar, detrás de Chile, Costa Rica, Panamá y México. En efecto, la inserción de la economía colombiana en el mercado internacional sigue siendo baja, luego de más de dos décadas de haber iniciado su proceso de internacionalización y a pesar del incremento en el número de tratados de libre comercio. Esto se debe a los pocos incentivos que existen en el país para exportar: gran dispersión

arancelaria y aumento en las barreras no arancelarias, que afectan a más del 76% de los productos importados. Mientras que el comercio de bienes y servicios como porcentaje del PIB era de 35,4% en 1990, este se redujo a 34,7% en 2016. (Consejo privado de competitividad, 2018, pg (Consejo privado de competitividad, 2018) 15)

7. Conclusiones

El presente proyecto, de carácter explorativo, permitió reconocer que Colombia tiene un gran potencial de exportación y que puede alcanzar fuerte competitividad a nivel global. Para estudiar rigurosamente los mercados y las oportunidades de exportación de los productos dentro de la información brindada por la ANDI, fue de gran ayuda el conocimiento en el manejo de base de datos, elemento aprendido a lo largo del proyecto. Sin embargo, resulta desalentador reconocer que, aunque Colombia se encuentre en proceso de realizar acuerdos que forjan lazos entre el país y el mundo, la falta de información y las barreras de comunicación siguen imposibilitando la ejecución de estos acuerdos que solo se quedan en el papel o se aprovechan más por las contrapartes. En efecto, si bien se identifica que, desde los procesos de internacionalización de Colombia que llevan aproximadamente más de dos años, se denota que existen una serie de tratados comerciales que facilitan la apertura económica del país y le brindan la oportunidad de incursionar en los mercados internacionales; las barreras informáticas, la falta de fuentes de datos y de recursos continúan siendo una gran limitante para el aprovechamiento de la apertura comercial de Colombia. De dichas limitantes se reconoce el verdadero valor agregado que brinda el trabajo realizado en el último año en compañía del Foro de Comercio Exterior de la Universidad Icesi.

Por otro lado, la negociación que se está llevando a cabo entre la Alianza del Pacífico y los Candidatos a Estados Asociados va más allá de un acuerdo entre los países involucrados. La alianza considera que los CEA representan una puerta de entrada para la región de Asia Pacífico, que permitirá el futuro relacionamiento de los miembros Latinoamericanos con grandes potencias mundiales de la región del Pacífico como Japón, China e India. Ahora bien, si países como Nueva Zelanda y Singapur se encontraban en la última línea en la búsqueda de oportunidades para incursionar en el continente asiático, ahora representan territorio importante que brindará a países como Colombia una oportunidad de experiencia y adentramiento hacia la región del futuro: Asia Pacífico.

Finalmente, en el ferviente deseo de trabajar y conocer sobre las áreas de comercio exterior así como de negociación internacional, resultó interesante, y sobre todo retador, sacar adelante un proyecto de grado que involucrara un compromiso con las organizaciones de ICECOMEX y la ANDI, además de abarcar temas que no solo fueron de carácter investigativo y analítico de una problemática específica; sino que permitió brindar herramientas para los empresarios interesados en exportar sus productos hacia los países asociados a la alianza del pacífico, dentro de las fichas de exportación realizadas.

8. Anexos

Anexo 1: tabla 1. Resultado de los tres filtros iniciales por empresa y partida arancelaria.

Nombre de la empresa	productos Partida	producto	valor FOB(USD)	Porcentaje
Alimentos Cárnicos S. A.S.	201300090	Las demás carnes de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada, deshuesada.	\$ 296.316	75,37%
	201300010	Cortes finos de carne de animales de la especie bovina, deshuesada, fresca o refrigerada.	\$ 96.844	24,63%
Alpina Productos Alimenticios S.A.	2202990000	Las demás agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09	\$ 159.557	45,75%
	2202900000	Las demás bebidas no alcohólicas, con exclusión de los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09.	\$ 85.361	24,48%
	2007100000	Preparaciones homogeneizadas (de frutas).	\$ 54.725	15,69%
Aluminio Nacional S.A.	7604292000	Los demás perfiles de aleaciones de aluminio.	\$ 516.290	72,95%
Apex Tool Group S.A.S.	8203100000	Limas, escofinas y herramientas similares de mano, de metales comunes.	\$ 48.214	49,02%
	8204120000	Llaves de ajustes de mano, ajustable (incluidas las llaves dinámicas), de metales comunes.	\$ 3.036	12,37%
B. Altman & Cia. S.A.S.	2922491000	Glicina, sus sales y ésteres.	\$ 35.222	84,35%
Belleza Express S.A.	3303000000	Perfumes y aguas de tocador.	\$ 141.484	48,74%
BSN Medical Ltda.	3005101000	Esparadrapos y vendas.	\$ 798.767	95,82%
C.I. de Azúcares y Miel S.A.	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	\$ 3.784.199	47,92%
	1701140000	Los demás azúcares de caña en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante en estado sólido.	\$ 3.079.772	39%
Cables de Energía y de Telecomunicaciones S.A.	8544491000	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1.000 v, de cobre.	\$ 1.144.151	30,23%
	8544499000	Los demás conductores eléctricos para una tensión inferior o igual a 1.000 v.	\$ 723.462	19,11%
	8544110000	Alambre de cobre para bobinar.	\$ 168.017	13,22%
Carlos Sarmiento L. & Cia. Ingenio Sancarlos S.A.	1701140000	Los demás azúcares de caña en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante en estado sólido.	\$ 1.396.920	95,54%
Cartón de Colombia S.A.	4802569000	Los demás papeles y cartones sin fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico-mecánico o con un contenido total de estas fibras inferior o igual al 10% en peso del contenido total de fibra	\$ 1.926.521	44,47%
	4804210000	Papel kraft crudo, para sacos (bolsas).	\$ 1.353.828	31,25%
Cartones América S.A.	4805250000	Papel testliner (de fibras recicladas), de peso superior a 150 g/m2.	\$ 14.061	100%
Carvajal Pulpa y Papel S.A.	4802559000	Los demás papeles y cartones, sin fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico-mecánico o con un contenido total de estas fibras inferior o igual al 10% en peso del contenido total de fibra	\$ 20.293.639	50,15%

	4802579000	Los demás papeles y cartones, sin fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico - mecánico o con un contenido total de fibra, de peso superior o igual a 40g/m2, pero inferior o igual a 150 g/	\$	7.006.808	17,31%
	4802569000	Los demás papeles y cartones sin fibras obtenidas por procedimiento mecánico o químico-mecánico o con un contenido total de estas fibras inferior o igual al 10% en peso del contenido total de fibra	\$	4.684.896	11,58%
Cementos Argos S.A.	2505900000	Las demás arenas naturales de cualquier clase, incluso coloreadas, con exclusión de las arenas metalíferas del capítulo 26.	\$	618.404	25,56%
	2523290000	Los demás cementos portland (gris).	\$	1.800.334	74,40%
Cemex Colombia S.A.	8482500000	Rodamientos de rodillos cilíndricos.	\$	27.294	38,39%
	8474900000	Partes y piezas de máquinas y aparatos de la partida 84.74.	\$	19.500	27,42%
	7325910000	Bolas y artículos similares para molinos, de fundición, de hierro o de acero.	\$	12.490	17,57%
Colgate Palmolive Compañía	3306100000	Dentifricos (crema dental), acondicionados para su venta al por menor al usuario.	\$	18.088.341	31,16%
	4011100000	Jabones, productos y preparaciones orgánicos tensoactivos de tocador (incluso los medicinales), en barras, panes o trozos, o en piezas troqueladas o moldeada.	\$	17.414.941	30%
	8099100000	Los demás aprestos y productos de acabado del tipo de los utilizados en la industria textil o industrias similares	\$	11.999.144	20,67%
Colombina S.A.	1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas.	\$	80.598.398	55,56%
	1905320000	Barquillos y obleas, incluso rellenos (gaufrettes, wafers) y waffles (gaufres).	\$	17.575.771	12,12%
Comestibles Aldor S.A.	1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas.	\$	34.535.376	85,99%
Compañía Colombiana de Empaques Bates S. A.	4819301000	Sacos (bolsas) con una anchura en la base superior o igual a 40 cm., multipliegos, de papel, cartón, guata de celulosa	\$	1.268.494	92,31%
Dimel Ingeniería S.A.	7308909000	Las demás construcciones y partes de construcciones no incluidas antes, de fundición, de hierro o de acero, excepto las construcciones prefabricadas de la partida 94.06	\$	2.006.745	94,94%
Eka Corporación S.A.	9607110000	Cierres de cremallera (cierres relampagos), con dientes de metal común.	\$	604.963	37,12%
	5806329000	Las demás cintas de fibras sintéticas o artificiales, excepto los artículos de la partida 58.07.	\$	287.870	17,66%
	4823690000	Las demás bandejas, fuentes, platos, tazas, vasos y artículos similares, de papel o cartón.	\$	221.326	13,58%
Estrumetal S.A.	7608200000	Tubos de aleaciones de aluminio.	\$	41.345	41,04%
	7604292000	Los demás perfiles de aleaciones de aluminio.	\$	41.131	40,83%
Fábrica Nacional de Autopartes S.A.	8479899000	Las demás máquinas y aparatos mecánicos con una función propia, no expresados ni comprendidos en otra parte de este capítulo.	\$	222.100	45,65%
	8415900000	Partes de aparatos acondicionadores de aire de la partida 84.15.	\$	169.505	34,84%
FUNDICIONES UNIVERSO S.A. FUNDIVERSO	8438900000	Partes de máquinas y aparatos de la partida 84.38.	\$	4.400.443	88,83%
Gases Industriales de Colombia S.A.	2804210000	Argón.	\$	51.950	45,10%
	8515310000	Máquinas y aparatos de arco o de chorro de plasma para soldar metales, total o parcialmente automáticos, eléctricos.	\$	14.439	12,54%
General Metálica S.A.	8305900000	Sujetadores, cantoneras, clips, índices de señal y artículos similares de oficina, incluidas las partes, de metal común.	\$	256.065	48,47%
	8305200000	Grapas en tiras (por ejemplo: de oficina, de tapicería o de envases) de metal común.	\$	141.587	26,80%

Goodyear de Colombia S.A.	4011201000	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho radiales, de los tipos utilizados en autobuses o camiones.	\$ 26.126.200	93,48%
Harinera del Valle S.A	1102200000	Harina de maíz	6.673.035,24	98,77%
Industria Nacional de Gaseosas S.A.	2106902900	Las demás preparaciones compuestas cuyo grado alcohólico volumétrico sea inferior o igual al 0,5 % vol., para la elaboración de bebidas.	581.399,68	99,98%
INGENIO DEL CAUCA S.A.S	1701140000	Los demás azúcares de caña en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante en estado sólido.	5.039.149,23	53,22%
	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	4.357.020,29	46,01%
Ingenio Pichichi S.A.	1701140000	Los demás azúcares de caña en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante en estado sólido.	5.983.079,65	34,63%
	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	11.295.255,20	65,37%
Ingenio Providencia S.A. ESP	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	22.998.893,14	86,30%
Johnson & Johnson de Colombia S.A.	3306900000	Las demás preparaciones para la higiene bucal o dental, incluidos los polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras, acondicionadas para su venta al por menor al usuario.	13.295.083,68	22,69%
	3304990000	Las demás preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y bronceadoras.	12.919.089,60	22,05%
	9619002010	Compresas y tampones higienicos, de pasta de papel, papel, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa.	11.564.443,43	19,74%
Laboratorio Franco Colombiano Lafranco S.A.S	3006600000	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas o de espermicidas.	2.581.492,89	44,61%
	3004902900	Los demás medicamentos para uso humano.	2.187.479,19	37,80%
Laboratorios Baxter S.A.	3004902900	Los demás medicamentos para uso humano.	26.701.433,28	65,72%
	9018909000	Los demás instrumentos y aparatos de medicina y cirugía, odontología, o veterinaria no incluidos antes.	13.325.162,53	32,80%
La Tour S.A.	302109000	Las demás mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, del tipo de las utilizadas para la elaboración de bebidas.	754.696,46	74,87%
	3302101000	Mezclas de sustancias odoríferas, del tipo de las utilizadas en las industrias alimenticias o de bebidas, cuyo grado alcohólico volumétrico sea superior al 0,5% vol.	229.021,57	22,72%
Mac-Johnson Controls Colombia S.A.S	8507100000	Acumuladores eléctricos de plomo del tipo de los utilizados para el arranque de los motores de explosión.	70.577.966,35	92,83%
Manuelita S.A.	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	37.149.134,84	97,65%
MULTIPARTES DE COLOMBIA S.A.S.	8512209000	Los demás aparatos de alumbrado o de señalización visual, del tipo de los utilizados en ciclos o automóviles.	1.201.788,68	65,10%
NUFARM COLOMBIA S.A.	3808921900	Los demás fungicidas, presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos.	512,93	100%
Plasticaucho Colombia S.A	6401920000	Los demás calzados impermeables con suela y parte superior (corte) de caucho o de plástico, que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla.	1.094.816,60	63,17%
Productos YUPI S.A.S.	1901902000	Manjar blanco o dulce de leche.	86.214,00	78,70%
PROTÉCNICA INGENIERÍA S.A.	3402139000	Los demás agentes de superficie orgánicos no iónicos, incluso acondicionados para la venta al por menor.	1.228.346,55	38,56%
	3824999900	Las demás preparaciones aglutinantes para moldes o núcleos de fundición; productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas (incluidas las mezclas de productos naturales), no expresados ni comprendidos en otra parte.	556.787,13	17,48%
QBCo S.A.	1507909000	Los demás aceites de soja (soya) y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.	14.802.869,53	94,15%
Quimpac de Colombia S.A.	2801100000	Cloro.	4.113.948,05	57,04%

	2806100000	Cloruro de hidrógeno (ácido clorhídrico).	1.138.391,96	15,78%
Recamier S.A.	3305900000	Las demás preparaciones capilares.	8.004.067,03	61,53%
	3305100000	Champues para el cabello.	2.612.856,14	20,09%
Reckitt Benckiser Colombia S. A.	3402200000	Preparaciones tensoactivas, para lavar (incluidas las preparaciones auxiliares de lavado) y preparaciones de limpieza acondicionadas para la venta al por menor.	9.889.939,13	55,92%
	3405100000	Betunes, cremas y preparaciones similares para el calzado o para cuero y pieles.	3.934.561,53	22,25%
Resortes Hércules S. A.	7320100000	Ballestas y sus hojas, de hierro o de acero.	2.981.179,36	93,81%
Riopaila Castilla S.A.	1701140000	Los demás azúcares de caña en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante en estado sólido.	23.818.866,39	59,38%
	1701999000	Los demás azúcares de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	14.769.495,60	36,82%
Rivercol S.A.		no exportan		
Sanofi-Aventis de Colombia S.A.	3004902900	Los demás medicamentos para uso humano.	5.595.763,21	92,26%
Siderúrgica del Occidente S.A.		no exportan		
Spataro Nápoli S.A.	6205200000	Camisas de algodón, para hombres o niños, excepto las de punto.	3.105.126,23	61,06%
Sucroal S.A.	2918140000	Ácido cítrico.	25.781.910,29	70,50%
Supertex S.A.	6109909000	T-shirts y camisetas interiores de punto, de las demás materias textiles.	5.930.317,82	32,18%
	6110309000	Sueteres (jerseys), pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares, incluidos los sous-pull, de punto, de las demás fibras sintéticas.	5.375.152,54	29,17%
	6104630000	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	2.915.941,62	15,82%
Tecnoquímicas S.A.	3004902900	Los demás medicamentos para uso humano.	10.376.021,71	64,26%
	3004501000	Los demás medicamentos para uso humano, que contengan vitaminas u otros productos de la partida 29.36, acondicionados para la venta al por menor.	2.744.357,94	17,00%

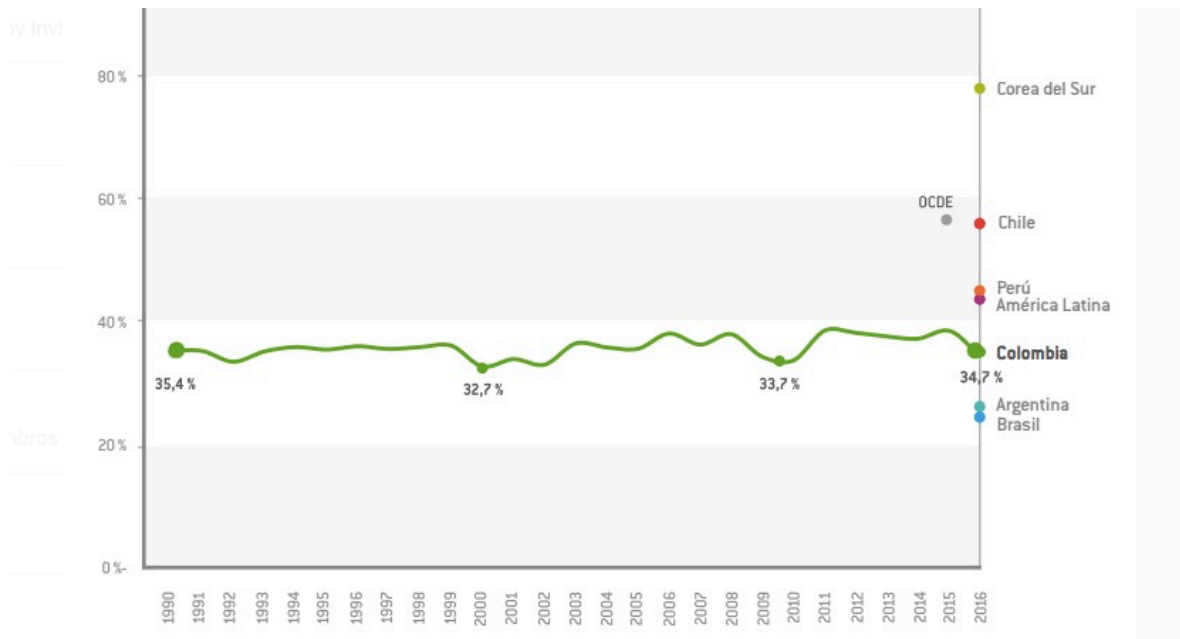
Anexo 2: tabla 2. Resultado de productos competitivos en los países asociados específicos

PARTIDA	PRODUCTO	AUSTRALIA	CANADÁ	N. ZELANDA	SINGAPUR	EXPORTACIONES COLOMBIA		EXPORTACIONES MUNDIALES		INDICE DE VALIDACIÓN
210690	Las demás preparaciones compuestas cuyo grado alcohólico volumétrico sea inferior o igual al 0,5 % vol., para la elaboración de bebidas.	si	-	-	-	Colombia exporta	\$ 53.505	El mundo exporta	34631252	RCA: 0,65237121
330499	Las demás preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y bronceadoras.	-	-	-	si	colombia exporta	\$ 66.354	El mundo exporta	30924777	RCA: 0,90600197
300490	Los demás medicamentos para uso humano.		si	-	si	colombia exporta	\$ 218.877	El mundo exporta	256241136	RCA: 0,36067819
901890	Los demás instrumentos y aparatos de medicina y cirugía, odontología, o veterinaria.no incluidos antes.	si	si	-	si	colombia exporta	\$ 16.295	El mundo exporta	47928310	RCA: 0,14355914
851220	Los demás aparatos de alumbrado o de señalización visual, del tipo de los utilizados en ciclos o automóviles.	-	si	-	-	colombia exporta	\$ 2.094	El mundo exporta	18657683	RCA: 0,04739009
380892	Los demás fungicidas, presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos.	-	si	-	-	colombia exporta	\$ 166.577	El mundo exporta	8328904	RCA: 8,44492484

Anexo 3. Resultados del índice de competitividad normalizados

Cuadro comparativo índices normalizados						
Partidas	Las demás preparaciones compuestas cuyo grado alcohólico volumétrico sea inferior o igual al 0,5 % vol., para la elaboración de bebidas. 210690	Las demás preparaciones de belleza, de maquillaje y para el cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y 330499	Los demás medicamentos para uso humano. 300490	Los demás instrumentos y aparatos de medicina y cirugía, odontología, o veterinaria, no incluidos antes. 901890	Los demás aparatos de alumbrado o de señalización visual, del tipo de los utilizados en ciclos o automóviles. 851220	Los demás fungicidas, presentados en formas o en envases para la venta al por menor o en artículos. 380892
	Exportaciones a Australia	Exportaciones a Singapur	Exportaciones a Australia, Canadá y Singapur	Exportaciones a Australia, Canadá y Singapur	Exportaciones a Canadá	Exportaciones a Canadá
NRCA Por País	Colombia -0,210381778 Singapur -0,053995161 Nueva Zelandia 0,802218181 Usa -0,377943844	Colombia -0,04931686 Francia 0,720397631 Usa 0,014889342	Colombia -0,46985526 Irlanda 0,79268436 Alemania 0,269993557 Usa -0,43724617 Suiza 0,996342927	Colombia -0,748925722 Usa 0,477191934 México 0,498982785	Colombia -0,909508224 Usa -0,000800061	Colombia 0,788246065 Usa -0,172478644
	Colombia es competitiva frente a Estados Unidos	Colombia no es competitiva	Colombia no es competitiva	Colombia no es competitiva	Colombia no es competitiva	Colombia es competitiva frente a Estados Unidos

Anexo 4: gráfico 1. Evolución del comercio de bienes y servicios como porcentaje del PIB. Colombia y países de referencia (1990-2016)



Fuente: Banco mundial (2016)

9. Bibliografía

CEPAL. (2016). *Relaciones económicas entre América Latina y el caribe y China*. Santiago: Naciones Unidas, CEPAL.

The Economist. (2014). The pacific Age. *The Economist* , 1-14.

Alianza del pacífico. (10 de 10 de 2018). *Qué es la alianza: Alianza del pacífico*. Obtenido de Sitio Web de la Alianza del pacífico: alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/#laalianza-del-pacifico-y-sus-objetivos

Biblioteca Nacional del Congreso de Chile. (2018). *El consejo empresarial y su rol en la Alianza del Pacífico*. Chile: BCN.

Ministerio de relaciones exteriores de Colombia. (2017). *Consejo de ministros de la alianza del pacífico. Cancillería*. (O. Gómez, Productor) Recuperado el 10 de 10 de 2018, de Sitio web de Cancillería: www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/

Gómez, O. &. (2017). *El papel del Valle del Cauca en el proceso de integración de la Alianza del Pacífico*. Universidad ICESI. Programa de estudios de la Alianza del pacífico.

Gómez, O. (s.f.). *Ministerio de Relaciones exteriores en Colombia. Cancillería*. Recuperado el 10 de 10 de 2018, de Sitio web de la cancillería: www.cancilleria.gov.co

Rouvinski, V. A. (2017). *Memorias de la XII Cumbre de la Alianza del Pacífico: Los Estados Asociados*. Universidad ICESI. Cali: Trabajo del PEAP,7.

World Trade Organization . (2012). *A practical Guide to Trade Policy Analysis*. New York: Naciones Unidas.

Consejo privado de competitividad. (2018). *Informe nacional de competitividad 2017-2018, resumen ejecutivo*. consejo privado de competitividad.

