



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

RISARALDA

Oportunidades y retos
para el aprovechamiento de los
acuerdos comerciales



MINCIT



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

ENLACES



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

Director Comité Editorial:
Eduardo Muñoz

Coordinadora Comité Editorial:
Nadia Rocha

Editores Comité Editorial

Edith Aristide
Juliana Cabrera
Alvaro Espitia
Doris Jurado
Elvin Rincón
Nadia Rocha
Rafael Suarez

Diseño y diagramación:
SRAV Estudio Creativo Audiovisual Ltda.

PRÓLOGO

En el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, promovemos el desarrollo del aparato productivo colombiano. Para lograrlo tenemos tres metas. 1. Fortalecer el aparato productivo del país. 2. Promover la internacionalización de los sectores de la economía. Y 3. Potenciar el desarrollo regional productivo sostenible.

Esta última meta requiere que nuestras regiones saquen el mejor provecho a los acuerdos comerciales suscritos por el país con distintas economías del mundo.

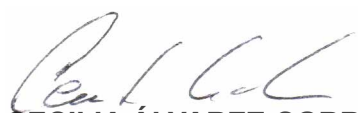
Para motivarlas, por medio del Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales – CAAC-, llevamos a cabo 11 jornadas regionales, que tuvieron lugar en Neiva, Pereira, Valledupar, Pasto, Yopal, Barranquilla, Cali, Medellín, Bucaramanga, Santa Marta y Bogotá.

Este documento reúne tanto los trabajos preparatorios, como los elaborados durante la jornada de interacción con los empresarios en Risaralda, y el análisis posterior del CAAC. Incluye además recomendaciones con acciones concretas que permitan a la región superar las limitaciones que impiden exportar sus productos. El ejercicio cubre los tres macrosectores de la actividad productiva: Servicios, Agricultura y Agroindustria, y Manufactura.

La situación de Risaralda, vistas sus características de productividad, competitividad, actividad exportadora e interés frente a los acuerdos comerciales, es objeto de este documento, que hace particular énfasis en las limitaciones y dificultades para la actividad comercial y los objetivos exportadores regionales, y las posibles maneras de superarlos.

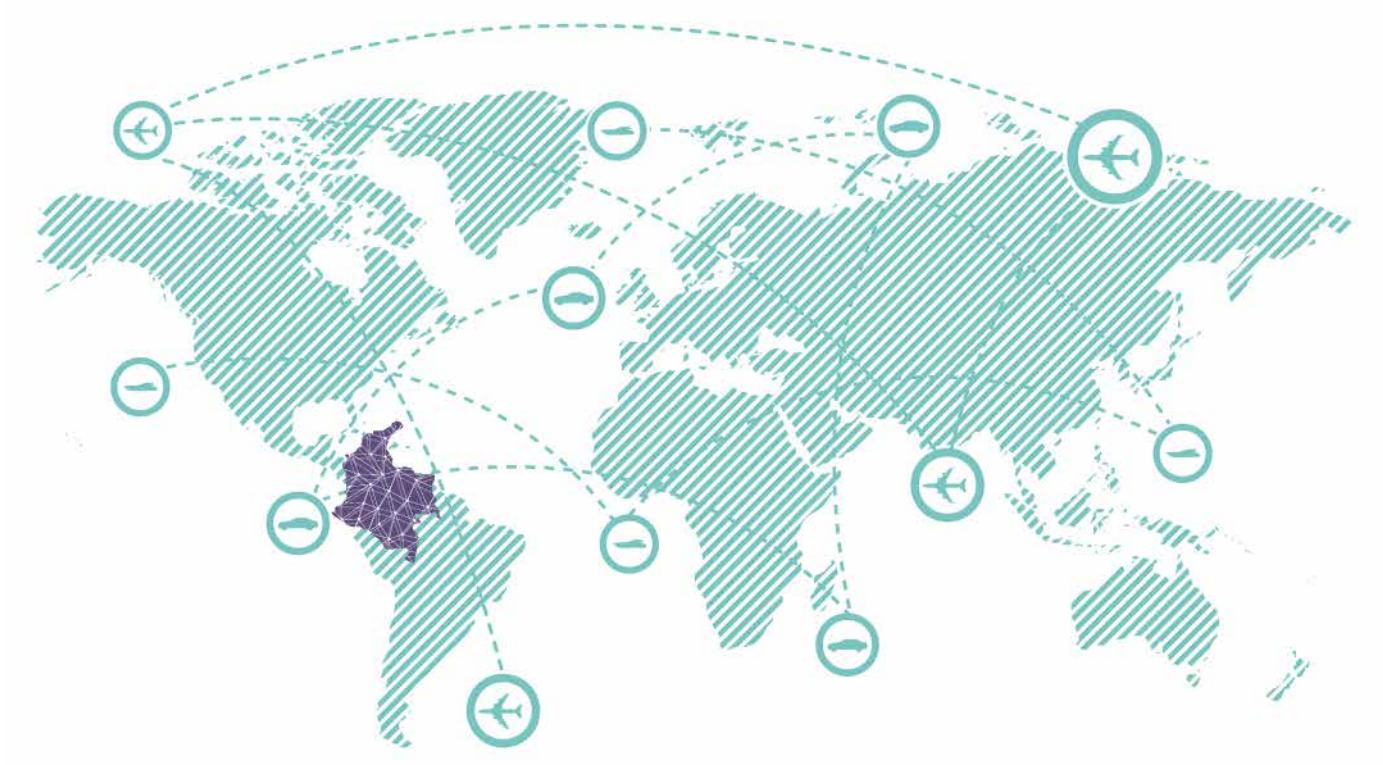
Insto a las autoridades, organismos regionales, así como al pujante empresario regional, a que se apropien del proceso y lo pongan en marcha. Cuentan para ello con el apoyo de este Ministerio y de sus entidades: Proexport, Bancoldex, el Programa de Transformación Productiva y el Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales.

Con ustedes construiremos un país con paz, con educación, con equidad.



CECILIA ÁLVAREZ-CORREA GLEN

MINISTRA DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO



CONTENIDO

PRÓLOGO	3
I. LA POLITICA COMERCIAL COLOMBIANA: DEL ACUERDO AL APROVECHAMIENTO	6
A. Antecedentes y Contexto	7
B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)	8
II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO	9
A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta	10
B. Jornadas Regionales	12
III. DESEMPEÑO ACTUAL DE RISARALDA	14
A. ¿Qué Produce?	15
B. ¿Qué tan Competitivo es?	15
C. ¿Qué Exporta?	17
D. ¿A Qué le Apuesta?	17
IV. RISARALDA Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL	19
A. Sector Servicios	20
B. Sector Agropecuario y Agroindustrial	23
C. Sector Manufactura-Industria	36
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45

LA POLÍTICA COMERCIAL COLOMBIANA: PROYECCIÓN HACIA LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La liberalización, la interdependencia y la globalización progresivas de las economías y los mercados evidenciaron la necesidad de modificar el enfoque de las políticas productivas y comerciales vigentes durante los años setentas y ochentas. Ese enfoque, centrado en visiones proteccionistas y en una integración regional basada en la sustitución de las importaciones dio paso al regionalismo abierto.

A partir de 1991, Colombia inició un proceso de liberalización de la economía y el mercado, a través de, entre otros, la suscripción e implementación de **acuerdos comerciales** con sus principales socios, a fin de brindar certidumbre y seguridad jurídica a los actores y agentes económicos.

En este contexto, los acuerdos comerciales negociados por el país deben ser vistos como autopistas sobre las que fluyen los intercambios comerciales. Por tanto, lo esencial no es su construcción, sino su **aprovechamiento**. Reconociendo la necesidad de contribuir a dinamizar aún más los flujos de exportaciones como fuente de crecimiento económico y bienestar social, surge el **Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)** por decisión del gobierno nacional.



A. Antecedentes y Contexto

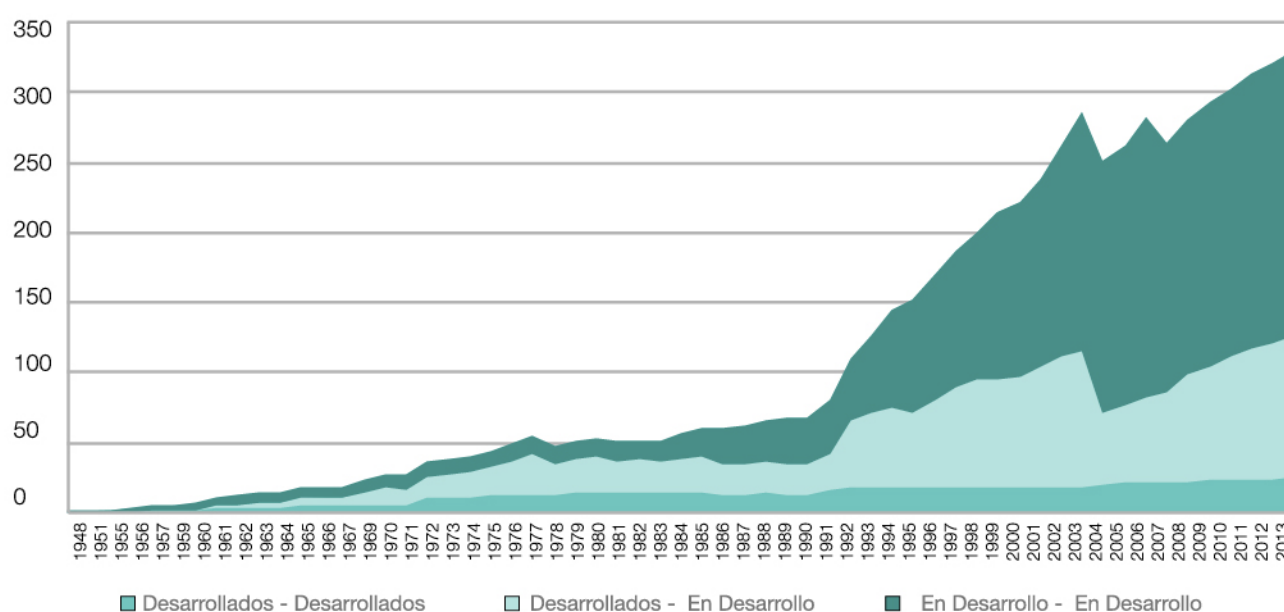
La concertación de acuerdos comerciales en el mundo se ha incrementado notablemente. En 1990 el número de acuerdos comerciales era de casi 70; para 1995, la negociación de este tipo de acuerdos se había duplicado y en el 2013 casi se había quintuplicado, llegando a un total de 330 acuerdos.

La negociación de acuerdos comerciales es un fenómeno global. De los 330 existentes en el 2013¹, sólo 25 fueron negociados entre países desarrollados, 101 entre países desarrollados y en desarrollo, mientras que la gran mayoría (204) fue negociada entre países en desarrollo. La Figura I-1, muestra como la negociación de acuerdos entre países en desarrollo ha tenido un crecimiento continuo: en 1970, el 33% del total de ellos se consolidaba entre países en desarrollo, mientras que actualmente esta cifra alcanza el 60%. Lo anterior demuestra que la dinamización de los flujos comerciales por la vía de los acuerdos comerciales, además de ser un fenómeno global, dista de ser exclusiva de países desarrollados.

En desarrollo de la política comercial mencionada, Colombia ha conformado una red de 15 acuerdos comerciales con más de 50 países del mundo, que le brindan acceso potencial a más de 1.400 millones de consumidores. El análisis de dicha red (ver Figura I-2) evidencia un acceso consolidado al continente americano², y a Europa Occidental que comprende el mercado de la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio. En el medio Oriente, se ha suscrito el acuerdo con Israel y se adelanta negociaciones con Turquía. En Asia, a su turno, Colombia tiene un acuerdo suscrito con la República de Corea y desarrolla negociaciones con Japón. La mayoría de los 13 acuerdos vigentes brinda acceso preferencial en bienes y servicios, salvo los suscritos con Mercosur, Venezuela, Cuba y Nicaragua, que sólo incluyen bienes.

El proceso de internacionalización busca no solamente un acceso preferencial y estable en el largo plazo para los productos y servicios colombianos, sino también una mayor inserción y posicionamiento en las cadenas globales de valor.

Figura I-1: Evolución de los acuerdos comerciales en vigor por tipo de países



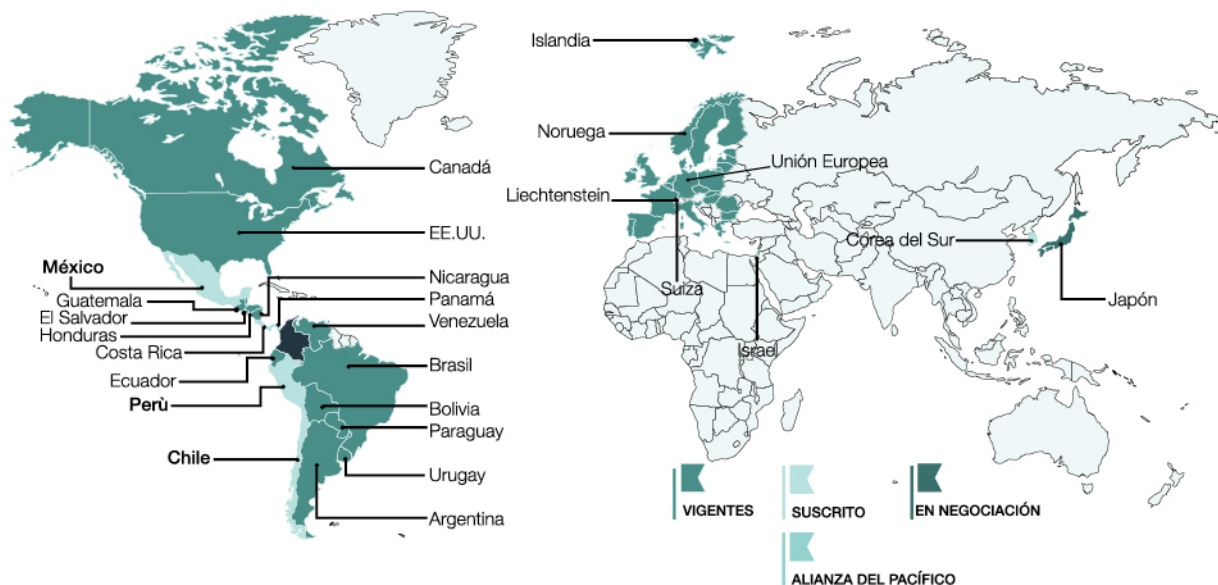
Nota: El gráfico incluye acuerdos notificados y no notificados a la Organización Mundial del Comercio (OMC) entre el 1948 y el 2013.

Fuente: Base de datos sobre los Acuerdos Comerciales, OMC, cálculos propios.

1. Incluye acuerdos notificados y no notificados a la OMC durante este periodo.

2. Acuerdo comercial con México, Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), CAN (Bolivia, Ecuador y Perú), Canadá, Estados Unidos, CARICOM (Comunidad del Caribe), MERCOSUR (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), Venezuela, Cuba y Nicaragua.

Figura I-2: Acuerdos Comerciales de Colombia.



Actualmente la producción en el mundo es mucho más especializada y para producir un bien final, se utiliza bienes intermedios y servicios de distintos orígenes. Esta característica muestra una interesante oportunidad para el desarrollo económico de sectores de Colombia en la integración a cadenas productivas, mediante la producción de bienes intermedios o la prestación de servicios conexos a distintas industrias que ofrecen productos finales.

B. El Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC)

Creado en Agosto de 2013 en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el CAAC constituye un mecanismo de apoyo al sector empresarial para ayudarlo a construir la capacidad necesaria para aprovechar eficientemente los acuerdos comerciales que el país tiene en vigor.

Con este objetivo, el CAAC ha diseñado dos procesos de acercamiento a la realidad del empresario a nivel regional; un primer proceso tiene por objeto identificar y comunicar los bienes y servicios con mayor potencialidad en los mercados internacionales con acuerdos. El otro proceso busca des-

cubrir las dificultades que impiden a los empresarios participar en el proceso de exportación y definir mecanismos que conduzcan a su solución. Esta labor requiere la participación de varios actores: en la primera etapa se ha contado con aliados estratégicos en el sector privado y público, tales como las Cámaras de Comercio, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bancoldex, Proexport y el Programa de Transformación Productiva. La etapa de ejecución e implementación de medidas requerirá la participación no solamente del sector público a nivel nacional, regional y local sino también del propio sector empresarial y de la academia.

En la primera etapa de labores del CAAC, se trabaja en dos frentes: primero, por oferta, dando continuidad a las acciones emprendidas previamente para el aprovechamiento del acuerdo con Estados Unidos, y en la atención de cuatro mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y la República de Corea³; segundo, por demanda, cuando los sectores acuden al Centro para buscar conjuntamente el aprovechamiento de acuerdos comerciales diferentes a los priorizados.

3. Los mercados priorizados han sido seleccionados según: la importancia del mercado en términos de demanda (importaciones de dichos mercados representan más del 50% de las importaciones mundiales), y por el alto poder adquisitivo de dichos mercados.

II. DIVERSIDAD PRODUCTIVA CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES Y REGIONALISMO

Es relevante identificar las oportunidades y desafíos del país en términos de lo que cada región puede potenciar y exportar de acuerdo con su estructura productiva, competitividad y vocación. Para lograr este objetivo, el CAAC diseñó y llevó a cabo un programa de **jornadas regionales**, con la participación de los empresarios y fuerzas vivas de cada región, mediante **diálogos constructivos**.

Antes de entrar en los detalles específicos de las regiones, resulta esencial considerar la situación de Colombia en términos de comercio exterior. A continuación, en la primera sección, se describirá las exportaciones del país, la **concentración exportadora** por regiones y la **producción de servicios**. En la segunda sección se expondrá el enfoque del ejercicio de las jornadas regionales.

A. Colombia: Qué Produce y qué Exporta

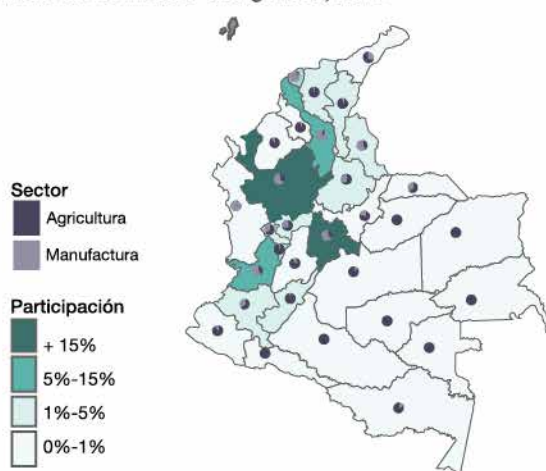
Colombia se caracteriza por la diversidad de sus regiones, las cuales presentan innumerables ventajas para la producción de bienes y servicios. Sin embargo, en términos de comercio exterior, dicha diversidad resulta más bien limitada, pues existe una alta concentración no sólo en el tipo de bienes que se exporta, sino también en el número de regiones que efectivamente están aprovechando sus condiciones para ofrecer productos a los mercados internacionales.

En el 2013, aproximadamente el 50% de las exportaciones totales de Colombia, (\$58,8 mil millones de dólares), provenían de Arauca, Casanare

y Meta, principales regiones productoras de petróleo. Las exportaciones no-minero energéticas sumaron \$16,3 mil millones de dólares, representando menos de un tercio (28%) de las exportaciones totales.

Aproximadamente el 79 % de las exportaciones nacionales no minero-energéticas está concentrado en 5 departamentos (ver Figura II-1). Cundinamarca y Antioquia representan alrededor del 50% de las exportaciones nacionales, con una participación del 27,22% y 21,39%, respectivamente, seguidos por Valle del Cauca (12%), Bolívar (9,7%) y Atlántico (8,3%). En contraste, 18 de

Figura II-1: Concentración exportaciones no minero-energéticas, 2013



Agricultura/Agroindustria				Manufacturas			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 28)*		Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición** (sobre 31)
Cundinamarca	1.558.595	23,69%	1	Cundinamarca	2.883.651	29,61%	1
Antioquia	1.283.750	19,51%	2	Antioquia	2.206.158	22,65%	2
Valle del Cauca	692.522	10,53%	3	Bolívar	1.454.676	14,94%	3
Caldas	468.495	7,12%	4	Valle del Cauca	1.259.759	12,93%	4
Magdalena	442.077	6,72%	5	Atlántico	1.206.212	12,38%	5
Huila	358.825	5,45%	6	Caldas	204.595	2,10%	6
Risaralda	323.335	4,91%	7	Risaralda	149.281	1,53%	7
Cauca	222.951	3,39%	8	Norte de Santander	123.607	1,27%	8
Santander	211.944	3,22%	9	Cauca	103.644	1,06%	9
Quindío	203.359	3,09%	10	Santander	80.306	0,82%	10
Subtotal	5.765.853	87,63%		Subtotal	9.671.889	99,30%	
Resto de Departamentos	813.558	12,37%		Resto de Departamentos	67.965	0,70%	
Nacional	6.579.410			Nacional	9.739.855		

Nota: *Caquetá, Putumayo, Guaviare y Guainía no reportaron exportaciones de bienes agropecuarios en 2013. ** Vichada no reporta exportaciones de bienes manufacturados durante 2013.

Cundinamarca incluye Bogotá DC.

Fuente: DANE, Exportaciones departamentales. Cálculos propios.

las 32 regiones del país muestran participaciones menores al 1% de las exportaciones nacionales en 2013, siendo los niveles más bajos los de Caquetá, Guainía, Putumayo, Vichada y Guaviare.

En la Figura II-1, se observa las exportaciones diferenciadas por sector (agrícola-agroindustrial y manufacturero) y se nota una especialización de las regiones en determinado tipo de bienes: Caldas, Magdalena, Huila, Risaralda y Cauca tienen una vocación principalmente agrícola, exportando en manufacturas la mitad o menos de lo que exportan en bienes agropecuarios y agroindustriales.

En contraste, Norte de Santander y Atlántico exportan principalmente bienes manufacturados. Por último, Cundinamarca, Valle del Cauca y Antioquia, aunque están posicionados entre los primeros cuatro exportadores de bienes agropecuarios o manufacturados a nivel nacional, tienen una vocación principalmente manufacturera, con exportaciones en este último sector de casi el doble respecto al agrícola y agroindustrial.

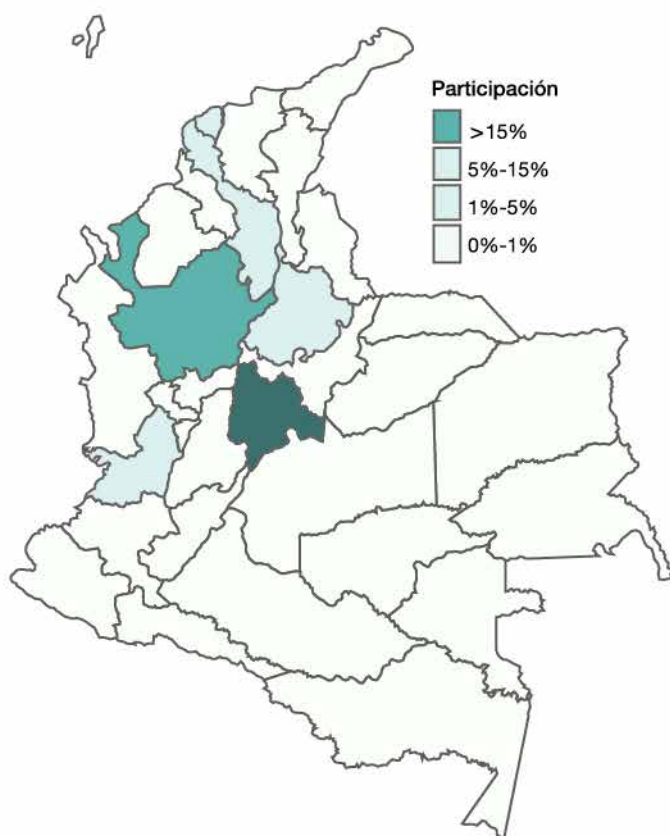
Con respecto a servicios, dada la falta de datos de exportaciones a nivel departamental, se utilizó la participación de los servicios transables producidos por cada región sobre el Producto Interno Bruto nacional como proxy para la potencialidad exportadora de servicios a nivel regional.

La Figura II-2 muestra cómo, al igual que para agricultura y agroindustria, y manufacturas, la producción de servicios con potencial exportador está concentrada en pocas regiones.

En particular, el 28 % de la producción de servicios transables en el 2012 se encuentra en los departamentos de Cundinamarca (15%), Antioquia (5,3%), Valle del Cauca (4,4%), Santander (1,7%) y Atlántico (1,6%)

La diversidad y disparidad regional y sectorial en términos de participación en el comercio internacional, hace indispensable que cualquier ejercicio de internacionalización, tome en consideración esas características. Dicha necesidad es más acentua-

Figura II-2: Producción de servicios transables por departamento, 2012



Producción de Servicios Transables			
	Exportaciones (miles de dólares)	Participación %	Posición (sobre 32)
Cundinamarca	49.441	15,05%	1
Antioquia	17.464	14,18%	2
Valle del Cauca	14.392	11,69%	3
Santander	5.455	4,43%	4
Atlántico	5.400	4,39%	5
Bolívar	3.733	3,03%	6
Tolima	2.417	1,96%	7
Boyacá	2.361	1,92%	8
Norte de Santander	2.242	1,82%	9
Córdoba	2.031	1,65%	10
Subtotal	102.905	31,32%	
Resto de Departamentos	20.217	6,15%	
Producción Nacional	23.122	37,48%	
PIB Nacional*	328.533		

Notas: *PIB sin minero-energéticos. Cundinamarca incluye Bogotá DC.

Fuente: DANE, Cuentas Departamentales. Cálculos propios.

da en el sector de servicios. En particular, la única medición sistemática que se está adelantando es la muestra trimestral de exportación de servicios, realizada por el DANE, que está agregada a nivel nacional. Por otra parte, las cifras expresadas en la balanza de pagos del Banco de la República no han sido aún ajustadas de acuerdo con las indicaciones de las Naciones Unidas para la generación de estadísticas de comercio internacional de servicios, por lo cual, las cifras que reporta Colombia son muy agregadas para permitir adelantar un análisis a nivel sectorial y departamental.

Ahora bien, el aprovechamiento de los acuerdos comerciales es un proceso que se construye a partir de empresarios, sectores y regiones y para su efectividad se requiere promover transformaciones en cada uno de ellos. Con ese objetivo en mente, las jornadas regionales surgen como una oportunidad para interactuar con los empresarios de cada región, en la búsqueda conjunta de optimizar su participación en los mercados internacionales, en esta ocasión en los mercados priorizados con acuerdo comercial.

B. Jornadas Regionales

Su finalidad es promover en las regiones el aprovechamiento de los acuerdos comerciales. Se trata en primer lugar de compartir con productores y empresarios las oportunidades identificadas por el CAAC en cada región, hacia los mercados priorizados: Unión Europea, Canadá, la Asociación Europea de Libre Comercio y República de Corea, y de establecer las barreras y sus soluciones.

La metodología utilizada para la identificación de las oportunidades⁴ en términos de productos y sectores tomó en consideración no sólo la estructura de la demanda de los mercados priorizados, sino también variables relacionadas con la oferta exportable de la región, tales como producción, inventarios y exportaciones. Por el lado de la oferta, se tuvo en cuenta los productos y cadenas inclui-

dos en las apuestas productivas de la región por los Planes Regionales de Competitividad y en los sectores identificados por el Programa de Transformación Productiva (PTP) a nivel regional. Para el sector de servicios, los resultados encontrados a partir de información de demanda y de oferta, fueron contrastados con otros estudios e informes cuantitativos y cualitativos sobre los principales mercados con acceso preferencial.⁵

Las oportunidades identificadas en el ejercicio fueron caracterizadas en oportunidades de corto (1-3 años), mediano (3-5 años) y largo plazo (más de 5 años). Las de corto plazo se refieren a los productos que ya se exportan a los mercados priorizados y que, con ajustes de la oferta, tienen posibilidad de crecer y potenciar su participación en esos mercados.

Las oportunidades de mediano plazo incluyen los productos que se exportan a algún mercado internacional pero no a los mercados priorizados⁶, y a los cuales podría exportarse a partir de incrementos de producción o ajustes productivos.

Las oportunidades de largo plazo⁷ abarcan los productos demandados por los países a que se refiere este estudio, que la región no exporta a ningún mercado pero que cuentan con producción y requieren generar oferta exportable o transformar su producción.

El ejercicio de las jornadas regionales se realiza con la participación de empresarios en sesiones de trabajo, en las cuales, con un método de taller y a través de un diálogo constructivo, los empresarios comparten sus inquietudes y expectativas sobre los acuerdos comerciales, así como las limitaciones y obstáculos que impiden o dificultan la exportación. En este marco, la participación de empresarios, académicos, funcionarios públicos y representantes de entidades regionales y nacionales, contribuye a la construcción de un plan de gestión y acción para el aprovechamiento de los Acuerdos Comerciales por parte de cada región.

4. El ejercicio de identificación de oportunidades llevado a cabo por el Centro excluye a los productos minero-energéticos.

5. Para una descripción más detallada y puntual de la metodología ver Anexo A.

6. Oportunidades de mediano plazo también incluyen aquellos productos que no cumplen con todos los criterios de corto plazo de exportación a los mercados priorizados.

7. Para el sector de servicios no existe el largo plazo, ya que a diferencia de los bienes, los servicios no necesitan más de cinco años para empezar a tener resultados.

Las jornadas regionales permiten, además, articular la visión de la política comercial del país a través de los acuerdos comerciales, con las posibilidades de exportación de las regiones de acuerdo con su capacidad productiva, experiencia exportadora y apuestas regionales. Adicionalmente, ayudan a sentar las bases para desarrollar un ejercicio conjunto y dinámico a partir de un compromiso del sector empresarial, las cadenas productivas y demás fuerzas vivas del territorio.

La segunda Jornada se realizó en Risaralda, en la ciudad de Pereira (ver Cuadro II-1), espacio en el cual los productores y exportadores se agruparon en las siguientes cadenas productivas:

- **Sector agrícola/agroindustrial:** café, avícola y agroindustrial.⁸

- **Sector manufacturero:** diseño-confección y una multisectorial que agrupaba a su vez participantes de distintas cadenas.⁹
- **Sector de servicios:** turismo, BPO, software, servicios de salud especializados, servicios medioambientales y educación superior.

Ahora bien, resulta esencial conocer el estado actual del departamento de Risaralda en términos de comercio, antes de examinar las oportunidades y desafíos que fueron identificados para los sectores productivos.

Por esto, en las siguientes secciones se expondrá aspectos económicos propios de la región y luego se identificará los datos económicos pertinentes por sector y el resultado de la información construida en las jornadas regionales.

Cuadro II-1: Jornada regional de Risaralda: aspectos claves

- Se desarrolló a través de una sesión plenaria, y la organización de grupos sectoriales (agrícola/agroindustrial, manufacturas y servicios) y sub-sectoriales conforme a las cadenas productivas.
- Las mesas sub-sectoriales abordaron el tratamiento de las inquietudes y expectativas sobre el aprovechamiento de los acuerdos, experiencias exportadoras, productos con potencial exportador, limitaciones y redes productivas.
- Aunque el ejercicio originalmente buscaba un diálogo entre exportadores, el resultado fue el encontrar productores con la voluntad de aprender más sobre los acuerdos comerciales, y comenzar a prepararse para el proceso de internacionalización.
- El 21% de las empresas que participaron exportan actualmente.
- Los empresarios mostraron compromiso con la internacionalización de la región a través de la intención de obtener mayor información sobre los acuerdos comerciales y su aprovechamiento.
- Los participantes conocieron a sus pares dentro del sector, compartieron experiencias y discutieron las oportunidades de corto, mediano y largo plazo identificadas por el CAAC.
- Con el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, los empresarios esperan: tener aliados estratégicos para concretar negocios; política de desarrollo de clúster; homologación de las normas colombianas con las de EE.UU. para enfrentar la Nueva Ley de Modernización de Inocuidad Alimentaria de Estados Unidos; comenzar a exportar en el corto y mediano plazo; acceso a créditos blandos para exportar; mejorar procesos productivos; aplicación de tecnología en procesos productivos; posibilidades de generar encadenamientos con el mismo sector y otros sectores; ser más competitivos en cumplimiento, cantidad y tiempos de entrega; y finalmente, tener un mayor apoyo por parte del Estado y diferentes entidades territoriales.

8. Participación de empresas que procesan frutas exóticas y hortalizas para su transformación en pasabocas.

9. Mesa multisectorial manufacturas: vehículos y autopartes, calzado y artesanías.

III. DESEMPEÑO ACTUAL DE RISARALDA

En esta sección se presenta las características productivas y de exportación de **Risaralda** sin incluir productos minero-energéticos. En particular se ilustra lo que **produce** la región, cuán competitiva es respecto a otras regiones del país, cuánto **exporta** y cuáles son sus **apuestas productivas**.

A. ¿Qué Produce?

Según cifras del DANE, durante el año 2012 el Producto Interno Bruto (PIB) de la región creció un 3,22% con respecto a 2011, alcanzando un valor de \$5.116 millones de dólares. El país tuvo un crecimiento de 4,05% en un PIB de \$370 mil millones de dólares, en el cual Risaralda representó el 1,38% ubicándose en la posición 19.

La Figura III-1, muestra cómo el 48,81% del PIB departamental está representado por el sector de servicios (transables y no transables): Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas (18,88%); Actividades de servicios sociales, comunales y personales (17,77%); transporte, almacenamiento y comunicaciones (7,26%); y Hoteles, bares y restaurantes (4,89%).

Las actividades de agricultura, ganadería, caza, silvicultura, pesca, y agroindustria representan el

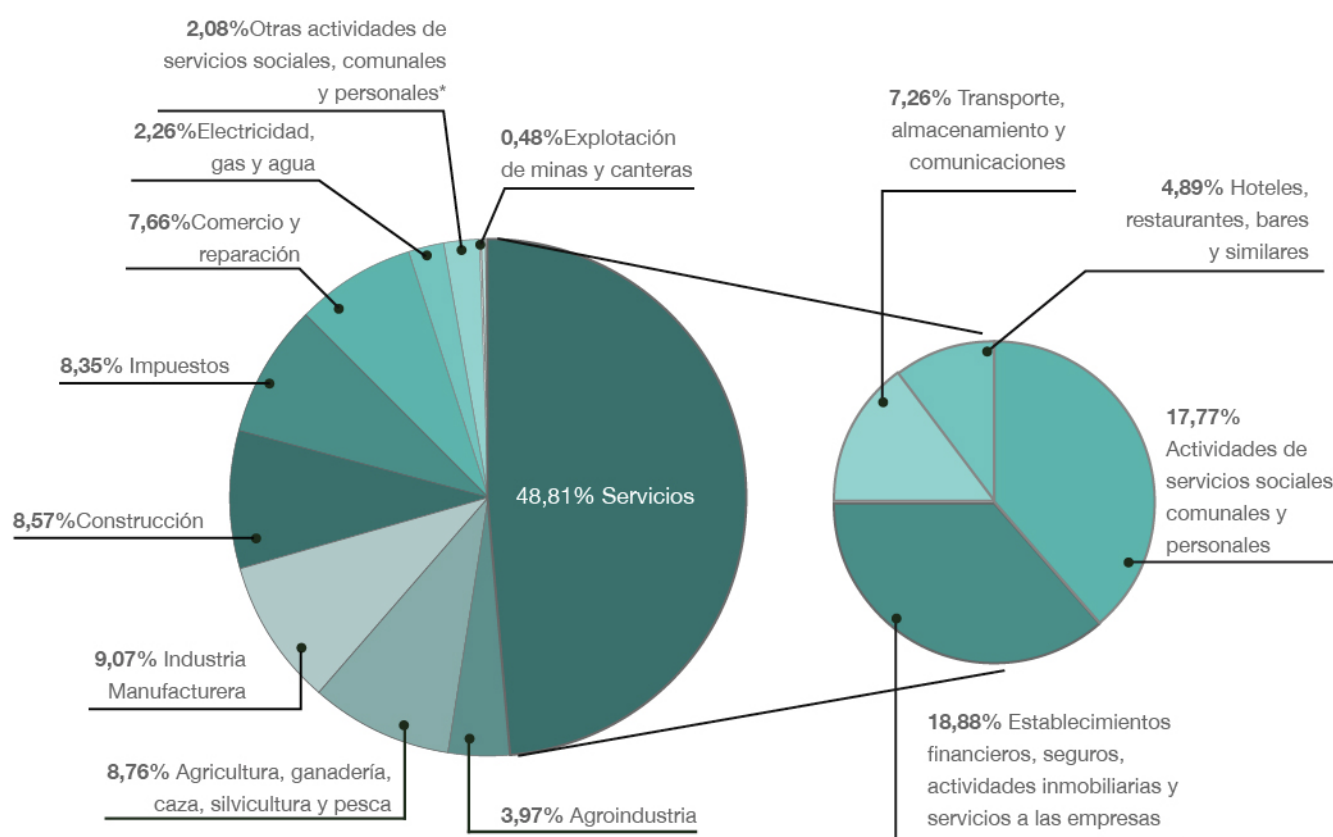
12,73% del PIB, mientras que la industria manufacturera representa el 9,07% del producto regional.

Por otro lado, en la Encuesta Anual Manufacturera (EAM) (ver Figura III-2), se observa que la producción industrial regional representa \$1,7 millones de dólares, y está concentrada principalmente en bienes manufacturados (48,94%) y en agroindustria (30,68%).

B. ¿Qué tan Competitivo es?

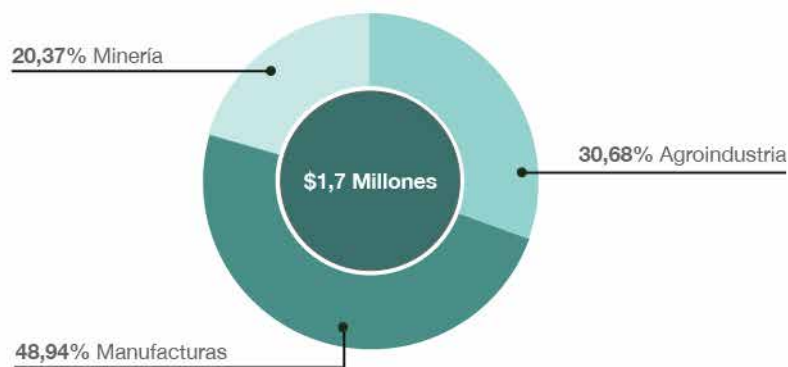
El Índice Departamental de Competitividad (IDC) muestra que, en términos generales, Risaralda se ubica en un nivel medio de desarrollo. El IDC compara tres factores clave en la productividad de una región: condiciones básicas, relativas a 6 pilares: Instituciones, infraestructura, tamaño del mercado, educación básica y media, salud y

Figura III-1 : Composición del PIB departamental por ramas de actividad, 2012



Fuente: DANE, Cuentas Departamentales. Cálculos propios.

Figura III-2. Estructura productiva de Risaralda, 2012



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), 2012. Cálculos propios.

medio ambiente; eficiencia, que incluye educación superior y capacitación, y eficiencia de los mercados; y, por último, el grado de sofisticación e innovación de los bienes y servicios producidos, que considera la sofisticación y diversificación de la producción y exportaciones del departamento, y la innovación y dinámica empresarial.

En 2013, Risaralda ocupó la posición 6 entre 22 departamentos¹⁰, con una calificación de 4.64 sobre 10. Si bien la posición obtenida es relativamente alta, el no logro de una mejor calificación se puede explicar por los resultados obtenidos en el factor sofisticación e innovación, donde se tuvo la posición 10 y un puntaje de 3,62 (ver Tabla III-1).

Dentro del señalado factor de sofisticación e innovación es de vital importancia separar los dos conceptos para entender los resultados obtenidos (ver Tabla III-2). Por un lado, la sofisticación y diversificación de las exportaciones, son pilares clave para impulsar el crecimiento económico en el largo pla-

zo. Sin embargo, si no se acompaña de una adecuada inversión en innovación y desarrollo en la dinámica empresarial, la competitividad en el largo plazo se verá afectada. Tal como se menciona en la sección C, las exportaciones del departamento se concentran principalmente en café (61,39%), el cual cuenta con una muy baja intensidad factorial y por ende una muy baja sofisticación y valor agregado asociado.

En cuanto a la innovación y dinámica empresarial, resulta importante resaltar el bajo nivel de inversión per cápita, entre 2010 y 2012, de entidades públicas, privadas e internacionales en ciencia, tecnología e innovación (52.546 pesos de 2011), lo cual frena en el largo plazo el desarrollo de investigación científica relevante para el sector privado, así como el desarrollo de una canasta exportadora más competitiva.

Por otro lado, se encontró que Risaralda tiene un tejido empresarial débil. En particular hay una baja

Tabla III-1. Clasificación Índice Departamental de Competitividad (IDC), 2013

	Factores							
			Condiciones básicas		Eficiencia		Sofisticación e innovación	
	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)	Posición (Entre 22)	Puntaje (0-10)
Risaralda	6	4,64	6	5,24	7	4,44	10	3,62

Fuente: IDC 2013 – CPC y CEPEC

10. El índice Departamental de Competitividad está calculado únicamente para 21 departamentos más Bogotá, por disponibilidad de información.

Tabla III-2. Índice Sofisticación e Innovación Risaralda, 2013

 Sofisticación e innovación	Puntaje (0-10) 3,62	Posición (entre 22) 10
Sofisticación y Diversificación	4,80	11
<i>Sofisticación</i>	2,35	12
Sofisticación de exportaciones	2,86	12
Inversión en promoción del desarrollo productivo	1,84	10
<i>Diversificación</i>	7,25	11
Diversificación de mercados de destino de exportaciones	8,21	14
Diversificación de la canasta exportadora	6,28	12
Innovación y Dinámica empresarial	2,45	8
<i>Investigación</i>	3,51	6
Investigación de alta calidad	5,43	4
Revistas indexadas	1,58	8
<i>Inversión en CTI y patentes</i>	1,87	8
Inversión en ACTI	0,83	13
Patentes y diseños industriales	2,90	6
<i>Dinámica empresarial</i>	2,51	13
Tasa de natalidad empresarial neta	2,64	10
Densidad empresarial	3,02	6
Participación de medianas y grandes empresas	1,86	20

Fuente: IDC 2013 – CPC y CEPEC

densidad de empresas, la mayoría de las cuales son pequeñas: 175,70 sociedades empresariales por cada 100.000 habitantes,¹¹ de las cuales el 1,54% son medianas y grandes, superando tan solo a Nariño y La Guajira en este indicador.

C. ¿Qué Exporta?

Las cifras del DANE muestran que durante el año 2013, se exportó un total de \$472,6 millones de dólares desde Risaralda, lo cual representa el 2,90% de las exportaciones de la nación y ubica la región en la séptima posición. Como ya se señaló, en 2012 y 2013, las exportaciones estuvieron concentradas principalmente en café, con una participación del 61,39% de la región (ver Tabla III-3).

Respecto a los demás productos exportados por Risaralda durante 2013 (421), se observa que tan solo en 9 se exportó más de \$5 millones de dólares, representando estos el 23,48% de las exportaciones regionales; en 281 productos se exportó entre mil y \$5 millones de dólares; y en 130

productos se exportó menos de mil dólares.¹² La Tabla III-4 muestra que los principales destinos de las exportaciones regionales durante 2012 y 2013, fueron Estados Unidos y la Unión Europea; en el 2013 los porcentajes de participación de estos mercados fueron del 38,10% y 16,52% respectivamente. En ese mismo año, Japón fue el tercer destino con una participación del 6,19%. Por último, Ecuador, China y Chile ocupan el 4°, 5° y 6° puesto entre los principales destinos de las exportaciones risaraldenses, con porcentajes de 5,36%, 4,49% y 4,37% respectivamente. Como ya se mencionó, hay una alta concentración de las exportaciones en un producto primario, el café. En los casos de Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, éste representa el 84,32%, 87,02% y 99,98% de las exportaciones a dichos destinos.

D. ¿A Qué le Apuesta?

La Comisión Regional de Competitividad (CRC), el Programa de Transformación Productiva (PTP) y los gestores del Plan de Desarrollo Departamental,

11. Datos a 2012.

12. Las exportaciones menores a mil dólares pueden ser el resultado de muestras de productos enviadas al exterior o exportaciones esporádicas.

Tabla III-3. Exportaciones Risaralda

Productos	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Café sin tostar, sin descafeinar	347.349	290.128	-16,47%	61,35%	61,39%
Desperdicios y desechos de cobre	27.541	27.933	1,43%	4,86%	5,91%
Transformadores de dieléctrico líquido de potencia superior a 10.000 kva.	41.969	23.556	-43,87%	7,41%	4,98%
Azúcar de caña con adición de aromatizante o colorante	30.155	20.311	-32,65%	5,33%	4,30%
Motocicletas y ciclos con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada $\geq$ a 50 cm ³ pero $\leq$ a 250 cm ³	7.990	12.141	51,95%	1,41%	2,57%
Transformadores de dieléctrico líquido, potencia superior 650 kva.	3.497	5.794	65,67%	0,62%	1,23%
Papel higiénico y papel para toallas, servilletas o para papeles similares	11.017	5.422	-50,79%	1,95%	1,15%
Otras frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar	4.920	5.385	9,46%	0,87%	1,14%
Aluminio, desechos y desperdicios	4.192	5.282	26,00%	0,74%	1,12%
Los demás tejidos cauchutados, excepto de naylon, de poliéster y otros	5.759	5.140	-10,74%	1,02%	1,09%
Subtotal	484.389	401.092	-17,20%	85,56%	84,87%
Productos que exportaron menos de 5 millones de dólares	81.771	71.524	-12,53%	14,44%	15,13%
Total	566.160	472.616	-16,52%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

Tabla III-4. Exportaciones no minero-energéticas: principales destinos de Risaralda

País	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Estados Unidos	223.960	180.046	-19,61%	39,56%	38,10%
Café sin tostar, sin descafeinar	193.523	151.815	-21,55%	86,41%	84,32%
Unión Europea	80.433	78.083	-2,92%	14,21%	16,52%
Café sin tostar, sin descafeinar	76.323	67.945	-10,98%	94,89%	87,02%
Japón	28.513	29.234	2,53%	5,04%	6,19%
Café sin tostar, sin descafeinar	28.509	29.228	2,52%	99,99%	99,98%
Ecuador	17.590	25.322	43,96%	3,11%	5,36%
Motocicletas y ciclos con motor de émbolo alternativo de cilindraje $>$ a 50 cm ³ pero $\leq$ a 250 cm ³	5.598	10.213	82,45%	31,82%	40,33%
China	24.735	21.199	-14,30%	4,37%	4,49%
Desperdicios y desechos de cobre	20.844	16.208	-22,24%	84,27%	76,45%
Chile	18.242	20.648	13,19%	3,22%	4,37%
Azúcar de caña con adición de aromatizante o colorante	9.048	7.791	-13,90%	49,60%	37,73%
Subtotal	393.473	354.532	-9,90%	69,50%	75,01%
Países a donde se exportaron menos de 20 millones de dólares durante 2013*	172.687	118.084	-31,62%	30,50%	24,99%
Total	566.160	472.616			

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

*Dentro de estos países se encuentran Canadá, Corea, Perú, Brasil y Venezuela con más de 10 millones de dólares. **Durante 2012 a Venezuela se exportaron 42 millones de dólares.

han identificado subsectores competitivos que podrían fortalecerse para la internacionalización de la región. Algunos de esos subsectores pertenecen al sector agropecuario y agroindustrial, como el café, los frutales y las flores y follajes; en el sector de las manufacturas aparecen rubros como la confección y la siderurgia-metalmecánica; y en el sector de servicios, las apuestas son turismo, BPO y educación superior.

El CAAC ha tomado esta información como insumo para construir las oportunidades de la región, reconociendo la importancia de articularse con los resultados de las investigaciones ya adelantadas sobre subsectores potenciales.

Con el apoyo de algunas instituciones, se vienen ejecutando proyectos interesantes, tales como la “Ruta Competitiva Mora” que incluye la investigación y desarrollo de dicho producto, con formas de agregar valor al producto, su comercialización y logística hacia los mercados internacionales.

La mora se complementa con las oportunidades identificadas por el CAAC; sin embargo, aunque la demanda para este producto es constante en los mercados priorizados, la oferta es muy baja lo que indica que la región deberá enfocarse en lograr una mayor producción de la fruta para adquirir la capacidad de exportarla en forma sostenible a los mercados priorizados.

IV. RISARALDA Y LOS ACUERDOS COMERCIALES: ANÁLISIS SECTORIAL

En esta sección se presenta a nivel sectorial, los resultados de la jornada regional de Risaralda.

Para los sectores de servicios, agricultura y agroindustria, y manufactura,¹³ se ilustra la oferta actual - en términos de producción y de exportaciones - y potencial -en términos de oportunidades - de la región. En la segunda parte se indica los resultados obtenidos en el taller. En particular se identifica la **experiencia** en materia de exportaciones, las dificultades identificadas por los asistentes y la percepción sobre las **redes de productividad y competitividad** que ameritan ser fortalecidas.

Las **dificultades** pueden verse desde dos ángulos: i) Las de orden interno, relacionadas con la actividad de la empresa y/o con la situación que enfrenta en el contexto nacional, las cuales hemos denominado “Limitantes” y ii) las de orden externo que se refieren al cumplimiento de procesos o requerimientos establecidos por los países de destino para el ingreso de los productos; a éstas las hemos llamado “Obstáculos”. Por último se propone una serie de **recomendaciones** para que el empresariado risaraldense pueda aprovechar de manera más eficiente los acuerdos comerciales.

13. El orden de presentación de los sectores refleja la importancia de éstos en el PIB de la región.

A. Sector Servicios

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con las Cuentas Departamentales de Risaralda, la prestación de servicios durante 2012 representó \$2.497 millones de dólares, equivalente al 48,81% del Producto Interno Bruto de la región.¹⁴ Los subsectores con mayor nivel de producción fueron los servicios prestados a las empresas (18,33%) y los servicios públicos de salud (12,69%), seguidos por hoteles, restaurantes y bares (10,02%). En cuarto lugar se encuentra la educación pública (8,00%) y en quinto lugar los servicios privados de salud (6,64%). Esta composición del PIB de servicios, refleja un importante enfoque hacia la especialización en la prestación de servicios a las empresas, lo cual sirve como insumo para el desarrollo y crecimiento de los demás sectores de la economía regional (ver Tabla IV-1).

(b) Oportunidades

En el sector de servicios se identificaron oportunidades para Risaralda en tres subsectores: servicios informáticos y tecnologías de la información; servicios de salud; servicios ambientales y turismo. Los tres tienen diferentes productos para

cada mercado priorizado por el Centro y con horizontes de tiempo diferenciados, tal como se puede observar en la Tabla IV-2.

De este análisis se puede concluir que la vocación productiva en turismo, aunque claramente evidenciada y con productos de corto plazo, cuenta aún con espacio para el crecimiento, mediante el mejoramiento de los productos actuales para llegar a una demanda más exigente, pero también por medio del desarrollo de nuevos productos como el turismo de naturaleza y aventura donde apenas se están generando iniciativas.

En cuanto al segmento de congresos y convenciones, se consolida su potencial de mediano plazo; ello gracias a que el departamento ha venido construyendo los escenarios y desarrollando instituciones como “Invest in Pereira” y el “Bureau de Convenciones”, que buscan perfilar la región como destino para este importante y lucrativo segmento, hasta ahora dominado en el entorno nacional por las grandes ciudades.

El departamento cuenta especialmente con el desarrollo avanzado de servicios de consultoría ambiental, los cuales tienen calidad de exportación pero hasta ahora se han manejado de modo reactivo y no proactivo. Estos deberían promoverse a

Tabla IV-1. Producción Departamental de Servicios, 2012

 Sub sector de Servicios 	PIB (Miles de Dólares)	Participación %
Agencias de viajes	34.483	1,38%
Educación privada	65.072	2,61%
Actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas	161.847	6,48%
Servicios privados de salud	165.740	6,64%
Educación pública	199.666	8,00%
Hoteles, restaurantes y bares	250.278	10,02%
Servicios públicos de salud	317.019	12,69%
Servicios prestados a las empresas	457.731	18,33%
Otros servicios*	845.384	33,85%
SUB TOTAL SERVICIOS	2.497.219	

Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.

*Nota: Otros servicios incluye: transporte, correo y telecomunicaciones, intermediación financiera y actividades inmobiliarias.

Tabla IV 2: Oportunidades de Servicios, Risaralda

Producto / Mercado	Canadá	Unión Europea	AELC	Corea, Rep.
BPO – Call Center y contact center	▶▶	▶▶		
Software a la medida y empaquetado	▶	▶		
Medicina estética (cirugía plástica y reconstructiva)	▶▶	▶▶		
Medicina de bienestar (wellness)	▶	▶	▶	
Modelos de gestión ambiental y uso sostenible de bosques	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶
Turismo de Naturaleza y aventura	▶	▶	▶	
Turismo Rural y Cultural	▶▶	▶▶	▶▶	▶▶
MICE – Congresos y Eventos	▶	▶		

Nota: ▶▶ oportunidades de corto plazo: servicios actualmente exportados o listos para ser exportados. ▶ oportunidades de mediano plazo: servicios con potencial exportador para los cuales existe demanda y la oferta está todavía en proceso de ajuste para la prestación del servicio.

Fuente: DANE, Cuentas departamentales, Banco de la República, Balanza de Pagos, TradeMap, Balanzas de pagos de los mercados. Revisión y análisis de información cualitativa por parte del autor.

través de iniciativas de cooperación internacional ya que la experiencia de Risaralda en manejo de bosques tiene mucho que aportar al entorno internacional en la conservación y uso sostenible de este tipo de ecosistemas.

Por su parte, el segmento de BPO se encuentra ya posicionado, atendiendo clientes nacionales e internacionales de talla mediana y grande. Ya se está dando el salto hacia la tercerización más sofisticada, no solo en materia de Call Center sino también de Contact Center en los cuales se ofrece valor agregado. Hay que destacar la necesidad de impulsar el desarrollo de mano de obra bilingüe para este subsector, de manera que sustente su crecimiento regional y la atracción de clientes internacionales de mayor envergadura.

Por último cabe relieves las iniciativas con potencial de mediano plazo en el subsector de salud, específicamente en el segmento de bienestar (wellness), asociadas a la ya existente y reconocida oferta de turismo rural. De este modo Risaralda emprende la construcción de un servicio conexo a la industria del turismo, aprovechando los escenarios y condiciones ecológicas y ambientales.

2. Información construida en la Jornada

En la mesa de servicios se contó con la participación de representantes de fincas-hoteles,

agencias de viaje, desarrolladores de software, agencias inmobiliarias, así como algunos representantes de servicios profesionales (consultoría) y universidades.

(a) Experiencia

En la mesa de servicios se destacó el subsector de turismo como exportador a través de Modo 3 en el mercado de España además de una representación del sector inmobiliario para venta también en el mercado español, orientado a colombianos residentes en dicho país que tienen interés en adquirir finca raíz en Colombia. Para otros mercados dentro de los analizados en el ejercicio, en el caso de turismo, se manifestó la falta de producto adecuado a la demanda y la ausencia de bilingüismo como los dos factores limitantes para no haber emprendido una iniciativa internacional.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

A partir de la revisión de las oportunidades detectadas por el Centro, los participantes aportaron iniciativas dentro de los mismos subsectores, con productos específicos que, según su criterio, podrían ser exitosos a nivel internacional. Muchos de ellos necesitan diseño, infraestructura, desarrollo comercial y certificaciones para adaptarse a la demanda de los mercados priorizados:

- Avistamiento de aves
- Turismo experiencial o vivencial (mezcla de biodiversidad, cultura y patrimonio)
- Turismo étnico
- Educación – enseñanza del español
- Consultoría

(b) Obstáculos y limitantes

En Risaralda están en etapa de consolidación los subsectores de turismo, salud, BPO y consultoría ambiental y en una fase temprana de desarrollo el software y la educación. Así mismo existe una naciente industria inmobiliaria enfocada a la venta internacional.

Se identificaron como limitantes a la exportación los siguientes: desconocimiento de los acuerdos comerciales y sus capítulos de servicios; falta de calidad en los productos y procesos; ausencia de bilingüismo; desconocimiento de las normas internacionales y los requerimientos de los mercados internacionales; falta de personal capacitado para creación de aplicaciones informáticas y para atención a servicios turísticos; falta de especialización en ciertos servicios para ser competitivos; falta de recursos económicos; falta de preparación de mano de obra; ausencia de seguros especializados para la industria del turismo, tanto para la infraestructura como para la prestación del servicio; deterioro de la sensación de seguridad en la región para el turista; elevada carga impositiva para la prestación de servicios; ausencia de capacidad de agremiación; y desconocimiento, falta de visión y temor a realizar inversiones orientadas a la exportación; falta de interactividad entre subsectores; poco interés en charlas, foros etc.

Los empresarios no identificaron obstáculos.

(c) Redes

Alianzas Público Privadas: Se considera indispensable fortalecer este tipo de alianzas y que a través de ellas surja también el robustecimiento de la relación empresa–universidad–Estado.

La universidad busca en la región un papel de mayor relevancia y aporte a la construcción de tejido empresarial.

Consolidación empresarial: Hace falta en la región la construcción de redes empresariales, apoyadas por las instituciones públicas, privadas y la academia, que permitan el acceso a paquetes tecnológicos para el sector de turismo, el desarrollo de la oferta gastronómica para el turismo y del subsector de agencias y operadores turísticos.

Encadenamientos productivos: Los subsectores nacientes como desarrollo de software que se encuentran aún desarticulados, requieren de una coordinación eficiente y efectiva.

Así mismo se observa la necesidad de una oferta, desde la universidad, de servicios conexos al desarrollo y fortalecimiento de los varios subsectores de servicios.

3. Recomendaciones

Ante las dificultades detectadas en materia de Servicios, el CAAC plantea las siguientes recomendaciones. En general se refleja la necesidad de una capacitación más puntual y específica para las empresas, orientada a atender las necesidades de información acerca de los acuerdos comerciales.

Esta puede ser desarrollada por las Cámaras de Comercio y Proexport, con el apoyo del MINCIT, dentro del portafolio de actividades de formación que se tiene para la región:

- Seminarios para dar a conocer el contenido de los acuerdos comerciales, con énfasis en los capítulos de servicios y las ventajas que ofrecen para la exportación.
- Conferencias especializadas en cada uno de los mercados, en especial República de Corea y los miembros de AELC, dirigidas a aportar información básica acerca de costumbres y cultura, que permitan al empresario avizorar la construcción de nuevos productos y paquetes.

Adicionalmente, para construir un tejido empresarial sólido dentro del sector, es necesario ofrecer acompañamiento para fortalecer y consolidar las empresas a través de:

- Fortalecimiento de la gestión empresarial comenzando con técnicas de organización interna, en sus aspectos administrativo, operativo y financiero.
- Desarrollo de programas en APP entre autoridades municipales y departamentales, universidades y empresas, para la capacitación de personal para los subsectores de turismo y desarrollo de software y aplicaciones informáticas, en al menos una segunda lengua, deseablemente el inglés, buscando niveles generalizados B1 y en turismo nivel B2. Este es un proceso que el CAAC ayudaría a impulsar, acompañando a la región.
- Información acerca de certificaciones voluntarias en los distintos mercados, enfatizando en las de turismo (fair tourism, por ejemplo) y salud (Joint Commission International, por ejemplo), para que los empresarios puedan preparar sus operaciones, instalaciones y actividades orientándolas hacia las certificaciones que el consumidor internacional valora. Este tipo de capacitación especializada se puede buscar a través del ICONTEC, Proexport y las cámaras binacionales, por ejemplo.
- Convenios entre Bancoldex y la banca comercial, para ofrecer líneas y servicios especializados a las empresas, teniendo en cuenta las características específicas de intangibles, para fortalecer sus posibilidades de internacionalización.

B. Sector Agropecuario - Agroindustrial

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

Según los datos del PIB de Risaralda para 2012, elaboradas por el DANE,¹⁵ la producción primaria de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca alcanzó los \$448,3 millones de dólares, equivalente al 8,76% del PIB total. Cabe señalar que esta cifra comprende, en algunos casos, servicios y actividades conexas necesarias para la producción, por ejemplo, las actividades de servicios relacionadas con la pesca.

Ahora bien, para capturar el alcance real del sector, corresponde agregar la cifra de transformación de los productos primarios, es decir, el subsector de alimentos, bebidas y tabaco, el cual alcanzó los \$203 millones, equivalente al 3,97% del PIB total.

En consecuencia, el sector agropecuario y agroindustrial representa el 12,73% de la producción interna bruta total de Risaralda, valorada en \$651,3 millones de dólares (ver Tabla IV-3).

Al desglosar la información con base en las cifras del anuario agropecuario 2012,¹⁶ se constata que el volumen de producción agrícola, expresado en toneladas métricas (TM), se distribuye de

Tabla IV-3. PIB Agropecuario - Agroindustrial, 2012

	Descripción		Producción (Miles de Dólares)	Participación %
	Cultivo de otros productos agrícolas		143.493	32,01%
	Producción pecuaria y caza incluyendo las actividades veterinarias		137.931	30,77%
	Cultivo de café		127.364	28,41%
	Silvicultura, extracción de madera y actividades conexas		37.264	8,31%
	Pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas con la pesca		2.225	0,50%
	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca		448.276	8,76%
	Alimentos, bebidas y tabaco		203.003	3,97%
	Sector Agropecuario Agroindustrial		651.279	
Fuente: DANE, Cuentas departamentales. Cálculos propios.				

15. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE-, Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales, Cuentas Nacionales Departamentales, Resultados PIB departamental 2012 provisional (Base 2005), PIB por ramas de actividad / 2000-2012 provisional. 2 de mayo de 2014.

16. Anuario Agropecuario 2012. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Grupo de Sistemas de Información.

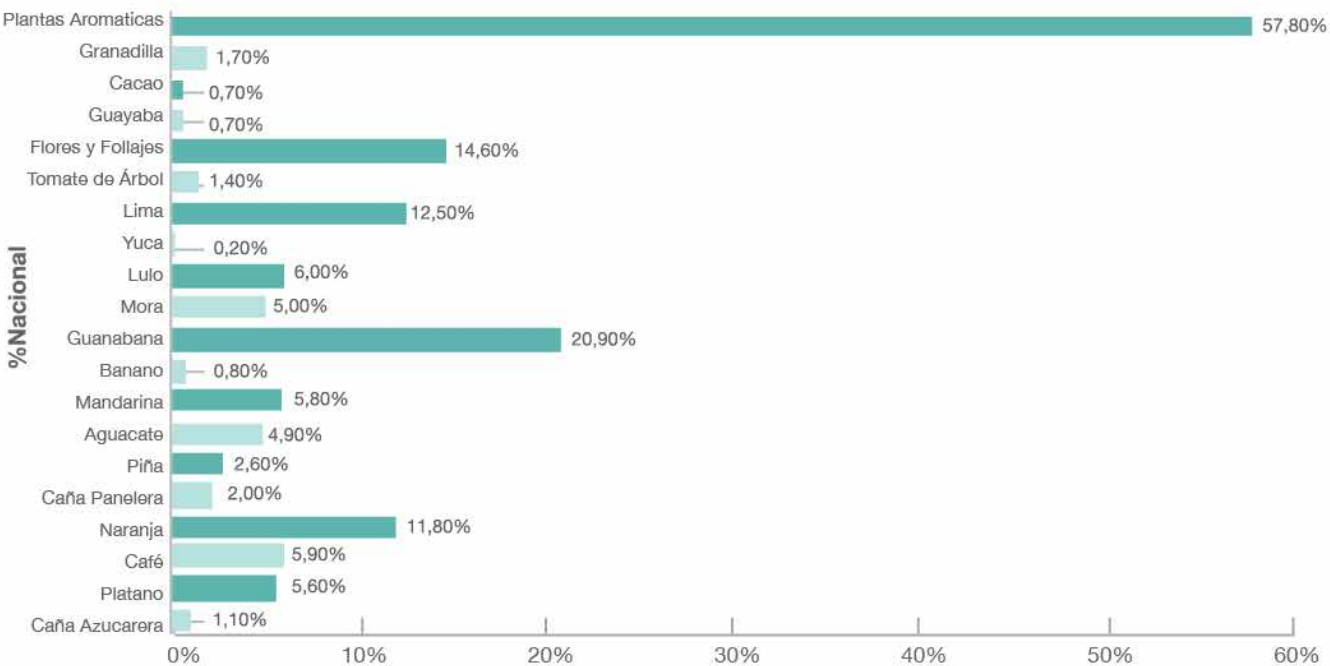
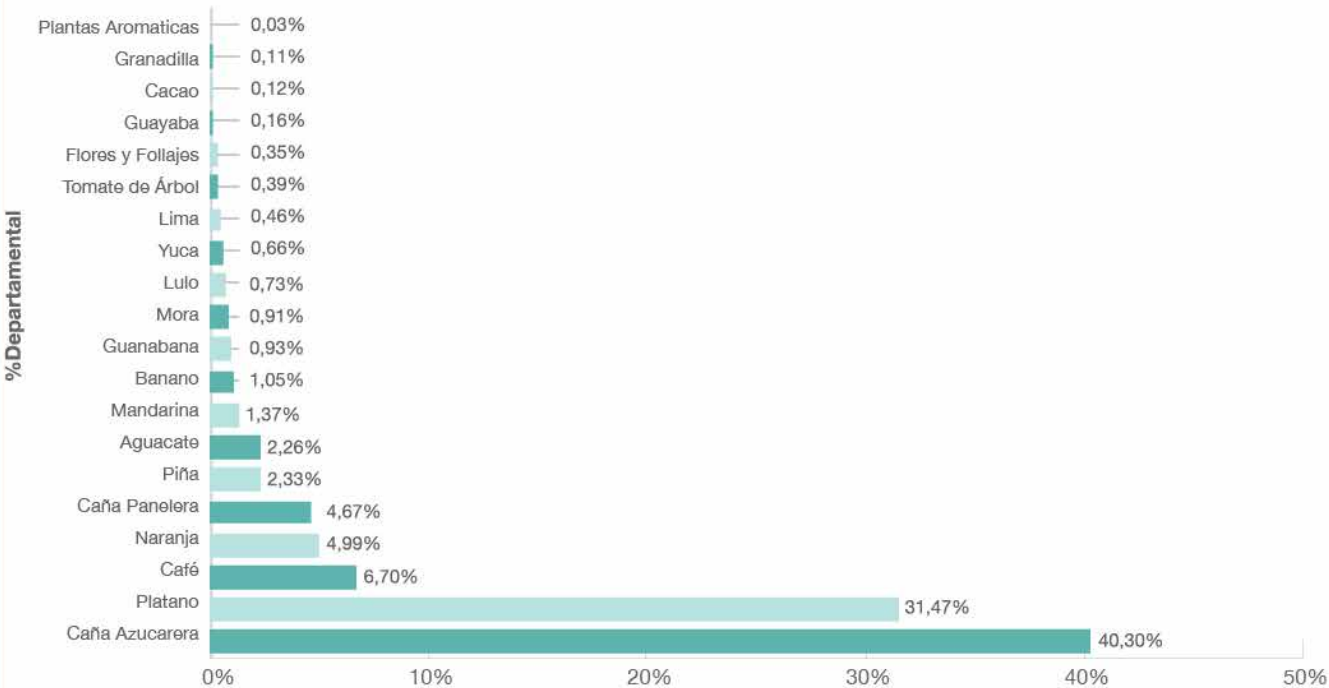
la siguiente manera: cultivos permanentes con 551.716 TM y transitorios con 43,178 TM, con participaciones del 92,74% y 7,26%, respectivamente.

La producción de cultivos permanentes se encuentra significativamente concentrada alrededor de cuatro productos que representan el 83,46%: caña de azúcar con un 40,30%, plátano con el 31,47%, café con el 6,70% y, naranja con el

4,99%. Cabe señalar que algunos de estos productos cuentan con una participación relativamente baja en el contexto nacional, como la caña de azúcar que representa apenas el 1,10%, mientras que otros como el café o la naranja representan el 5,90% y el 11,80%, respectivamente.

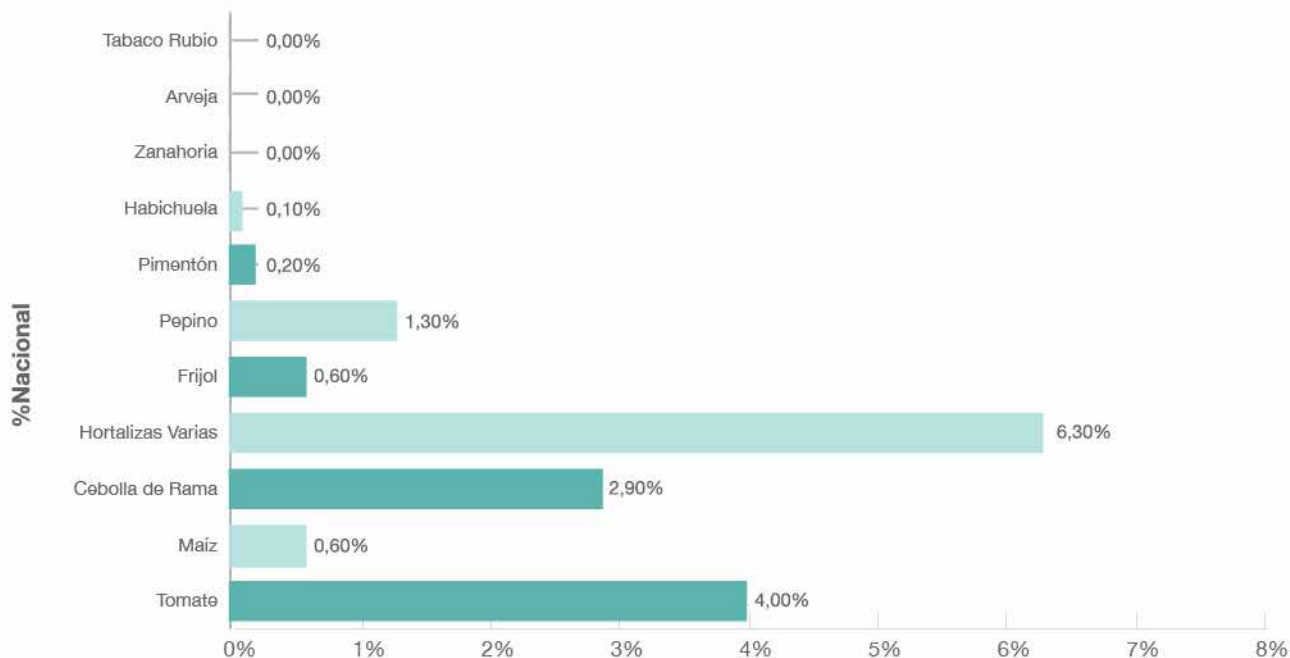
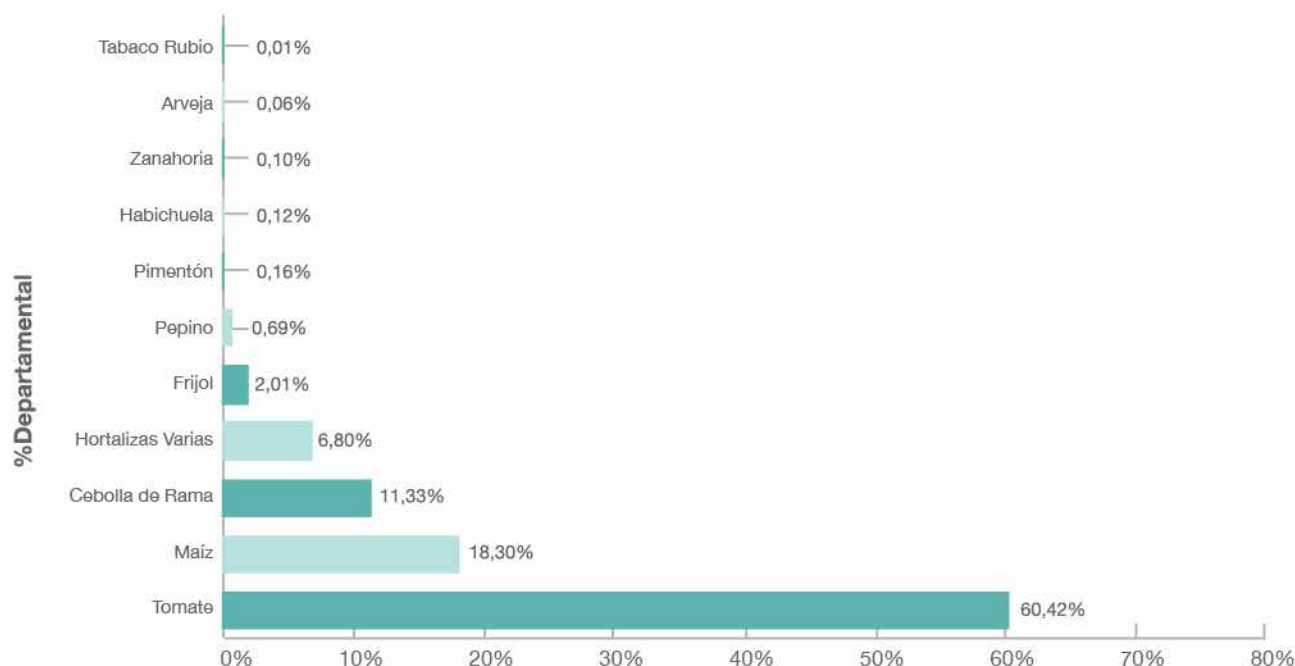
De otro lado, hay productos como la guanábana, las flores y follajes y las plantas aromáticas que, pese a participar marginalmente en el volumen

Figura IV-1. Cultivos permanentes Risaralda, 2012 (Toneladas Métricas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos propios

Figura IV-2. Cultivos transitorios Risaralda, 2012 (Toneladas Métricas)



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos propios

total de la producción regional con el 0,93%, 0,35% y 0,03%, respectivamente, representan el 20,90%, el 14,60% y el 57,80% de la producción total nacional, ocupando así el segundo y primer lugar en este ámbito (ver Figura IV-1).

La producción de cultivos transitorios se encuentra igualmente concentrada alrededor de tres productos: tomate, con una participación del 60,42%; maíz, con el 18,30%; y cebolla de rama, con el

11,33%. Éstos representan el 90,05% de la producción agregada regional.

Sin embargo, la participación de estos cultivos a nivel nacional no es tan significativa, pues representan apenas el 4,00%, el 0,60% y el 2,90% (ver Figura IV-2).

Por su parte, según la EAM, la producción agroindustrial en 2012 alcanzó los \$536,1 millones de

dólares, equivalente al 30,68% de la producción industrial del departamento,¹⁷ y se encuentra altamente concentrada. Como se observa en la Tabla IV-4, sobresalen dentro de la producción agroindustrial la trilla de café y la transformación de carne, productos cárnicos y derivados, los cuales representan 36,44% y 23,64%, respectivamente. Conviene anotar que el subsector avícola representa el 93,91% de la producción del subsector cárnico, equivalente al 22,20% de la producción agroindustrial total de Risaralda.

La elaboración de azúcar refinada y panela, y de agua mineral y otras bebidas fermentadas no destiladas, representa los renglones tercero y cuarto de la producción, con participaciones del 18,51% y del 8,86%, respectivamente. En breve, los cuatro principales rubros concentran el 87,45% de la producción agroindustrial de Risaralda. Como se puede constatar en la Tabla IV-5, la estructura productiva del subsector agroindustrial no se ve

del todo reflejada en las exportaciones, ya que las carnes, productos cárnicos y derivados no participan representativamente en éstas.

De hecho, las exportaciones en 2013 se encuentran significativamente concentradas en café y azúcar, con participaciones del 89,73% y el 6,28% respectivamente, es decir, el 96,01% en conjunto. Conviene señalar que las exportaciones de estos productos registraron tasas negativas de crecimiento del 16,47% y del 32,65% en valor, en 2013 frente a 2012, lo cual explica casi en su totalidad el decrecimiento en valor del 16,86% en las exportaciones totales de Risaralda. Sin embargo, las exportaciones de otros productos agroindustriales como las frutas preparadas o en conserva, el azúcar en bruto y la trucha -ya sea en filetes, fresca o refrigerada- experimentaron tasas de crecimiento positivas en valor, pese a que su participación global en las exportaciones puede considerarse como marginal.

Tabla IV-4. Producción Agroindustrial Risaralda, 2012

Productos	Producción (miles de dólares)	Participación %
Café trillado o verde y derivados	195.374	36,44%
Carne y despojos comestibles de aves, frescos o refrigerados	126.757	23,64%
Azúcar y panela	99.238	18,51%
Aguas minerales y bebidas fermentadas no destiladas	47.477	8,86%
Alcoholes grasos industriales	26.440	4,93%
Productos de molinería y alimentos para animales	13.549	2,53%
Cacao, chocolate, productos de confitería y otros	10.216	1,91%
Productos lácteos	9.547	1,78%
Productos de panadería	6.541	1,22%
Alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres y hortalizas	970	0,18%
Total	536.107	

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cálculos Propios

Tabla IV-5. Exportaciones principales productos agropecuarios y agroindustriales, Risaralda

Producto	FOB (miles de dólares)		Variación	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Café sin tostar, sin descafeinar	347.349	290.128	-16,47%	89,32%	89,73%
Azúcar de caña con adición de aromatizante o colorante	30.155	20.311	-32,65%	7,75%	6,28%
Otras frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar	4.920	5.385	9,46%	1,27%	1,67%
Azúcar en bruto, sin adición de aromatizante ni colorante	1.223	1.947	59,19%	0,31%	0,60%
Filetes frescos o refrigerados de Truchas	1.653	1.795	8,58%	0,43%	0,56%
Truchas frescas o refrigeradas, excluidos filete, hígado, huevas, lechas	923	1.027	11,25%	0,24%	0,32%
Productos de panadería, pastelería o galletería	238	620	160,77%	0,06%	0,19%
Subtotal	386.461	321.213	-16,88%	99,38%	99,34%
Productos que exportaron menos de 500 mil dólares durante 2013	2.420	2.121	-12,32%	0,63%	0,66%
Total	388.881	323.335	-16,86%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

17. Ver Figura III-2.

Tabla IV-6. Principales destinos de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales, Risaralda

País	FOB (miles de dólares)		%	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Estados Unidos	203.169	161.343	-20,59%	52,24%	49,90%
Unión Europea	78.401	71.561	-8,72%	20,16%	22,13%
Japón	28.509	29.228	2,52%	7,33%	9,04%
Canadá	18.473	16.414	-11,15%	4,75%	5,08%
Corea, Rep.	10.254	8.645	-15,69%	2,64%	2,67%
Chile	9.064	7.795	-14,00%	2,33%	2,41%
Subtotal	347.870	294.986	-15,20%	89,45%	91,23%
Países a donde se exportaron menos de 5 millones de dólares durante 2013	41.011	28.348	-30,88%	10,55%	8,77%
Total	388.881	323.335	-16,86%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

Tabla IV-7. Resumen oportunidades agropecuario y agroindustria, Risaralda

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	10	4	3	1
Mediano	13	23	20	22
Largo	23	29	24	22
TOTAL	46	56	47	45

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

En relación con el destino de las exportaciones, es oportuno anotar que, mientras Risaralda exportó a 45 países en 2012, lo hizo a 51 en 2013. Esta relación no puede interpretarse linealmente ya que en 2013 no se exportó a 8 de los países registrados en 2012, pero se incorporaron 14 nuevos destinos. La mayoría de estos nuevos países de destino registran exportaciones inferiores a \$1 millón de dólares.

Finalmente, la Tabla IV-6 presenta la participación de las exportaciones hacia los 6 principales mercados de destino. Estados Unidos fue el principal mercado de las exportaciones en 2013, con una participación del 49,90%, seguido por la Unión Europea con el 22,13%, Japón con el 9,04%, Canadá con el 5,08%, República de Corea con el 2,67% y, por último, Chile con el 2,33%. Estos seis destinos concentran el 91,23% del valor total de las exportaciones regionales del sector.

Salvo para el caso de Japón, país de destino que registró una tasa de crecimiento del 2,52% en el valor de las exportaciones, los demás países registran significativos decrecimientos que varían desde

el 8,72% en el caso de la Unión Europea, hasta el 20,59% para el caso de Estados Unidos. Este comportamiento se explica en gran medida por la significativa concentración de las exportaciones de café, en su mayoría en forma primaria, equivalente al 89,73% de las exportaciones totales.

Debemos señalar que Risaralda cuenta con presencia en tres de los mercados priorizados en el marco de la jornada regional -Unión Europea, Canadá y República de Corea-, los cuales representan el 29,88% del valor de las exportaciones. Podemos concluir entonces que el conocimiento y experiencia acumulada respecto de estos mercados podría facilitar un mayor aprovechamiento de las oportunidades identificadas por el CAAC.

(b) Oportunidades

El CAAC identificó un total de 60 productos susceptibles de un mayor aprovechamiento de las preferencias comerciales. Estas pueden caracterizarse de la siguiente manera: 46 para la Unión Europea; 56 para Canadá; 47 para AELC; y 45 para República de Corea (Ver Tabla IV-7).¹⁸

18. Este valor es el número neto de productos. En la Tabla IV-7 dichos productos pueden repetirse en más de un mercado.

De particular relevancia resultan productos como el café, el azúcar, las demás frutas preparadas o en conserva, las demás flores -particularmente las heliconias-, los productos de panadería y el ron y aguardiente de caña o tafia.

El Centro identificó un total de 13 oportunidades de corto plazo (ver Tabla Anexa B-1), entre las que cabe destacar el café sin tostar ni descafeinar, el azúcar de caña o de remolacha y las frutas preparadas o en conserva (ver Tabla IV-8).¹⁹ Es posible que algunos de los productos identificados como de corto plazo también puedan caracterizarse como de mediano o largo plazo, dependiendo del mercado de destino que se esté evaluando.

Las exportaciones totales de café sin tostar ni descafeinar originarias de Risaralda alcanzaron los \$290,3 millones de dólares. El principal mercado de destino de este producto fue Estados Unidos,

con exportaciones por \$151,8 millones de dólares y una participación del 52,33% del total.

Este rubro representa la principal oportunidad en el corto plazo para la Unión Europea, Canadá, AELC -específicamente Noruega-, y República de Corea, mercados priorizados en el marco de la consulta, a pesar que las exportaciones a estos mercados observaron un decrecimiento del 14,92% en valor, pasando de \$108,5 millones de dólares en 2012 a \$92,3 millones en 2013.

En 2013, Risaralda ocupó la 18ª posición entre 103 proveedores de café a la Unión Europea, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron \$7.576 millones de dólares. El valor total de exportaciones de la región al mercado europeo fue de \$67,9 millones de dólares, equivalente al 23,42% de las exportaciones totales de este producto. Los principales proveedores de café a la

Tabla IV-8. Oportunidades corto plazo agropecuario y agroindustria, Risaralda

 Producto	Mercado Priorizado al que Actualmente Exporta Risaralda	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Risaralda al mercado priorizado			Participación del Mercado Priorizado en las Exportaciones de Risaralda al mundo	
					(Miles de dólares)**		Variación %		Posición (de Risaralda entre los proveedores para el mercado priorizado)***
					2012	2013			
Café sin tostar, sin descafeinar	Unión Europea	7.576.206	Brasil Vietnam Honduras	30,73% 18,64% 7,37%	76.323	67.945	-10,98%	18/103	23,42%
	Canadá	512.691	Colombia Brasil Guatemala	26,17% 19,90% 15,91%	16.203	13.448	-17,01%	11/80	4,64%
	Corea, Rep.	314.051	Vietnam Brasil Colombia	22,45% 20,02% 15,28%	10.254	8.429	-17,81%	8/67	2,91%
	AELC	657.443	Brasil Colombia Guatemala	33,03% 19,49% 7,26%	5.763	2.531	-56,08%	16/66	0,87%
Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente puras: los demás	Unión Europea	951.105	Mauricio Serbia Brasil	29,18% 14,68% 9,98%	1.134	2.862	152,43%	22/79	14,09%
	Canadá	21.913	Colombia Brasil Estados Unidos	35,81% 13,52% 12,96%	2.256	2.692	19,30%	4/64	13,25%
Frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar: las demás	Unión Europea	346.654	India China Tailandia	15,80% 13,32% 12,89%	248	343	38,21%	37/94	6,37%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

***Posición respecto al 2013

19. Los productos presentados en la Tabla IV-8 fueron priorizados con base en las exportaciones de Risaralda a los mercados priorizados.

Unión Europea son: Brasil con una participación de mercado del 30,73%, Vietnam con el 18,64%, y Honduras con el 7,37%.

En el caso de Canadá, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron los \$512,7 millones de dólares, Risaralda ocupó el 11º lugar entre 80 proveedores con un valor exportado de \$13,4 millones, correspondiente al 4,64% de las exportaciones de dicho producto originarias de la región. Los principales proveedores de café sin tostar ni descafeinar a este mercado son Colombia, con el 26,17%, Brasil con un 19,90%, y Guatemala con un 15,91%.

Para la República de Corea, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron los \$314 millones de dólares, Risaralda ocupó el 8º lugar entre los 67 proveedores de dicho mercado, con exportaciones totales de \$8,4 millones de dólares, equivalentes al 2,91% del valor total de las exportaciones de este producto. Los principales proveedores

de café sin tostar ni descafeinar a este mercado son: Vietnam con una participación del 22,45%, Brasil con un 20,02%, y Colombia con un 15,28%.

Por último, Risaralda ocupó la 16ª posición entre los 66 proveedores de café al mercado de la AELC. Las exportaciones regionales hacia ese mercado, específicamente hacia Noruega, alcanzaron los \$2,5 millones de dólares, equivalentes a una participación del 0,87% en el valor total de las exportaciones de este producto.

Los principales proveedores de café a AELC son: Brasil con una participación del 33,03%, Colombia con el 19,49% y Guatemala con el 7,26%.

El Centro identificó 26 productos susceptibles de lograr un mayor aprovechamiento en el mediano plazo. Los tres principales²⁰ productos en esta categoría son: el azúcar de caña o de remolacha, las frutas preparadas o en conserva y el azúcar en bruto (ver Tabla IV-9).

Tabla IV-9. Oportunidades mediano plazo agropecuario y agroindustria, Risaralda

 Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Risaralda al mundo				
					(Miles de dólares)**		Variación %	Principales Mercados a los que Exporta 2013 Participación (%)	
					2012	2013			
Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente puras: los demás	Corea, Rep.	88.501	Malasia	41,22%	30.155	20.311	-32,65%	Chile	38,36%
			Tailandia Emiratos Árabes	26,33% 20,47%				Unión Europea	14,09%
Frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar: las demás	Canadá	148.994	Estados Unidos	46,59%	4.920	5.385	9,46%	Estados Unidos	91,79%
	Corea, Rep.	77.719	México	9,11%					
			China	7,94%					
	AELC	32.329	China	33,50%					
			Estados Unidos	20,73%					
			Tailandia	16,16%					
			Francia	19,85%					
			Tailandia	11,98%					
			Alemania	8,02%					
Azúcar en bruto sin adición de aromatizante ni colorante: los demás azúcares de caña	Corea, Rep.	806.401	Australia	46,60%	1.223	1.947	59,19%	Estados Unidos	44,76%
	Canadá	476.062	Tailandia	28,79%					
			Guatemala	14,31%					
			Brasil	79,41%					
			El Salvador	7,07%					
			Guatemala	6,12%					
			Paraguay	40,48%				Rusia, Federación de	40,33%
			Colombia	22,56%					
			Mauricio	17,79%					

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

20. Los productos fueron priorizados con base en las exportaciones totales de Risaralda. Para consultar la totalidad de productos con oportunidades de mediano plazo ver Tabla Anexa B-2.

El primero de los productos considerados en esta categoría, el azúcar de caña o de remolacha para el mercado de la República de Corea, representa asimismo una oportunidad de corto plazo para otros mercados priorizados, Unión Europea y Canadá. Lo anterior, en virtud de que no registró exportaciones a la República de Corea en 2012, aunque sí lo hizo en 2013 -por valor de \$205 mil dólares-, ni cumplió con las demás condiciones establecidas en la metodología para poder ser considerado como de corto plazo. Las importaciones de azúcar a la República de Corea alcanzaron los \$88 millones de dólares en 2013, el 88,02% de los cuales proviene de: Malasia con una participación del 41,22%, Tailandia con el 26,33% y Emiratos Árabes con el 20,47%.

Las frutas preparadas o en conserva, segundo producto caracterizado como de mediano plazo para los mercados de AELC, Canadá y República de Corea, presenta un caso interesante. Un mayor aprovechamiento de esta oportunidad productiva implicaría el aumento de la capacidad instalada en el departamento, ya que las exportaciones a Estados Unidos y a la Unión Europea, principales mercados de destino, constituyen el 98,16% de la capacidad exportadora existente.

Por último, el azúcar en bruto, que comprende los azúcares gourmet -principalmente el Demerara, el moscovado y el turbinado-, constituye una notable oportunidad para los mercados de Canadá y la República de Corea, y en menor medida para AELC. Las exportaciones de este producto observaron una tasa de crecimiento del 59,19%, pasando de \$1,2 millones de dólares en 2012 a \$1,9 millones en 2013. Los principales mercados de destino de este producto son Estados Unidos, con una participación del 44,76%, y la Federación de Rusia con el 40,33%.

La Tabla IV-10 presenta las tres principales²¹ oportunidades en el largo plazo, incluidos el cacao en grano, los tomates frescos o refrigerados y la pasta de cacao. Como se puede observar el cacao representa una oportunidad de largo plazo para los cuatro mercados priorizados. Las impor-

taciones totales de este producto a la Unión Europea alcanzaron los \$3.976 millones de dólares en 2013, y sus principales proveedores son: Costa de Marfil con una participación del 43,09%, Ghana con el 22,44%, y Nigeria con el 11,01%.

Aunque la proveeduría de este producto a los mercados priorizados se encuentra significativamente concentrada en los principales productores mundiales, las tendencias y proyecciones de crecimiento de la demanda global hacia la producción de cacaos certificados y de mayor calidad -finos o aromáticos-, en cadenas de valor integradas, aunadas a las preferencias de consumo, ofrecen un panorama alentador. Lo mismo aplicaría a la pasta de cacao, producto clasificado como tercera oportunidad en importancia en el largo plazo.

Reconociendo que el café, el azúcar -refinado o en bruto-, las frutas procesadas, y el cacao y productos derivados constituyen significativas oportunidades para Risaralda, es aconsejable que los actores y agentes públicos y privados involucrados en las cadenas productivas, evalúen la viabilidad de sofisticar aún más su oferta exportable. Salvo para los casos del café y el tomate -producto de difícil colocación en fresco-, las demás oportunidades ya comportan algún grado de agregación de valor.

La agregación de valor se podría adelantar mediante la certificación de procesos y procedimientos productivos, calidad específica, gestión ambiental, origen, o el desarrollo de marcas colectivas o denominaciones de origen, o el procesamiento y formulación de los productos, como en los casos del café y el cacao, y sus productos derivados.

2. Información construida en la Jornada

En congruencia con el perfil productivo y las oportunidades identificadas por el CAAC, la Comisión Regional de Competitividad -CRC- y el Plan Departamental de Desarrollo, la jornada regional contó con la participación de empresarios agroindustriales, emprendedores y/o productores agro-

21. Los productos fueron priorizados con base en las importaciones de los mercados priorizados. Para consultar la totalidad de productos con oportunidades de largo plazo ver Tabla Anexa B-3.

Tabla IV-10. Oportunidades largo plazo agropecuario y agroindustria, Risaralda

Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)	
Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado	Unión Europea	3.976.038	Costa de Marfil	43,09%
			Ghana	22,44%
			Nigeria	11,01%
	Canadá	157.518	Costa de Marfil	44,07%
Tomates frescos o refrigerados			Ecuador	18,39%
			Nigeria	14,76%
	AELC	128.198	Ghana	46,69%
			Ecuador	28,28%
Pasta de cacao, sin desgrasar	Corea, Rep.	12.465	Costa de Marfil	14,25%
			Ghana	93,75%
			Ecuador	5,64%
			Indonesia	0,16%
	Unión Europea	555.885	Marruecos	83,59%
			Turquía	6,12%
			Senegal	2,69%
	Canadá	301.542	México	64,09%
			Estados Unidos	34,74%
			Guatemala	0,50%
	AELC	153.122	España	35,69%
			Países Bajos	32,07%
			Italia	18,04%
	Unión Europea	827.497	Costa de Marfil	61,74%
			Ghana	25,78%
			Suiza	6,24%
	Canadá	70.401	Estados Unidos	71,45%
			Costa de Marfil	23,56%
			Bélgica	4,46%
	AELC	32.883	Países Bajos	46,18%
			Bélgica	33,39%
			Francia	8,55%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

pecuarios pertenecientes a los siguientes subsectores o cadenas productivas: café, agroindustria -incluidos los subsectores de pasabocas de plátano, papa, yuca y chontaduro, entre otros, azúcar y panela, confitería y frutas frescas y procesadas-, y huevos de codorniz.

Se presenta a continuación el resultado de los intercambios de conocimiento y experiencias en las mesas subsectoriales:

(a) Experiencia

El intercambio desarrollado en las mesas subsectoriales respecto de la experiencia exportadora evidenció un muy bajo conocimiento de los acuerdos comerciales suscritos, los beneficios potenciales de su aprovechamiento, incluidas las preferencias y las condiciones específicas de acceso a los mercados, y de los procesos y procedimientos internos y externos que deben realizarse para adelantar con éxito el proceso exportador.

Sin embargo, algunos de los participantes demostraron contar con experiencia exportadora, aunque muy limitada (ver Tabla IV-11).

También se señaló que, si bien no siempre se ha logrado concretar los potenciales negocios de exportación, se ha remitido oportunamente la información o cotizaciones solicitadas para productos tales como los huevos de codorniz, el café, los pasabocas fritos y algunos productos de confitería.

Los potenciales negocios no se han concretado debido, entre otros, al desconocimiento y/o el no cumplimiento de los requisitos sanitarios o fitosanitarios del país de destino, los trámites y documentos, o la logística requerida para exportar.

Igualmente relevantes en este contexto resultan los altos costos relacionados con el envío de muestras comerciales, el nivel de innovación o desarrollo mismo del producto y la capacidad productiva.

Tabla IV-11 Experiencia exportadora participantes jornada regional Risaralda, agropecuario y agroindustria

Mercados	Productos
Estados Unidos y España	Pulpa de fruta y panela
Unión Europea y Estados Unidos	Café verde especial (certificación Comercio Justo)
Unión Europea, específicamente Dinamarca	Café verde a través de terceros (trilladoras)
Canadá, Unión Europea, Suiza y Rep. de Corea	Azúcar

Fuente: Información mesas jornadas regionales

En tal sentido los empresarios adujeron que es necesario abordar las temáticas que promoverían y facilitarían el aprovechamiento de los acuerdos comerciales desde una perspectiva más integral, pero amigable. Es decir, brindar a los actores económicos de la región, de manera didáctica, práctica y sencilla, la información necesaria y suficiente sobre los pasos, etapas y requisitos involucrados en el proceso exportador y las autoridades locales, regionales o nacionales competentes ante las que deben gestionarse éstos.

A su juicio, ello permitirá que los interesados puedan tomar las decisiones correspondientes y emprender las iniciativas exportadoras con mayores niveles de análisis y rigor técnico y económico. En breve, las herramientas para poder evaluar de antemano, con algún grado de certeza, la viabilidad, los costos y los beneficios de la internacionalización de un producto, una cadena o un subsector productivo.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

Además de las oportunidades identificadas por el CAAC, los participantes señalaron otros productos que, de acuerdo con la oferta productiva del departamento o de alguna de sus regiones, podrían ser exitosos en los mercados internacionales. Algunos de éstos suponen desde la simple adecuación del proceso productivo o la obtención de una certificación de proceso, ambiental o de calidad, hasta cambios sustanciales en el paquete tecnológico y las prácticas culturales, o incluso el desarrollo mismo del producto y el mercado.

La mayoría de las sugerencias están dirigidas a satisfacer la creciente demanda en el segmento de productos naturales, con beneficios tangibles para la salud, que ofrecen a su vez mayor rentabilidad a los productores. Su realización se verificaría en el corto a mediano plazo:

- Pasabocas fritos o liofilizados de frutas y/o hortalizas como el chontaduro y la arracacha.
- Pulpas congeladas de frutas orgánicas.
- Caramelos de café y cacao endulzados con panela.
- Azúcar orgánica, en bruto.
- Huevos de codorniz.
- Café verde especial (orgánico, certificado) y/o tostado.
- Café en porciones personales (bolsitas o cápsulas).

(b) Obstáculos y limitantes

En términos generales, las limitantes identificadas por los participantes en las mesas subsectoriales se vinculan esencialmente con factores de naturaleza interna: capital humano; procesos, costos y capacidades productivas -oferta exportable-, especialmente el conocimiento y el acceso a tecnologías apropiadas y a la infraestructura productiva -maquinaria y equipos, centros de acopio, transporte, etc.-; calidad de los productos; marco regulatorio; y, la oferta institucional. Lo anterior evidenció además un bajo conocimiento y experiencia en la actividad exportadora. A continuación, reseñamos algunas de las contribuciones realizadas por los participantes en las mesas subsectoriales:

Desconocimiento de las oportunidades en los acuerdos vigentes y de los productos con potencial exportador

- Ausencia de información de fácil manejo sobre el mercado global de los productos con potencial, incluidos la demanda y los requisitos específicos de acceso a los mercados de destino priorizados -escasos estudios de mercado serios y objetivos-, así como del lenguaje técnico utilizado en los procesos de negociación y exportación.

Proceso productivo / oferta exportable

- Falta de preparación y baja capacidad operativa y de respuesta y acompañamiento a las empresas para la adecuación de sus procesos productivos conforme a las exigencias de los mercados.
- Insuficiente investigación y extensión por parte de CORPOICA y de aplicación en campo del conocimiento desarrollado por CENICAFÉ; no se ha incorporado el tema de la codorniz en la agenda de investigación de las diferentes entidades.
- Baja productividad y volúmenes de producción insuficientes, además de falta de interés y pocas perspectivas para el relevo generacional en el campo.
- Escasos recursos para inversión en infraestructura productiva: por ejemplo, en Colombia no hay muchas empresas productoras de máquinas para procesar alimentos, hay que importarlas. No obstante, la importación de esa maquinaria es costosa y exige asistencia técnica primaria para su uso.
- No existen centros de acopio adecuados para la exportación, ni forma de garantizar un adecuado manejo de la cadena de frío para perecederos.
- Es difícil y costoso obtener y mantener una certificación.

Calidad e inocuidad

- Insuficiente disponibilidad de laboratorios acreditados para los análisis y pruebas exigidas según los requisitos específicos de acceso.
- Desconocimiento de requisitos y procesos de inspección, vigilancia y control -IVC- internos, y falta de uniformidad en la vigilancia

y control de la producción y el procesamiento, y en los esquemas de muestreo (toma y análisis de muestras).

- Falta de información sobre los requisitos sanitarios, fitosanitarios y de calidad exigidos en los mercados de destino.
- Desconocimiento generalizado de la importancia y de las ventajas de las certificaciones para diferenciar los productos y mejorar el acceso a mercados.

Recurso humano / capacidades individuales y colectivas

- Baja disponibilidad de mano de obra calificada y no calificada: por ejemplo, profesionales para el subsector agroindustrial y, recolectores y secadores experimentados para el subsector del café.
- Falta de compromiso de las empresas con la formación y capacitación de su talento humano; hay poco personal con formación integral y sentido de pertenencia.
- Bilingüismo insuficiente.
- Poca capacitación y acompañamiento a agricultores y procesadores para implementar BPA y BPM para el cultivo, manejo poscosecha y procesamiento de los productos.
- Bajo nivel de formación especializada en procesos de exportación.
- Mayor acompañamiento personalizado en la promoción y acceso de los productos a los mercados internacionales.
- Baja asociatividad y desarrollo de alianzas productivas.
- Falta de visión emprendedora y liderazgo empresarial en los procesos de exportación.
- Insuficiente gestión de proyectos productivos para la consecución de recursos.
- Excesivos trámites y costos para crear y sostener una empresa.
- Escasa implementación y utilización de comercio electrónico para vender productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet.

Comercialización / exportación

- Desconocimiento de los procesos y prácticas de manejo, transporte y logística de distribución del producto.

- Altos costos en los trámites y certificados exigidos para cumplir con los requisitos de acceso a mercados, la operación logística y la distribución física -transporte de mercancías-, y el envío de muestras al exterior.
- Escasa o inadecuada infraestructura de transporte y de exportación de productos perecederos y agroindustriales.

Regulatorios / Reglamentarios

- Exceso y complejidad de normas, trámites y procedimientos, y falta de información y divulgación sobre los decretos, normas y reglamentos aplicables.
- Ausencia de disposiciones claras y congruentes que regulen el uso de pesticidas para garantizar la cadena de trazabilidad y la inocuidad de los alimentos.
- Falta de claridad respecto de los trámites para obtener los permisos ambientales.

Institucionalidad / Servicios institucionales

- Desconocimiento o falta de claridad de algunos funcionarios del sector público respecto de sus competencias y/o funciones.
- Falta de claridad o dificultad en los trámites y expedición de certificados por parte de las entidades encargadas de los procesos de exportación.
- Falta de acompañamiento a las empresas para que puedan cumplir con los requisitos técnicos y condiciones de acceso a los diferentes mercados.
- Escaso apoyo y asesoría a los empresarios, incluidos los procesos de admisibilidad de productos primarios y procesados de responsabilidad del ICA y del INVIMA.
- Dificultad de acceso al sector financiero privado por parte de los productores agrícolas y/o a los instrumentos o mecanismos de promoción/financiación del Estado.
- Problemas de conectividad en las zonas productivas para el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones -TIC-
- Ausencia de estudios de mercado en productos como el huevo de codorniz.
- Corrupción en ejecución de proyectos y pérdida de recursos.
- Apoyo en la elaboración de estudios de mercado y promoción de los productos.

Cabe señalar que los intercambios respecto de las acciones que podrían conducir a la progresiva superación de estas limitantes, suscitaron inquietudes e interrogantes respecto de las posibilidades y capacidades reales para, entre otros, fortalecer las capacidades productivas de los productores y empresarios, incluidos los aspectos organizacionales; mejorar los procesos productivos y la paulatina incorporación de tecnologías apropiadas; desarrollar o consolidar la infraestructura productiva; identificar y disponer de la información sobre requisitos de acceso a los países de destino; y, agilizar y/o reducir los trámites aduaneros en puertos y aeropuertos (Decreto 19 de 2012 - Ley Anti-trámites).

(c) Redes

Encadenamientos Productivos: es necesario identificar y articular los diferentes eslabones de las cadenas productivas (producción, transformación, transporte, almacenamiento y comercialización) y caracterizar en cada eslabón los procesos de gestión necesarios para garantizar la calidad, la trazabilidad y la inocuidad de los productos a nivel regional.

Esquemas Asociativos: a partir de la identificación de los eslabones de la cadena, se podría desarrollar esquemas asociativos por eslabón con enfoque de cadena, por ejemplo cooperativas para la construcción de centros de acopio, con el fin de reducir la intermediación, asegurar un precio sustentable al productor, y consolidar volumen para garantizar una oferta exportable. Igualmente, asociaciones con representatividad para la interlocución ante autoridades sanitarias, con el propósito de generar mayores beneficios para los productores en los procesos de exportación.

Alianzas Público-Privadas: para el desarrollo y fortalecimiento de los sectores y empresas con vocación exportadora, es conveniente desarrollar alianzas público-privadas entre el gobierno, sector privado y academia, con el propósito de estructurar y desarrollar clústeres y parques tecnológicos que vinculen productos, servicios, tecnología, insumos e infraestructura, inversión, logística de distribución, y desarrollo de proyectos y programas que generen valor a los productos de

las cadenas productivas más representativas y de mayor potencial en la región.

3. Recomendaciones

Las limitantes identificadas por los participantes generaron debates respecto de las acciones para su progresiva superación. Sobre éstas, cabe sugerir las siguientes:

- Identificar y dar respuesta efectiva a las necesidades específicas de formación y/o capacitación requeridas para fortalecer la productividad y competitividad de los productores y las empresas;
- Promover la articulación de las acciones y medidas tomadas por las autoridades nacionales competentes para garantizar la calidad, trazabilidad e inocuidad de los productos primarios y procesados;
- Articular el trabajo de las entidades para proporcionar la información pertinente respecto del acceso a los mercados, a fin de permitir a los productores y procesadores cumplir con todos los requisitos exigidos en el proceso exportador, incluidos aquellos relacionados con el etiquetado, empaque y embalaje;
- Fomentar el fortalecimiento y disponibilidad de laboratorios acreditados para facilitar el acceso a las pruebas y reducir su costo;
- Realizar más misiones comerciales y/o ruedas de negocios en la región para que los empresarios puedan tener contacto directo con potenciales compradores;
- Diseñar e implementar nuevos productos, servicios y canales de comunicación de las entidades públicas y privadas -nacionales, regionales y locales- con los productores y empresarios en materia de: formación y capacitación especializada, asesoría directa, herramientas virtuales amigables, líneas de información y foros, seminarios y talleres regionales o locales para productos específicos;
- Garantizar un acceso efectivo e incluyente a la caja de herramientas de BANCOLDEX; y,

- Diseñar e implementar nuevas líneas de crédito blando para producir y exportar.

Ahora bien, la concreción de un plan de acción para el aprovechamiento de los acuerdos comerciales por parte del sector agropecuario y agroindustrial de Risaralda, ostensiblemente concentrado alrededor de unos pocos productos, que incorpore éstas y otras consideraciones dependerá de la generación de un consenso y compromiso regional en torno a los productos que, desde una perspectiva de encadenamientos productivos, serían susceptibles de beneficiarse en mayor medida de las acciones propuestas. En ese sentido, convendría revisar la priorización de las apuestas productivas del departamento²² para reorientar los limitados recursos hacia aquellos productos susceptibles de maximizar los potenciales beneficios.

A ese respecto, y reconociendo que las acciones deben desarrollarse con enfoque sistémico, correspondería, por ejemplo, realizar una evaluación del conocimiento disponible sobre las necesidades y preferencias en los mercados de destino, de productos diferenciados como cafés especiales, azúcar gourmet y, cacaos finos y aromáticos, certificados. A partir de esta se evaluaría la vocación y la oferta productiva, así como la destinación y uso de los suelos, a fin de determinar la disponibilidad de tierras para ampliar la frontera agrícola y adecuar correspondientemente los procesos y prácticas productivas. Ello, con el fin de lograr mayores niveles de productividad, de rentabilidad para los productores y de ajuste de la oferta exportable frente a la demanda.

A partir de la nueva priorización, se procedería a identificar las necesidades de recursos humanos, institucionales, técnicos y financieros a nivel nacional y regional y las posibles fuentes y mecanismos de promoción o financiación, necesarios y suficientes para garantizar su satisfacción.

Finalmente, el plan de acción debe surgir de la determinación regional de avanzar en un determi-

22. El SUBPROGRAMA 22.1 -Producción agropecuaria diversificada, competitiva y con asociaciones de base- del Plan de Desarrollo 2012-2015, adoptado mediante Ordenanza No. 006 de 2012, busca elevar la competitividad del sector agropecuario y es un propósito que exige tomar medidas encaminadas a aprovechar las ventajas comparativas y competitivas del territorio, en este sentido y teniendo en cuenta la oferta ambiental y las posibilidades de competir en los mercados, durante el cuatrienio, se apoyarán prioritariamente los encadenamientos productivos de cafés especiales, plátano, aguacate, cacao, mora y lulo y se hará el acompañamiento a los demás renglones productivos de acuerdo con las necesidades manifestadas por la comunidad. (Subrayado fuera de texto)

nado sentido pero es imperativo que éste cuente con el decidido apoyo de las autoridades nacionales competentes, incluidas, entre otras, los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, Comercio, Industria y Turismo, Salud y Protección Social, así como sus respectivas entidades adscritas y vinculadas -ICA, INVIMA, CAAC, BANCOLDEX, PROEXPORT y el SENA, por citar algunas.

C. Sector Manufactura-Industria

1. Oferta

(a) Producción y exportaciones

De acuerdo con la EAM, la producción de manufacturas durante 2012 representó \$855 millones de dólares, equivalente al 48,94% de la producción total de la región.²³ Tal como se observa en la Tabla IV-12, el 71,65% de la producción manufacturera se encuentra concentrada en 4 subsectores: papel, cartón y sus productos derivados, con 20,99%; vehículos y autopartes con 18,82%; textiles y confecciones, con 18,46%; y motores, generadores y transformadores eléctricos con 13,86%. Otras ramas de la producción incluyen productos como sustancias químicas básicas y productos de plástico, con 3,99% y 3,37% respectivamente.

Con respecto a bienes manufacturados, la región exportó un total de \$149,28 millones de dólares en el 2013, 15% menos frente al 2012. Entre los productos que presentaron un comportamiento negativo se encuentran los transformadores de

dieléctrico líquidos con potencia superior a los 10.000 kva, los cuales pasaron de ser el primer producto manufacturado más exportado al segundo lugar, con una variación negativa de -43,87%.

Dichos productos dejaron de ser exportados a destinos como Venezuela y Bolivia, por razones no estrictamente de demanda sino a causa de la situación política en estos países. Las exportaciones de productos de aseo e higiene decrecieron 50,79% entre el 2012 y el 2013, pasando del tercer al quinto lugar en términos de participación.

Aunque esos productos entraron a nuevos mercados como Chile, dejaron de ser exportados a países como Estados Unidos y la Unión Europea, que representan una porción significativa de la demanda internacional. Por último, las exportaciones de tejidos cauchutados excepto de nylon, decrecieron 10,74% entre el 2012 y el 2013, ocupando el puesto 7 en las exportaciones manufactureras de la región. En este caso, la caída de las exportaciones se debe no solo a la salida de mercados de destino como México sino también a la caída en otros mercados como Chile.

El crecimiento negativo de los productos anteriores fue en parte compensado por exportaciones crecientes de motocicletas y ciclos con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 50 cm³ pero inferior o igual a 250 cm³ y de transformadores de dieléctrico líquido, potencia superior 650 kva., que aumentaron 51,95% y 65,67% respectivamente. En el primer caso, aunque el principal comprador, Venezuela haya

Tabla IV-12 Producción manufacturas Risaralda, 2012

Descripción	Producción 2012 (Miles de Dólares)	Participación %
Fabricación de papel, cartón y productos de papel y cartón	179.500	20,99%
Fabricación de otros tipos de equipo de transporte, carrocerías, remolques y semirremolques	160.964	18,82%
Fabricación y confección de productos textiles (incluidos prendas de vestir)	157.862	18,46%
Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos	118.515	13,86%
Fabricación de sustancias químicas básicas	34.144	3,99%
Fabricación de productos de plástico	28.851	3,37%
Subtotal	679.835	79,49%
Productos con una producción menor a 20 millones de dólares	175.385	20,51%
TOTAL	855.220	

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cálculos Propios

23. En la EAM la producción total incluye, además de manufacturas, bienes agroindustriales y mineros.

Tabla IV-13 Exportaciones principales productos manufacturados, Risaralda

Producto	FOB (miles de dólares)		Variación	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Desperdicios y desechos de cobre	27.541	27.933	1,43%	15,54%	18,71%
Transformadores de dieléctrico líquido de potencia superior a 10.000 kva.	41.969	23.556	-43,87%	23,67%	15,78%
Motocicletas y ciclos con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada >=a 50 cm3 pero <= a 250 cm3	7.990	12.141	51,95%	4,51%	8,13%
Transformadores de dieléctrico líquido, potencia superior 650 kva.	3.497	5.794	65,67%	1,97%	3,88%
Papel higiénico y papel para toallas, servilletas o para papeles similares	11.017	5.422	-50,79%	6,21%	3,63%
Aluminio, desechos y desperdicios	4.192	5.282	26,00%	2,36%	3,54%
Los demás tejidos cauchutados, excepto de nylon, de poliéster y otros	5.759	5.140	-10,74%	3,25%	3,44%
Subtotal	101.965	85.268	-16,38%	57,52%	57,12%
Productos que exportaron menos de 5 millones de dólares durante 2013	75.314	64.013	-15,01%	42,48%	42,88%
Total	177.279	149.281	-15,79%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos

Tabla IV-14 Principales destinos exportaciones manufacturas, Risaralda

País	FOB (miles de dólares)		Variación %	Participación %	
	2012	2013		2012	2013
Ecuador	17.090	24.800	45,11%	9,64%	16,61%
China	24.639	20.310	-17,57%	13,90%	13,61%
Estados Unidos	20.791	18.703	-10,04%	11,73%	12,53%
Chile	9.178	12.853	40,04%	5,18%	8,61%
Brasil	10.306	11.783	14,33%	5,81%	7,89%
Venezuela	41.765	10.007	-76,04%	23,56%	6,70%
Subtotal	123.769	98.456	-20,45%	69,82%	65,95%
Países a donde se exportaron menos de 10 millones de dólares durante 2013	53.510	50.825	-5,02%	30,18%	34,05%
Total	177.279	149.281	-15,79%		

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales. Cálculos propios.

salido, las exportaciones fueron direccionadas a otros mercados como Japón y Panamá que junto con los países ya existentes compensaron la falta de demanda venezolana. En el segundo caso, las exportaciones se expandieron a nuevos mercados como Estados Unidos. Las exportaciones en desperdicios y desechos de aluminio y de cobre también aumentaron. Sin embargo estos bienes no poseen valor agregado y no representan una apuesta válida para la región.

Con respecto a los principales mercados de exportación de Risaralda, es importante observar como países como Venezuela, que en el 2012 era el principal destino para la región, ahora ocupa el 6to lugar, con una disminución de las exportaciones de 76% entre el 2012 y el 2013. Entre los principales destinos de la región se encuentran otros países vecinos como Ecuador, Chile y Brasil, con participaciones de 16,61%, 8,61% y 7,89%. Las exportaciones de Risaralda han aumentado 45,11% en el primer caso, 40,04% en el segundo caso y 14,33% en el tercer caso.

China y Estados Unidos reciben el 13,61% y 12,53% de las exportaciones manufactureras de Risaralda. Las exportaciones a dichos mercados han decrecido entre el 2012 y el 2013. Por último, las exportaciones a otros destinos han decrecido un 5% aproximadamente.

(b) Oportunidades

Según los resultados obtenidos por el CAAC, en el corto, mediano y largo plazo, la región podría exportar a los mercados priorizados 221 productos en el sector manufacturero: 173 para la Unión Europea, 141 para Canadá, 112 para AELC, y 41 para República de Corea (ver Tabla IV-15).²⁴

Esas cifras sugieren que dichos acuerdos comerciales ofrecen una oportunidad para que Risaralda diversifique sus exportaciones en este sector.

En el corto plazo se identificaron 5 productos con oportunidades: pañuelos y toallitas de pasta de papel, pantalones, con peto, cortos de algodón

24. Este valor es el número neto de productos. En la Tabla IV-15 dichos productos pueden repetirse en más de un mercado.

Tabla IV-15. Resumen oportunidades manufacturas, Risaralda

Plazo	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
Corto	4	1	0	0
Mediano	74	68	56	44
Largo	95	72	56	41
TOTAL	173	141	112	85

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

para niñas, napas tramadas para neumáticos fabricadas con hilos de alta tenacidad, fajas y convertidores estáticos (ver Tabla Anexa B-4).²⁵

En el 2013, Risaralda ocupó el puesto 7 entre 51 proveedores de pañuelos y toallitas de pasta de papel a Canadá, cuyas importaciones totales del producto alcanzaron \$307,72 millones de dólares. Las exportaciones totales de la región fueron de \$328,23 mil dólares. Con base en la metodología del Centro, este producto aparece como una oportunidad de corto plazo para el mercado de Canadá. Sin embargo, es importante notar que las exportaciones hacia este mercado decrecieron un 30% entre el 2012 y el 2013. Además Estados Unidos, socio comercial natural de Canadá y principal proveedor suyo, tiene una participación del 97,6% en dicho mercado, lo que plantea una fuerte competencia (ver Tabla IV-16).²⁶

Los pantalones, con peto cortos de algodón para mujeres y niñas constituyen una oportunidad de corto plazo para el mercado de la Unión Europea, a donde la región exportó un total de \$238,73 mil dólares en el 2013, un 123% más respecto al 2012. Los principales proveedores del producto a la Unión Europea, que en el 2013 importó un total de \$5.926 millones de dólares son China, Bangladesh y Turquía, con participaciones de 27,65%, 20,07% y 19% respectivamente. El hecho de que los tres principales proveedores abarquen el 66,67% de las importaciones de la Unión Europea deja un amplio margen para que Risaralda pueda competir. Actualmente la región ocupa el puesto

n. 48 de 145 en las importaciones de la Unión Europea, con una participación de menos de 0,01%.

Las napas tramadas para neumáticos fabricadas con hilos de alta tenacidad también son una oportunidad de corto plazo para la Unión Europea. Las importaciones de dicho mercado fueron de \$84,84 millones de dólares en el 2013 y los proveedores principales fueron Turquía, China y Corea, con participaciones de 48,73%, 19,02% y 11,11% respectivamente. Aunque las exportaciones de dicho producto por parte de Risaralda hayan decrecido un 16% entre el 2012 y el 2013, pasando de 45,9 mil dólares a 38,5 mil dólares, ésta ocupa la posición 14 sobre 24 proveedores en los mercados internacionales, con una participación del 0,05%.

Tanto para los pantalones como para las napas tramadas, mejoras en la calidad del producto y en la eficiencia de los procesos productivos le permitirán a Risaralda obtener una mayor participación en las exportaciones mundiales a la Unión Europea.

Entre los principales²⁷ productos con oportunidades para el mediano plazo encontramos los transformadores de dieléctrico líquido para los mercados de Canadá y de la Unión Europea (ver Tabla IV-17). En el 2012, las importaciones de Canadá fueron de \$172,8 y de \$85,01 millones de dólares para los dieléctricos de potencias superiores a 10000 kvat y a 650 kvat respectivamente. En el primer caso los principales proveedores fueron República de Corea, Estados Unidos y México,

25. Cabe señalar que los productos considerados de corto plazo pueden también caracterizarse como de mediano o largo plazo, dependiendo del mercado de destino que se esté analizando.

26. Los productos presentados en la Tabla IV-16 fueron priorizados con base en las exportaciones de Risaralda a los mercados priorizados.

27. Los productos fueron priorizados con base en las exportaciones totales de Risaralda. La lista completa de oportunidades de largo plazo se encuentra en la Tabla Anexa B-5.

Tabla IV-16. Oportunidades corto plazo manufacturas, Risaralda

 Producto	Mercado Priorizado al que Actualmente Exporta Risaralda	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Risaralda al mercado priorizado				Participación del Mercado Priorizado en las Exportaciones de Risaralda al mundo
					(Miles de dólares)**		Variación %	Posición (de Risaralda entre los proveedores para el mercado priorizado)***	
					2012	2013			
Pañuelos y toallitas de pasta de papel	Canadá	307.729	Estados Unidos China Colombia	97,60% 1,29% 0,14%	469	328	-30,03%	7/51	14,88%
Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas	Unión Europea	5.926.671	China Bangladesh Turquía	27,65% 20,07% 19,00%	107	239	123,23%	48/145	10,25%
Napas tramadas para neumáticos fabricadas con hilados de alta tenacidad: de nailon o demás poliamidas	Unión Europea	84.841	Turquía China Corea, Rep.	48,73% 19,02% 11,11%	46	38	-16,36%	14/24	1,76%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete) ** Valores FOB (l libre a bordo, puerto de embarque) ***Posición respecto al 2013

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

***Posición respecto al 2013

Tabla IV-17. Oportunidades mediano plazo manufacturas, Risaralda

 Producto	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (Miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)		Exportaciones Risaralda al mundo				
					2012	2013	Variación %	Principales Mercados a los que Exporta Risaralda 2013 Participación (%)	
					(Miles de dólares)**				
Transformadores de dieléctrico líquido de potencia superior a 10.000 kva.	Canadá	172.878	Corea, Rep.	26,10%	41.969	23.556	-43,87%	Chile	29,63%
	Unión Europea	67.114	Estados Unidos México	19,27% 16,72%				Perú	15,04%
Motocicletas y ciclos con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada > a 50 cm3 pero <= a 250 cm3	Corea, Rep.	55.088	Turquía	47,53%	7.990	12.141	51,95%	Ecuador	84,12%
			Corea, Rep.	17,01%				Panamá	10,71%
Transformadores de dieléctrico líquido, potencia superior 650 kva.	Unión Europea	10,39%	Estados Unidos	10,39%	3.497	5.794	65,67%	Otras zonas francas	52,32%
	Canadá	85.017	Estados Unidos México Japón	75,52% 18,68% 1,29%				Chile	20,44%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

** Valores FOB (Libre a bordo, puerto de embarque)

con participaciones de 26,10%, 19,27% y 16,72%. En el segundo caso los principales proveedores fueron Estados Unidos, México y Japón con participaciones de 75,52%, 18,68% y 1,29%. En el 2012, las importaciones de la Unión Europea de dieléctricos de potencias superiores a 10000 kvat y superiores a 650 kvat fueron de \$67,1 y de \$119,6 millones de dólares respectivamente. En el primer caso los principales proveedores fueron Turquía, Corea y Estados Unidos, con participaciones de 47,53%, 17,01% y 10,39%. En el segundo caso los principales proveedores fueron Suiza, Turquía y Japón con participaciones de 74,82%, 16,33% y 1,70%.

Mientras que para los dieléctricos de potencias superiores a 650 kvat las exportaciones totales de Risaralda aumentaron un 65,67% entre el 2012 y el 2013, sumando \$5,79 millones de dólares en ese último año, para los dieléctricos de potencias superiores a 10000 kvat disminuyeron de un 43,87% entre el 2012 y el 2013, llegando a \$23,5 millones de dólares. En ambos casos uno de los principales países a los que Risaralda provee es Chile. Otros destinos incluyen Perú para los dieléctricos de potencias superiores a 10000 kvat. Los dieléctricos de potencias superiores a 10000 kvat son exportados en un 52,2% por medio de zonas francas. Dado que las estadísticas no per-

miten identificar el mercado a donde llegan las mercancías una vez salidas de la zona franca, es imposible descifrar los países reales de destino. Por lo tanto, es importante tomar en cuenta que dicho producto podría ya estar siendo exportado a alguno de los mercados priorizados y por tanto ser una oportunidad de corto plazo.

Las motocicletas y ciclos con motor de émbolo son una oportunidad de mediano plazo para el mercado de República de Corea, cuya demanda en el 2013 fue de \$55,08 millones de dólares. Los principales competidores son China (47,73%), Taipei Chino (29,23%) y Tailandia (14,81%). Las exportaciones totales de Risaralda en el 2013 fueron de \$12,1 millones de dólares, un 51,95% más respecto al 2012. Los principales compradores son países vecinos como Ecuador y Panamá, con participaciones de 84,12% y 10,71%.

Los productos con oportunidades de mediano plazo son exportados principalmente a mercados vecinos. Es importante que el departamento de un paso más allá, aprovechando su experiencia exportadora y por medio de ajustes en la oferta exportable- en términos de volúmenes, calidad y preferencias de los consumidores – pueda exportar dichos productos a los mercados priorizados.

La región le apuesta a los sectores de textil y confección y de metalmecánica y siderurgia. Dichos sectores, junto con el de cuero calzado y sus manufacturas están también priorizados por el Programa de Transformación Productiva (PTP). Como vimos anteriormente, algunos de los productos ya exportados por la región y con oportunidades de corto y mediano plazo, hacen parte de subsectores incluidos en las apuestas productivas, lo que confirma la capacidad de la región de promocionar e internacionalizar subsectores con potencialidad. Es necesario, eso sí, precisar con mayor detalle los productos específicos cobijados por apuestas productivas subsectoriales, para dar mayor foco a las iniciativas empresariales. Existen productos de las apuestas que la región produce y que podrían potencialmente se exportados a los mercados priorizados. En particular,

entre las principales²⁸ oportunidades de largo plazo se encuentran productos como calzados con suela y parte superior de caucho o plástico, para los cuatro mercados priorizados, los fierros estructurados para todos los mercados a excepción de la Unión Europea y las máquinas y aparatos eléctricos con función propia para la Unión Europea. Para los calzados las importaciones de los mercados priorizados en el 2013 fueron de \$173,7 millones de dólares en el caso de AELC, y hasta \$3.505 millones en el caso de la Unión Europea. Entre los principales competidores de Risaralda se encuentran China, Vietnam, Indonesia y Alemania (ver Tabla IV-18).

En el 2013, las importaciones de fierros estructurados por parte de República de Corea fueron de \$1.810 millones de dólares. Los principales proveedores de ese mercado fueron China, Noruega y Estados Unidos con participaciones de 78,81%, 6,64% y 4,28% respectivamente. Las importaciones de AELC fueron de \$1.738 millones. Los principales proveedores de ese mercado fueron Alemania, Polonia y Suecia con participaciones de 24,98%, 12,66% y 8,66% respectivamente. Por último, las importaciones de Canadá fueron de \$796,3 millones. Los principales proveedores de ese mercado fueron Estados Unidos, China y Corea con participaciones de 61,16%, 13,99% y 11,70% respectivamente.

Respecto a las máquinas y aparatos eléctricos, las importaciones de la Unión Europea en el 2013 sumaron \$4.205 millones de dólares. Los principales proveedores fueron China con una participación del 55,67%, Estados Unidos con una participación del 10,17% y Japón, con una participación del 6,37%.

Para concluir, es importante notar cómo, para los productos con oportunidades de largo plazo, la demanda de los mercados priorizados es muy significativa -miles de millones de dólares en algunos casos- lo que demuestra que entrar a esos mercados, aun con participaciones bajas llevaría a altas ganancias en términos de comercio para la región.

28. Los productos fueron priorizados con base en la demanda de los mercados priorizados. La lista completa de oportunidades de largo plazo se encuentra en la Tabla Anexa B-6.

Tabla IV-18. Oportunidades largo plazo manufacturas, Risaralda

Productos	Mercado Priorizado	Mercado Priorizado Importa del Mundo (miles de dólares)*	Principales Proveedores para el Mercado Priorizado (Participación del proveedor en las importaciones del mercado priorizado)
Calzados con suela y parte superior de caucho o plástico: los demás	Unión Europea	3.505.327	China 69,07% Viet Nam 16,50% Indonesia 5,85%
	Corea, Rep.	427.945	China 73,99% Viet Nam 14,49% Indonesia 6,28%
	Canadá	313.882	China 80,93% Viet Nam 9,86% Indonesia 3,14%
	AELC	173.762	China 53,21% Viet Nam 17,64% Alemania 5,43%
Fierro de construcción estructurado	Corea, Rep.	1.810.853	China 78,81% Noruega 6,64% Estados Unidos 4,28%
	AELC	1.738.788	Alemania 24,98% Polonia 12,66% Suecia 8,66%
	Canadá	796.335	Estados Unidos 61,16% China 13,99% Corea 11,70%
Máquinas y aparatos eléctricos con función propia	Unión Europea	4.205.554	China 55,67% Estados Unidos 10,17% Japón 6,37%

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales.
Nota: *Valores CIF (Costo, seguro y flete)

2. Información construida en la Jornada

Los empresarios que participaron en las mesas de manufactura pertenecen a los subsectores: Diseño-confección de prendas de vestir, Calzado, Multisectorial, Artesanía, Autopartes.

(a) Experiencia

Algunos participantes manifestaron haber tenido experiencia exportadora a países diferentes de los priorizados, pero también a Canadá y Unión Europea, con resultados positivos (ver Tabla IV-19).

Los empresarios manifestaron que en algunos casos realizaron gestiones para exportar, las cuales no se concretaron por diversas razones: desconocimiento del proceso de exportación; poco apoyo de la DIAN; dificultades en la comunicación con los compradores; altos costos del transporte; precios más altos de lo demandado por el mercado; temor a salir a mercados externos; y temor a definir formas de pago.

(i) Productos => oportunidades adicionales identificadas en las mesas

La mayoría de productos señalados por los empresarios como exportables con posibilidades de

éxito en los mercados objetivo coinciden con la identificación efectuada por el CAAC. Esos productos son los siguientes:

Exportables a corto plazo

Los caracterizan en esta categoría porque tienen gran innovación en diseños cómodos:

- Camisas, Ropa Interior.

Exportables en el mediano plazo

Porque ya se exportan a otros mercados y requieren estudiar los nuevos mercados.

- Jeans para dama, Camisas, Autopartes, Calzado en Cuero.

Exportables a largo plazo

Tejido de punto para dama y niña. Se considera que la apertura del mercado requiere un tiempo para lograr el objetivo.

Productos no incluidos en los análisis del CAAC

Se identificaron las Artesanías Wayúu y Embera Chami, en los dos casos con opciones de exportación a la Unión Europea en el corto y mediano plazo. La razón por la cual se considera que hay buenas posibilidades de éxito es el gran valor que esta clase de artesanías tiene en la Unión Europea.

Tabla IV-19. Experiencia exportadora participantes jornada regional Risaralda, manufacturas

Mercados	Productos
Unión Europea	Artesanías Wayúu
Costa Rica, Panamá y Venezuela	Autopartes
Bolivia y Chile (a través de intermediarios)	Calzado
Unión Europea, Ecuador y Venezuela	Camisetas de moda
Venezuela, Ecuador, Bolivia y México	Camisas
Estados Unidos y Panamá	Jeans Dama
Estados Unidos, Canadá y Unión Europea	Esmoquin (smoking)
Estados Unidos	Camisas y pantalones

Fuente: Información mesas jornadas regionales

Así mismo, el calzado sintético se destacó como un producto que tiene buena acogida en el mercado de la Unión Europea, con posibilidades de exportación en el mediano plazo.

Vale la pena anotar que esta apuesta representa una innovación en la producción de calzado, que no aparecía en los análisis del CAAC. Sería necesario profundizar el análisis.

(b) Obstáculos y limitantes

Los participantes en las mesas identificaron diversas limitantes, las cuales hemos agrupado en los siguientes subtemas:

Capacidad Empresarial. La dificultad se relaciona con deficiencias en capacidad instalada de las empresas.

Temas de Calidad. Varios participantes mencionaron el hecho de que para la importación en el país de destino se solicita un certificado de calidad y en Colombia no hay laboratorios que los expidan.

Como caso específico se mencionó la falta de laboratorios para certificar la calidad de los sistemas de frenos de carros.

Culturales. Entre los factores de orden cultural se señaló la falta de alianzas al interior de una cadena, por ejemplo: los profesionales del diseño de moda.

Capital Humano. Se identificaron varias limitantes cuya eliminación requiere programas de capacitación, tanto de orden técnico como profesional. Se relacionan a continuación:

- Necesidad de mano de obra calificada en confección, operarios para calzado, metalmeccánica (soldadores, armadores, torneros)
- Bilingüismo
- Formación de Profesionales en diseño de calzado y aspectos gerenciales
- Capacitación sobre los reglamentos técnicos de etiquetado
- Formación en normas de origen
- Capacitación en nuevas tecnologías
- Capacitación en el uso de tecnologías de la información aplicables en la industria, como el marketing virtual.
- Conocimiento de mecanismos que ofrezcan capacitación de manera virtual o vía internet.

Asuntos Financieros. Se relaciona con políticas de crédito o estrategias financieras de apoyo a los exportadores. Se mencionaron los siguientes:

- No utilización de las herramientas financieras y crediticias que se conocen.
- Necesidad de Líneas de crédito orientado a la forma de operar de cada empresa.
- Falta de flexibilidad de las entidades financieras en el otorgamiento de crédito valorando no solo activos y flujo de caja, sino experiencia y negocios proyectados.
- Necesidad de mayor divulgación sobre los beneficios de entidades del gobierno como bancos y otros que apoyan a los empresarios

Otros. Agrupamos aquí temas de carácter general tales como: falta de acompañamiento al empresario de las entidades gubernamentales durante el proceso de exportación; fallas en la promoción de eventos de capacitación y asistencia técnica especializada; pocos controles ante el contrabando.

Algunos empresarios manifestaron su interés en que se establezcan algunas medidas de orden proteccionista, como medidas que beneficien la industria nacional ante la importación de productos que hacen competencia a precios irrisorios. Preferencias arancelarias que beneficien al exportador

Mencionaron también que el doble arancel en calzado a productos chinos no ha sido efectivo porque traen piezas independientes para ensamblar el producto en Colombia.

Hasta aquí las limitantes, en la categoría de Obstáculos, solo se identificó el desconocimiento de las normas que exigen los países.

(c) Redes

En este acápite se recibieron comentarios de orden general como el reconocimiento de que es necesario fortalecer todas las redes y esquemas asociativos, especialmente los encadenamientos productivos que permitan agregar valor a los productos y fortalecer el tema de los operadores logísticos.

Como temas específicos en este punto, se propusieron los siguientes:

La conveniencia de fortalecer los parques tecnológicos para que presten más apoyo a las Pymes en busca de mejor aprovechamiento de los tratados.

La implementación de una red de promoción empresarial virtual en el departamento de Risaralda donde todos conozcan sus productos.

Fortalecer y unir sectores gubernamentales, académicos, empresariales para que trabajen en pro del desarrollo de las regiones.

3. Recomendaciones

Analizadas las dificultades que se hicieron evidentes durante la jornada, el CAAC presenta algunas recomendaciones:

Para lograr el fortalecimiento de la capacidad empresarial instalada, así como para atender preocu-

paciones de orden financiero, se debe promover más la Caja de Herramientas que ha construido Bancoldex, con un conjunto de medidas de apoyo a la empresa en los 3 diferentes “momentos” de la gestión: i) al interior de la empresa; ii) de la empresa al puerto y iii) del puerto al mundo. Es conveniente que el sector productivo se acerque a Bancoldex, se familiarice y utilice las herramientas.

Con respecto a la carencia de laboratorios que realicen pruebas especializadas, el CAAC es conocedor de la situación existente y ha venido trabajando en este frente desde hace varios meses. Se ha adelantado una labor de investigación con el fin de que, por una parte, se construya un inventario de los laboratorios existentes, para identificar la disponibilidad y las necesidades y por otra parte, buscando laboratorios que puedan ofrecer sus servicios al empresario. En esta tarea, hemos encontrado que en el país existen varios laboratorios, acreditados internacionalmente para certificar varios procesos, entre otros la calidad de los sistemas de frenos de carros. La información específica está disponible en el CAAC.

La cultura de las cadenas productivas de valor y la promoción de alianzas entre los profesionales del diseño de moda podrían adelantarse mediante procesos informativos y prácticos que muestren a los empresarios los beneficios del esquema. Además, se estima necesario trabajar en la conformación y desarrollos de las cadenas, tarea que podría ser liderada por la Cámara de Comercio con el apoyo de la Comisión Regional de Competitividad. Este ejercicio puede ayudar también a eliminar eventuales preocupaciones en torno a la falta de unión empresarial para potenciar esfuerzos.

En cuanto a capital humano, los requerimientos de programas de capacitación de mano de obra calificada en el sector de la confección, operarios de calzado y metalmecánicos, así como la capacitación en el uso de tecnologías de la información aplicables en la industria, pueden solventarse mediante solicitud al Sena para que extienda esta clase de formación al departamento de Risaralda.

Con respecto a la necesidad de Profesionales en diseño de calzado, el CAAC ha identificado en

Medellín el “Centro de diseño y manufactura de Cuero” que imparte formación de “Tecnólogo en diseño de Calzado”; con esa institución se puede organizar un programa de capacitación, que satisfaga las necesidades de los empresarios de Risaralda.

El CAAC puede actuar como articulador en esta tarea pero será necesario que previamente el departamento adelante una gestión de identificación de cadenas, número de personas a capacitar, empresas que requieren del programa, etc.

En este mismo punto, conviene recordar que existen diferentes opciones de formación en varios de los temas mencionados. Es del caso citar los programas virtuales de formación que tienen el Sena y las Cámaras de Comercio, los cuales en algunas ocasiones no son aprovechados, posiblemente por desconocimiento o falta de información. En cuanto a formación básica en exportaciones, existe un convenio entre Confecámaras y la Cámara de Comercio de Bogotá, para compartir una plataforma virtual e impartir esos cursos a empresarios en otras ciudades. No obstante, la formación básica tanto en aspectos empresariales como de comercio exterior requiere una intervención amplia, que debe ser liderada por el MCIT, e involucrar en lo pertinente a Proexport y las cámaras de comercio.

Para subsanar el desconocimiento de reglamentos técnicos de etiquetado, normas de origen y medios de comunicación tales como páginas de internet que ofrezcan capacitaciones, será necesario coordinar entre el Mincit, Proexport, CAAC y entes privados como las Cámaras de Comercio, la realización de seminarios específicos y módulos virtuales de formación.

La solicitud de otorgar acompañamiento al empresario por las entidades gubernamentales, viene siendo asumida por varias entidades como Proexport, Bancoldex, ICA, INVIMA, el CAAC etc. Lo que probablemente se requiere es un contacto más estrecho con sector el productivo para identificar áreas puntuales de acompañamiento requerido. En lo relacionado con Redes de productividad y competitividad, alianzas y asociatividad, la sugerencia es impulsar esta actividad con la Dirección de Competitividad del MCIT para diseñar un efectivo programa de fortalecimiento. El CAAC estará atento a acompañar esta interesante gestión.

Frente a las solicitudes de adopción de medidas proteccionistas a la industria, vale la pena destacar que los esfuerzos del gobierno están centrados en apoyar el fortalecimiento, productividad y competitividad de los sectores de la producción, entregándoles herramientas que les permitan producir y exportar con calidad y eficiencia.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La región hoy y hacia el futuro en producción, exportaciones y apuestas productivas

Al dar una mirada a la composición del PIB de Risaralda, salta a la vista la significativa participación que tienen los servicios (48,81 % del total) entre transables y no transables. Ello no obstante, no se observa que los servicios tengan igual relevancia entre los subsectores que ya exportan aunque se nota que la región ha comenzado a dar pasos para concretar su potencial exportador en este frente, al incluir entre sus apuestas productivas algunas actividades de servicios. Así, además del turismo, donde parece haber una vocación regional, aparecen también BPO y educación dentro de las apuestas que la propia región ha hecho dentro de sus objetivos de desarrollo.

Empero, aún no hay referencia en las apuestas productivas a subsectores como el de prestación de servicios de salud, pese a su notable participación en el PIB regional (6,64%), a los servicios informáticos y de tecnologías de la información, o a los servicios ambientales, donde hay una experiencia significativa. Ello puede obedecer a varios factores: a) a pesar de que hay producción, la región no se ve a sí misma como generadora de exportaciones en esas áreas; b) los bajos índices de sofisticación e innovación de la región pueden estar afectando la consideración de dichos subsectores como exportadores potenciales; c) no existe aún la infraestructura adecuada; d) hace falta integración de los actores; e) existen deficiencias en calidad frente a estándares internacionales.

Las oportunidades identificadas por el CAAC y presentadas al empresariado durante las jorna-

das regionales, incluyen BPO -Call y Contact Centers; Software a la medida; Medicina Estética y de Bienestar; Gestión Ambiental y Uso sostenible de Bosques; y Turismo de Naturaleza y Aventura, Rural y Cultural, y de Congresos y Eventos. Adicionalmente, en las mesas de trabajo los empresarios mencionaron productos específicos en los que hay experiencias exitosas como actividades inmobiliarias para expatriados en el exterior, avistamiento de aves, turismo vivencial (biodiversidad, cultura y patrimonio), enseñanza del español, y consultorías. Sin embargo, tanto los subsectores identificados por el CAAC como los sugeridos por los empresarios requieren de diseño del producto, infraestructura especializada y desarrollo comercial, y en casos como los de turismo especializado, BPO y salud, hay altas exigencias en bilingüismo y certificaciones internacionales. Sólo de esa manera se podría cumplir con los requerimientos de la demanda en los mercados estudiados.

Un segundo hecho relevante en la composición del PIB de Risaralda es la relativa importancia de la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y agroindustria, con un 12,73% del total. Las actividades agropecuarias están concentradas en unos cuantos cultivos: dentro de los permanentes predominan la caña de azúcar, el plátano, el café y la naranja (83,46% del total); entre los cultivos transitorios sobresalen el tomate, el maíz y la cebolla en rama (90% del total). Dentro de la agroindustria se destacan la trilla de café, la transformación de carne y sus productos, la elaboración de azúcar y panela, y bebidas, los cuales suman más del 87% del total agroindustrial. Sin embargo, la relevancia productiva de los productos mencionados no se ve reflejada en las exportaciones del

sector: en ellas hay un alto predominio del café, con un 89,73%, seguido por el azúcar refinado con 6,28%. Aparte de esos dos productos, solo aparecen con una participación más baja en las exportaciones: las frutas preparadas, el azúcar en bruto, las truchas y sus filetes, y productos de panadería y galletería.

El café, principal producto de exportación, se envía a los mercados analizados sin mayor valor agregado, lo cual implica el riesgo de inestabilidad en los precios año a año, con la consecuente volatilidad en los ingresos de exportadores y productores. Lo propio sucede con el azúcar, segundo rubro de exportación agrícola. De hecho, en el 2013 ambos mostraron bajas en los valores exportados frente al 2012. Por el contrario, las frutas preparadas y las truchas y sus filetes tuvieron un comportamiento positivo en el último año. Si bien las exportaciones del sector están concentradas en Estados Unidos, Unión Europea, Japón y Canadá, es muy particular que se exporta a un amplio número de países a (45 en 2012 y 51 en 2013), con una amplia variabilidad en los últimos dos años. Esto puede obedecer a que se exporta productos básicos en los cuales las condiciones de mercado cambian frecuentemente y esto hace necesario buscar compradores nuevos; además, hay exportaciones con bajos montos en diferentes productos, lo cual parece indicar que esas pequeñas exportaciones no logran afianzarse en ningún mercado específico.

La situación descrita en el sector agrícola puede originarse en causas como: a) falta de conocimiento entre las diferentes cadenas sobre las oportunidades en los mercados internacionales; b) bajos volúmenes disponibles para la exportación de nuevos productos; c) tamaño de los productores; d) falta de capacidad para cumplir estándares internacionales de calidad y sanidad; e) poco conocimiento sobre las características específicas del producto a exportar; f) deficiencias en capital humano.

A partir de la demanda en los mercados estudiados, las principales oportunidades identificadas por el CAAC para la región en este sector se agrupan en torno a café, azúcar, frutas preparadas, cacao y tomates. De particular impor-

tancia son las recomendaciones, que se relacionan en primer lugar con la agregación de valor y la sofisticación de la oferta. Esto tiene que ver con certificación de procesos, calidades, gestión ambiental u origen, desarrollo de marcas colectivas o denominaciones de origen, entre otros. En las mesas de trabajo, los empresarios asistentes identificaron productos adicionales o con mayor sofisticación como: pasabocas fritos o liofilizados (chontaduro y arracacha); pulpas congeladas de frutas orgánicas; caramelos de café y cacao endulzados con panela; azúcar orgánica en bruto; café orgánico, certificado en porciones individuales (bolsas o cápsulas), entre otros. Estos pueden requerir ajustes en procesos productivos, certificaciones, desarrollo de productos o mercados. Una tendencia interesante es que varios de los productos propuestos por los empresarios se enfocan hacia la línea de productos naturales, un segmento con demanda creciente.

Un tercer elemento de la economía risaraldense es la participación relativamente más baja del sector manufacturero, con un 9,07% del PIB regional. En éste sobresalen bienes como el papel, cartón y sus productos; equipos de transporte, carrocerías y remolques; textiles y confecciones; motores, generadores y transformadores eléctricos; sustancias químicas básicas y productos de plástico. Al mirar las exportaciones del sector, hay una correspondencia limitada entre lo producido y lo exportado. En efecto, solo algunos transformadores, tejidos y productos de papel evidencian esa correspondencia; otros rubros importantes exportados son: los desechos de cobre, las motocicletas y sus partes, y los desechos de aluminio.

Ello sugiere diferencias en la captura de información. De otro lado, se observa una alta participación de los desechos metálicos, que no agregan ningún valor. Además, se nota una relativa concentración de las exportaciones del sector en los productos arriba mencionados y en los mercados de destino, particularmente los latinoamericanos -Ecuador, Chile, Brasil, Venezuela-, con una preocupante caída en las ventas a este último de 76% entre 2012 y 2013.

Las apuestas productivas regionales se dirigen a las actividades de siderurgia-metalmecánica y

confecciones: la primera de ellas no parece tener un gran sustento en las cifras de producción; la segunda, sí se refleja en las cifras las cuales parecen evidenciar además cierta integración vertical.

Las oportunidades identificadas por el CAAC se refieren a productos que hoy se exportan, inclusive a algunos de los mercados priorizados y que tienen una demanda identificada: productos de papel; confecciones de algodón; tramas para llantas, fajas, convertidores y transformadores eléctricos; motocicletas; calzado; hierros estructurados; y máquinas y aparatos eléctricos, entre otros. En las mesas de trabajo los empresarios asistentes señalaron como productos con potencial: otras confecciones como camisas, ropa interior y jeans; autopartes; calzado; tejidos de punto; artesanías Embera-Chamí. Los rubros que no figuran dentro de las oportunidades identificadas por el CAAC, como el calzado sintético, requieren un análisis más profundo a partir de lo que la región está en capacidad de producir más la existencia de demanda específica en los mercados priorizados.

Los actores institucionales y el tejido empresarial en la región

Risaralda cuenta con una Cámara de Comercio activa, interesada en promover la competitividad empresarial y temas de internacionalización, y con buena capacidad de convocatoria entre los empresarios, a juzgar por el número y variedad de los asistentes a las jornadas. La ANDI tiene también una representación regional, la cual ayuda a orientar a sus afiliados hacia actividades de comercio exterior. No parece haber en la región otras instituciones de características similares que agrupen productores de manera importante.

Adicionalmente, no se evidencia la existencia de planes concretos por parte del gobierno regional para promover de manera sostenible la actividad exportadora o la generación de oferta exportable como un objetivo regional identificable. Además, entre los empresarios participantes en las jornadas, hay poco conocimiento y experiencia acerca de la actividad exportadora o las oportunidades derivadas de los mercados internacionales.

Probablemente el hecho de tener una actividad exportadora limitada a relativamente pocos productos, hace que el conocimiento y la experiencia exportadores sean más bien escasos en la región. A ello se suman evidencias de debilidad empresarial relacionada con falta de capacidad, pequeño tamaño de las unidades productivas, desconocimiento de estándares internacionales de calidad y sanitarios, entre otros.

Por el lado de la institucionalidad técnica para apoyar a los emprendedores con vocación exportadora, existe presencia regional de ICA, INVIMA, DIAN, etc. Los empresarios consultados manifiestan que éstas realizan trámites, pero no acompañan el trabajo empresarial. En el caso de las dos primeras, ellas deberían ser parte de un propósito regional para elevar y mantener los estándares sanitarios, en especial para aquellas cadenas con un potencial exportador definido en el sector agrícola y agroindustrial. En este sector también se evidencia falta de infraestructura específica como redes de frío o centros de acopio y empaque, de enorme importancia para mantener la calidad de los productos naturales destinados a exigentes mercados internacionales. En relación con las manufacturas, se requiere concretar los esfuerzos para poner a disposición de los empresarios un inventario sobre laboratorios que realizan pruebas especializadas.

La región frente a los mercados internacionales y los acuerdos comerciales

De los ejercicios realizados, no es aparente la existencia de una estrategia integral, impulsada desde la propia región hacia la internacionalización de su sector productivo o para el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales. La actividad exportadora se concentra en unos rubros limitados, principalmente café, azúcar, frutas en conserva, transformadores eléctricos, motocicletas, textiles industriales y turismo.

La región no parece ser consciente de su potencial como un jugador importante en los mercados internacionales, concretando sus posibilidades en los sectores agrícola, manufacturero y de servicios.

Las apuestas productivas de la región, resaltan actividades donde ya se exporta como café, frutas y confecciones, y otras en las cuales la actividad exportadora es más limitada como flores y follajes, y siderurgia-metalmecánica. En las apuestas se debe enfatizar la agregación de valor en el caso del café, por ejemplo, haciendo una mayor proporción del proceso productivo en la región a través del desarrollo de cafés de origen, tipo gourmet, orgánicos o con sello de comercio justo; el azúcar en bruto ofrece un potencial interesante con productos tipo gourmet como el azúcar Demerara, Moscovado o Turbinado que se debe explorar.

Además, se requiere un foco de especialización por productos para cadenas de amplia cobertura como las confecciones o la siderurgia-metalmecánica, con base en aquellos que la región produce o podría producir, a partir de la demanda.

Por último, en materia de servicios hay espacio para ampliar las apuestas no sólo en otros rubros específicos del turismo como turismo de naturaleza y aventura, de convenciones y eventos, sino también en medicina estética y de bienestar, software a la medida y modelos de gestión ambiental.

En síntesis, convendría revisar la formulación de las apuestas productivas regionales alineando las variadas oportunidades identificadas con las fortalezas específicas de la región.

Oportunidades, condiciones para su aprovechamiento y actores relevantes

Como ya se observó en las secciones pertinentes, el CAAC identificó en forma detallada las oportunidades para la región, en el sector agrícola y agroindustrial, el manufacturero y el de servicios.

El punto de partida fue el análisis de la demanda existente en los mercados priorizados con los cuales Colombia tiene acuerdos comerciales suscritos, y tomando en consideración los productos que la región produce, exporta o a los cuales apuesta. Las oportunidades fueron complemen-

tadas con los aportes de los empresarios asistentes a la jornada regional convocada en la región. El listado completo de oportunidades de corto, mediano y largo plazo por sector se presenta en un anexo separado.

No obstante, la identificación de oportunidades es solo el comienzo de un proceso. Deben tener lugar otras etapas adicionales para que la región avance hacia un cabal aprovechamiento de los acuerdos comerciales y de la internacionalización. Con ese fin se requiere crear las condiciones adecuadas, con la participación de todos los actores y con objetivos de largo plazo.

Elemento fundamental es la identificación de posibles clústeres o encadenamientos productivos para desarrollar oportunidades encontradas, de manera que se alinee la identificación hecha por el CAAC con las sugerencias de los empresarios y las apuestas regionales. Ello requiere desarrollar un conocimiento detallado de los empresarios relevantes, su organización y la definición de objetivos comunes hacia la exportación, con visión de largo plazo. Adicionalmente, conviene elaborar una hoja de ruta para la internacionalización de cada clúster, subsector o cadena productiva, que tome en consideración las limitaciones y barreras ya identificadas y fije metas claras para su superación y remoción.

La actividad de desarrollo de clústeres o encadenamientos productivos tiene que enfocarse hacia la superación de las limitaciones y barreras identificadas.

El fortalecimiento de la capacidad empresarial, el mejoramiento del conocimiento frente a posibilidades exportadoras, trámites de exportación, estándares de calidad, cumplimiento de normas sanitarias en cada área, son un requisito indispensable para avanzar hacia la internacionalización regional. Allí se requiere un trabajo concertado entre todas las entidades involucradas, las asociaciones empresariales y gremios, las autoridades regionales, la academia y, por supuesto los empresarios individualmente considerados.

Además, al interior de cada clúster o cadena productiva se requiere precisar los requerimientos

en cuanto a infraestructura específica, certificaciones, capacitación del recurso humano y pertinencia de la formación laboral.

En la superación de las barreras arriba mencionadas juegan un papel fundamental la Cámara de Comercio, los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y Agricultura y Desarrollo Rural, el ICA, el INVIMA, el SENA y Proexport, entre otros, con la participación activa de la Gobernación del Risaralda y las alcaldías relevantes. La Comisión Regional de Competitividad está llamada a cumplir una función de aglutinador de los productores, las entidades gubernamentales regionales y locales, y la academia. Así mismo, debe convertirse en un veedor del proceso de desarrollo

de los clústeres o cadenas productivas, y de los avances para aprovechar las oportunidades derivadas de los acuerdos.

Risaralda enfrenta hoy una importante coyuntura para avanzar hacia la internacionalización de su economía. Para ello debe realizar un trabajo mancomunado involucrando a los actores locales, regionales y nacionales, privados y públicos, con criterio de subsector, clúster o cadena, y con visión de largo plazo. Es fundamental que la región asuma un compromiso de trabajar responsablemente hacia el aprovechamiento de las oportunidades derivadas de los acuerdos comerciales. Así puede abrir una nueva era de mayor crecimiento y desarrollo para sus habitantes.

ANEXO A : METODOLOGÍA OPORTUNIDADES - BIENES

Periodo de referencia: 2007-2012

DEMANDA



- Importaciones todos los años.
- Importaciones constantes o crecientes.
- Pendiente positiva en las importaciones de los últimos 6 años.
- Si es negativa, ajuste por crecimiento importaciones en los últimos tres años para controlar por la crisis.
- En mediano y largo plazo debe tener un promedio anual mayor a 25 millones de dólares.

OFERTA



AGRICULTURA / AGROINDUSTRIA

CORTO PLAZO (1-3 años):

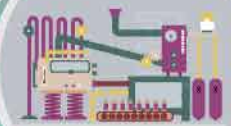
- Risaralda exportó al Mercado priorizado más de 1000 dólares en el 2012
- Exportaciones nacionales todos los años y con promedio anual superior a 100 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Risaralda exportó al mundo en el 2012
- Exportaciones nacionales al mercado priorizado o al mundo durante todos los años, con un promedio anual mayor a 100 mil dólares.

LARGO PLAZO (+5 años)

- Pese a que Risaralda no exporta existen volúmenes estimados de producción.
- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región



MANUFACTURA

CORTO PLAZO (1-3 años):

- Risaralda exportó al Mercado priorizado más de 1000 dólares en el 2012
- Las exportaciones nacionales todos los años y tienen un promedio anual de acuerdo al tamaño del mercado de destino:
 - Unión Europea mayor a 150 mil dólares
 - Canadá, República de Corea y AELC mayor a 50 mil dólares

MEDIANO PLAZO (3-5 años)

- Risaralda exportó al mundo en el 2012
- Las exportaciones nacionales al mercado priorizado o al mundo son >0 todos los años y con un promedio anual (mayor a 25 millones de dólares)
- Existe producción nacional (mayor a 25 millones de dólares) e inventarios todos los años.

LARGO PLAZO (+5 años)

- Los productos no exportados hacen parte de las apuestas productivas de la región
- En caso que Colombia no exporte, existe producción nacional e inventarios todos los años



ANEXO B: Oportunidades Risaralda

AGRICULTURA Y AGROINDUSTRIA

Tabla Anexa B-1. Oportunidades Corto Plazo Agricultura-Agroindustria, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
060319	Las demás flores: gypsophila, aster, alstroemeria, gérbera y las demás		x	x	
060420	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, frescos		x		
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	x	x	x	x
090121	Café tostado sin descafeinar			x	
140110	Bambú y guadua	x			
170113	Azúcar de caña en bruto con un porcentaje de sacarosa inferior a 99,5° (panela)	x			
170199	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente puras: los demás	x	x		
170490	Los demás artículos de confitería sin cacao disintos de chicles y gomas de mascar	x			
190120	Mezclas y pastas para la preparación de productos de panadería, pastelería o galletería	x			
190590	Productos de panadería, pastelería o galletería: los demás	x			
200830	Cítricos preparados o conservados, incluso azucarado o edulcorados o con alcohol	x			
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar: papayas, mangos y las demás	x			
220840	Ron y aguardiente de caña o tafia	x			

Tabla Anexa B-2. Oportunidades Mediano Plazo Agricultura-Agroindustria, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
020714	Trozos y despojos de gallo o gallina, congelados	x	x	x	x
030211	Truchas frescas o refrigeradas, excluidos filete, hígado, huevas, lechas	x		x	
030442	Filetes frescos o refrigerados de Truchas	x	x	x	
060313	Orquídeas		x	x	x
060319	Las demás flores: gypsophila, aster, alstroemeria, gérbera y las demás				x
060420	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, frescos				x
080310	«Plantains» (plátanos macho)		x		
081090	Otros frutos frescos: guanábana, lulo, tomate de árbol y otros	x	x	x	x
090121	Café tostado sin descafeinar	x	x		x
140110	Bambú y guadua		x	x	x
170113	Azúcar de caña en bruto con un porcentaje de sacarosa inferior a 99,5° (panela)		x	x	x
170114	Azúcar en bruto sin adición de aromatizante ni colorante: los demás azúcares de caña	x	x	x	x
170191	Azúcar aromatizados o coloreados: los demás	x	x		x
170199	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente puras: los demás				x
170290	Los demás azúcares, incluido el azúcar invertido: sucedáneos de la miel, melaza caramelizados, azúcares con adición de aromatizante o colorante, los demás jarabes y los demás	x	x	x	x
170490	Los demás artículos de confitería sin cacao disintos de chicles y gomas de mascar		x	x	x
180690	Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao: los demás		x		
190120	Mezclas y pastas para la preparación de productos de panadería, pastelería o galletería		x	x	x
190531	Galletas dulces (con adición de edulcorante)	x	x	x	x
190590	Productos de panadería, pastelería o galletería: los demás		x	x	x
200799	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas de piñas y demás frutas	x	x	x	x
200820	Piñas conservadas o preparadas	x	x	x	x
200830	Cítricos preparados o conservados, incluso azucarado o edulcorados o con alcohol		x	x	x
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar: papayas, mangos y las demás		x	x	x
210410	Preparaciones para sopas, potajes o caldos; sopas, potajes o caldos	x	x	x	
220210	Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada	x	x	x	x
220840	Ron y aguardiente de caña o tafia		x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-3. Oportunidades Largo Plazo Agricultura-Agroindustria, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
030314	Truchas, congeladas	x	x		x
030431	Filetes frescos o refrigerados de tilapias	x	x	x	
030451	Carne fresca o refrigerada de tilapias, bagres o pez gato	x	x	x	
030452	Carne fresca o refrigerada de salmónidos	x	x	x	x
030461	Filetes congelados de tilapias		x		x
030493	Carne congelada, incluso picada, de tilapia, bagre, carpa, anguila, perca del Nilo y pez cabeza de serpiente	x	x	x	x
030531	Filetes, secos, salados o en salmuera, sin ahumar, de tilapia, bagre, carpa, anguila, perca del Nilo y pez cabeza de serpiente		x		
030543	Trucha ahumada incl. Filetes (exc. Despojos)	x	x	x	
030544	Ahumados: tilapia, bagre, carpa, anguila, la perca del Nilo y cabezas de serpiente, incluso cocido antes o durante el ahumado	x	x	x	
030564	Salados sin secar o ahumar o en salmuera (excepto los despojos comestibles): tilapia, bagre, carpa, anguila, la perca del Nilo y cabezas de serpiente	x			
060390	Los demás flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.				x
060490	Follaje, hojas, ramas y demás partes de plantas, secos, blanqueados, teñidos, impregnados	x		x	x
070200	Tomates frescos o refrigerados	x	x	x	
071333	Alubia común (frijol), seca desvainada	x	x	x	x
080390	Bananos frescos o secos (bananito - musa acuminata)		x		x
080430	Piñas, frescas o secas		x	x	x
080440	Paltas (aguacates)	x	x	x	x
080510	Naranjas frescas		x		x
080550	Limonos y limas, frescos o secos		x		x
080720	Papayas frescas		x	x	
080840	Membrillos		x	x	
081010	Fresas frescas	x	x		
081020	Moras frescas	x	x	x	
081190	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante diferentes a las fresas y moras	x	x	x	x
090112	Café sin tostar, descafeinado		x	x	x
090122	Café tostado descafeinado	x	x	x	x
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	x	x	x	x
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	x	x	x	x
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	x	x	x	x
180610	Cacao en polvo, azucarado o edulcorado de otro modo	x	x	x	x
180690	Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao: los demás	x		x	x
200897	Mezclas de mani y demás	x	x	x	x
200989	Jugo de cualquier otra fruta o fruto, u hortaliza: mango, maracuyá, guanábana, papaya, hortaliza y los demás	x	x	x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Anuario Agropecuario 2012. Cálculos Propios.

MANUFACTURAS

Tabla Anexa B-4. Oportunidades Corto Plazo Manufacturas, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
481820	Pañuelos y toallitas de pasta de papel	x	x		x
590210	Napas tramadas para neumáticos fabricadas con hilados de alta tenacidad: de nailon o demás poliamidas	x			
620462	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas	x	x	x	
621220	Fajas y fajas-braga, incluso de punto		x	x	
850440	Convertidores estáticos				

Tabla Anexa B-5: Oportunidades Mediano Plazo Manufacturas, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
330610	Dentífricos		x	x	
330790	Las demás preparaciones para perfumar o desodorantes de locales		x	x	x
382490	Preparaciones aglutinantes para moldes: las demás	x	x	x	x
392010	Placas, hojas, películas, bandas y láminas de polímeros de etileno	x	x	x	x
392190	Las demás placas, hojas, bandas y láminas de plástico celular obtenidas por estratificación y laminación de papeles	x	x	x	x
392321	Sacos, bolsas y cucurucho de polímeros de etileno	x	x	x	
392329	Sacos, bolsas y cucurucho de los demás plásticos			x	
392590	Artículos para la construcción, de plásticos: los demás	x	x	x	
392690	Manufacturas, de plástico: las demás	x	x	x	x
401693	Juntas de caucho vulcanizado sin endurecer	x	x	x	x
401699	Manufacturas de caucho vulcanizado sin endurecer: : las demás	x	x	x	x
410799	Trozos, hojas o placas de cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pi	x			
480300	Papel higiénico y papel para toallas, servilletas o para papeles similares	x		x	x
481190	Los demás papeles, cartones, guata de celulosa y napas de fibras de ce	x	x		
481810	Papel higiénico en rollos	x	x	x	
481820	Pañuelos y toallitas de pasta de papel	x		x	
481830	Manteles y servilletas	x	x		
481940	Los demás sacos, bolsas y cucurucho	x	x	x	
482020	Cuadernos	x			
482110	Etiquetas estampadas impresas	x	x	x	
490199	Los demás libros, folletos e impresos similares.	x			
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	x	x	x	
521142	Tejidos de mezclilla (denim) de algodón con hilados de distintos color	x			
590210	Napas tramadas para neumáticos fabricadas con hilados de alta tenacidad: de nailon o demás poliamidas				x
590390	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados: los demás	x	x		x
590699	Los demás tejidos cauchutados, excepto de nailon, de poliéster y otros		x		
610343	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, para hombres o niños de fibras sintéticas	x	x		
610442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	x	x	x	
610443	Vestidos, de punto de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	x	x	x	
610462	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón para mujeres o niñas	x	x	x	
610463	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de fibras sintéticas para mujeres o niñas	x	x	x	
610520	Camisas, de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas o artificiales	x	x		
610620	Camisas, blusas, blusas camiseras y polos, de punto de fibra sintética para mujeres o niñas	x	x		
610711	Calzoncillos de punto de algodón, para hombres o niños	x	x	x	
610712	Calzoncillos, de punto, para hombres o niños, de fibras sintéticas o artificiales	x			
610822	Bragas de punto de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas		x	x	
610831	Camisones y pijamas, de punto de algodón, para mujeres o niñas			x	
610832	Camisones y pijamas, de punto de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas	x	x		
610892	Los demás saltos de cama, albornoces, bata y artículos similares de punto	x			
610910	Camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas		x	x	x
610990	Camisetas de punto de las demás materias textiles	x	x	x	x
611030	Suéteres, jerséis, pullovers, cardiganes, chalecos y artículos similares	x	x		x
611120	Prendas y complementos de vestir, de punto de algodón, para bebés	x	x		
611241	Trajes de baño (una o dos piezas), de punto de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	x	x	x	
611430	Prendas de vestir, de punto, de fibras sintéticas o artificiales: las demás	x		x	x
611596	Calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, incluso de compresión progresiva: de fibras sintéticas	x	x	x	
620331	Chaquetas (sacos) de lana o de pelo fino, para hombres o niños	x	x		x
620333	Chaquetas (sacos) de fibras sintéticas, para hombres o niños	x		x	x

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-5: Oportunidades Mediano Plazo Manufacturas, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
620341	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos, de lana o de pelo	x			
620342	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón	x	x	x	x
620343	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintéticas para hombres o niños	x	x	x	x
620433	Chaquetas (sacos) de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	x	x		x
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	x	x	x	
620462	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas		x	x	
620463	Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintética para mujeres o niñas				x
620520	Camisas de algodón, para hombres o niños	x	x	x	x
620530	Camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños				x
620630	Camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de algodón			x	
620930	Prendas y complementos de vestir, para bebés, de fibras sintéticas	x			
621210	Sostenes	x	x	x	x
621220	Fajas y fajas-braga, incluso de punto			x	
621290	Los demás corsés, tirantes, ligas y artículos similares, y sus partes, incluso de punto	x			
630533	Los demás sacos de tiras o formas similares de polietileno o polipropileno	x			x
640399	Calzados con suela de caucho, de plástico o de cuero natural: los demás			x	x
640419	Calzados con suela de caucho o plástico: los demás	x	x	x	x
691200	vajilla y demás artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, d	x		x	x
701328	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina, adorno de interior		x		
701349	Los demás artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina, adorno de interiores		x		x
701399	Los demás objetos de vidrio para el servicio de tocador, oficina o similares		x		
711790	La demás bisutería	x	x	x	
731815	Los demás tornillos y pernos, incluso con sus tuercas y arandelas	x	x	x	x
732690	Las demás manufacturas de hierro o acero	x	x	x	x
760421	Perfiles huecos de aleaciones de aluminio		x		
760429	Barras de aleaciones de aluminio; perfiles, excepto huecos, de aluminio	x	x		x
761699	Telas metálicas, redes y rejas de alambre de aluminio: las demás	x		x	x
830990	Tapas rasgables para envases	x	x	x	
840999	Partes identificables como destinadas a los motores de émbolo: las demás	x			
842123	Aparatos para filtrar el aceite en los motores de encendido por chispa	x	x	x	x
843890	Partes de las demás maquinas y aparatos para la preparación industrial	x			
848180	Artículos de grifería y órganos similares: los demás	x	x	x	x
848340	Engranajes y ruedas de fricción, excepto las simples ruedas dentadas	x			
850421	Transformadores de dieléctrico líquido, potencia inferior o igual 650 kva.	x			
850422	Transformadores de dieléctrico líquido, potencia superior 650 kva.	x	x		
850423	Transformadores de dieléctrico líquido de potencia superior a 10.000 kva.	x	x		
853650	Interruptores, seccionadores y conmutadores: los demás	x	x	x	x
853669	Tomas de corriente, para una tensión inferior o igual a 1000: las demás	x	x	x	x
853690	Aparatos para el corte, seccionamiento, protección de circuitos: los demás		x		x
853710	Cuadros, paneles, consolas y similares para una tensión inferior o igual a 1.000 V	x	x	x	x
854430	Juegos de cables para bujías de encendido y demás juegos de cables de los tipos utilizados en los medios de transporte	x	x	x	x
854620	Aisladores eléctrico de cerámica		x		
870829	Partes y accesorios de carrocería, incluidas las cabinas: las demás	x	x		x
870850	Ejes con diferencial, incluso provistos con otros órganos de transmisión, y sus partes	x		x	x
870899	Partes y accesorios de vehículos automóviles: las demás		x		x
871120	Motocicletas y ciclos con motor de émbolo (pistón) alternativo de cilindrada superior a 50 cm3 pero inferior o igual a 250 cm3				x
871410	Partes y accesorios de motocicletas, incluidos los ciclomotores		x	x	
940179	Asientos con armazón de metal, sin tapizar		x		
940370	Muebles de plástico	x	x	x	
961900	Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares, de cualquier materia	x	x	x	x

Tabla Anexa B-6: Oportunidades Largo Plazo Manufacturas, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
291540	Ácidos mono-,di- o tricloroacéticos, sus sales y sus esteres.	x			
291570	Ácidos palmítico y esteárico, sus sales y sus esteres.	x			
320810	Pinturas y barnices a base de poliésteres		x		
320890	Las demás pinturas y barnices	x	x	x	x
391723	Tubos rígidos de polímeros de cloruro de vinilo	x			

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.

Tabla Anexa B-6: Oportunidades Largo Plazo Manufacturas, Risaralda

hs6	Descripción	Unión Europea	Canadá	AELC	Corea, Rep.
630260	Ropa de tocador o de cocina, de tejido de toalla con bucles, de algodón		x	x	x
630690	Artículos de acampar de las demás materias textiles	x			
630790	Patrones de prendas de vestir, cinturones de seguridad, mascarillas de protección y demás	x			
640299	Calzados con suela y parte superior de caucho o plástico: los demás	x	x	x	x
640391	Calzados que cubran el tobillo: los demás	x	x	x	x
640610	Partes superiores de calzado, con exclusión de los contrafuertes y punteras duras	x			x
640690	Partes de calzado, plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares	x	x	x	
690510	Tejas cerámicas.	x			
701090	Bombonas damajuanas, botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares y demás recipientes	x	x	x	
701337	Artículos de vidrio para servicio de mesa, cocina, tocador, baño, oficina, adorno de interior		x	x	
721012	Productos laminados planos de hierro o acero, estafados de espesor inferior a 0,5 mm	x			
721049	Los demás productos de hierro o acero galvanizado de otro modo		x		x
721050	Productos laminados hierro, ancho 600 mm., revestidos de óxidos de cromo	x			
721070	Productos laminados planos de hierro o acero, sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, chapados o revestidos.		x	x	x
730429	Los demás tubos y perfiles huecos sin soldaduras de hierro o acero	x	x	x	
730619	Los demás tubos y perfiles huecos, de hierro o acero, utilizados en oleoductos o gasoductos.		x	x	
730629	Los demás tubos y perfiles huecos, de hierro o acero: los demás, de entubación o de producción, de los tipos utilizados para la extracción de petróleo o gas.		x		
730820	Torres y castilletes de fundición de hierro o acero	x	x	x	
730840	Material de andamiaje, de encofrado o de apuntalado de fundición de hierro o acero		x	x	
730890	Fierro de construcción estructurado		x	x	x
731010	Depósitos, barriles, y similares, de capacidad superior o igual a 50 l.		x	x	
731029	Recipientes, de fundición: los demás	x	x		x
731210	Cables, de hierro o de acero, sin aislar para usos eléctricos	x	x	x	x
731700	Puntas, clavos, chinchetas, grapas apuntadas, grapas onduladas o biselados		x	x	
732111	Aparatos de cocción y calentaplatos	x	x	x	
732619	Fittings de acero galvanizado para cercas metálicas		x		
761010	Puertas, ventanas y sus marcos, bastidores y umbrales, de aluminio.	x	x	x	
761510	Artículos de uso doméstico y sus partes; de aluminio, esponjas, estropajos, guantes y artículos similares para fregar, lustrar o usos análogos.	x	x	x	x
820130	Azadas, picos, binaderas, rastrillos y raederas	x			
820310	Limas, escofinas y herramientas similares	x			
820719	Los demás útiles de perforación o sondeo incluidas las partes	x			
821000	Aparatos mecánicos accionados a mano de 10kg de peso máximo de los utilizados para preparar, acondicionar o servir alimentos o bebidas	x	x		
830140	Cerraduras; cerrojos: las demás	x	x	x	x
831110	Electrodos recubiertos para soldadura de arco, de metales comunes		x		
841182	Turbinas de gas de potencia superior a 5.000 kW: las demás	x	x	x	x
841370	Las demás bombas centrífugas: mono celulares y multicelulares	x	x	x	x
841582	Acondicionadores de aire, con equipo de enfriamiento: los demás		x		
841810	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	x	x	x	x
841850	Muebles (armarios, arcones (cofres), vitrinas, mostradores y similares) para la conservación y exposición de los productos, que incorporen un equipo para refrigerar o congelar los demás	x	x	x	
841899	Las demás maquinas y aparatos para la producción de frio, partes y piezas	x	x		
843143	Partes de máquinas o aparatos de sondeo o perforación, incluidas las autopropulsadas	x	x		
848050	Moldes para vidrio		x		
848071	Moldes para caucho o plástico, para moldeo por inyección o por compresión	x			
853720	Cuadros, paneles, consolas y similares para una tensión superior a 1000 V	x	x	x	x
854370	Máquinas y aparatos eléctricos con función propia, no expresados ni comprendidos en otra p	x			
870830	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705 : Frenos y servofrenos; sus partes		x	x	x
870891	Radiadores de vehículos automóviles	x	x	x	
902110	Artículos y aparatos de ortopedia o para fracturas	x	x	x	
902121	Dientes artificiales	x	x	x	
902129	Los demás artículos y aparatos de prótesis dental.	x	x	x	
902139	Artículos y aparatos de prótesis (excl. prótesis dentales y articulares)	x			
940171	Sillas y asientos metálicos, tapizados	x	x	x	
940310	Muebles de metal del tipo de los utilizados en las oficinas.		x	x	
940320	Los demás muebles de metal	x	x		x
940350	Muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios	x	x	x	x
940360	Muebles de madera: los demás		x	x	
940389	Los demás muebles y sus partes : Muebles de otras materias, incluidos el roten (ratán), mimbre, bambú o materias similares		x	x	x
960200	Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturas	x			

Fuente: DANE, Exportaciones Departamentales, Encuesta Anual Manufacturera (EAM), Cuentas departamentales. UN-Comtrade. Cálculos Propios.



Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales

ENLACES

© Proexport Colombia

Todos los derechos reservados
Calle 28 N. 13 A-15, Pisos 35-36
Bogotá-Colombia
PBX: +571 5600100
www.proexport.com.co

Centro de Aprovechamiento
de Acuerdos Comerciales-CAAC
Calle 72 N. 7-64 Piso 7
Bogotá-Colombia
Teléfono: (1) 3459709 - 3459671
www.mincit.gov.co/caac
info@acuerdoscomerciales.com



MINCIT

