Tratados de Libre Comercio

Retos y oportunidades

Contiene la historia de empresas colombianas que exportan a los países firmantes de los TLC y de la Alianza del Pacífico:
Servientrega, Mario Hernández, Alpina, Fundación Bavaria y Ecoe Ediciones

Prólogo del ***Dr. Javier Díaz***
Presidente de ANALDEX, Asociación Nacional de Comercio Exterior de Colombia

ECOE EDICIONES

Edgar Van den Berghe R.

Edgar Van den Berghe R.

El autor, colombo belga, es Economista Industrial de la Universidad de Los Andes, con estudios de especialización en computadores en Nueva York y en Investigación Operativa en las Universidades de Friburgo y Ginebra, Suiza; en Docencia Universitaria en la Universidad del Rosario en Bogotá y en el Magister de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Nacional de Colombia; es candidato al doctorado en Administración de Empresas de la Universidad de Friburgo, Suiza.

Trabajó en IBM de Colombia, como Ingeniero de Sistemas, durante 12 años; jefe de análisis y programación de Mobil; director de procesamiento de datos de supermercados Carulla; además ha creado y gerenciado pequeñas y medianas empresas, asesor y conferencista de diferentes compañías.

Ex catedrático en pre y posgrado de las Universidades Nacional (durante 32 años), del Rosario, Externado, Escuela Superior de Guerra, Los Andes (Programa de Alta Gerencia), CESA, Javeriana, Militar, Central, EAN, UPTC y Sergio Arboleda. Ex decano Posgrado de Gerencia de Empresas Universidad de Santander. En 1997 y 1999, en el premio nacional Portafolio, galardonado entre los 5 mejores profesores universitarios de Colombia. Actualmente reside en Nueva York y en Bogotá.

Otras publicaciones del autor
Evaluación y control de proyectos
Un Juego Gerencial Colombiano
4 ediciones - 1989-1992
Simulación de Decisiones Gerenciales
3 ediciones - 1993-1995
Proyectos innovadores a desarrollar en Colombia -1997
Gestión y gerencia empresariales aplicadas al siglo XXI
2 ediciones – 2005-2010
Cómo crear y gerenciar su propia empresa
3 ediciones - 1998-1999-2012
La alegría de vivir – 2013 (coautor)

Tratados de Libre Comercio

Retos y oportunidades

Prólogo: Dr. Javier Díaz Molina
Presidente ANALDEX
Asociación Nacional de Exportadores

Contiene la historia de empresas colombianas que
exportan a los países firmantes de los TLC:
Servientrega, Mario Hernández, Alpina, Fundación Bavaria
y Ecoe Ediciones.

Edgar Van den Berghe R.

Tabla de contenido

Pag.

Agradecimientos XI

Prólogo XVII

Presentación XXI

Introducción XXIII

Primera Parte 1

Capítulo 1. Comercio exterior de Colombia 3

Objetivos *3*

El porque de los Tratados de Libre Comercio 4

Perspectiva del comercio exterior de Colombia 6

Como realizar un Plan de Exportación 8

Pasos para realizar un plan exportador *9*

Factores de la empresa para exportar 11

Factores internos 11

Factores externos 12

Trámites y procedimientos de exportación 14

Trámites 14

Procedimientos *15*

Formas de venta internacional 16

Métodos de pago en los negocios internacionales 18

Cómo realizar una importación 21

Requisitos de la empresa 21

Pasos para importar mercancías 21

Pasos para recibir la mercancía *22*

Documentos necesarios para las exportaciones o importaciones 22

Capítulo 2. Formas de operación internacional 25

Operación Propia:..... 26

Franquicia..... 27

Joint ventures 29

Maquila 30

Satélites 33

Producción exclusiva para otra empresa..... 34

Outsourcing - (Subcontratación)..... 36

Capítulo 3. Sistema de comercialización con Estados Unidos 39

Objetivo..... 39

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos..... 39

Objetivos del Tratado..... 40

Procedimiento para exportar por primera vez a Estados Unidos 42

Formas de exportar a Estados Unidos 47

Productos colombianos con ventajas competitivas para exportar a Estados Unidos con el Tratado de Libre Comercio..... 47

Instituciones internacionales que promueven el comercio exterior con Estados Unidos 48

Organizaciones que promueven el comercio internacional 49

Caso de un empresario colombiano exportador a Estados Unidos 51

Preguntas sobre el caso de Ángel Cáez 54

Capítulo 4. Sistema de comercialización con Suiza 57

Objetivo..... 57

Generalidades *57*

Objetivos del Tratado de Libre Comercio 60

Principios para acceder al mercado suizo 60

Reglas de origen y licencias de importación 61

Etiquetas de los productos agrícolas *62*

Procedimientos para negociar con los suizos..... 62

Documentos necesarios para la exportación a Suiza..... 63

Asociaciones de importadores y cámaras de comercio en Suiza ... 63

Sectores económicos potenciales para exportar a Suiza con ventajas competitivas aprovechando el TLC 64

Productos que llegan a Colombia desde Suiza con condiciones preferenciales 65

Aprovechamiento del Acuerdo comercial de Colombia con Suiza 65

Capítulo 5. Sistema de comercialización con Canadá..... 67

Objetivo..... 67

Generalidades 67

Organismos de control al comercio exterior con Canadá..... 68

Tópicos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá 69

Procedimientos para negociar con los canadienses..... 69

Sectores económicos potenciales para exportar a Canadá..... 70

Productos que llegan a Colombia con condiciones preferenciales originadas por el TLC..... 71

Páginas web de ayuda al comercio bilateral con Canadá..... 71

Capítulo 6. Sistema de comercializacion con la Unión Europea..... 73

Objetivo..... 73

Qué es la Unión Europea 74

Tópicos del TLC de Colombia con la Unión Europea..... 74

Entidades que promueven el comercio bilateral y procedimiento para exportar a la Unión Europea 82

Documentos necesarios para exportar a la Unión Europea 83

Información general de las etiquetas 83

Información general para la exportación de frutas y verduras a la Unión Europea 84

Información general para la exportación de frutas y verduras orgánicas a la Unión Europea 84

Sistema de comercialización a los principales mercados de la Unión Europea 86

Alemania 86

Información general de Alemania 86

Entidades que promueven el comercio bilateral con Alemania 88

Tópicos para incrementar las exportaciones colombianas hacia Alemania 89

Bélgica 90

Información general de Bélgica 90

Principales productos colombianos de exportación hacia Bélgica 91

Principales productos de exportación hacia Colombia 91

Entidades que promueven el comercio con Bélgica y sus páginas web *92*

Sugerencias para incrementar las exportaciones hacia Bélgica 92

Holanda (Países Bajos) 93

Información general de Holanda 93

Principales productos colombianos de exportación a Holanda 94

Principales productos holandeses de exportación hacia Colombia 94

Entidades que promueven el comercio con Holanda 94

Sugerencias para incrementar las exportaciones hacia Holanda *95*

España 95

Trámites y documentos para realizar una importación desde España hacia Colombia *96*

Trámites de exportación hacia España *96*

Procedimiento de exportación 97

Entidades españolas para la financiación de las exportaciones 97

Sectores económicos colombianos potenciales para exportar a España con ventajas competitivas *100*

Reino Unido (Gran Bretaña) 100

Información general sobre el Reino Unido 101

Sistemas de comercialización con el Reino Unido 101

Documentos requeridos para exportar al Reino Unido 102

Principales exportaciones hacia el Reino Unido 102

Exportacion de frutas, verduras y alimentos orgánicos 102

Certificaciones sanitarias para alimentos 103

Principales exportaciones del Reino Unido 103

Procedimiento para comenzar una empresa en el Reino Unido 104

Entidades que ayudan al comercio bilateral entre Colombia y el Reino Unido 104

Productos que se pueden exportar con ventajas competitivas desde Colombia a los principales mercados de la Unión Europea 105

Caso de una pequeña empresa colombiana exportadora a la Unión Europea 111

Preguntas de aplicación sobre el caso 115

Capítulo 7. Alianza del Pacífico 117

Qué es la Alianza del Pacífico 117

Colombia - Chile 119

Productos y servicios colombianos potenciales para exportar a Chile con ventajas competitivas 121

Sugerencias para aprovechar las ventajas de la Alianza del Pacifico con Chile 121

Entidades chilenas que promueven el comercio internacional 121

Colombia – Perú 122

Información sobre Perú 122

Productos y servicios colombianos potenciales para exportar a Perú con ventajas competitivas..... 124

Productos peruanos exportados a Colombia en el 2013 ... 125

Organizaciones peruanas que facilitan el comercio internacional 125

Colombia – México..... 125

Productos y servicios colombianos potenciales para exportar a México con ventajas competitivas 126

Productos y servicios que exporta México..... 126

Entidades mexicanas que promueven el comercio de exportación e importación 127

Segunda Parte: Historia de empresas colombianas que exportan a los países firmantes de los Tratados de Libre Comercio..... 131

Capítulo 8. Mario Hernández 133

Capítulo 9. Servientrega 149

Propietario: Jesús Guerrero Hernández..... 149

Capítulo 10. Alpina 167

Alpina productos lácteos alimenticios 167

Capítulo 11. ECOE Ediciones 181

Editorial ECOE 181

Capítulo 12. Fundación Bavaria 189

Empresas asesoradas por la Fundación Bavaria que exportan a países firmantes de los TLC con Colombia 189

Programas de desarrollo económico 190

Destapa futuro 191

Red de Mentores 191

Red de emprendedores de Bavaria 191

Red de ángeles inversionistas 193

Kahai - La nuez colombiana 196

FDN Nutrientes 201

Base Cook – Salsas exóticas 206

Netux 209

Colcircuitos 214

Capítulo 13. Entidades que promueven el emprendimiento y las exportaciones 223

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 223

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA 226

Fondo Nacional de Garantías 230

Confecámaras 232

Cámara de Comercio de Bogotá 233

Proexport 236

Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación - COLCIENCIAS 241

Asociación Nacional de Exportadores - ANALDEX 242

BANCOLDEX 244

Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia - APC 246

Banca privada 249

Asociacion Colombiana de Pequeños Industriales - ACOPI 250

Corporaciones Financieras 252

Capítulo 14. Resultados económicos de los TLC firmados con Estados Unidos y la Unión Europea en otros países Latinoamericanos 253

Perú 254

Chile 259

México 264

Colombia 268

Costa Rica y Centro América 276

Conclusiones 279

Índice Temático 287

Referencias 293

Bibliografía 295

Introducción

El objetivo de este libro es el de permitir a cualquier persona que desee crear su propia empresa, o a los actuales empresarios que deseen expandir su compañía con miras a la exportación a los países firmantes de los Tratados de Libre Comercio con Colombia, adquirir los conocimientos básicos y la forma de llevarlos a cabo, suministrándole una guía sobre la mejor forma de realizarlos, dándole información sobre las entidades del país que le pueden ayudar a realizar su sueño de exportar, suministrándole ejemplos de grandes y pequeñas empresas colombianas que funcionan en la actualidad y que están exportando sus productos a los países firmantes de los TLC con nuestro país.

Su objetivo también es fomentar el espíritu empresarial con una mente más abierta, con el fin de dirigir su empresa a la exportación y propender por el desarrollo emprendedor de avanzada, ya que se ha demostrado científicamente que la creación y operación de empresas innovadoras, eficientes y competitivas, que tengan como objetivo el mercado internacional y la exportación de sus productos o servicios, es la única forma de salir del subdesarrollo y de la pobreza crónica de nuestros países, ya que no solamente se crea riqueza, sino que también se genera empleo, reactivando la demanda, el Producto Nacional Bruto, el Ingreso per cápita y la calidad de vida de todos sus habitantes.

El libro está diseñado para que sea un texto de estudio y de consulta en las universidades; por lo tanto, un objetivo adicional es despertar entre los estudiantes de Administración de Empresas, Economía, Contaduría, Finanzas Internacionales y especializaciones afines a estas carreras, el espíritu de emprendimiento proyectado a las exportaciones, para ampliar sus conocimientos y así poder competir internacionalmente en igualdad de condiciones, aprovechando la tendencia mundial de la creación y expansión de los Tratados de Libre Comercio y de los Convenios Comerciales entre países o bloques económicos.

Para una mejor comprensión y para obtener mejores resultados de su lectura, el libro se dividió en dos secciones, diferentes pero complementarias. La primera comprende los conocimientos básicos del comercio exterior y una descripción de los diferentes Tratados de Libre Comercio y Convenios Comerciales firmados

por Colombia con varios países. La segunda comprende la historia de grandes y pequeñas empresas que exportan a los países firmantes de los TLC y un resumen operativo de las entidades que propenden por el emprendimiento y las exportaciones en Colombia; al final, resume el resultado de los TLC en otros países latinoamericanos y la forma como podemos aprovechar las ventajas económicas de los TLC y de los Acuerdos Comerciales.

Primera parte. Descripción general de los Tratados de Libre Comercio firmados por Colombia.

Capítulo I. Comercio exterior de Colombia.

Su objetivo es describir de qué se tratan los TLC y cómo un empresario puede llevar a cabo la exportación de sus productos o la importación de su maquinaria o de sus materias primas.

Capítulo II. Formas de operación internacional.

Su objetivo es dar a conocer al lector las diferentes maneras que existen para exportar sus productos y los convenios que pueden realizarse con empresas o con inversionistas del exterior para invertir o para realizar transacciones internacionales de capital, productos o servicios.

Capítulo III. Sistema de comercialización con Estados Unidos.

El objetivo de este capítulo es suministrar información sobre los procedimientos y métodos que se utilizan para exportar o importar de este país; con los nombres y las páginas web de las entidades estadounidenses que colaboran con el intercambio de bienes y servicios, teniendo presente que el objetivo de los empresarios de avanzada es exportar y usualmente, en el país en que primero piensan es en Estados Unidos.

Capítulo IV. Sistema de comercialización con Suiza.

Su objetivo es conocer los principios y sistemas que se utilizan para poder acceder al mercado suizo; los productos que demandan y en los que tenemos ventajas competitivas y los organismos que colaboran en el mercado bilateral entre los dos países.

Capítulo V. Sistema de comercialización con Canadá.

Su objetivo es dar a conocer el procedimiento que existe en Canadá para la importación o exportación de bienes y servicios; los productos que podemos y estamos en capacidad de venderles y las entidades, con su página web, que colaboran en el comercio bilateral con Canadá.

Capítulo VI. Sistema de comercialización con la Unión Europea.

Su objetivo es suministrar la información necesaria para acceder a los principales mercados de la Unión Europea, como son Alemania, Bélgica, Holanda, España y el Reino Unido; con los productos que son demandados en cada uno de ellos y en los que Colombia, por diferentes factores climáticos, de recursos físicos, naturales o de mercado tiene una gran ventaja competitiva para mercadearlos en todos o en algunos de los países miembros de la Unión.

Capítulo VII. Alianza del Pacífico.

Su objetivo es informar sobre este acuerdo comercial recientemente firmado por Colombia con México, Chile y Perú y la forma de realizar un intercambio comercial entre los países miembros; Alianza que ha despertado el interés de varios países de América, Europa y Asia, los que han asistido a sus reuniones como observadores y que al estar operando, en pocos años a mayor capacidad, la Alianza será considerada como la 8ª. economía del mundo.

Segunda parte. Historia de empresas y empresarios colombianos que exportan a los países firmantes de los Tratados de Libre Comercio.

Su objetivo es dar a conocer la historia de empresarios, algunos de ellos humildes, con una infancia rayando en la pobreza extrema, pero que supieron sobreponerse a los avatares del destino y hoy son grandes empresarios reconocidos en el ámbito nacional e internacional y ejemplo para los futuros empresarios colombianos.

Capítulo VIII. Mario Hernández.

Su objetivo es dar a conocer, para que motive a las personas que piensen comenzar una empresa, una persona que comenzó como un vendedor de mostrador de un almacén de productos de cuero, hasta llegar a ser considerado uno de los mejores marroquineros del mundo, compitiendo con los líderes internacionales de la moda del cuero de Italia, Francia y Estados Unidos y con almacenes en varios países de América y del continente europeo.

Capítulo IX. Servientrega.

Su objetivo es dar a conocer la historia de una persona que comenzó vendiendo cilantro por atados en la plaza de mercado de su pueblo y con un capital de $17.000, hace 33 años; en la actualidad, con trabajo y tesón, es propietario de 32 compañías en el país; su caso sirve para demostrarle a los lectores que con constancia y un objetivo claro y definido se puede llegar a ser un empresario de éxito y que no se requiere una gran inversión inicial para sacar adelante una empresa.

Capítulo X. Alpina.

Su objetivo es demostrar a los lectores que en nuestro país tenemos grandes recursos inexplotados, que los vemos todos los días pero no los valoramos; cómo dos inmigrantes suizos apreciaron y utilizaron las bondades de nuestra geografía; los dos, trabajando solos, hace 60 años comenzaron una compañía que en el año 2011 quedó en el puesto 41 entre las empresas más grandes de Colombia y en 2012, en el puesto 46, con ventas ese año de $1.619.536 (cifra en millones de pesos), con una utilidad operacional de $103.581 millones y neta de $33.529 millones, habiéndose incrementado un 11.4% con relación al 2011 y con una moderna planta procesadora en Estados Unidos, desde la cual surte a la mitad de los Estados de ese país.

Capítulo XI. Ecoe Ediciones.

El objetivo de este capítulo es mostrar el caso de dos empresarios que a pesar de los varios fracasos, siguieron adelante en su empeño de fomentar la publicación de las letras colombianas, a fin de demostrar que nuestro país tiene escritores de gran valía y de talla internacional; sirviendo como ejemplo de que un empresario puede y debe sobreponerse a los problemas que se le presentan y seguir adelante en su empeño de ser un empresario exitoso.

Capítulo XII. Fundación Bavaria.

El objetivo del capítulo es demostrar que hay organizaciones que ayudan a los pequeños empresarios y que éstos, mediante la ayuda de asesoría administrativa y financiera obtenida de estas entidades, pueden crecer paulatinamente y exportar sus productos.

Demostrar con realizaciones de empresas funcionando, que el país tiene muchas riquezas inexplotadas con productos que pueden aprovecharse y que tienen demanda internacional; además, mostrar que tenemos capital humano para producir y exportar productos de alta tecnología a países que están considerados como los más desarrollados y con mayor investigación en el mundo.

Capítulo XIII. Entidades que promueven el emprendimiento y las exportaciones.

El objetivo de este capítulo es mostrarle a los empresarios que existen en todo el país organizaciones que sin ningún costo, le ayudan a crecer y desarrollarse y a encontrar nuevos mercados para la exportación de sus productos o servicios y para los que desean crear una empresa, les ayudan y asesoran administrativa y financieramente con capital semilla no reembolsable o con préstamos a ponerla en funcionamiento y posteriormente, a operar y crecer en Colombia.

Capítulo XIV. Resultados económicos de los TLC firmados con Estados Unidos, la Unión Europea en otros paises Latinoamericanos.

Su objeto es quitarle el miedo, muy natural por cierto, a los empresarios que piensan que es imposible competir con empresas de países más desarrollados; y demostrarles mediante las cifras de los resultados macro económicos y empresariales del desarrollo de países afines al nuestro, algunos más pequeños, que firmaron Tratados de Libre Comercio con Europa y/o con Estados Unidos, que tienen nuestros mismos problemas de falta de carreteras y de infraestructura para el transporte de sus productos y de altos costos de mano de obra, pero que han tenido un desarrollo positivo sostenible y porque han comprendido que los Tratados de Libre Comercio no se firman para realizar una competencia empresarial internacional sino para desarrollar las compañías e impulsar los productos en los que el país tenga ciertas ventajas y pueda competir internacionalmente, muchas veces con la cooperación de los gobiernos de los países firmantes del Tratado. La mayoría de ellos muestran una balanza comercial favorable con respecto a los países de las potencias firmantes de los TLC.

Capítulo XV. Conclusiones.

Su objetivo es suministrar a los empresarios una serie de sugerencias, algunas de ellas utilizadas por el autor como empresario y como asesor empresarial, que les permitan abrir su mente, mejorar la administración de su compañía y ser más creativo e innovador para que así pueda realizar el sueño de su vida, ser un empresario de avanzada con una compañía más estable, que mercadea sus productos allende las fronteras patrias.

Primera Parte

Capítulo 1

Comercio exterior de Colombia

Los Tratados de Libre Comercio son convenios comerciales que se firman entre dos países o entre un país y un grupo o unión de países, con el objeto de incrementar su comercio internacional de bienes y servicios y mejorar sus relaciones comerciales y financieras mediante: la disminución de los trámites burocráticos en lo pertinente a las exportaciones e importaciones entre los países firmantes del convenio; la eliminación de los impuestos aduaneros, el incremento anual paulatino de las cuotas de importación de algunos productos, especialmente los agrícolas, y algunas veces, la eliminación de la visa para los ciudadanos de los países firmantes del convenio comercial.

Objetivos

Los objetivos de los Tratados de Libre Comercio y de los convenios comerciales son los siguientes:

- Incrementar el comercio internacional y las exportaciones de los productos o servicios con ventajas competitivas de los países firmantes del TLC o del acuerdo comercial.
- Incrementar la inversión extranjera por parte de los inversionistas de los países firmantes o de terceros países.
- Fortalecer los lazos de amistad y cooperación promoviendo la integración económica.
- Crear nuevas oportunidades de empleo y mejorar el nivel de vida.
- Promover un desarrollo económico integral para reducir la pobreza.
- Estimular la creatividad y la innovación, promoviendo el comercio en los sectores innovadores.

Otros títulos de su interés

Gestión y gerencia empresariales.
Aplicadas al siglo XXI
Édgar Van den Berghe

Diseñe y administre su propia empresa.
Orientada a los TLC de Estados unidos,
Suiza y Canadá
Édgar Van den Berghe

Investigación de mercados
Jorge Eliécer Prieto Herrera

Diccionario de comercio internacional
Cristóbal Osorio Arcila

Negocios internacionales.
Fundamentos y estrategias
Jahir Lombana Coy
Silvia Rozas Gutiérrez

Neuromarketing y neuroeconomía
Código emocional del consumidor
Andrés Cisneros Enríquez

Plan de marketing: diseño
implementación y control
Ricardo Hoyos Ballesteros

Tratados de Libre Comercio
Retos y oportunidades

El objetivo de este libro es solucionar uno de los problemas más sentidos por los empresarios que han oído hablar sobre los Tratados de Libre Comercio, y que quieren aprovechar sus oportunidades, pero no tienen el suficiente conocimiento de cómo operan para obtener de ellos el mejor resultado.

El texto incluye entrevistas y conversaciones que tuvo el autor con:

- Agregados comerciales de varios países, quienes explican la manera de exportar o importar desde Colombia y qué productos tienen una demanda en sus países que pueda ser aprovechada por los empresarios colombianos.
- Funcionarios de las entidades que promueven el emprendimiento y las exportaciones en Colombia, los cuales describen sus procedimientos operacionales y la forma como se puede hacer uso de sus servicios.
- Grandes y pequeños empresarios colombianos, quienes narran cómo, habiendo comenzado de cero, crecieron y están exportando sus productos.

Colección: Ciencias empresariales
Área: Comercio y negocios Internacionales

ECOE
EDICIONES

ISBN: 978-958-771-078-6
9 789587 710786
e-ISBN: 978-958-771-079-3