



**EL CONSUMIDOR - EMIGRANTE
COLOMBIANO COMO OPORTUNIDAD
DE NEGOCIO PARA LAS PYMES
COLOMBIANAS EN LOS ESTADOS
UNIDOS**

**Ana Milena Hincapié Bernal
Lady Tatiana Serna López
Sandra Milena Trejos González**

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2012

EL CONSUMIDOR - EMIGRANTE COLOMBIANO COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LAS PYMES COLOMBIANAS EN LOS ESTADOS UNIDOS

**Ana Milena Hincapié Bernal
Lady Tatiana Serna López
Sandra Milena Trejos González**

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:
Profesional en Negocios Internacionales

Asesora:
Lina Villa Martínez

Línea de Investigación:
Regionalismo y multilateralismo abierto

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia

2012

Agradecimientos

Nuestro reconocimiento en primera medida a Dios porque es el gestor de todas las cosas y gracias a Él nos encontramos presentando este proyecto, a nuestras familias por brindarnos el apoyo, transmitirnos las enseñanzas que se requieren para realizar las cosas lo mejor posible y darnos la confianza para hacer realidad nuestros sueños, a nuestro coordinador del ciclo profesional en Negocios Internacionales Gustavo Londoño, por su orientación y constancia durante el transcurso de la carrera.

Resumen

El fenómeno de las migraciones de colombianos a Estados Unidos que inició en los 70, ha ido aumentando considerablemente, convirtiéndose en un mercado atractivo y potencial que debe ser analizado, teniendo en cuenta sus hábitos de consumo, costumbres y gustos, siendo las PYMES colombianas las principales interesadas en este análisis, como una oportunidad de negocio a considerar.

Las pequeñas y medianas empresas colombianas pueden encontrar diferentes formas de llevar sus productos a los emigrantes colombianos en Estados Unidos, entre las cuales se encuentra tener un representante comercial o distribuidor en el país de destino, crear un modelo de franquicias o incluso establecer una sucursal en EEUU, el cual es un país con ambiente favorable para la inversión extranjera y con una gran facilidad para hacer negocios, lo que se hace aún más evidente en la actualidad con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio, del cual las PYMES en Colombia podrán sacar provecho a las desgravaciones arancelarias de productos cobijados en dicho tratado, buscando satisfacer las necesidades del consumidor colombiano residente en Estados Unidos.

Palabras clave:

ARANCELES: Impuesto que grava las mercancías que entran a un país.

CIUDADANO: Persona que forma parte de una sociedad, entendiéndose por sociedad, el grupo de individuos que comparten una cultura, unos derechos y deberes.

COMERCIO ELECTRÓNICO: Consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

EMIGRANTE: Se aplica a la persona que deja su lugar de origen para establecerse en otro país o región.

INVERSION EXTRANJERA: Colocación de capitales a largo plazo en un país extranjero, para la creación de empresas.

MIGRACIONES: Son los movimientos o desplazamientos que tienen los seres humanos más allá de las fronteras de sus países de origen.

RESIDENTE: Persona que vive o está establecido en un lugar determinado.

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO: Son acuerdos comerciales regionales o bilaterales para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios

Abstract

The phenomenon of migration of Colombians to the United States that began in the 70, has been rising sharply, making it an attractive potential market and that must be analyzed, paying attention to their customs habits and taste, with the Colombian SMEs main interest in this analysis, as a interesting business opportunity to consider.

The Colombian SMEs can find different ways to bring their products to Colombian immigrants in the United States, among they are sales representative or distributor in the country of destination, create a franchise model or even to establish a branch in U.S., which is a country with favorable environment for foreign investment with a great ease of doing business.

Thanks to the commercial opening of Colombia in recent times, today we can enjoy various international agreements, to the U.S. case presents a Free Trade Agreement and was about to enter into force, from which SMEs in Colombia to take advantage of

tariff reductions in sheltered product thereof, to satisfy the Colombian resident consumers needs in the U.S.

Glosary:

CITIZEN: A person who is part of a society, meaning society, the group of individuals who share a culture, rights and duties.

ELECTRONIC COMMERCE: This involves the buying and selling of products or services through electronic means, such as the Internet and other computer networks.

FEES: Tax levied on goods entering a country.

FOREIGN INVESTMENT: Placing long-term capital in a foreign country for business creation.

FREE TRADE AGREEMENTS: These are regional or bilateral trade agreements to expand the market for goods and services between the participating countries. Basically, this is the elimination or substantial reduction of tariffs on goods between the parties, and agreements on services.

MIGRATION: Are the movements or displacements that have human beings beyond the borders of their countries of origin.

MIGRANTS: Applies to the person who leaves their home to settle in another country or region.

RESIDENT: A person who lives or is established in a particular place.

Contenido

	<u>Pág.</u>
Lista de graficas	XII
Lista de tablas	XIII
Lista de abreviaturas.....	XIV
Introducción	15
1.Formulación del proyecto.....	16
1.1 Antecedentes.....	16
1.1.1 Estado del arte	17
1.2 Planteamiento del problema.....	19
1.3 Justificación.....	20
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general	22
1.1.1 Objetivos especificos	22
1.5 Marco metodológico 22	
1.5.1 Metodo	23
1.5.2 Metodologia	23
1.6 Alcance.....	23
2. Ejecucion del proyecto	24
2.1 CAPITULO I. EMIGRANTES COLOMBIANOS EN EEUU: CONDICIONES DE RESIDENCIA.....	24
2.1.1 Cifras emigraciones colombianas.....	25
2.1.2 Procedencia de los colombianos residentes en el exterior	27
2.1.3 Emigrantes en Estados Unidos.....	28
2.1.3.1 Estados de EEUU donde residen mas colombianos	28
2.1.3.2 Ciudades de EEUU donde residen mas colombianos	29
2.1.3.3 Ocupacion laboral de los colombianos en Estados Unidos	29
2.1.4 Ingresos promedio de los colombianos en Estados Unidos	30
2.1.5 Perfil Migratorio de Colombia.....	32
2.1.5.1 Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y despues del 2005 .	32
2.2 CAPITULO II. NORMATIVIDAD PARA INVERTIR Y HACER NEGOCIOS EN LOS ESTADOS UNIDOS 33	
2.2.1 Marco legal de la inversión extranjera en los Estados Unidos	34
2.2.1.1 TLC Estados Unidos y Colombia: Disposiciones a la inversion extranjera .	35
2.2.2 Modos de negocio en los Estados Unidos	35
2.2.2.1 Como crear un negocio en los Estados Unidos	35
2.2.2 Facilidad para hacer negocios en Estados Unidos (Doing Business)	37
2.3 CAPITULO III. TRATADO COMERCIAL COLOMBIA ESTADOS UNIDOS.....	43
2.3.1 Contextualización del TLC Colombia – EEUU.....	44

2.3.2 Eliminación arancelaria	44
2.3.2.1 Productos con potencial en EEUU	49
2.3.3 Entidades de apoyo a los colombianos en EEUU	50
2.3.3.1 Embajadas y consulados	50
2.3.3.2 Presencia comercial Proexport	51
2.3.3.3 Fondo Internacional de garantías para colombianos en el exterior	53
2.3.3.4 Organización internacional para las migraciones OIM.....	53
2.3.4 Exigencias y requisitos de entrada para los alimentos en Estados Unidos	54
2.3.4.1 Bioterrorismo en Estados Unidos LEY 107 - 188.....	54
2.3.4.2 Etiquetado.....	55
2.3.5 Entidades reguladoras en el control de importaciones.....	57
2.4 CAPITULO IV.PYMES COLOMBIANAS Y SU RELACION CON EL CONSUMIDOR-EMIGRANTE A ESTADOSUNIDOS.....	59
2.4.1 Perfil del consumidor- Emigrante colombiano en Estados Unidos	60
2.4.1.1 Datos sociodemograficos de emigrantes colombianos en Estados Unidos	60
2.4.1.2 Habitos de consumo.....	60
2.4.1.3 Preferencias de consumo de los hispanos	61
2.4.2 Normatividad colombiana para PYMES	62
2.4.3 Empresas y productos colombianos en Estados Unidos	63
2.4.4 Relación del consumidor emigrante – PYMEs Colombianas	64
3. Hallazgos	66
4. Conclusiones y recomendaciones	67
4.1 Conclusiones.....	67
4.2 Recomendaciones.....	71
Referencias bibliograficas	73
ANEXOS	78

Lista de Graficas

	<u>Pág.</u>
Grafica 1 : Proporción de colombianos en el exterior 2005	25
Grafica 2 : Lugar de origen de los colombianos en el exterior 2005	27
Grafica 3 : Distribución de los colombianos por actividad laboral en EEUU 2001	30
Grafica 4 : El poder de compra de los hispanos en Estados Unidos 2010	31
Grafica 5 : Desgravaciones arancelarias de preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, capítulo 16.....	45
Grafica 6 : Desgravaciones arancelarias de azúcares y artículos de confitería, capítulo 17	46
Grafica 7 : Desgravaciones arancelarias del cacao y sus preparaciones capítulo 18	46
Grafica 8 : Desgravaciones arancelarias de preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería, capítulo 19.....	47
Grafica 9 : Desgravaciones arancelarias de preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, capítulo 20	47
Grafica 10 : Desgravaciones arancelarias de preparaciones alimenticias diversas, Capítulo 21	48
Grafica 11 : Desgravaciones arancelarias de bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, capítulo 22	48
Grafica 12 : Desgravaciones arancelarias de aceites esenciales y resinoideos; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, capítulo 33,	49

Lista de tablas

	<u>Pág.</u>
Tabla 1: Cifras de colombianos en el exterior 2008.....	26
Tabla 2: Censo de migrantes de Estados Unidos 2010.....	26
Tabla 3: Lugar de residencia de colombianos en EEUU 2010..	28
Tabla 4: Ciudades de residencia de los colombianos en EEUU 2010	29
Tabla 5: Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005.....	32
Tabla 6: Clasificación Doing Business 2012 por categoría.....	37
Tabla 7: Apertura de un negocio 2012.	38
Tabla 8: Manejo de permisos de construcción 2012.....	38
Tabla 9: Obtención de electricidad 2012.	39
Tabla 10: Registro de propiedades 2012..	39
Tabla 11: Obtención de crédito 2012.....	40
Tabla 12: Protección de los inversores 2012..	40
Tabla 13: Pago de impuestos 2012.	41
Tabla 14: Comercio transfronterizo 2012.	41
Tabla 15: Cumplimiento de contratos 2012.....	42
Tabla 16: Resolución de la insolvencia 2012.	42
Tabla 17: Clasificación de las PYMES 2004.	63

Lista de abreviaturas

CFIUS: Comité para las Inversiones Extranjeras de los Estados Unidos

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

FDA: Food and Drug Administration

OIM: Organización Internacional para las Migraciones

OMC: Organización Mundial del Comercio

PIB: Producto Interno Bruto

PYMES: Pequeñas y medianas empresas

SMLMV: Salario Mínimo Legal Mensual Vigente

TLC: Tratado de Libre Comercio

Introducción

El presente trabajo de grado fue elaborado por tres estudiantes del Ciclo Profesional en Negocios Internacionales de la Institución Universitaria Esumer, con la finalidad de presentar los resultados y conclusiones de un análisis realizado sobre las emigraciones de colombianos hacia el exterior, específicamente hacia Estados Unidos, enfocándolo como oportunidad de negocios para los pequeños y medianos empresarios de Colombia.

Para el desarrollo de este, fue necesario considerar los estudios, cifras, teorías sobre migraciones, hábitos de consumo de los colombianos en el exterior, como también las formas, facilidades, y oportunidades de negocios en Estados Unidos, pretendiendo principalmente dar una visión diferente a los estudios ya realizados sobre las migraciones.

Los resultados del presente trabajo servirán como base a los empresarios colombianos para generar nuevas posibilidades de expandir sus mercados, ya que podrán encontrar información acerca del perfil del consumidor colombiano en Estados Unidos, normas, condiciones y requisitos legales para acceder a este mercado, además, de las oportunidades actuales para las empresas colombianas en materia arancelaria referente al Tratado de Libre Comercio firmado entre Colombia y Estados Unidos.

Referente a los productos de mayor demanda por los colombianos en Estados Unidos, los lectores pueden encontrar en el cuerpo del trabajo las listas de desgravación de estos productos que estarán acogidos en el TLC Colombia – Estados Unidos, el cual entró en vigor el pasado 15 de mayo del presente año.

Es una invitación abierta para todas las PYMES colombianas a aprovechar las ventajas comerciales actuales, realizar intercambios con uno de los mercados mundiales más importantes y establecer relaciones a largo plazo que favorezcan el crecimiento económico nacional. Para ello, la firma de un tratado comercial por sí mismo no garantiza el éxito y beneficios esperados, es ineludible una preparación y conocimientos que faciliten el positivo dinamismo de su capacidad de innovación, trabajo y esfuerzo productivo.

1. Formulación del proyecto

1.1 Antecedentes

Según el texto la *Teoría de las migraciones*, Londoño (2011), todos los modelos teóricos propuestos para explicar por qué se dan las migraciones emplean diferentes conceptos, supuestos y marcos de referencia. Un claro ejemplo es que se ha pasado de la teoría que concibe el movimiento migratorio como una decisión individual a entender la migración como una decisión de tipo familiar. De las teorías que analizan factores micros hasta aquellas que hacen énfasis en las necesidades estructurales de las economías industrializadas modernas, la globalización económica y la expansión del mercado más allá de los límites nacionales.

Es bueno aclarar que por distante que parezcan las teorías, estas se centran en algunos aspectos específicos o por lo menos se observa un asunto económico como común denominador, tal vez este sea la razón de su origen pero con la adición de otros aspectos como la familia e incluso a lazos ideológicos (generando por ejemplo el aprendizaje de otros idiomas, el manejo de otra moneda, etc.), con ocasión de la divulgación de los medios de comunicación de masas bajo la idea de un bienestar en el orbe que invita a emigrar.

Como se mencionaba anteriormente el cambio en las teorías que buscan explicar el fenómeno de la migración, pasando por la de Ravenstein (1889), conocida como teoría neoclásica de la migración, donde se concibe el movimiento migratorio como una decisión individual en aras de obtener mayores ingresos. Al respecto, la *Nueva Teoría Económica de Migración*, definida por la OIM (2001) como una decisión de tipo familiar tomada para minimizar los riesgos sobre los ingresos familiares o para reducir las restricciones de capital en la actividad productiva familiar. Por su parte, la *Teoría de Redes*, según Lozares (1996), señala que una vez iniciada la migración tiende a expandirse en el tiempo hasta que toda la gente que desea migrar pueda hacerlo sin dificultad, entonces la migración empieza a desacelerarse. Adiciona el hecho de que el volumen del flujo migratorio entre dos países no está tan relacionado con las diferenciales salariales o las tasas de empleo, porque cualquier efecto es disminuido por la caída de los costos y los riesgos que se origina en el crecimiento de las redes migratorias.

En general, las teorías planteadas, indican que los flujos de migración adquieren una cierta estabilidad y estructura a lo largo del tiempo y el espacio, sin que ello implique que los países

necesiten estar geográficamente cerca, ya que las migraciones pueden ser la respuesta a un cambio social, a las fluctuaciones económicas o los trastornos políticos.

Es así que las teorías actuales muestran un cambio dirigido a sostener las razones de la migración en una serie de factores soportadas en tendencias propias de las últimas décadas, adicionando las incidencias en el fenómeno migratorio producido por la globalización, la tecnología, los nuevos mercados, la política estatal entre otros. (Londoño, 2011)

En cuanto a las migraciones colombianas hacia al exterior han presentado una tendencia creciente desde inicios de los 70, en el caso de los Estados Unidos el aumento del flujo migratorio correspondió a una serie de reformas a la legislación migratorias , los inmigrantes colombianos se localizaron principalmente en los estados de Nueva York, debido a que presentaba excelentes oportunidades laborales y La Florida que ofrecía diversas oportunidades de emprender negocio debido a un gran número de población hispanoparlantes. A finales de los 90 se experimento una nueva oleada migratoria de colombianos hacia el exterior esta vez asociada a la crisis económica de fin de siglo y a los conflictos armados, la última oleada migratoria se presento en el año 2000 registrando el más alto número de colombianos que migraron hacia el exterior. Los migrantes colombianos en Estados Unidos fueron fuertemente golpeados por la crisis financiera del 2009, reduciéndose así el flujo migratorio y las remesas enviadas por los colombianos en el exterior a sus familias en Colombia.

1.1.1 Estado del Arte

Actualmente, se calcula que uno de cada 10 colombianos vive en el exterior, en donde los Estados Unidos son, sin lugar a dudas el primer y más importante lugar de destino de estos, cifra que convierte a Colombia en uno de los países con mayor flujo migratorio en Suramérica. Según la encuesta Nacional de Migraciones Internacionales y remesas 2009, al igual que el censo realizado por el DANE en el 2005, definen que hoy en día el principal motivo por el cual los colombianos emigran hacia el exterior es económico, en busca de mejores oportunidades laborales, en segundo lugar están las razones personales como el matrimonio y en tercer lugar se encuentran la formación y educación.

Se constata que a pesar de las medidas relativas al endurecimiento de los controles fronterizos y la política restrictiva de visados en nombre de la lucha antiterrorista expresadas en el Reform Act 2001 y en la Ley Antiterrorismo 2002 de los Estados Unidos, la migración desde Colombia continúa y seguirá fluyendo.

La Organización Internacional para las Migraciones (2001) señala que la dinámica de la migración colombiana, a diferencia de la migración que se da en otros países de América Latina, se presenta en diversos tipos, dimensiones y dinámicas.

Se da por un lado, la migración interna y por otro, la migración externa. Para el caso de la migración interna, su dinámica está caracterizada por el desplazamiento forzado interno y la migración externa está caracterizada por la migración de colombianos hacia otros países, es decir, por la migración internacional.

En el marco del fenómeno migratorio colombiano también se cuentan procesos de movilidad humana como consecuencia de la propia dinámica social y política del país como es el caso de las personas excombatientes y en proceso de reintegración a la vida civil.

De igual forma, tanto a nivel interno como internacional, el país registra víctimas de la trata de personas como delito asociado a la migración irregular.

Bajo este contexto, la complejidad del fenómeno migratorio colombiano no hace posible en muchas ocasiones que existan cifras exactas de cada tipo de migración, especialmente aquellas relacionadas con el número de víctimas de la trata de personas.

Sin embargo, existen datos y cifras oficiales que permiten una aproximación a las dimensiones del fenómeno especialmente en la migración internacional de colombianos.

Puyana Silva (2003), en la Revista *Civilizar* de la Universidad Sergio Arboleda, al referirse a las Pymes y su situación en Colombia, señala que en los últimos años, el gobierno, la academia y el sector privado, particularmente el financiero, han dirigido sus estrategias de apoyo y promoción de sus servicios hacia el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs), al darse cuenta que es en este sector empresarial donde se puede tener el pivote para alcanzar un acelerado crecimiento de nuestra economía y aunque siempre se habían considerado importantes, hoy han llegado a ser imprescindibles al proyectarse como una de las mejores opciones para lograr la plena reactivación de nuestra economía, aún con todas sus falencias como es la falta de gestión organizacional, financiera, comercial y administrativa.

Franco (2010), en su libro *El éxito de las pymes en Colombia: un estudio de casos en el sector salud*. Identifican y analizan los factores que determinan el éxito de las PYMES en Colombia,

tanto en lo referido a los factores internos como a lo externos, tomando como marco teórico de referencia la Teoría de Recursos y Capacidades y la Teoría Económica Institucional. Este documento incluye un estudio cualitativo profundizando en el análisis de cuatro empresas colombianas. Los resultados más relevantes indican que los factores que han determinado el éxito de estas pymes son el conocimiento y la experiencia del empresario, la reputación y el prestigio de la empresa, las medidas de apoyo y la especialización de la industria y la influencia de la comunidad en la cual desarrollan su actividad.

1.2 Planteamiento del problema

Las migraciones internacionales es un tema que concierne a todos, integrando asuntos normativos, sociales, políticos y económicos, de ahí que actualmente todos los países están involucrados en los desplazamientos de personas, ya sea como lugar de origen, de destino o de tránsito. Aquí vale la pena aclarar que cuando se menciona emigración se hace referencia a los flujos migratorios que salen de un país, e inmigración cuando llegan a su lugar de destino siendo ajeno al territorio de residencia.

Varlez (1927) en un artículo sobre Migraciones Internacionales, define al emigrante o inmigrante, como toda persona que abandona su país para establecerse en el extranjero, bien sea de una manera permanente o bien de una forma duradera, con objeto de satisfacer las necesidades que juzga esenciales.

Partiendo de esta definición, es importante aclarar tres aspectos de las migraciones internacionales:

1. Es netamente humano, es una movilización de factor humano que hacía parte de una sociedad o Estado.
2. Supone una movilización que traspasa fronteras. Con una particularidad internacional que traduce el cambio o transferencia de un país a otro.
3. A diferencia de otros fenómenos de movilidad humana como el turismo, las migraciones tienen cierta estabilidad en el país destino.

A grandes rasgos las consecuencias más marcadas para el país o lugar de emigración son: la disminución de la presión demográfica de los recursos, disminución de desempleo, las remesas

de dinero enviadas por los emigrantes, mayor homogeneidad cultural o política ya que emigran los ciudadanos descontentos e inconformes, aumento de la productividad a razón de aumentar la Población Económicamente Activa (PEA), y en especial importancia para esta investigación, y vista como una consecuencia muy positiva para el gremio de negociadores internacionales es: el aumento de las ventas en los países receptores de los emigrantes, tomados estos como unos consumidores potenciales.

No es novedad expresar que en un país extranjero donde habitan colombianos las relaciones serán en cierta medida más afines que con cualquier otro país o cultura y que estos emigrantes puedan significar no sólo beneficios para el país al que decidieron emigrar, sino que se puedan convertir en una oportunidad de dinamizar los negocios para los ciudadanos de su país origen.

Consecuentes con lo expresado se plantea la siguiente pregunta problema:

¿Qué relación comercial existe entre las pymes nacionales y el consumidor colombiano desde el punto de vista de los flujos emigratorios de Colombia a Estados Unidos?

1.3 Justificación

Justificación

El desarrollo de este proyecto permitirá realizar un análisis profundo de las principales ventajas que obtienen los empresarios colombianos al negociar con países donde hay un porcentaje importante de inmigrantes compatriotas, en este caso los Estados Unidos, principalmente en los estados de California, Texas, New York, Florida, Illinois, Arizona, Colorado, Washington DC, los cuales conforman un interesante mercado para las empresas nacionales que desean expandir su actividad, siendo estos resultados de gran beneficio especialmente para los futuros negociadores internacionales, quienes en pro del país actuarán conforme a lo desarrollado en este trabajo, y siendo también un aliciente para quienes ya se desenvuelven en el medio comercial.

Justificación teórica

A finales del siglo XX el término *transnacionalismo* se convierte en un nuevo actor internacional y hablar de este concepto, es hablar de un fenómeno social, cultural, económico y político directamente vinculado al proceso de globalización.

La transnacionalización incluye una compleja y heterogénea red de relaciones económicas, sociales, políticas y culturales que desbordan ámbitos geográficos y sociales limitados, lo que ha llevado a plantear el surgimiento de verdaderas formas sociales transnacionales, demostrando que, a medida en que se aceleran los intercambios de todo tipo, el Estado pierde su papel como actor más relevante del sistema y se le agregan a éste un sinnúmero de relaciones intersociales, las cuales tienen una gran importancia política y social.

No obstante, el colombiano se ha caracterizado por su adaptación al cambio y a las nuevas condiciones casi en un papel de sobreviviente, sin embargo, no por ello no deja de extrañar la música, la gastronomía y otras expresiones culturales, de su país de origen, las cuales de ser colocadas en el país receptor pueden constituirse en una alternativa de negocio para el empresario radicado en Colombia.

Justificación social

Cuando vislumbramos posibilidades de negocios comerciales con los países donde migran la mayoría de los colombianos, se está promoviendo en desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, ampliando su visión de empresas y motivándolas a continuar en su proceso de fortalecimiento y crecimiento, dándoles a conocer el entorno e impulsándolas a aprovechar estas oportunidades de negocio.

Justificación personal

En el ámbito personal, la importancia radica en la necesidad de innovar las estrategias para ser exitoso en el gremio de los negocios internacionales, con el fin de aplicar y dedicar esfuerzos a lo que en el transcurso de estos años se ha adquirido en conocimiento y formación. En el proceso de desarrollo de este proyecto, se espera lograr nuevos conocimientos adicionales y destrezas para hacer de la teoría analizada una experiencia real aplicada a un futuro plan internacional.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Establecer la relación comercial que existe entre las pymes nacionales y el consumidor colombiano desde el punto de vista de los flujos emigratorios de Colombia a Estados Unidos

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar los Estados norteamericanos en donde se concentra la mayor cantidad de emigrantes colombianos, nivel de ingresos y capacidad de compra
- Identificar la normatividad legal y disposiciones generales de los Estados Unidos referente al tema de inversión extranjera.
- Establecer que productos pueden ofrecer mayor oportunidad comercial para los pequeños y medianos empresarios colombianos en el mercado de emigrantes en Norteamérica, teniendo en cuenta el TLC vigente entre ambos países.

1.5 Marco metodológico

El trabajo se construye con base en los métodos deductivo, descriptivo y analítico. El primero porque se hace una reseña del fenómeno de las migraciones a nivel mundial y cada una de sus teorías; el segundo y tercero porque se pasa a describir como este fenómeno actúa con los colombianos y principalmente en países como Estados Unidos y España, es decir, de lo general se llega a lo particular.

Esta reseña implica describir las razones que motivan a los colombianos a emigrar y cómo es su forma de vida en el extranjero, para luego determinar mediante un análisis y establecer si los emigrantes colombianos pueden constituir una fuente de negocios internacionales para los empresarios colombianos.

Para su desarrollo en consecuencia, se recurre a fuentes secundarias, entre ellas libros, internet, revistas, periódicos.

1.5.1 Método

El método que se utiliza para abordar el objeto de estudio, es el descriptivo, que se usa para recolectar información, resumirla, y arrojar un análisis de la relación comercial entre las pymes nacionales y los migrantes colombianos en Estados Unidos.

Además, es realizado mediante un análisis cualitativo, partiendo de un conjunto de cifras y datos de diferente índole que giran entorno al tema, estableciendo conexiones que permita al lector realizar un análisis macro de la situación, gracias a los diversos estudios sobre migraciones, colombianos en el exterior, relación comercial con Estados Unidos, acuerdos vigentes e inversión extranjera

...

1.5.2 Metodología

Recolección de información Secundaria: Se realizará una investigación primero en internet, para conocer que estudios e investigaciones se han realizado anteriormente, acerca de las migraciones de colombianos a Estados Unidos. Después se consultara la cantidad estimada de colombianos en Estados Unidos, los estados donde se concentra la gran mayoría de estos, la capacidad de compra, hábitos de consumo, gustos y preferencias, con el fin de ir definiendo el perfil del consumidor colombiano allá. Por último, se buscara que empresas colombianas están ubicadas en Estados Unidos o cuales están abasteciendo el mercado de migrantes colombianos en este país. Índole

1.6 Alcances

Este trabajo cumple la función de analizar fuentes de información secundaria de los últimos 8 años, con el fin de dar a conocer una posible relación comercial entre los emigrantes colombianos a Estados Unidos, principalmente a California, Texas, New York, Florida, Illinois, Arizona, Colorado y Washinton DC, y las Pymes en Colombia, siendo este emigrante-compatriota un consumidor con un comportamiento interesante a explorar.

2.1.1 Ejecución del Proyecto

2.2 CAPITULO I

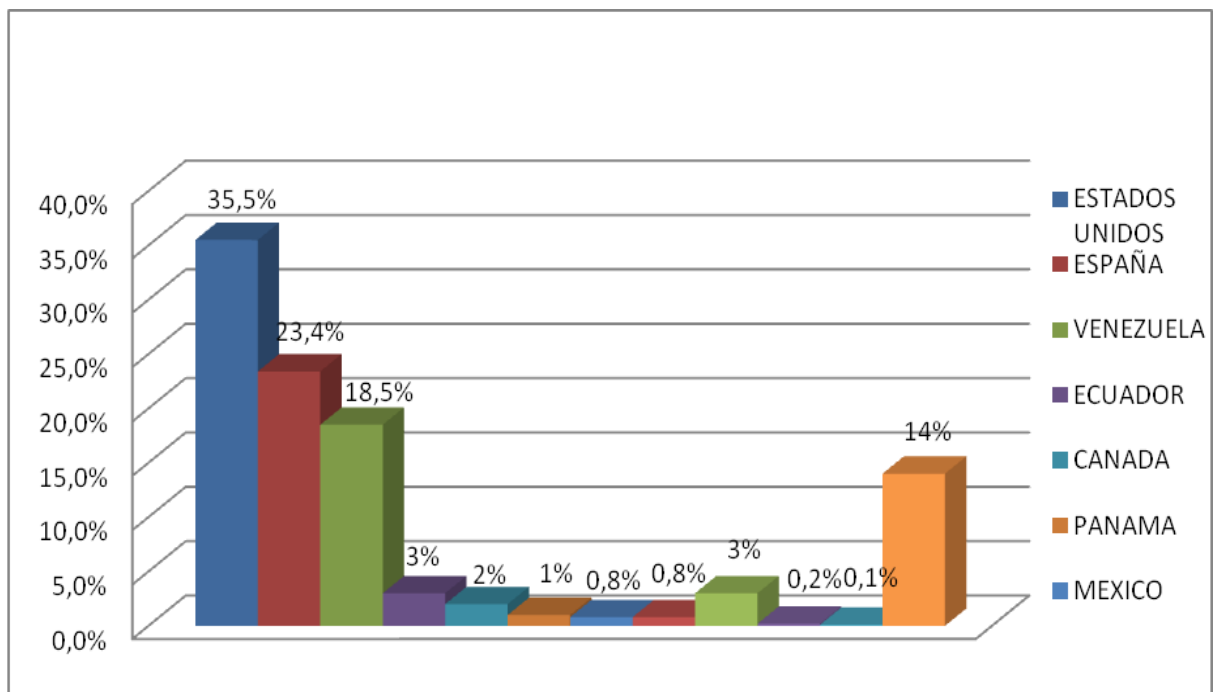
EMIGRANTES COLOMBIANOS EN ESTADOS UNIDOS: CONDICIONES DE RESIDENCIA

2.2.1 Cifras de emigraciones colombianas

Los datos sobre la migración en Colombia son obtenidos a partir del censo realizado en Colombia en el 2005. Como se puede observar en la gráfica 1, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), 3.331.107 colombianos residen en el exterior, es decir el 8,08% de la población total residente en el país.

López (2008), indican que “el censo permite establecer los principales destinos de la emigración de Colombia. Estados Unidos es el principal receptor de colombianos: el 35,3% de los emigrantes reside actualmente en este país. Le sigue España, con 23,4%, y en tercer lugar, Venezuela con 18,5%.”

Grafica 1: Proporción de Colombianos en el exterior 2005



Fuente: Elaboración propia con base en datos del DANE (2005).

Según un reporte del DANE (2009), el número total de colombianos en el exterior es de 3.378.345, es decir aproximadamente el 10% de la población del país, cuyos principales destinos de emigración son Estados Unidos, Venezuela y España. El 85.7 % de la emigración

es predominantemente económica, es decir, de migrantes en búsqueda de oportunidades laborales y mejores ingresos.

Ramírez (2010), con base en los datos de los *registros consulares* de colombianos, indican que los principales destinos continentales son América del Norte, América del Sur y Europa, tal como se puede apreciar en la tabla 1.

Tabla 1: Cifras de colombianos en el exterior por continente, 2008

CONTINENTES	REGISTROS CONSULARES DE COLOMBIANOS
América del Norte	533.189
América del sur	409.626
Europa	289.641
Centro América y el Caribe	24.514
Asia y Oceanía	15.993

Fuente: Elaboración propia con base en datos del documento electrónico *Perfil migratorio de Colombia, 2010*.

Por otra parte, de acuerdo a Rios (2010), en el estudio *The Hispanic Population* realizado en el censo de Estados Unidos, 50.5 millones de habitantes en el país norteamericano son hispanos o latinos, es decir el 16% de su población. De ellos, 908.734 son colombianos, que equivale al 1.8%, como se puede apreciar en la tabla 2.

Tabla 2: Lugar de procedencia de migrantes de Estados Unidos 2010

ORIGEN Y TIPO	2000		2010		CAMBIO, 2000 A 2010	
	NUMERO	PORCENTAJE DEL TOTAL	NUMERO	PORCENTAJE DEL TOTAL	NUMERO	PORCENTAJE DEL TOTAL
Sur America	1353562	3,8	2769434	5,5	1415872	104,6
Argentina	100864	0,3	224952	0,4	124088	123
Bolivia	42068	0,1	99210	0,2	57142	135,8
Chile	68849	0,2	126810	0,3	57961	84,2
Colombia	470684	1,3	908734	1,8	438050	93,1
Ecuador	260559	0,7	564631	1,1	304072	116,7
Paraguay	8769	0	20023	0	11254	128,3

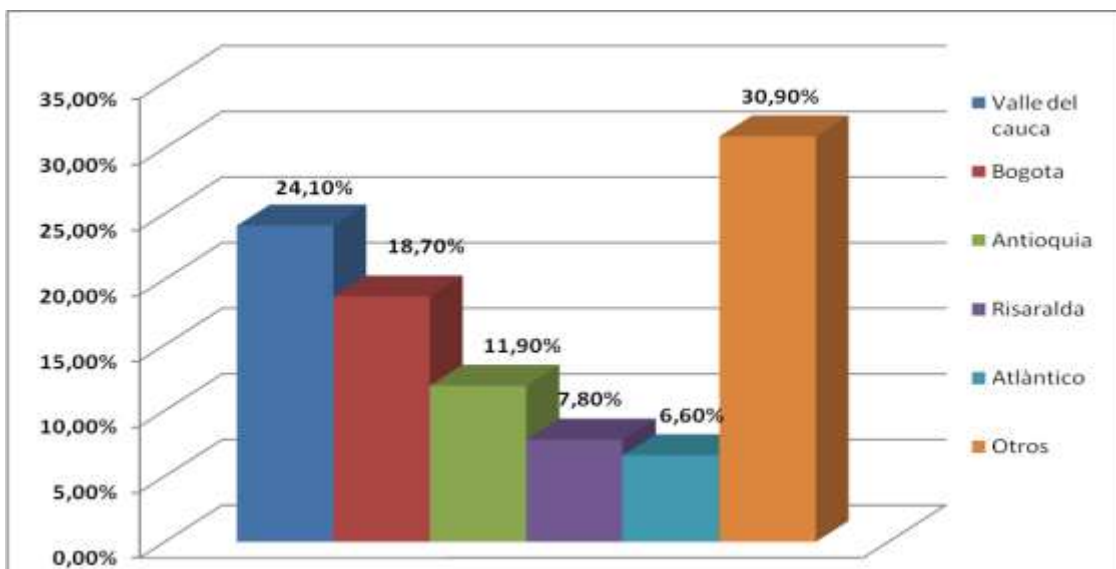
Fuente: Elaboración propia con base en datos del *The Hispanic Population*, censo Estados Unidos 2010.

Estados Unidos es el principal destino de emigración de los colombianos, ya que consideran que allí tienen la posibilidad de mejorar sus ingresos, lo cual da pie para centrar el análisis en los colombianos residentes en Estados Unidos, ya que representan una cifra importante que puede convertirse en un mercado potencial.

2.2.2 Procedencia de los Colombianos residentes en el Exterior

Según la gráfica 2 del censo del DANE de 2005, el principal departamento de donde provienen el mayor número de personas que residen en el exterior es el Valle del Cauca, con 24,10%, seguido de Bogotá con el 18,70%, Antioquia con el 11,90%, Risaralda con el 7,80% y Atlántico con el 6,60%.

Gráfica 2: Ciudades colombianas de donde emigra población al exterior, 2005



Fuente: Elaboración propia con base en datos del DANE, censo 2005.

Los colombianos que emigran a Estados Unidos provienen de algunas de las principales ciudades de Colombia, siendo el Valle del Cauca y Bogotá las que presentan el mayor número

de colombianos que migran. Es importante conocer estos datos, ya que se puede partir de estos para definir los perfiles del consumidor colombiano en Estados Unidos, según su lugar de origen se tiene más claridad de sus gustos, hábitos, costumbres y preferencias.

2.2.3 Emigrantes en Estados Unidos

2.2.3.1 Estados de EEUU donde residen más colombianos

Según un estudio realizado por Alvarado (2010) sobre los hispanos en EEUU, Nueva York y Florida son los estados con mayor número de colombianos. El cual se puede apreciar en la siguiente tabla 3:

Tabla 3: Estados de residencia de colombianos en EEUU, 2010

ESTADO	# DE COLOMBIANOS	PORCENTAJE (%)
California	76.783	8,24
Texas	65.038	6,98
New York	361.682	38,8
Florida	355.321	38,11
Llions	28.156	3,02
Arizona	9.817	1,05
Colorado	4.893	0,52
Washington DC	30.558	3,28

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Marketmedia Communications

2.2.3.2 Ciudades de EEUU donde residen más colombianos:

Además, en la tabla 4, se puede observar que la ciudad de Nueva York y la zona de Miami – Ft Lauderdale, son las zonas con mayor número de colombianos.

Tabla 4: Ciudades de residencia de los colombianos en EEUU, 2010

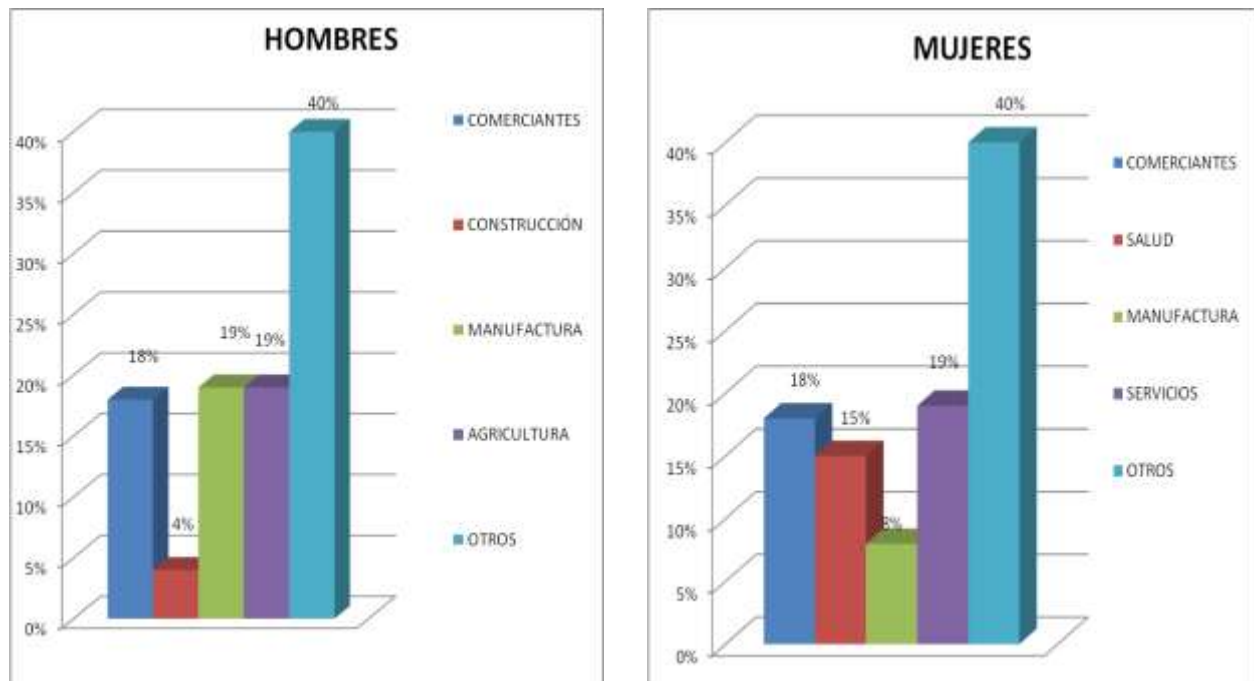
CIUDAD	# DE COLOMBIANOS	PORCENTAJE (%)
Los Ángeles	49.776	6,7
New York	361.682	48,3
Houston	40.798	5,5
Miami - Ft. Lauderdale	229.801	30,7
Chicago	28.156	3,8
Dallas - Ft. Worth	15.802	2,1
San Francisco - San José – Oakland	13.840	1,8
Phoenix	8.644	1,2

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Marketmedia Communications.

2.2.3.3 Ocupación laboral de los colombianos en Estados Unidos

Como se puede apreciar en la gráfica 3, la mayor parte de los hombres colombianos que están en Estados Unidos, laboran en los sectores de manufactura y agricultura. Las ocupaciones laborales de las mujeres son en los sectores de servicios y salud, según el estudio de la OCDE (2010).

Sin embargo la mayor parte de colombianos se ocupan laboralmente en otros empleos que se consideran informales, como son los oficios varios, cuidado de niños, adultos mayores, animales y arreglo de casas.

Gráfica 3: Distribución de los colombianos por actividad laboral en EEUU, 2001

Fuente: Elaboración propia con base en el estudio de la OCDE (2010), *Perspectivas Económicas de America Latina*.

No obstante lo mostrado en las gráficas y el bajo índice de actividades formales en relación con las actividades laborales informales, los colombianos ocupan los puestos laborales considerados entre los más calificados para la comunidad emigrante de Estados Unidos, esto puede significar una buena acogida de colombianos por el sector empresarial de este país.

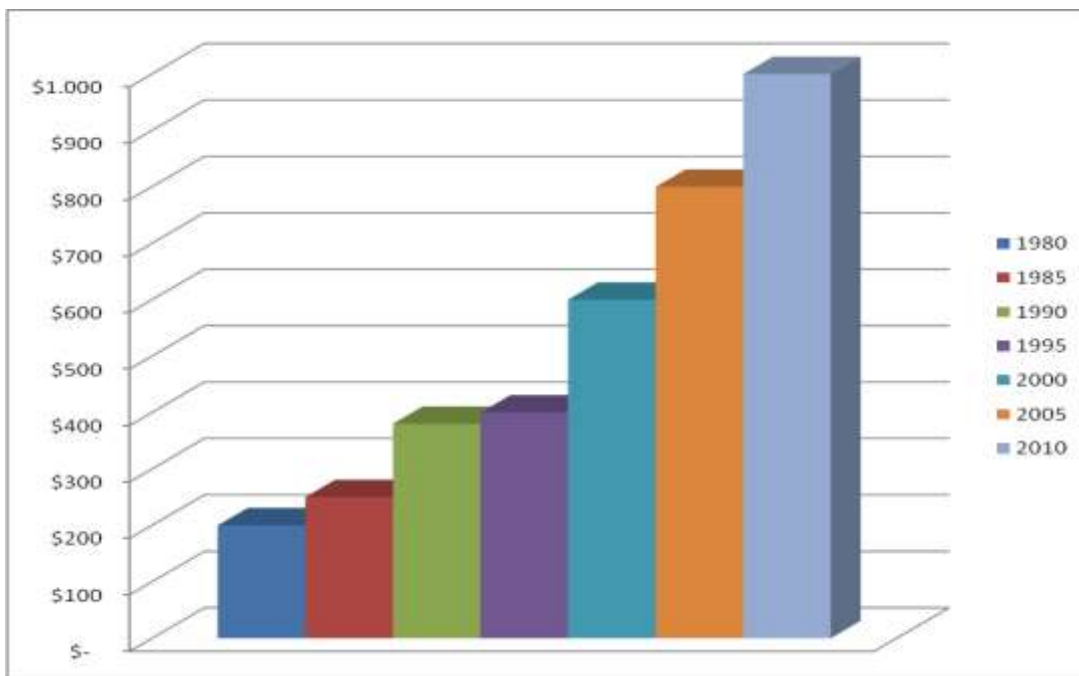
2.2.4 Ingresos promedio de los colombianos en Estados Unidos

Como hace referencia Dockterman (2011), en su artículo *Los hispanos de origen colombiano en los Estados Unidos*:

- Los **ingresos** personales de las ganancias anuales medianas para los colombianos mayores de 16 años y mayores fueron de US \$ 25.000 en 2009, los ingresos promedio para todos los hispanos en los EE.UU. fueron de \$ 20.000.
- **El nivel de pobreza.** El porcentaje de colombianos que viven en la pobreza, el 12%, es similar a la tasa para la población general de EE.UU. (14%) y menor que la tasa para los hispanos en general (23%).

Como lo estima Garcia (2009), en un estudio del poder de compra de los hispanos en Estados Unidos, el poder adquisitivo de los hispanos en el 2010 fue de USD 1000 mensual, y se estima que para el 2015 el poder de compra de los hispanos crezca hasta 1.5 billones de dólares; como se puede apreciar en la siguiente grafica 4.

Grafica 4: El poder de compra de los hispanos en Estados Unidos, 2010



Fuente: Elaboración propia con base en datos de Garcia, 2010.

El nivel de ingresos de los colombianos en Estados Unidos tiende a aumentar, lo que influye directamente en una capacidad de compra mayor y que posiblemente estén dispuestos a adquirir productos más por darse gusto que por necesidad.

2.2.5 Perfil Migratorio de Colombia

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) lidera diferentes informes e investigaciones en torno a las Migraciones a nivel mundial. En base al trabajo de Ramirez (2010), sobre el *Perfil Migratorio de Colombia*, se rescatan aquí los aspectos más relevantes:

- Las principales causas de emigración colombiana son de tipo económicas, familia y por seguridad, en su orden.
- Las migraciones de tipo económico son impulsadas por el deseo de obtener mayores ingresos y mejor calidad de vida, oportunidades que no han encontrado en su país natal debido a las situaciones que afronta.
- Como consecuencia de dichas migraciones, hay pérdida del capital humano colombiano, observando un número importante de personas con formación calificada que generalmente no retornan a su país de origen (Colombia).

2.2.5.1 Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005

Tabla 5: Motivos de emigrantes para vivir en el exterior antes y después de 2005.

MOTIVO	ANTES DE 2005	A PARTIR DE 2005	TOTAL
Económico, laboral	87,4	82,7	85,7
Matrimonio, reunificación familiar	6,8	6,9	6,8
Estudio	2,8	6,9	4,3
Conocer, aventurar	2,2	2,2	2,2
Seguridad, otro	0,8	1,3	1,0
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la fuente, *Perfil Migratorio de Colombia* 2010.

2.3 CAPÍTULO II

**NORMATIVIDAD PARA INVERTIR Y
HACER NEGOCIOS EN LOS ESTADOS
UNIDOS**

2.3.1 Marco Legal de la Inversión Extranjera en los Estados Unidos

Según la Guía para Exportar a Estados Unidos de Proexport Colombia (2008) La economía de los Estados Unidos es calificada de abierta y desregulada, en términos generales la inversión extranjera se encuentra con un ambiente favorable para los negocios, ya que no existen restricciones a la participación de extranjeros en compañías estadounidenses ni a la propiedad extranjera de estas, aunque se encuentran excepciones en algunos sectores por razones de seguridad nacional: defensa, comunicaciones, transporte aéreo, navegación de cabotaje interior y exterior, energía tanto convencional como nuclear, minería, algunas áreas relacionadas con la ciencia y la investigación científica y tecnológica, servicios de aviación y telecomunicaciones.

Las inversiones extranjeras en algunas de estas áreas, deben ser revisadas por el Comité para las Inversiones Extranjeras de los Estados Unidos (CFIUS), el cual es regulado por el Departamento del Tesoro. A su vez, el Departamento de Agricultura, el Departamento de Comercio y el Ministerio de Hacienda pueden exigir una serie de reportes anuales por parte de las empresas americanas que pertenezcan a extranjeros.

Además Estados Unidos no aplica por norma general, control de cambios, y los inversores extranjeros pueden repatriar libremente capitales, préstamos y beneficios. Algunos pagos, como dividendos e intereses, pueden estar sujetos a retención fiscal. Todas las transacciones de más de 10.000 dólares deben notificarse a Hacienda. Las personas que entren o salgan del país con más de 10.000 dólares en efectivo, ya sea en dólares o en moneda extranjera, deben presentar una declaración ante Aduanas al respecto.

En cuanto a los incentivos otorgados a la inversión extranjera, los más comúnmente utilizados por los estados, condados o municipios que compiten por la presencia de una determinada empresa en su jurisdicción son los beneficios fiscales y condiciones favorables para la financiación de la inversión. Asimismo, en algunos casos existen incentivos por la creación de empleo y la formación profesional.

2.3.1.1 TLC Estados Unidos y Colombia: Disposiciones a la inversión extranjera

De acuerdo al texto final del acuerdo (2011) del Tratado de Libre Comercio firmado entre Estados Unidos y Colombia aprobado el 12 de octubre de 2011, en su capítulo 10 brinda algunas disposiciones a las inversiones extranjeras en ambos países en el que se estipula que cada parte concederá a las inversiones e inversionistas de la otra parte un trato no diferente al que se le da a los inversionistas nacionales y de otros países en cuanto a establecimiento, adquisición, expansión, administración, operación entre otros. Cada parte concederá a las inversiones cubiertas un trato justo y equitativo así como protección y seguridad plenas.

2.3.2 Modos de negocio en los Estados Unidos

2.3.2.1 Como Crear un Negocio en los EEUU

Como hace referencia la Guía para exportar a Estados Unidos de Proexport Colombia (2008) En Estados Unidos las normas y leyes que regulan las sociedades son establecidas por cada uno de los Estados, pero aunque pueden existir algunas diferencias entre cada uno las estructuras empresariales y procedimientos suelen ser prácticamente los mismos en todo el país.

Según Proexport Colombia (2008) Existen varias estructuras jurídicas para la creación de sociedades

Sociedad Anónima (Corporation C): Consiste en una organización cuya entidad jurídica es separada y distinta a la de sus accionistas, no requiere un capital mínimo para su constitución y los requisitos para su formación son mínimos, debe pagar impuestos federales sobre sus ganancias.

Sociedad Anónima (Corporation S): Se diferencia de la Corporación C básicamente en el tratamiento fiscal, ya que no paga impuestos sobre las ganancias corporativas, son los accionistas los que deben pagar impuestos sobre los beneficios obtenidos. Ninguno de sus accionistas puede ser extranjero o no residente de EEUU.

Sociedad Colectiva (General Partnership): Se trata de la asociación de dos o más personas o entidades, en donde todos los socios tienen responsabilidad ilimitada y no requiere de un mínimo de capital suscrito por los socios.

Sociedad Comanditaria (Limited Partnership): Se basa en uno o más socios de responsabilidad ilimitada quienes son los responsables de las deudas y obligaciones de la sociedad y uno o más socios con responsabilidad limitada a sus respectivos aportes de capital. Estos últimos no pueden participar activamente de la gestión de la sociedad.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (Limited Liability Company (LLC)): Son formaciones empresariales muy flexibles, en cuya organización se incurren en mayores gastos, la responsabilidad de los propietarios es limitada.

Propietario individual (Sole Proprietorship): Es el tipo de organización más recomendado para el inicio de una actividad empresarial a pequeña escala. El propietario es el responsable de todas las obligaciones que genere su negocio.

Sucursal de una empresa extranjera (Branch): Consiste en una extensión de una sociedad extranjera. Al no ser una sociedad constituida en Estados Unidos no tiene que cumplir con todas las formalidades legales de constitución, pero debe gestionar una autorización para operar en el estado en donde vaya a establecerse.

Se exige que se lleven libros y registros para conocer la procedencia de los ingresos de la sucursal. Además según la Guía para exportar a Estados Unidos realizada por Proexport Colombia existen otras formas diferentes de distribuir los productos Colombianos en el país del Norte.

Agentes, Distribuidores o socios: Es una de las formas más económicas de realizar la distribución en los Estados Unidos, al agente o distribuidor será el representante de los productos y podrá encargarse también de los trámites de importación. El agente incrementará entre un 10% y un 12% el precio del producto. Por otro lado esta forma de distribución puede presentar algunos inconvenientes como el marketing e introducción del producto al mercado y el servicio posventa.

Franquicias: Otra forma de negocio en EEUU es la compra y venta de franquicias en el cual una compañía cede a otra organización el derecho de vender sus productos bajo su mismo nombre, técnicas de producción, marketing o modelo de negocio en general. Archie's Pizza y Sandwich Qbano son dos de las franquicias colombianas dedicadas a la comida rápida que hacen hoy presencia en Estados Unidos

Licencias: También se pueden realizar un contrato de licencia donde una empresa otorga la licencia (cesionista) que permite a otra (Concesionario) utilizar su propiedad intelectual a cambio de unas regalías.

2.3.3 Facilidad para hacer negocios en Estados Unidos (Doing Business)

De acuerdo con el Doing Business (2012) Estados Unidos se encuentra entre uno de los mejores países para realizar negocios, encontrándose en el puesto 4 entre 183 países, mientras Colombia se encuentra en el puesto 42.

En las siguientes tablas se detallan los principales indicadores por cada tema.

Tabla 6: Clasificación Doing Business 2012 por categoría.

CLASIFICACIÓN DE LA CATEGORÍA	EEUU	COLOMBIA
Apertura de un negocio	13	65
Manejo de permisos de construcción	17	29
Obtención de electricidad	17	134
Registro de propiedades	16	51
Obtención de crédito	4	67
Protección de los inversores	5	5
Pago de impuestos	72	95
Comercio transfronterizo	20	87
Cumplimiento de contratos	7	149
Resolución de la insolvencia	15	12

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

Tabla 7: Apertura de un negocio, 2012

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Procedimientos (número)	6	9
Tiempo (días)	6	14
Costo (% de ingreso per cápita)	1,4	8
Requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita)	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

De acuerdo con la tabla 7, la apertura de un negocio en Estados Unidos requiere de 6 procedimientos en total para que un empresario pueda abrir y operar una empresa, como lo son la obtención de licencias, inscripción ante autoridades, permisos, entre otros, en los cuales se gastara un promedio de 6 días para realizarlos y un 1.4% del ingreso per cápita.

Tabla 8: Manejo de permisos de construcción, 2012

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Procedimientos (número)	15	8
Tiempo (días)	26	46
Costo (% de ingreso per cápita)	12,8	338,9

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

En cuanto al manejo de permisos de construcción en Estados Unidos, la tabla 8 detalla que se requiere realizar 15 procedimientos entre ellos presentación ante las autoridades de todos los documentos específicos del proyecto de obra, la obtención de autorizaciones, licencias, permisos y certificados, la aprobación de todas las notificaciones necesarias y la recepción de todas las visitas de inspección exigidas, para que una empresa pueda comenzar a construir un almacén, estos procedimientos pueden llevarse a cabo en aproximadamente 25 días, con un costo de 12.8% del ingreso per cápita.

Tabla 9: Obtención de electricidad, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Procedimientos (número)	4	5
Tiempo (días)	68	165
Costo (% de ingreso per cápita)	16,8	1.081

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

Referente al tema de obtención de electricidad, la tabla 9 muestra que son necesarios 4 procedimientos para que una empresa pueda obtener conexión y suministro de electricidad en su almacén, en el caso de ser una construcción nueva, entre los tramites se encuentran la solicitud y la firma de contratos con empresas de suministro de electricidad, las inspecciones y autorizaciones necesarias. Para lograr lo anterior se gastaran alrededor de 68 días a un costo del 16.8% del ingreso per cápita.

Tabla 10: Registro de propiedades, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Procedimientos (número)	4	7
Tiempo (días)	12	15
Costo (% del valor de la propiedad)	0,8	2,0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

Para el registro de propiedades, es decir la adquisición de una propiedad en EEUU, se deben llevar a cabo 4 procedimientos como lo muestra la tabla 10, entre los cuales se encuentran, obtención de documentos, estudios de titularidad, registro, entre otros, dichos tramites necesitaran de 12 días para ser llevados a cabo y un costo del 0.8% del valor de la propiedad.

Tabla 11: Obtención de crédito, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Índice de fortaleza de los derechos legales (0-10)	9	5
Índice de alcance de la información crediticia (0-6)	6	5
Cobertura de registros públicos (% de adultos)	0	0
Cobertura de organismos privados (% de adultos)	100	71,2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Doing Business 2012.

La tabla 11, muestra el índice de fortaleza de los derechos legales que trata principalmente de la protección de los derechos de los acreedores y deudores en una transacción, el cual para Estados Unidos es 9, en una calificación de (0- 10) donde 10 es el máximo. Por otra parte se observa el índice de alcance de información crediticia que mide la transparencia, cobertura, alcance y accesibilidad en la información crediticia, el cual es de 6(puntaje mayor) en EEUU.

Tabla 12: Protección de los inversores, 2012

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Índice de grado de transparencia (0-10)	7	8
Índice de responsabilidad del los directores (0-10)	9	8
Índice de facilidad para juicios de accionistas (0-10)	9	9
Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	8,3	8,3

Fuente: Elaboración propia en base a datos del *Doing Business* 2012.

En la tabla 12, se pueden observar los índices de protección a los inversores los cuales miden el nivel de protección que disponen legalmente los accionistas minoritarios contra el uso abusivo de los activos de una compañía por parte de los directores para beneficio propio. Los

indicadores distinguen tres dimensiones de protección de los inversores: índice del grado de transparencia, índice del grado de responsabilidad de los directores y el índice de la facilidad para juicios de accionistas.

Tabla 13: Pago de impuestos, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Pagos (numero por año)	11	9
Tiempo (horas por año)	187	193
Impuesto a las ganancias (%)	27,6	18,9
Impuestos laborales y contribuciones (%)	10	28,8
Otros impuestos (%)	9,1	27,1
Tasa de impuestos total (% de ganancia)	46,7	74,8

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

En cuanto al pago de impuestos en los Estados Unidos, la tabla 13 visualiza que se deben realizar en promedio 11 pagos de impuestos durante el año, invirtiendo en estos trámites aproximadamente 187 horas al año, los empresarios deben pagar en totalidad 46.7% de impuestos sobre las ganancias, teniendo en cuenta los impuestos a las ganancias, laborales y otros.

Tabla 14: Comercio transfronterizo, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Documentos para exportar (numero)	4	5
Tiempo para exportar (días)	6	14
Costo de exportación (US\$ por contenedor)	1.050	2270
Documentos para importar (numero)	5	6
Tiempo para importar (días)	5	13
Costo de importación (US\$ por contenedor)	1.315	2830

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

La Tabla 14 nos muestra los indicadores relacionados con el comercio transfronterizo es decir exportación e importación. Se puede observar que para la exportación de un producto en EEUU, se deben diligenciar 4 documentos, que el trámite dura 6 días y el costo es de 1.050 usd por contenedor, por su parte la importación requiere de 5 documentos, 5 días de operación y su costo es de 1.315 usd aproximadamente.

Tabla 15: Cumplimiento de contratos, 2012.

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Tiempo (días)	300	1346
Costo (% de cantidad demandada)	14,4	47,9
Procedimientos (número)	32	34

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

Referente al cumplimiento de contratos que miden la eficiencia del sistema judicial en la resolución de una disputa comercial, en la tabla 15 se puede observar que el tiempo para la resolución de estos es de 300 días aproximadamente, se requiere de 32 procedimiento para llevarlo a cabo, con un costo de 14.4% sobre la cantidad demandada.

Tabla 16: Resolución de la insolvencia, 2012

INDICADOR	ESTADOS UNIDOS	COLOMBIA
Tiempo (años)	1,5	1,3
Costo (% de los bienes)	7	1
Tasa de recuperación (centavos por dólar)	81,5	82,2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *Doing Business* 2012.

Por último, en la tabla 16, se observan los indicadores para la resolución de insolvencias, es decir cierre de una empresa, el cual necesita de 1.5 años para llevarse a cabo, con un costo del 7% de total de bienes del deudor y una tasa de recuperación del 81.5%, que se refiere a los centavos por dólar recuperados por el acreedor.

**2.4 CAPÍTULO III.
TRATADO COMERCIAL COLOMBIA –
ESTADOS UNIDOS**

2.4.1 Contextualización del TLC Colombia - EEUU

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo señala la importancia de los Tratados de Libre Comercio y especialmente el de Colombia con Estados Unidos radica principalmente en las preferencias arancelarias permanentes y sin barreras de acceso a países industrializados, en este caso Estados Unidos, que acceden los colombianos para exportar sus productos en el mercado más grande del mundo, con un PIB per cápita de 47.000 dólares y con más de 310 millones de habitantes. Además influye positivamente en el aumento del comercio local e internacional, generación de empleo y mayores ingresos, proporcionando bienestar a la población colombiana.

Como lo indica el artículo el ABC del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el portal del Ministerio de Comercio Industria y Turismo www.mincomercio.gov.co los productos que se espera sean los más beneficiados con este acuerdo comercial bilateral son: las frutas, hortalizas, lácteos, productos cárnicos y tabaco, azúcar y sus derivados, etanol, aceite de palma y sus derivados, preparaciones alimenticias, pastas y galletería, cacao y chocolate, panela, hierbas aromáticas, café y algodón entre otros productos colombianos altamente competitivos y que podrían tener en el mercado estadounidense un gran campo de acción. Además de los productos que venían gozando de preferencias arancelarias gracias a la Ley Andina de Preferencias Arancelarias y Erradicación de la Droga - ATPDEA (flores, confecciones, tabaco, cacao, plásticos y manufacturas de cuero, entre otros)

A grandes rasgos, el TLC con Estados Unidos significa un escenario abierto para que los colombianos aprovechen las oportunidades comerciales con este país, y si bien hay mucho camino por recorrer en el tema de preparación empresarial, de infraestructura, capital humano y demás, este ya es un hecho a partir del 15 de mayo del año en curso.

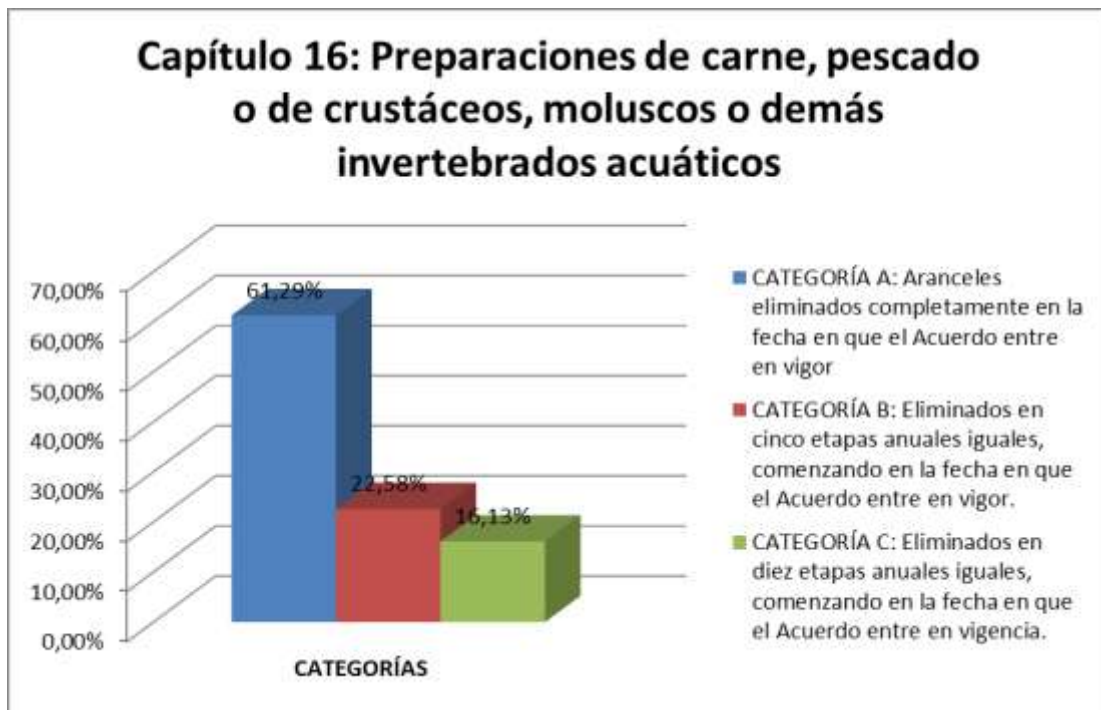
2.4.2 Eliminación arancelaria TLC

A partir de Texto Final del Acuerdo en el portal www.tlc.gov.co y según las Listas de Desgravación, se observan en las siguientes gráficas las categorías de desgravaciones arancelarias que cobija el TLC EEUU – Colombia, especialmente para los productos

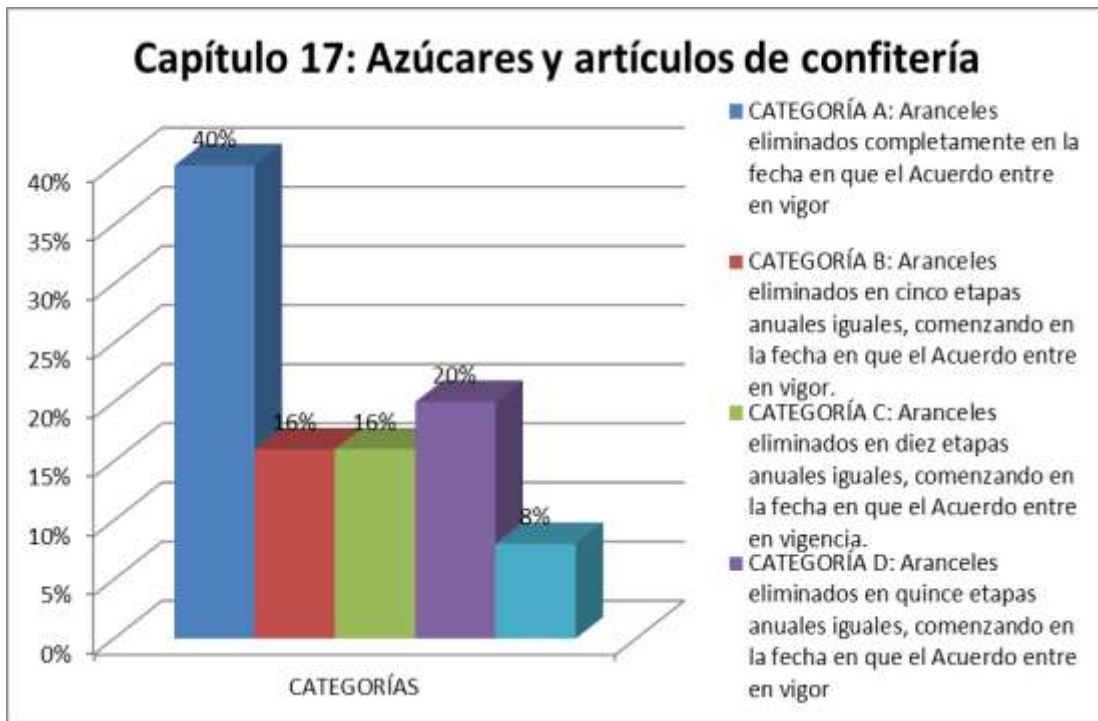
alimentarios manufacturados, siendo estos el principal objeto de estudio por generar lazos más fuertes con el consumidor migrante en Estados Unidos.

Podemos apreciar en cada capítulo, a partir del porcentaje mayor según las categorías, si los productos cobijados en el TLC serán desgravados en su totalidad o parcialmente en 5, 10 o 15 etapas. Esto con el fin de identificar el grupo de productos que tendrán mejores beneficios inmediatos en el tema arancelario, y que podrán ser traducidos en oportunidades comerciales para las PYMES colombianas con actividades económicas similares.

Gráfica 5: Desgravaciones arancelarias de preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, capítulo 16.



Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 16.

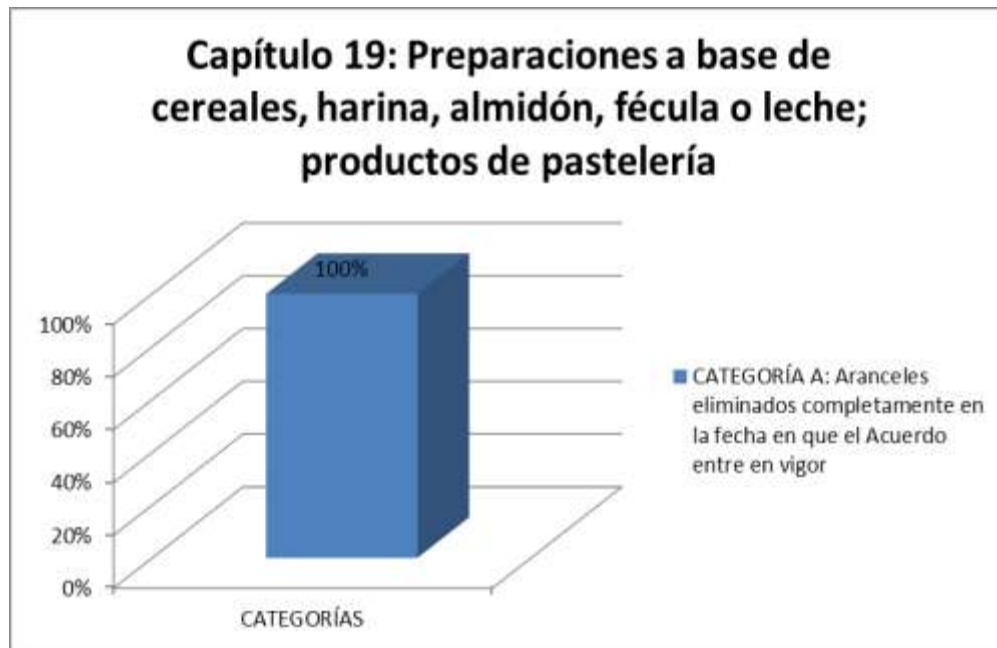
Gráfica 6: Desgravaciones arancelarias de azúcares y artículos de confitería, capítulo 17

Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 17

Gráfica 7: Desgravaciones arancelarias del cacao y sus preparaciones, capítulo 18.

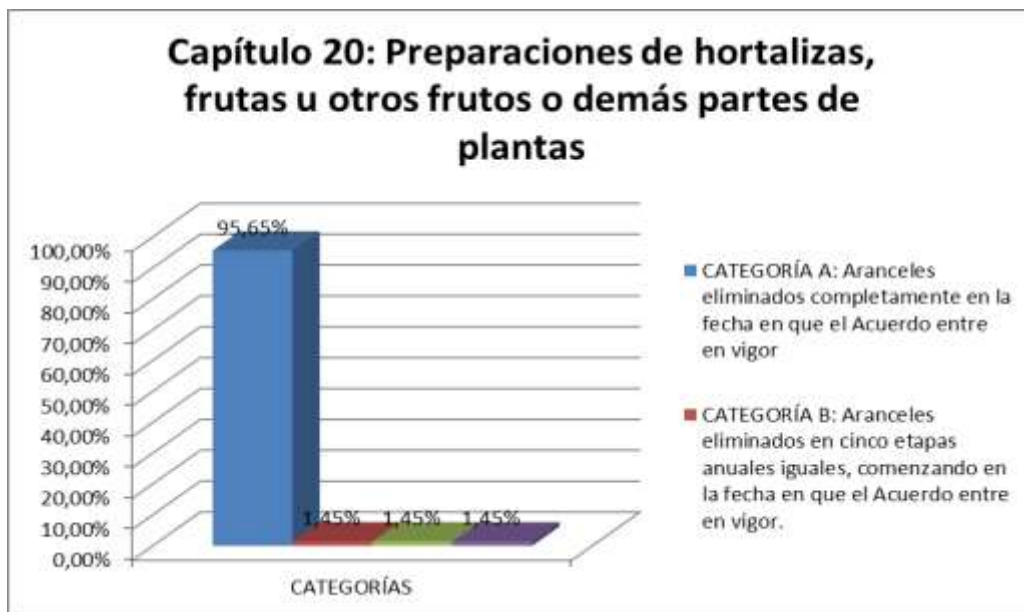
Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 18

Gráfica 8: Desgravaciones arancelarias de preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería, capítulo 19

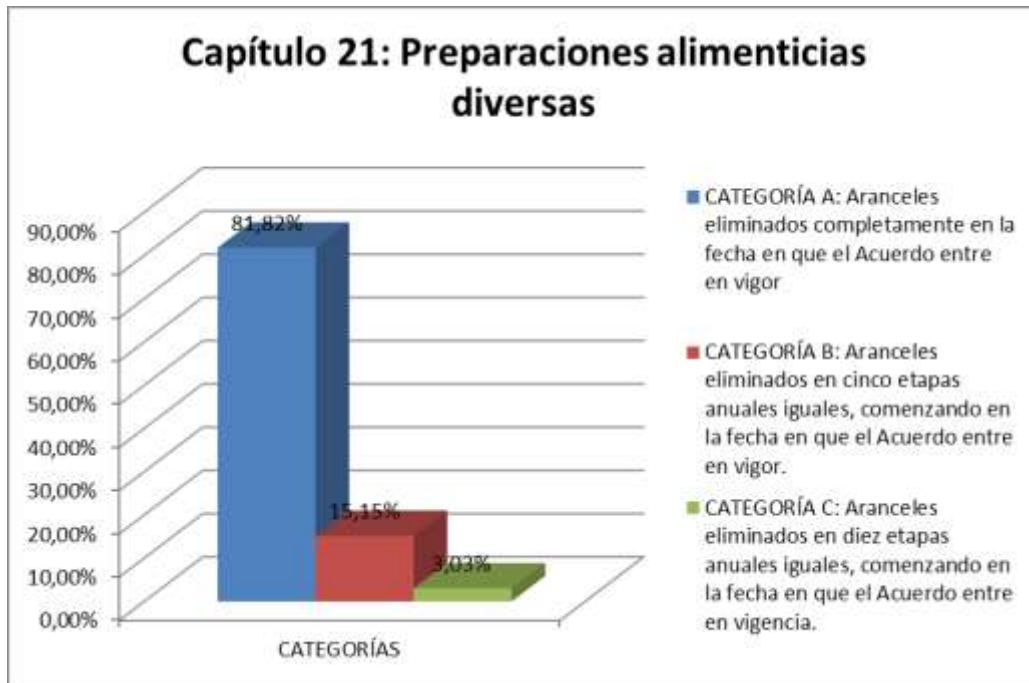


Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 19

Gráfica 9: Desgravaciones arancelarias de preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, capítulo 20



Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 20.

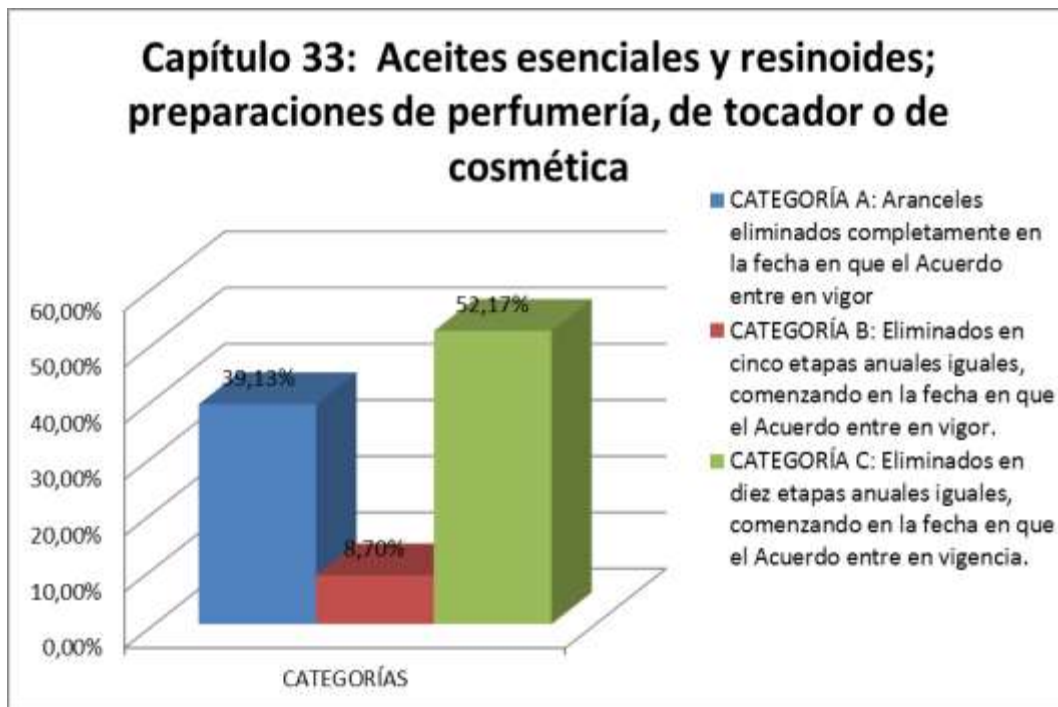
Gráfica 10: Desgravaciones arancelarias de preparaciones alimenticias diversas, capítulo 21

Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 21

Gráfica 11: Desgravaciones arancelarias de bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, capítulo 22

Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 22.

Gráfica 12: Desgravaciones arancelarias de aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, capítulo 33



Fuente: Elaboración propia de las desgravaciones arancelarias del capítulo 33

2.4.2.1 Productos con potencial en EEUU

Según un estudio que realizó la empresa consultora Araujo Ibarra Asociado S.A, (2006) son 599 los productos colombianos con mayor potencial de demanda en los Estados Unidos, de diferentes sectores económico como:

- Pecuario
- Agrícola
- Agroindustrial
- Químico – farmacéutico
- Plástico y caucho
- Cuero y sus manufacturas
- Madera y sus manufacturas
- Pulpa, papel

- Editorial y artes gráficas
- Textiles
- Confecciones
- Calzado
- Minerales no metálicos
- Metales preciosos y joyería
- Metales comunes y sus manufacturas
- Maquinaria y equipo mecánico
- Equipo para transporte
- Instrumentos de óptica, médico quirúrgica y veterinario
- Muebles, artículos para cama y alumbrado
- Manufacturas diversas

Para el sector agroindustrial, se observan productos colombianos con significativas exportaciones hacia Estados Unidos y que han sido identificados como productos potenciales en dicho mercado. Para mencionar algunos, tenemos: Cacao en polvo, en pasta, chocolates y demás preparaciones con cacao, mezclas para la preparación de productos de panaderías, barquillo y obleas, reposterías, tortas y productos horneados, pan, galletas, patatas, jugos de manzana, bebidas suaves carbonatadas, entre otras.

La información completa de este estudio se encuentra en el Anexo A: 500 productos seleccionados con potencial de demanda en EEUU y de oferta en Colombia, clasificados por sectores.

2.4.3 Entidades de apoyo a los colombianos en EEUU

2.4.3.1 Embajadas y consulados

En general, la misión de las Embajadas de Colombia en los diferentes países, es la de representar al gobierno de Colombia sirviendo como un puente entre ambos países, en este caso Colombia – Estados Unidos, en busca de promover las relaciones bilaterales, ampliar el intercambio comercial y la exploración de nuevas formas de cooperación.

Además, como lo indica el Consulado General Central de Colombia en Miami – Florida, en su portal www.consuladodecolombia.com promueven la imagen de Colombia y su cultura y sirve

como un asistente consular a los ciudadanos colombianos que viajan o que viven actualmente en los Estados Unidos.

Por su parte, los consulados en Estados Unidos, como una dependencia del ministerio de relaciones exteriores de Colombia, se encargan de asesorar y asistir a los colombianos que se encuentran en este país. Entre sus funciones está la de tramitar visas y permisos especiales. (Consulado General Central de Colombia Miami – Florida)

- Embajada de Colombia en Washington
www.colombiaemb.org
- Consulado de Colombia en Atlanta
www.consuladodecolombiaatlanta.com
- Consulado de Colombia en Boston
www.consuladodecolombiaboston.com
- Consulado de Colombia en Chicago
www.consulcolombia.us
- Consulado de Colombia en Houston
www.colhouston.org
- Consulado de Colombia en Los Angeles
www.consuladocolombia.org
- Consulado de Colombia en Miami
www.consuladodecolombia.com
- Consulado de Colombia en Nueva York
www.consuladodecolombiany.com
- Consulado de Colombia en San Francisco
www.consuladocolombiasf.com
- Consulado de Colombia en Washington
www.colombiaemb.org

2.4.3.2 Presencia Comercial PROEXPORT

En Estados Unidos, Proexport cuenta con una oficina comercial, ubicada en Miami y dos representaciones comerciales, una en Nueva York y la otra en Washington, con el fin de

“ofrecer apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios”, como lo menciona Proexport en su portal www.proexport.com.co/red-de-oficinas

▪ **MIAMI**

Directora: Carmenza Jaramillo Gutiérrez

miami@proexport.com.co

601 Brickell Key Drive, Suite 608, Miami, FL 33131

▪ **NUEVA YORK**

newyork@proexport.com.co

140 East 57th, Street 2nd Floor, New York, N.Y. 10022

▪ **WASHINGTON**

coltrade@coltrade.org

1901 L Street N.W, Suite 700, Washington D.C. 20036

Gracias a la presencia de Proexport Colombia en Estados Unidos, y la labor en ser un promotor de las industrias colombianas, se pueden apreciar diferentes oportunidades para los colombianos en este país.

Según Jaime Echavarría, Proexport USA (2012), se prevén oportunidades para el sector de autopartes, materiales de construcción con valor agregado, servicios médicos y BPO, prendas de vestir con valor agregado.

Referente a la agroindustria, se menciona en el portal de Proexport www.proexport.com.co “...el tema nostálgico sigue siendo pesado, somos dos millones y medio de colombianos en la industria, 50 millones de hispanos, entonces el tema nostálgico o productos nostálgicos sigue teniendo un impacto en el tema de agroindustria...”

2.4.3.3 Fondo Internacional de Garantías para Colombianos en el Exterior FIG-COL

Martínez (2011) señala lo siguiente:

El Fig- Col es un instrumento financiero para dinamizar el acceso a crédito de los migrantes.

Según un Decreto del Congreso en la sesión plenaria al proyecto de ley 214 de 2011. El Fondo Internacional de Garantías para colombianos en el exterior, es creado como instrumento impulsado por la Organización Internacional para las Migraciones, OIM, que permite el aval al ciudadano que planifica su retorno y requiere crédito en el exterior para financiar la adquisición de vivienda o la formación de tejido productivo en el retorno.

Además, se decreta también el acompañamiento y difusión de los beneficios anteriormente mencionados a las delegaciones diplomáticas, embajadas y consulados a responsabilidad del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Este apoyo a los colombianos en el exterior mejora su bienestar, tanto en el país de origen como de destino, permitiendo “préstamos de bancos internacionales hasta por 40.000 euros, a colombianos radicados en el exterior que quieran comprar casa en Colombia” Y en palabras del oficial de migraciones de la OIM (Organización Internacional para las Migraciones), Jorge Baca, “permite construir un patrimonio en el país de origen, que es una de las condiciones que facilitan el retorno de las personas.” Revista Dinero www.dinero.com

2.4.3.4 Organización Internacional para las Migraciones - OIM

La OIM – Organización Internacional para las Migraciones fue creada en 1951 con el ánimo de promover las migraciones humanas ordenadas que generen beneficio para todos y para ello trabaja desde un asesoramiento y diversos servicios tanto a migrante como a los gobiernos.

Como lo señala en su portal La Organización Internacional para las Migraciones www.iom.int “La labor de la OIM consiste en cerciorarse de una gestión ordenada y humana de la migración; promover la cooperación internacional sobre cuestiones migratorias; ayudar a encontrar soluciones prácticas a los problemas migratorios: y ofrecer asistencia humanitaria a los

migrantes que lo necesitan, ya se trate de refugiados, de personas desplazadas o desarraigadas.”

2.4.4 Exigencias y requisitos de la entrada para los alimentos en Estados Unidos

Según la guía para exportar a Estados Unidos de proexport (2008) Para ingresar al mercado de los Estados Unidos, los empresarios colombianos de alimentos deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La leche, queso, lácteos están sujetos al cumplimiento de los requisitos establecidos por el FDA (Food and Drug Administration) y el departamento de agricultura de los Estados Unidos y su importación esta sujeta a permisos de dichas entidades. Los quesos regularmente requieren de licencia de importación y están sujetos a cuotas del departamento de agricultura.
- Las Frutas, verdura y nueces requieren de la inspección y visto aprobatorio a la importación por parte del FDA, se puede obtener mas información sobre requerimientos adicionales en el departamento de agricultura.
- Las importaciones de alimentos son controladas por el FDA, específicamente por la ley "Federal Food, Drug, and Cosmetic Act" , documento en el cual se prohíbe la importación de productos que presenten algún tipo de adulteración o condiciones antihigiénicas. Estos productos están sujetos a inspección en el momento de entrada al país.

2.4.4.1 Bioterrorismo en Estados Unidos LEY 107-188

De acuerdo con Proexport (2008) Esta ley adoptada por el gobierno estadounidense en el 2002, incorpora nuevas disposiciones para todas las importaciones o tránsito de alimentos por el territorio de los Estados Unidos, y es el FDA la entidad encargada de su regulación y cumplimiento.

Registro: Los productos Agroindustriales exportados a Estados Unidos deberán ser registrados ante el FDA.

Requisitos para las empresas: Las empresas deben cumplir con 4 reglas impuesta por la ley:

- Sección 303: Detención Administrativa: Autoriza a la FDA a retener un artículo alimentario si existen pruebas o información fidedigna que indiquen que dicho artículo representa una amenaza de consecuencias negativas graves para la salud o de muerte para personas o animales. Los alimentos regulados de forma exclusiva por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos en la Ley Federal de Inspección de Carnes, la Ley de Inspección de Productos de Poultry y la Ley de Inspección de Productos derivados del Huevo, NO estarían afectados por la normativa de detención administrativa.
- Sección 305: Registro de Instalaciones Alimenticias: las instalaciones en donde se procese, empaque, almacenen productos que serán exportado a Estados Unidos deberán registrarse anualmente ante el FDA de manera gratuita, preferiblemente vía correo electrónico.
- Sección 306: Establecimiento y Mantenimiento de Registros: Están obligados a establecer y mantener registros, las personas nacionales que fabriquen, procesen, envasen, transporten, distribuyan, reciban, almacenen, importen alimentos para el consumo humanos o animal a los Estados Unidos y las instalaciones extranjeras que fabriquen, procesen, envasen o almacenen alimentos destinados al consumo humano o animal en los Estados Unidos.
- Sección 307: Notificación Previa de Partida de Alimentos Importados: todo producto con destino a estados Unidos debe ser notificado previamente a el FDA, con el fin de que la entidad tenga tiempo para revisar y evalúa la información antes de la llegada del producto.

2.4.4.2 Etiquetado

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio de los Estados Unidos debe llevar las etiquetas en inglés. Específicamente para los productos alimenticios el Código

General de los Estados Unidos, requiere que todo producto alimenticio contenga un nombre común o usual que lo describa en el lado o cara principal del envase.

Los requisitos que se deben tener en cuenta para el etiquetado son:

- El nombre del producto
- Contenido neto del envase utilizando los dos sistemas de medida: el sistema métrico decimal y el sistema inglés. Ej: NET WT 10 ¾ OZ (305 g).
- Lista de ingredientes
- Nombre y dirección del productor del alimento, debe incluir dirección, ciudad, país y código postal, El tamaño mínimo permitido es de 1/16 de pulgada lo que equivale a 2.1 mm.
- Panel de información nutricional. En cual debe contener todos los valores presentes en la etiqueta nutricional deben reflejar la información equivalente a la porción establecida, nutrientes básicos aproximados según las reglas específicas, columna de la declaración de valores diarios porcentuales estimados en función a una dieta de 2,000 calorías diarias.
- Declaración del nombre y dirección de la Compañía responsable del producto en los Estados Unidos junto con el Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos.

Otros aspectos a tener en cuenta en el Etiquetado:

- Idiomas.- todos los elementos deberán aparecer correctamente declarados en inglés y en un segundo idioma.
- Código de Barras /Universal Product Code (UPC).- El código de barras aceptado en los Estados Unidos es el Universal Product Code (UPC).
- Fecha de Vencimiento.- Es recomendado presentar esa información; más no es obligatoria.
- Instrucciones de Uso.- Tradicionalmente se incluye este aspecto para beneficio del consumidor. Es decir, aconsejar el mejor uso del producto para asegurar la máxima satisfacción.

2.4.5 Entidades reguladoras en el control de importaciones

Las siguientes son algunas agencias federales clave de Estados Unidos involucradas en el control de las importaciones, particularmente en la categoría de productos relacionados con los alimentos:

- Bajo el Departamento de Sanidad y Consumo de Estados Unidos Administración de Drogas y Alimentos (FDA) <http://www.fda.gov> inspecciona a los siguientes alimentos:
 1. La carne de pescado, búfalo, conejo, venado, caza, y en general, sobre las carnes no incluidas bajo la jurisdicción del FSIS
 2. Los productos alimenticios sólidos o líquidos que no contengan alcohol o más de un 2% de contenido en componentes cárnicos
 3. Los alimentos para animales
 4. Las aguas embotelladas
- Bajo el Departamento de Agricultura (USDA) Servicio de Inspección de Seguridad Alimentaria (FSIS) http://www.fsis.usda.gov/En_Español/index.asp controla:
 1. Todos los productos que contengan más de un 2% de contenido cárnico cocido o más de un 3% de contenido cárnico en crudo, tal como: la carne de ovino, caprino, vacuno, porcino y equino, la carne de aves (pollos, pavos, patos, ocas y gallinas pintadas), los huevos y productos derivados
 2. Puntos de Control Crítico para Análisis de Riesgos (HACCP) para carne y productos de carne.
- Servicio de Sanidad Animal y Fitosanitaria (APHIS) <http://www.aphis.usda.gov/> Se encarga de velar por la sanidad vegetal y animal de los productos alimenticios importados.
- Bajo el Departamento de Tesorería Oficina de Alcohol, Tabaco y Armas de Fuego (TTB) <http://www.ttb.gov> se encarga del control de las bebidas alcohólicas.
- Servicio de Aduanas y de Protección de Fronteras de Estados Unidos (<http://www.customs.gov>)

El empresario puede dirigirse a la página del Servicio de Aduanas de Estados Unidos para conocer la guía general de reglas de importación para sus productos o seguir las referencias a cada una de las agencias federales para conocer detalles de regulaciones específicas.

**2.5 CAPÍTULO IV.
PYMES COLOMBIANAS Y SU RELACIÓN
CON EL CONSUMIDOR-EMIGRANTE A
ESTADOS UNIDOS**

2.5.1 Perfil del consumidor-emigrante colombiano en Estados Unidos

2.5.1.1 Datos sociodemográficos de emigrantes colombianos en Estados Unidos

Las cifras más relevantes que menciona Alvarado (2010) en su estudio a cerca de los migrantes colombianos,

- La edad promedio es de 34 años
- La cifra de mujeres es de del 54% y de hombres del 46%
- Personas con educación secundaria es de 52% y con educación universitaria es del 17%
- La legalización para su permanencia en este país ha aumentado considerablemente, para el 2007 iban 45.000 residencias aprobadas.

2.5.1.2 Hábitos de Consumo

- Los Colombianos prefieren comprar en sitios que tengan relación con su país, ya que esto les recuerda a su origen.
- Están en constante comunicación con sus familiares y amigos
- Consumen más de 13 horas de internet semanalmente.
- La mayoría consumen de 3 a 6 horas de televisión semanalmente, sus canales de preferencia son los que den información de su país.
- Gastan entre 1 y 2 horas semanales en leer revistas
- Los anuncios en español tienen mejor desempeño que los que están en Inglés.
- Los colombianos en el exterior son en su mayoría profesionales con capacidad de compra.

Los latinos que residen en Estados Unidos tienden a adaptarse a las costumbres de este país, pero sin dejar a atrás los hábitos, tradiciones, gustos y preferencias en su país de origen; es por esto que las empresas que deseen abarcar este segmento del mercado no deben pretender hacerlo con las mismas estrategias que funcionan para los consumidores americanos tradicionales.

Con estas características define Mendez Godoy, Beatriz (2005) en su tesis *Nuevas estrategias aplicadas por las compañías norteamericanas en el mercado hispano ubicado en Estados Unidos*, al consumidor hispano que habita en este país:

- Prefiere marcas bien conocidas o conocidas, además tienen a comprar lo que compraban sus padres.
- Es escéptico y cree que los productos de marcas de renombre son de mayor calidad, los productos genéricos no funcionan bien en este país.
- Son consumidores muy fieles, una vez que han decidido establecerse con una marca, es muy difícil que la dejen.
- Prueban un nuevo producto, si, y solo si, no están satisfechos con su elección actual.
- Tienen a NO ser compradores compulsivos
- El humor y la risa son excelentes maneras de conectarse con los consumidores hispanos, ya que estos frecuentemente molestan a las personas a cerca de sus atributos físicos, esto en forma de charla, nunca de una manera humillante.
- Compran marcas anunciadas por las tiendas de su grupo étnico, que generalmente son más pequeñas.
- Leen muy poco los medios impresos.
- Para ellos el español representa un lazo emocional a la cultura.
- Gastan un poco más, porque los hispanos en Estados Unidos cuentan con mayor poder de compra que el que tendrían en su país de origen.

2.5.1.3 Preferencias de consumo de los hispanos

- Productos como accesorios para bebe, comida, cerveza, refrescos y productos de uso personal, tales como cremas, lociones, cosméticos.
- Los productos con los cuales los hispanos se involucran un poco mas son: alimentos, cosméticos, electrodomésticos pequeños, como televisiones, radios y ropa.
- Prefieren productos frescos a congelados o preparados.
- Las mujeres hispanas gastan en promedio 60% más en maquillaje.
- Consumen más bebidas con sabor a fruta.
- Prefieren comprar en panaderías, carnicerías, tienda de abarrotes.
- Cuando los hispanos compran hay ciertos factores o características que buscan en general: precios bajos, localización cercana, variedad de mercancías, empleados que

hablen español, varias opciones de pago, que las etiquetas estén en español y que el dueño pertenezca a la comunidad.

- Gastan menos en restaurantes ya que les gusta más comer en casa.

Por otra parte un *Estudio de Hábitos de los colombianos en el exterior*, realizado por RCN radio y colombianosenelexterior.com, basado en que los colombianos en el exterior suma más de 5 millones y que estos colombianos reclaman oportunidades reales de negocio e interacción con su país, los colombianos que emigran conforman un creciente e interesante mercado, que a diferencia de otras culturas, tiene tan arraigada su identidad que los convierte en un interesante grupo objetivo de consumidores y potenciales distribuidores para las empresas colombianas, el estudio consiste en 30 preguntas que van desde datos personales, información socio demográfica (residencia actual, composición familiar, tiempo de residencia en el exterior, educación, idiomas, remesas), información financiera, transacciones con Colombia, hasta hábitos de consumo como tal (consumo de productos colombianos, nivel de consumo, presupuesto, marca y la facilidad de consecución), este estudio es vendido a las empresas colombianas en aproximadamente 80.000.000 \$ con el fin de que identifiquen el potencia mercado de colombianos en el exterior.

2.5.2 Normatividad colombiana para las pymes

En Colombia, de acuerdo con la definición de la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004, la microempresa es toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana con planta de personal hasta 10 trabajadores y activos de menos de 501 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Según la ley 905 de 2004 la pequeña empresa es aquella con una planta de personal entre 11 y 50 trabajadores o activos entre 501 y 5000 salarios mínimos legales mensuales vigentes; por último la mediana empresa es aquella que cuenta con una planta de personal entre 51 y 200 trabajadores o activos totales entre 5001 y 30000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, como se puede apreciar en la tabla 17.

Tabla 17: Clasificación de las PYMES en Colombia, 2004

TIPO DE EMPRESA	EMPLEADOS	ACTIVOS TOTALES (SMLMV)
Microempresa	1-10	menos de 501
Pequeña empresa	11-50	501-5.000
Mediana empresa	51-200	5001-30.000
Gran empresa	Más de 200	Mayor a 30.000

Fuente: Elaboración propia con base en la ley colombiana 905 de 2004.

2.4.3 Empresas y productos colombianos en Estados Unidos

De acuerdo con la página colombianos en el exterior *Existen más de 6000 empresas y servicios técnicos y profesionales de colombianos identificados en Estados Unidos*

Algunas de las empresas y productos colombianos de consumo masivo más conocidos que se encuentran en los Estados Unidos son:

COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES: Chocolate: Jet, Jumbo, Cruz, Corona, La especial, Bogotano, Diana)

COLCAFE: Café (café sello rojo, Colcafé, la bastilla)

CASA LUKER: Café (Lukafe, Almendra tropical) y Chocolates (Luker), aseo personal (cristalino)

NOEL: Galletas (Noel), dulces y golosinas (Dragus)

QUALA: Caldos (La sopera, Dona Gallina)

ITALO: Galletas, chocolates y dulces Italo

COLOMBINA: Dulces y golosinas, mermeladas.

TECNOQUIMICA: Productos de aseo personal (Yodora)

Además existen portales Web en Español que ofrecen a los colombianos en el exterior la oportunidad de adquirir productos colombianos (arepas, dulce de leche, panelitas, café, chocolates, natilla, pandebono, pandequeso, bebidas, bocadillos, brevas, caldos, dulces, mecate entre muchas cosas más) algunos de estos portales son:

- <http://www.bodeguita.com>
- <http://www.hatogrande.com>
- http://www.sabiasque.com/productos_latinos.asp#
- <http://www.productosdecolombia.com>

2.4.4 Relación consumidor emigrante – PYMEs colombianas

Como se ha mencionado anteriormente, Estados Unidos es el principal destino de los colombianos que han emigrado al exterior, liderando la lista con un 35.5% del número total de colombianos emigrantes del país. Para precisar, los estados estadounidenses con mayor número de colombianos son Nueva York y Florida, equivalente a un 77% del total de los colombianos en dicho país.

Según estudios, se ha demostrado que las actividades laborales para los hispanos y latinoamericanos en Estados Unidos no son formales ni calificadas. A pesar de ello, se evidencia que los colombianos ocupan puestos laborales que son considerados los más calificados en la comunidad migrante, con ingresos anuales y poder de compra que tienden a aumentar.

Además, se indica que los colombianos que emigran al extranjero mantienen un vínculo familiar con su procedencia, prefiriendo sitios, comidas, idioma, atención, publicidad y productos que estén relacionados con su país de origen Colombia.

Consecuente con lo dicho, se estima una oportunidad de negocio para las pymes en Colombia, que deseen explorar un nuevo mercado, el estadounidense, y que brinda ventajas sobre los demás.

Referente a la Pymes colombianas, se evidencia gran importancia según el CENSO (2005) realizado por el DANE, que señala que la estructura empresarial en Colombia está compuesta principalmente por micro, pequeñas y medianas empresas, representado el 99% del total de estas, convirtiéndose en las principales generadoras de empleo.

De acuerdo con datos más recientes publicados por el Espectador (2011) se estima que para el año en mención, el total de pymes en el país era de 23.000, de las cuales 400 exportaban hacia los Estados Unidos. Además, se indica que las micro, pequeñas y medianas empresas son generadoras del 76% de los empleos en Colombia, siendo importante generar iniciativas que permitan a estas ser cada día más competitivas, acceder a los mercados internacionales y aprovechar las ventajas comerciales gracias al TLC firmado entre Colombia y los Estados Unidos.

Se puede concluir que las pequeñas y medianas empresas colombianas tienen la oportunidad de llevar sus productos a los compatriotas que se encuentran en el exterior, en este caso en los Estados Unidos, aprovechando el hecho de ser productos colombianos reconocidos y apetecidos por estos. Sin embargo, es importante que el gobierno y las entidades de apoyo generen proyectos de fortalecimiento empresarial para ayudar a las Pymes a cumplir este objetivo, además de promover la asociatividad entre estas.

3 Hallazgos

- Las mujeres colombianas que residen en Estados Unidos representan una cifra significativa para el mercado de productos de belleza y cuidado personal, ya que, según el perfil de consumo estudiado, tienden a gastar más dinero en estas líneas de productos.
- Hay más cantidad de hombres colombianos residiendo en Estados Unidos, lo que podría ser un mercado interesante de abastecer por las empresas colombianas, teniendo en cuenta que los hombres colombianos en este mercado tienen menos hábitos de ahorro que las mujeres, por lo que tienden a gastar más.
- La mayor parte de los estudios sobre migraciones se centran en pérdida de capital y generación de remesas, sin embargo algunas empresa colombianas ya han comenzado a detectar el potencial de mercado que existe con los colombianos en el exterior, como se ve reflejado en la encuesta de hábitos de consumo que realiza RCN radio, aunque este tipo de estudios no están destinados a las Pymes.
- Los principales motivos por los cuales los colombianos deciden migrar a otros países son la búsqueda de mejores oportunidades laborales y mejores ingresos, con el fin de lograr una mayor calidad de vida para sus familiares en Colombia, sin embargo siguen guardando un gran cariño por su país natal.
- Los colombianos que residen el exterior provienen de las ciudades más importantes del país principalmente del Valle de Cauca y Bogotá.
- Los empleos que ocupan los colombianos en Estados Unidos son en su mayoría informales, no obstante son considerados los más calificados de la población inmigrante en EEUU.
- Los puestos laborales que ocupan los colombianos residentes en Estados Unidos son en sectores de la salud, los servicios y la manufactura, principalmente, que se consideran calificados en este país para la población de migrantes allí.

4 Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- Los migrantes colombianos en Estados Unidos representan una oportunidad comercial y de negocios para los empresarios pequeños y medianos de Colombia, llevando sus productos a las comunidades migrantes colombianas allá, para que sigan aferrados a sus tradiciones y costumbres, convirtiéndolo en un mercado con oportunidad de crecimiento.
- Aproximadamente el 76% de los Colombianos que residen en Estados Unidos, se encuentran en los Estados de New York y Florida.
- La situación económica de los colombianos residentes en EEUU es buena: en el 2009 contaban con ingresos anuales de 25000 dólares, lo que da a entender que la capacidad de compra es media-alta.
- Los productos de mayor interés y que mas extrañan los colombianos en el exterior de su país son los alimentos, bebidas y productos de aseo personal, es por esto que son los productos con mayor potencial para este segmento de mercado.
- Estados Unidos presenta un gran atractivo para las inversiones extranjeras, caracterizándose por ser un país de ambiente favorable y desregulado, y uno de los primeros países en el ranking Doing Business (Facilidad para hacer negocios).
- El Tratado de Libre Comercio suscrito y próximo a firmarse con Estados Unidos, abre oportunidades para los productos colombianos en este país, ya que gracias a este, se pueden encontrar grandes ventajas que pueden ser aprovechadas.
- Para el tema de los alimentos, se evidencian reducciones arancelarias inmediatas al momento que el acuerdo entre en vigor, para los productos como: el cacao y

sus preparaciones, azúcares y artículos de confitería, preparaciones de hortalizas y otros frutos y bebidas y líquidos alcohólicos.

4.2 Recomendaciones

- Las pymes colombianas tienen la oportunidad de llevar o exportar sus productos a las comunidades migrantes en Estados Unidos por el medio más tradicional, el cual es, conseguir un representante de ventas o un distribuidor. La diferencia entre estos dos se encuentra en que el primero nunca es dueño de la mercancía, solo obtiene el pedido de los cliente y se comunica con el proveedor, el segundo es dueño de la mercancía y la revende, por lo general en estas ocasiones el costo del producto acarrea con el aumento establecido por el representante o distribuidor que varía entre un 10% o 15%, mas todos los costos de exportación del producto que varían dependiendo de las condiciones de transporte del mismo y términos de negociación.
- El sistema de franquicias es también otra opción, en donde los colombianos en Estados Unidos o estadounidenses como tal tengan la oportunidad de hacer uso de su nombre y modelo de negocios a cambio de un pago (regalías). Esta representa una oportunidad para expandir su mercado sin necesidad de incurrir en grandes costos de financiamiento, para esto es necesario tener un modelo de negocio claro y exitoso.
- El sistema de negocios llamado e-commerce, también puede ser usado por los empresarios colombianos para montar sus tiendas virtuales en internet para acceder al mercado colombiano en Estados Unidos, con menores costos de distribución, menores riesgos y sin necesidad de intermediarios. A través de esta modalidad las Pymes colombianas podrán llegar directamente al consumidor final en Estados Unidos.
- Si las empresas cuentan con recursos altos para la inversión y la posibilidad de asumir altos riesgos, pueden pensar en la apertura de una oficina de ventas en el país o incluso el montaje de su negocio como tal. La forma de negocio establecida regularmente por las empresas extranjeras, es la llamada *Branch* “sucursal de una empresa extranjera” la cual se caracteriza por no tener que realizar constitución en Estados Unidos, únicamente pedir autorización al Estado.

- Ante la necesidad de las Pymes Colombianas de ser más competitivas, abrirse al mercado mundial y aprovechar la firma del TLC con Estados Unidos, se recomienda la creación de asociaciones y/o clúster que les permitan la cooperación entre sí, con el fin de llevar sus productos alimenticios al mercado de inmigrantes colombianos en Estados Unidos. Dos posibilidades interesantes son mediante la creación de una comercializadora internacional o de una sociedad en Estados Unidos que distribuya sus productos en las colonias colombianas.

Referencias bibliográficas

Alvarado, G (2010). *Hispanos en Estados Unidos*. Recuperado el 26 de febrero de 2012, de <http://www.marketmedia-us.com/Paginas/Contenido/colombianosenusa.pdf>.

Araujo Ibarra Asociados S.A. (2006) *500 Nuevos productos y servicios con potencial exportador desde Colombia al mercado de los Estados Unidos*, Recuperado el día 28 de febrero de 2012 de <http://portal.araujoibarra.com/biblioteca-y-articulos/destacados-araujo-ibarra-1/500-nuevos-productos-y-servicios-con-potencial-exportador-desde-colombia-al-mercado-de-los-estados-unidos>

Cantillo, D. (2011, 17 de julio). Un país de Pymes. El Espectador. Recuperado el 1 de junio del 2012 de <http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articulo-285125-un-pais-de-pymes>

Colombianos en el exterior.com. Colombianos en el exterior S.A (2005).
<http://www.colombianosenelexterior.com/index.php?idcategoria=12728&ts=4ed152633389219ef598f53992aa1b9c>

Consulado General Central de Colombia Miami – Florida. Embajadas y consulados en Estados Unidos. Recuperado el 26 de febrero de 2012 de URL: http://consuladodecolombia.com/consulado_directorio_embajadas.htm

Departamento Nacional de Estadísticas (2005). *Censo 2005*. Recuperado el 03 de marzo de 2012, de www.dane.gov.co

Dinero. *Construcción de patrimonio*. Recuperado el día 9 de marzo de 2012, de <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/recuadro/construccion-patrimonio/50>

- Dockterman, D, (2011, mayo). “Los hispanos de origen colombiano en los Estados Unidos, 2009” [Versión electrónica], *Perfil Estadístico*. Recuperado el 18 de marzo de 2012, de <http://translate.google.com.co/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.pewhispanic.org/2011/05/26/hispanics-of-colombian-origin-in-the-united-states-2009/>
- Doing Business 2012. *Facilidad para hacer negocios en Estados Unidos*. Recuperado el 21 de marzo del 2012 de <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/united-states#starting-a-business>
- E. G. Ravenstein (1889). *Leyes de las Migraciones*. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, 32, págs. 7-26
- Ennis, S, Rios, M & Albert, N (2010). *The Hispanic Population, Censo Estados Unidos*. Recuperado el 11 de marzo de 2012, de <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04.pdf>
- Franco Ángel M, & Urbano Pulido, D. (2010). *El éxito de las pymes en Colombia: un estudio de casos en el sector salud*. En Estudios Gerenciales, Vol. 26 No. 114 - Enero/Marzo 2010. Abril, 2010. p. 77-96.
- Garcia, T (2009). *El poder de compra de los hispanos en Estados Unidos*. Recuperado el 19 de marzo de 2012, de <http://garciastrujillo.com/?lang=es>.
- Londoño, Gustavo (2011). *Teoría de las Migraciones, Iberoamérica y Migraciones*. Recuperado el 13 de febrero de 2011
- López, M, Díaz, M, Sierra, M, Tabera, B & Contrera A (2008). *Perfil socioeconómico del emigrante de Medellín a España: una aproximación a partir de la experiencia de la red: “Paisas en el Exterior”*. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de http://www.cepguadix.es/~revista/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=67

- Lozares, Carlos (1996). *La teoría de redes sociales*. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. Barcelona, España. Publicado en <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p103.pdf> (Recuperado el 11 de febrero de 2012).
- Martínez Gutiérrez Juan Carlos, Ponente. (2011). *Proyecto de ley 214 de 2011 por medio de la cual se establece la norma que regula el retorno de compatriotas residentes en el exterior y se fijan incentivos migratorios*. Recuperado el día 7 de marzo de 2012, de http://servoaspr.imprenta.gov.co:7778/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=1698&p_numero=214&p_consec=31524
- Mendez Godoy, Beatriz (2005). *Nuevas Estrategias Aplicadas por las Compañías Norteamericanas en el mercado Hispano Ubicado en Estados Unidos*. Tesis para optar al título de Licenciatura en Administración de Negocios Internacionales, Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *ABC del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos*. Recuperado el 23 de febrero de 2012, de <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=637>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2011). *TLC. Texto final del acuerdo. Capítulo 10 Inversión*. Recuperado el 23 de abril de 2012, de <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=727>
- Observatorio Colombiano de Migraciones (OCM) (2009). *Encuesta Nacional de Migración Internacional y Remesas - ENMIR*. Recuperado el 21 de marzo de 2012, de <http://www.observatoriodemigraciones.org/Doctos/Estudios/InformeEncuesta.pdf>

OCDE (2010). *Perspectivas Económicas de América Latina*. Recuperado el 18 de marzo de 2012, de <http://www.oecd.org/dataoecd/41/20/44305080.pdf>

Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2001). Informe sobre las migraciones en el mundo 2000. Naciones Unidas.

Oportunidades en Estados Unidos. Proexport. Recuperado el 29 de febrero de 2012 en la URL: <http://www.proexport.com.co/red-de-oficinas/norteamerica/estados-unidos>

Proexport Colombia (2008). *Guía para exportar a Estados Unidos*. Recuperado el 23 de abril de 2012, de http://www.unadpymexcol.org/images/stories/documentos/guia_para_exportar_a_estados_unidos.pdf

Proexport. Recuperado el 27 de febrero de 2012 en la URL: <http://www.proexport.com.co/proexport/que-es-proexport>

Puyana, Silva (2003). Pymes y su situación en Colombia. Revista *Civilizar* de la Universidad Sergio Arboleda.

Ramírez, C, Zuluaga, M, & Perilla, C (2010). *Perfil Migratorio de Colombia*. Recuperado el 9 de marzo de 2012, de http://publications.iom.int/bookstore/free/PERFIL_27ABRIL_IMPUESTAS.PDF

Tratados de Libre Comercio – Colombia. *Resumen del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos*. Recuperado el 22 de febrero de 2012, de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=723>

Tratados de Libre Comercio – Colombia. *Texto final del Acuerdo- Listas de Desgravación*. Recuperado el 28 de febrero de 2012, de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=727>

Varlez, L., (1927) "Les migrations internationales et leur réglementation", Recueil de course de l'Academie de Droit International, Vol. XX, (1927) p. 176; en Caldusch Cervera, R., Apuntes sobre las migraciones internacionales.

ANEXOS

A. Anexo: 590 Productos seleccionados con potencial de Demanda en EEUU y de Oferta en Colombia (Agroindustriales)

Anexo 1-1 590 Productos Seleccionados con Potencial de Demanda en EEUU y de Oferta en Colombia, Clasificados por Sectores					
PRODUCTOS			IMPO EEUU		
Sector	Código	Producto	Impo EEUU US\$ 2005	Var % 99/05	Via Aerea (*)
Agroindustrial	1515908090	Grasas vegetales o animales y sus fracciones, no especificadas ni comprendidas en otra parte, refinadas o no pero no químicamente modificadas	75,663,030	31.8%	*
Agroindustrial	1517902080	Mezclas artificiales de grasas de las partidas 1501 o 1502 que contengan menos del 5% de aceite de soya, no especificadas ni comprendidas en otra parte	12,551,396	36.1%	
Agroindustrial	1702304080	Glucosa en forma sólida, son fructuosa o con un contenido de fructuosa en peso menor al 20% en seco	17,045,856	21.5%	
Agroindustrial	1702909000	Azúcar y jarabe de glucosa, incluidos los caramelos de miel, miel artificial, mezclada o no con miel natural, caramelo , no especificada ni comprendida en otra parte	14,466,225	9.8%	
Agroindustrial	1703103000	Melaza de la extracción o del reinado del azúcar, comestible	14,560,624	21.7%	
Agroindustrial	1803100000	Pasta de cocoa, total o parcialmente desengrasada	60,809,490	14.1%	
Agroindustrial	1803200000	Pasta de cacao, entera o partida	32,638,709	12.0%	
Agroindustrial	1805000000	Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar de otro modo	180,268,817	12.0%	
Agroindustrial	1806206000	Coberturas y otros productos (excepto la confitería) que contengan no menos del 6,8% de sólidos de cocoa, 15% o más de grasas vegetales, en granel	27,867,729	11.8%	
Agroindustrial	1806310049	Chocolates y demás preparaciones que contengan cacao, en bloques, barras con peso de 2kg o menos, rellenas, no especificadas ni comprendidas en otra parte	132,046,829	28.5%	
Agroindustrial	1806323000	Bloques o barras de chocolate sin relleno, con peso igual o menos a 2kg, no para venta al detal, no especificada ni comprendida en otra parte	48,209,866	26.2%	
Agroindustrial	1901208000	Las demás mezclas y pastas para la preparación de productos de panadería, de la partida 19.05, no comprendida ni especificada en otra parte	199,144,224	11.3%	
Agroindustrial	1901902500	Pudines listos para el consumo, sin preparación adicional	17,988,949	9.2%	
Agroindustrial	1902300060	Pasta, no especificada en otra parte	71,858,675	16.1%	
Agroindustrial	1904209000	Los demás productos a base de cereales obtenidos por insuflado o tostado	37,043,080	96.3%	
Agroindustrial	1905200000	Pan de jengibre y similares	26,008,837	19.0%	
Agroindustrial	1905320029	Los demás barquillos y obleas, congelados.	62,765,313	16.5%	
Agroindustrial	1905320049	Los demás barquillos y obleas, menos los congelados.	127,284,965	26.0%	
Agroindustrial	1905901041	Repostería, tortas y productos horneados, dulces similares, pudines, conteniendo o no chocolate, fruta, nueces o dulces, congelado.	212,405,630	19.4%	
Agroindustrial	1905901049	Pan, galletas y otros productos homeados similares, conteniendo o no chocolate, fruta, nueces o dulces, congelado.	160,716,295	22.5%	

Agroindustrial	1905901070	Los demás panes.	63,424,899	19.6%	
Agroindustrial	2001903800	Vegetales, no especificados ni comprendidos en otra parte, preparados o preservados en vinagre o ácido acético	164,784,512	11.3%	
Agroindustrial	2004108040	Patatas (papas) menos las francesas, preparadas o conservadas, no en vinagre, congeladas	42,267,003	10.7%	
Agroindustrial	2004908580	Vegetales y mezclas de vegetales, no especificados ni comprendidos en otra parte, preparados o preservados en otra forma diferente al vinagre o al ácido acético, congelados	30,171,634	22.3%	
Agroindustrial	2005200020	Patatas (papas) ""chips"", preparadas o conservadas, sin congelar	103,462,613	41.7%	
Agroindustrial	2005514040	Frijoles, no los de ojos negros, en cáscara, preparados o conservados no en vinagre o ácido acético, no congelados, no comprendidos ni especificados o en otra parte	28,124,466	20.5%	
Agroindustrial	2005800000	Maíz dulce, preparado/conservado, no en aceite o ácido acético, sin congelar	14,513,819	13.6%	
Agroindustrial	2008921040	Mezcla de frutas, nueces, plantas comestibles, en conserva, sin duraznos, cítricos, albaricoque en contenedores sellados.	58,078,717	9.2%	
Agroindustrial	2008929094	Mezcla de frutas/nueces/etc, no especificados o comprendidos en otra parte, diferentes a los preparados o conservados, con o sin azúcar	22,926,124	23.2%	
Agroindustrial	2008991000	Aguacates, preparados o preservados, no especificados ni comprendidos en otra parte	69,591,816	13.2%	
Agroindustrial	2009790010	Jugo de manzana, no fermentados, concentrados, congelados	51,044,141	32.7%	
Agroindustrial	2009790020	Jugo de manzana, no fermentados, concentrados, no congelados	258,969,514	20.4%	
Agroindustrial	2101202000	Extractos de té y mate, esencias y concentrados	29,516,007	9.7%	
Agroindustrial	2102100000	Levaduras, vivas	87,699,132	9.1%	
Agroindustrial	2102202000	Levaduras muertas (con exclusión de la levadura cervicero desecada)	16,655,772	11.7%	
Agroindustrial	2102206000	Levaduras muertas, los demás microorganismos monocelulares muertos	21,970,277	17.6%	
Agroindustrial	2103202000	Salsas de tomate ""ketchup""	39,666,656	12.8%	
Agroindustrial	2103204020	Las demás salsas de tomate, en envases de contenido menor a 1.4 kg	25,901,030	37.8%	
Agroindustrial	2103908000	Condimentos y sazónadores mezclados, no especificados o comprendidos en otra parte	87,180,570	12.9%	
Agroindustrial	2103909020	Mayonesa	51,461,371	47.8%	
Agroindustrial	2103909040	Aderezos para ensalada, no especificados ni comprendidos en otra parte	35,766,499	9.0%	
Agroindustrial	2105005000	Helados diferentes al ice cream (helado de leche)	33,633,146	13.5%	
Agroindustrial	2106909971	Preparaciones para la elaboración de bebidas, no especificadas ni comprendidas en otra parte, que contengan dulcificantes de alta intensidad (por ejemplo aspartame y/o sacarina)	53,942,335	165.7%	
Agroindustrial	2106909972	Preparaciones para la elaboración de bebidas, no especificadas ni comprendidas en otra parte, que contengan derivados de la caña azúcar y/o remolacha	42,046,079	18.3%	
Agroindustrial	2106909973	Preparaciones para la elaboración de bebidas, no especificadas ni comprendidas en otra parte	53,562,946	27.2%	

Agroindustrial	2106909997	Preparaciones alimenticias, no especificadas ni contenidas en otra parte, que contengan azúcar, o derivados del azúcar, no enlatados ni congelados	81,261,046	17.9%	
Agroindustrial	2202100020	Bebidas suaves carbonatadas, con alta intensidad de endulzante (sacarina)	92,192,735	46.4%	
Agroindustrial	2202100040	Bebidas suaves carbonatadas, sin alta intensidad de endulzante (sacarina)	563,262,902	29.8%	
Agroindustrial	2202100060	Agua, incluida la mineral y gasificada, azucarada, aromatizada, excepto las bebidas carbonatadas suaves	151,158,314	9.1%	
Agroindustrial	2207106000	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico superior o igual a 80% vol., no apto para bebida - etanol	309,431,593	16.8%	
Agroindustrial	2401201440	Tabaco, no especificado ni contenido en otra parte, parcial o totalmente picado no trillado o procesado de una forma similar, y que contenga por encima del 35% de hoja, excluyendo la variedad conn (oscura connecticut)	27,722,168	20.5%	

