



**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS POTENCIALIDADES
DE MERCADO ASIÁTICO PARA ANTIOQUIA**

Duber Alberto Álvarez Castrillon

**Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2014**

**ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA POTENCIALIDAD EXPORTADORA
DE ANTIOQUIA EN EL MERCADO ASIÁTICO.**

Duber Alberto Álvarez Castrillon

Profesional en Negocios Internacionales

Director (a):

**Juan Gonzalo Arboleda Arboleda
Especialista en negociación internacional
Universidad pontificia bolivariana**

Línea de Investigación:

Potencialidades de los mercados internacionales para la región Antioqueña

**Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín Colombia**

2014

Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.

Albert Einstein

AGRADECIMIENTOS

En estas líneas se desea expresar los más profundos agradecimientos a todas aquellas personas que con su ayuda ha colaborado con la realización del presente trabajo al Señor Federico Atehortua, asesor de esta investigación, por la orientación, el seguimiento y la supervisión continúa de la misma.

También se merece un especial reconocimiento por el interés mostrado y sus sugerencias para una mejor realización del mismo el profesor Juan Gonzalo Arboleda, ya que fue un gran apoyo para el desarrollo de esta investigación, además del ánimo infundido.

De igual manera se hace extensivo este reconocimiento para nuestros compañeros y profesores de la institución Universitaria Esumer, que con su apoyo contribuyeron a la formación.

Un agradecimiento muy especial merece la comprensión, paciencia y el ánimo recibidos de mi familia y amigos.

A todos ellos, muchas gracias

RESUMEN

En el presente trabajo se realizó un estudio sobre las oportunidades que existen en el mercado asiático para el departamento de Antioquia, donde se analizaron aspectos económicos de países como India, Indonesia y Corea del Sur.

Inicialmente se mostró la tendencia económica de cada país en los últimos años, después se analizaron los principales productos de importación y exportación y su respectiva procedencia o destino, lo cual también se hizo con el departamento de Antioquia.

Luego de analizar la información se cruzaron los resultados con las posibles estrategias que se pueden implementar en busca de nuevas oportunidades de mercado para la región.

Palabras clave: Oportunidades, análisis, resultados, estrategias, importación, exportación.

ABSTRACT

In this paper we conducted a thesis on the opportunities in the Asian market for the department of Antioquia, which analyzed several economic aspects of countries like India, Indonesia and South Korea.

To begin with work, is developed a research on each country's economic trend in recent years, then analyzed the main import and export products and their respective origin or destination, which also took the Antioquia department.

To get all this information we crossed the results of the research showed Asian and Antioquia department, to give us the possible strategies that can be implemented for new market opportunities for the region.

Keywords: Opportunities, analysis, results, strategies, import, export.

CONTENIDO

	<u>Pág.</u>
Duber Alberto Álvarez Castrillon.....	I
Duber Alberto Álvarez Castrillon.....	III
AGRADECIMIENTOS	VII
LISTA DE FIGURAS	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	16
1.2 Planteamiento del problema.....	17
1.3 Justificación Teórica.....	18
1.3.1 Justificación Social.....	18
1.4 Objetivos.....	18
1.4.1 Objetivo general.....	18
1.4.2 Objetivos específicos	18
1.4.3 Método	19
1.4.4 Metodología	19
1.5 Alcance.....	20
2. COMERCIO INTERNACIONAL. MARCO DE REFERENCIA.....	21
2.1 La economía asiática. El caso de Indonesia, India y Corea del Sur.....	25
2.1.1 Indonesia	25
2.1.2 Economía de Indonesia	25
2.1.3 Exportaciones 2012: USD 190.031,8 millones (mincomercio, 2012).....	27
2.1.4 Tabla 3 Principales Productos exportados 2012.....	28
2.1.5 Importaciones 2012: USD 191.690,9 millones (mincomercio, 2012).....	30
2.1.6 Tabla 4 Principales productos importados	31
2.1.7 Acuerdos bilaterales entre Colombia y la Republica de Indonesia.....	32
2.2 India	34
2.2.1 Desarrollo económico de la India	34
2.2.2 Exportaciones 2012: USD 336.611,4 millones (mincomercio, 2012).....	35
2.2.3 Tabla 8 Principales productos exportados 2012.....	36
2.2.4 Importaciones 2012: USD 466.045,6 millones (mincomercio, 2012).....	38
2.2.5 Tabla 9 Principales productos importados 2012.....	39
2.2.6 Comercio bilateral de Colombia con India	40
2.3 Corea del Sur.....	42
2.3.1 Desarrollo económico de Corea del Sur.....	42
2.3.2 Exportaciones 2012: USD 559.618,6 (mincomercio, 2012).....	43
2.3.3 Tabla 12 Principales productos exportados en 2012.....	44

2.3.4	Importaciones 2012: USD 515.573 millones (mincomercio, 2012)	46
2.3.5	Tabla 13 Principales productos importados 2012	47
2.3.6	Comercio bilateral de Colombia con república de Corea	48
3.	ANTIOQUIA	50
3.1	Desarrollo económico de Antioquia	50
3.1.1	Tabla 16 Datos de Antioquia 2012	51
3.1.2	Exportaciones 2012: \$ USD 5.974 millones (mincomercio, 2012)	51
3.1.3	Tabla 18 Principales empresas exportadoras	54
3.1.4	Importaciones: \$ USD 6.723 millones (mincomercio, 2012)	56
3.1.5	Tabla 20 Principales productos importados	59
4.	. ANÁLISIS DOFA	62
4.1	Debilidades	62
4.1.1	Fortalezas:	62
4.1.2	Amenazas:	63
4.1.3	Oportunidades	63
4.1.4	Estrategias	64
5.	HALLAZGOS	67
6.	Conclusiones y recomendaciones	69
6.1	Conclusiones	69
6.2	Recomendaciones	70
	Referencias bibliográficas	71

LISTA DE FIGURAS

ILUSTRACIÓN 1. EXPORTACIONES - DESTINO.....	27
ILUSTRACIÓN 2. IMPORTACIONES - PROCEDENCIA	30
ILUSTRACIÓN 3: EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL 2012	33
ILUSTRACIÓN 4. EXPORTACIONES - DESTINO.....	35
ILUSTRACIÓN 5. IMPORTACIONES - PROCEDENCIA	38
ILUSTRACIÓN 6 EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL 2012	41
ILUSTRACIÓN 7. EXPORTACIONES - DESTINO.....	43
ILUSTRACIÓN 8. IMPORTACIONES - PROCEDENCIA.....	46
ILUSTRACIÓN 9 EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL 2012	49
ILUSTRACIÓN 10. LOS 10 PRODUCTOS MÁS EXPORTADOS EN EL 2011	54
ILUSTRACIÓN 11. NEGOCIACIONES EN CURSO	61
ILUSTRACIÓN 12. LOS PRODUCTOS CON AMPLIACIÓN DE PREFERENCIAS Y QUE SE CONSTITUYEN EN OPORTUNIDAD PARA LA REGIÓN SON:	61

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DOFA	20
TABLA 2 DATOS DE INDONESIA 2012.....	26
TABLA 3 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS 2012	28
TABLA 4 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	31
TABLA 5 ACUERDOS BILATERALES COLOMBIA – INDONESIA	32
TABLA 6 PRINCIPALES SECTORES 2012	33
TABLA 7 DATOS DE INDIA 2012.....	34
TABLA 8 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS 2012	36
TABLA 9 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS 2012.....	39
TABLA 10 PRINCIPALES SECTORES 2012	41
TABLA 11 DATOS DE COREA DEL SUR 2012	42
TABLA 12 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN 2012	44
TABLA 13 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS 2012.....	47
TABLA 14 TABLA ACUERDOS BILATERALES COLOMBIA – COREA DEL SUR.....	48
TABLA 15 PRINCIPALES SECTORES 2012	49
TABLA 16 DATOS DE ANTIOQUIA 2012.....	51
TABLA 17 EXPORTACIONES – DESTINO	51
TABLA 18 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS	54
TABLA 19 IMPORTACIONES - PROCEDENCIA	56
TABLA 20 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS	59
TABLA 21. ESTRATEGIAS	64

LISTA DE ABREVIATURAS

USD: Dólares americanos

€: Euros

%: Porcentaje

INTRODUCCIÓN

Antioquia tiene grandes oportunidades de consolidar su proceso de crecimiento exportador en el nuevo escenario que establece el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, éste se sumara a los otros acuerdos de integración y de cooperación, y a los beneficios arancelarios obtenidos por Colombia gracias al Sistema General de Preferencias. Con ese telón de fondo, ahora el desafío es evaluar nuevas oportunidades comerciales con países que presentan un alto grado de crecimiento, cómo es el caso de algunos en el continente asiático, lo cual sería una estrategia fundamental para el desarrollo del sector externo antioqueño.

Para ello, desde Antioquia se debe continuar el proceso de identificación de las oportunidades y desafíos que enfrenta la región en los futuros escenarios de apertura comercial y globalización, con el propósito de plantear las bases para un uso más eficiente y focalizado de los instrumentos de fomento productivo y exportador disponibles, en función de su aporte efectivo a la superación de los obstáculos que impiden el desarrollo regional.

Para poder identificar estos grandes obstáculos se deben analizar fortalezas y debilidades que permitan construir estrategias en busca de soluciones o fortalecimiento a nivel interno y poder soportar el gran peso de la globalización.

1. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

El fuerte crecimiento económico de Asia en los últimos diez años, lo ha convertido en tema de mucho interés para investigadores de distintas disciplinas. Se ha investigado acerca de distintos asuntos, como las maneras de negociar en estos mercados teniendo en cuenta las diferencias culturales sociales de Occidente, los efectos potenciales de los Tratados de Libre Comercio que los países de América Latina han suscrito o proyectan suscribir con naciones asiáticas, las posibles cadenas de suministro que se crearían con las relaciones comerciales entre América Latina y Asia, entre otras.

Enseguida se presentan algunos trabajos que sirven de antecedente, y aunque no tratan específicamente sobre los países incluidos en este estudio, dan pistas sobre las características del mercado asiático.

1.1.1 Estado del Arte

En Antioquia existen muchas oportunidades para el desarrollo empresarial y social de la región, pero también hay amenazas y debilidades, ya que la poca inversión en infraestructura la pone en desventaja para lograr un desarrollo estable y un crecimiento mucho más amplio de él que hoy en día se presenta, por esta razón y como material de apoyo para la realización de esta tesis, la Cámara de Comercio de Medellín muestra los indicadores económicos de los últimos años en Antioquia (Camara de Comercio de Medellin, 2011)

Con diversos estudios, muchos investigadores han mostrado lo atractivo, pero lo muy complejo, que puede ser el mercado asiático, ya que es un continente que se está convirtiendo en productor y poco consumidor, como resultado a todas estas investigaciones to Observatory of Economic Complexity “ (Atlas Media, 2012)” nos ilustra con claridad el incremento de las importaciones, las exportaciones y sus principales destinos, lo cual permite descubrir que oportunidades posee Antioquia en países de interés como India, Indonesia y Corea del Sur.

Ahora bien, en cuanto a las características sociales y culturales del mercado asiático, el economista y titular de las consultoras GBD Network y Prospectiva 2020, Carlos Magariños, afirma que “para sobrevivir y defenderse frente a Asia hay que trabajar para su población. Ellos tienen una estrategia clara respecto del resto del mundo; saben lo que quieren, lo que van a comprar, lo que buscan” (Origlia, 2013). Según esto, los empresarios antioqueños que pretendan beneficiarse de los mercados asiáticos, necesariamente tendrían que estudiar con mucho rigor los países de interés para conocer de primera mano cuáles son las necesidades potenciales de los consumidores y saber así la mejor manera de satisfacerlas.

Otro trabajo realizado por la Cámara de Comercio de Medellín, acerca de la internacionalización de Antioquia (<http://www.camaramedellin.com.co>, 2012), hace un gran aporte para conocer los beneficios y las dificultades con los actuales tratados comerciales que presenta el país; De acuerdo con el estudio, Antioquia presenta problemas en infraestructura, en preparación de los empresarios y en costos de los fletes terrestres, en variables positivas están la productividad y la competitividad a nivel internacional.

1.2 Planteamiento del problema

Con el presente trabajo se pretende contribuir a la solución de la pregunta ¿qué estrategias debe implementar Antioquia para aprovechar de la mejor manera posible las relaciones de comercio internacional con el mercado asiático? En los tratados de libre comercio con Canadá y Estados Unidos, la región se ha quedado corta en abastecer el mercado de estos países, es por esta razón que se deben buscar otras alternativas y estrategias para que esto no ocurra con futuras negociaciones con mercados tan complejos como los de Europa, y, principalmente los de Asia.

1.3 Justificación Teórica

Este trabajo es de vital importancia para tener un enfoque más claro y preciso acerca de las estrategias a desarrollar para incursionar en nuevos mercados a nivel internacional. Para lograr un resultado positivo, primero se deben identificar y buscar las posibles soluciones a tantas problemáticas que se presentan a nivel interno como lo es la infraestructura, la demora en trámites de comercio exterior, altos costos en los fletes terrestres, etc.... también se busca con la presente investigación, que esta sea en un futuro, un apoyo para generaciones seguidoras que tengan como objeto de estudio el desarrollo del departamento de Antioquia.

1.3.1 Justificación Social

Es necesario conocer la situación actual de las potencialidades del mercado asiático para la región antioqueña, ya que a través de su análisis se puedan generar alternativas que contribuyan al mejoramiento y al desarrollo de la competitividad de las empresas pertenecientes a los diferentes sectores. De acuerdo a las estrategias encontradas sean de carácter positivo o negativo se busca que las partes interesadas que pueden ser las empresas, las personas o entidades gubernamentales tengan un panorama más claro acerca del estado real desde una perspectiva económica.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Proponer para el comercio exterior de Antioquia estrategias que le permitan aprovechar los mercados de Indonesia, Corea del Sur y la India.

1.4.2 Objetivos específicos

- Caracterizar las principales variables económicas de los países de interés y de Antioquia.
- Describir los flujos de comercio exterior (importación y exportación) de los países de interés y de Antioquia.
- Proponer estrategias para el comercio exterior de Antioquia frente a los países objeto de estudio.

1.4.3 Método

Para el desarrollo de este trabajo se parte de lo particular hacia lo general. Lo particular son las condiciones específicas de cada uno de los países de interés para la investigación y de Antioquia. Y a partir del reconocimiento de las principales variables económicas y comerciales de estos actores, se proponen estrategias generales que podrían hacerse extensivas inclusive a otros países de Asia.

1.4.4 Metodología

En la recopilación de información para esta investigación se recurrió a fuentes secundarias como revistas e informes de organizaciones relevantes para el Comercio internacional, Proexport, Ministerio de Comercio Exterior, la Cancillería de Colombia y la Cámara de Comercio de Medellín, entre otras. Se eligió a India, Corea del Sur y a Indonesia por ser, después de China, los mercados más dinámicos en Asia.

En el análisis de la información para el planteamiento del entorno estratégico se utilizó la metodología DOFA, para reconocer las Debilidades y Fortalezas internas y las Amenazas y Oportunidades externas. Para los efectos de este análisis, se considera externo todo lo que esté por fuera de Antioquia, aunque sea relativo a otras instancias del gobierno colombiano.

En esta metodología se identifican y analizan las debilidades y fortalezas internas de Antioquia, en cuanto a capacidades endógenas para enfrentar los mercados asiáticos. Y en cuanto a lo externo, se evalúan las amenazas y oportunidades que los mercados asiáticos objeto de estudio representan para Antioquia. Luego se hace un cruce entre el entorno interno y el entorno externo para obtener las estrategias propuestas.

Tabla 1 Metodología del análisis DOFA

DOFA		ENTORNO INTERNO	
		DEBILIDADES	FORTALEZAS
ENTORNO	AMENAZAS	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS FA
EXTERNO	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS FO

Fuente: Elaboración propia.

Se analizarán como variables del entorno las siguientes:

- **Entorno interno:** Capacidades tecnológicas, humanas, institucionales y de infraestructura que tiene Antioquia para relacionarse con el mercado asiático.
- **Entorno externo:** Demanda potencial de los mercados asiáticos hacia productos antioqueños y ofertas de esos mercados que compitan con los manufacturados en este Departamento.

1.5 Alcance

- Este trabajo realiza el análisis estratégico de las potencialidades del mercado asiático para Antioquia y de esta manera implementar posibles estrategias que nos ayuden a confrontar el comercio internacional de una manera más eficiente.

2. COMERCIO INTERNACIONAL. MARCO DE REFERENCIA

Para poder entender de una manera más clara lo que es el comercio Internacional es necesario comenzar por plantear como surge y sobre todo cuáles son sus bases conceptuales, es decir, las diversas teorías que lo explican. Las principales se pueden plantear de manera sintética así:

La Ventaja Absoluta.

La teoría de la ventaja absoluta según (Studylands, 2013) es planteada por Adam Smith y destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo.

De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo.

Adam Smith aclara su teoría por medio de un ejemplo sencillo, considerando a dos países, Estados Unidos e Inglaterra, los cuales están dotados de trabajo homogéneo y dedicado a la producción de dos bienes que son alimentos y tela. Para el caso de Estados Unidos se parte del supuesto de que se requiere de ocho unidades de trabajo para producir una unidad de alimento, y de cuatro unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca.

Para el caso de Inglaterra, necesita de diez unidades de trabajo por cada unidad de alimento y dos unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca. De esta manera se hace notorio que Estados Unidos es más eficiente en la producción de alimentos, mientras que Inglaterra lo es en la producción de telas; dicho en otras palabras, Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de alimentos e Inglaterra la tiene en la producción de tela. De esta manera Adam Smith afirma que el comercio internacional entre ambos países es rentable, ya que una ventaja absoluta implica necesariamente una especialización en aquel bien en el que se tenga mayor eficiencia, dando como resultado un aumento en la producción mundial de todos los bienes. A pesar del

planteamiento tan claro que hace esta teoría, hoy en día mucha gente considera que los exportadores deben tener una ventaja absoluta sobre sus competidores extranjeros, y aunque hasta cierto punto es cierto, esta teoría llega a ser superficial y engañosa. Si el comercio se basara en esta teoría se llegaría a la absurda conclusión de que Estados Unidos debería producir tanto tela como alimentos, e Inglaterra por su parte no debería producir nada; cosa que solo tendría sentido si existiera libre movilidad del trabajo de un país a otro, pero esto no es posible por lo menos en la actualidad, por lo que se puede afirmar que la rentabilidad del comercio internacional no depende de una ventaja absoluta, sino más bien de una ventaja competitiva.

La ventaja comparativa.

Originalmente (Gabriela, 2012) dice que Adam Smith se le atribuye la noción de ventaja absoluta, en la que explica y plantea que una nación exportará un artículo si es el productor de más bajo costo del mundo, pero David Ricardo llega a refinar esta teoría, hasta llegar a plantear lo que conocemos como la teoría de la ventaja comparativa, por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Es decir que una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes.

De ésta manera los países podrán exportar aquellos otros que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más ineficiente. Se puede concluir, que esta teoría se basa en las diferencias entre la productividad de la mano de obra entre unas y otras naciones, estas diferencias hacen posible favorecer a algunos sectores.

Para esta teoría, el trabajo es el único factor de producción y los países sólo difieren en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Por medio de esta teoría, se trata de demostrar que el comercio beneficia a un país en la siguiente forma:

a) Si se piensa en el comercio como método indirecto de producción, es decir, que en lugar de producir un producto por sí mismo, un país se puede dedicar a producir otro tipo de bien e intercambiarlo por el bien que desee, que necesite o que no pueda producir por la misma ineficiencia con la que cuenta para hacerlo. De esta manera se puede decir que si un bien se

importa es porque ésta producción indirecta requiere menos trabajo (para el país que lo realizó) que la producción directa.

b) Esta teoría trata de demostrar que el comercio puede ampliar las posibilidades de consumo de un país lo que implica incremento en ganancias del comercio.

Esta teoría ha desencadenado una serie de conclusiones que comúnmente se aceptan y que pueden ser falsas según la forma de pensar que se tenga del comercio exterior.

Se plantea que un país gana con el comercio, incluso si se tiene menor productividad que sus socios comerciales en todas las industrias. Pero probablemente esta creencia no es tan falsa si pensamos que han existido países (como Japón por ejemplo) que en un principio no contaban con los suficientes recursos naturales para tener una productividad superior en todas las industrias a comparación de sus socios comerciales, sin embargo sí han obtenido ganancias del comercio exterior. Y estas ganancias han sido obtenidas más por el ingenio para producir que por tener una mayor productividad ante los países con los que comercia.

De esta manera podemos ver que más que ser falsa en muchos casos ha sido verdadera. Si decimos que es falso que se obtengan ganancias aun con una menor productividad, estaríamos ignorando a países que empezaron teniendo una baja productividad y que hoy en día son considerados como potencias mundiales a nivel comercial como lo es Japón. Comenzó por preocuparse en tener una alta competitividad y no una alta productividad esto trajo como resultado, tener hoy en día una alta productividad y por lo tanto una alta competitividad.

También se plantea que el comercio es benéfico si las industrias extranjeras son competitivas debido a los bajos salarios.

En el caso de Alemania podemos decir que efectivamente es cierto, ya que sus ensambladoras como la VW (Volkswagen) se encuentran en México, en donde la mano de obra es mucho más barata que en otros países, incluso que en Alemania provocando menores costos y mayores ganancias otra situación falsa, es que el comercio es benéfico si las exportaciones de un país incorporan más trabajo que sus importaciones. Más bien, es benéfico si sucede lo contrario, es decir, si se incorpora menos trabajo en las exportaciones que en las importaciones.

Esto se puede comprobar en la actualidad al hablar de un intercambio desigual existente entre Estados Unidos (E.U.A) y México, en donde precisamente las mercancías que se reciben de E.U.A traen consigo menos trabajo que las que exporta México, debido a las diferencias en tecnología.

Comparando la teoría de la ventaja comparativa con el resto de las teorías antes mencionadas, ésta se acerca al tipo de comercio que muchos países realizan, ya que sólo llegan a exportar aquellos productos en los que tienen mayor productividad o son más eficientes, e importan aquel bien en el cual no se es eficiente o en el que simplemente implica mayor costo producirlo que importarlo.

El equilibrio y el comercio internacional

Según (unam, 2013). Esta teoría se basa en el estudio del mercado y de los precios de las mercancías en declive, concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho como se obtenga Dado que los teóricos del equilibrio concebían a la economía en estado estacionario, enfocaron su atención en los precios y en las cantidades que permitieran un movimiento estable de los productos desde el lugar en donde se producían hasta los centros comerciales sin que las condiciones establecidas fueran alteradas. En este proceso el dinero solo cumple la función de facilitar la medición económica sin importar el nivel de precios.

2. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

2.1 La economía asiática. El caso de Indonesia, India y Corea del Sur.

Para conocer las principales características de los países de interés en Asia, se efectuó una revisión de sus principales variables económicas y de comercio exterior. Esto permite tener una perspectiva de conjunto de las potencialidades y dificultades del mercado asiático para los productos y servicios provenientes de Antioquia. Se procuró buscar la información más actualizada, con el fin de tener datos confiables para el diseño de estrategias de relacionamiento con ese mercado.

2.1.1 Indonesia

Oficialmente la República de Indonesia es un país insular ubicado entre el Sureste Asiático y Oceanía. El archipiélago indonesio comprende cerca de 17.508 islas, donde habitan más de 237 millones de personas, convirtiéndolo en el quinto país más poblado del mundo, además es el país con más musulmanes del planeta. (Index Mundi, 2012)

2.1.2 Economía de Indonesia

Indonesia es el quinto país más poblado del mundo y un importante productor agropecuario. Las islas de Java y Bali no representan más que el 7 por ciento del total de la superficie del país, pero el 60 por ciento de la población. En estas islas, la agricultura es muy intensiva y se realizan hasta tres rotaciones de cultivos por año. Fuera de Java, los suelos son menos fértiles y la agricultura es menos intensiva. Los principales cultivos alimentarios, clasificados según la superficie cosechada, son el arroz, el maíz, la yuca, la soja y el maní. Además, Indonesia es uno de los más grandes productores y exportadores mundiales de cultivos arbóreos, como caucho, copra, almendra de palma, aceite de palma, café, cacao y especias.

Tabla 2 Datos de Indonesia 2012

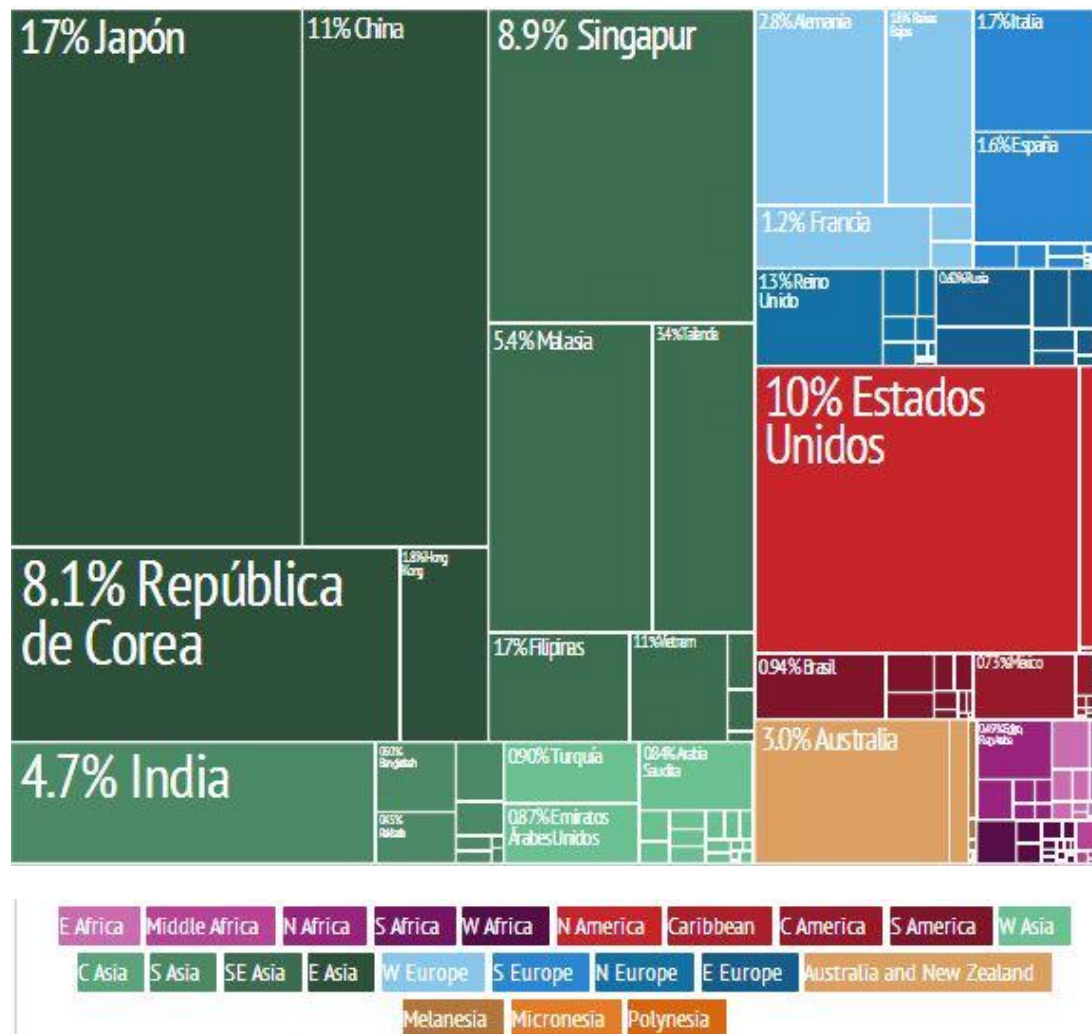
Capital : Yakarta	PIB (2012): USD 878.198,0 millones
Superficie : 1,904,569 km ²	PIB per cápita (2012) : USD 4.977,1
Población 2012: 244.468.000 Habitantes	Crecimiento PIB real (2011 y 2012): 6,5 % y 6,2 %
Moneda : USD =9.380,39 Rupia indonesia, promedio 2012	Puertos: 9

(Mincomercio, 2012)

El Gobierno de Indonesia ha hecho grandes esfuerzos por integrar la economía del país en la economía mundial. El proceso comenzó a mediados del decenio de 1980 y se aceleró en el de 1990, cuando el Gobierno redujo considerablemente los obstáculos al comercio internacional y abrió la economía a la inversión extranjera. El brusco descenso de los precios del petróleo fue la causa que determinó la adopción de las medidas de apertura del mercado indonesio. El objetivo era reestructurar la economía mediante la diversificación del sector comercial y reducir su fuerte dependencia del petróleo (Ministerio de Agricultura, 2011)

2.1.3 Exportaciones 2012: USD 190.031,8 millones (Mincomercio, 2012)

Ilustración 1. Exportaciones - destino



(Atlas Media, 2012)

En el corto plazo se espera que el crecimiento de la economía Indonesa sea del 5,8%, esta cifra es baja en comparación a los últimos 10 años y se espera tan bajo nivel de crecimiento debido a presiones inflacionarias, una caída en los precios de los productos exportables así como un aumento del riesgo en las economías emergentes. Se espera que el crecimiento para el 2014 sea del 5,9%. Respecto a inflación, el banco central de Indonesia tiene un rango objetivo entre 3,5 y 5,5%, la inflación en el 2012 se ubicó en el 4,3%, sin embargo, dado un crecimiento en el precio de los alimentos y el precio de los combustibles, se espera que la inflación para el final del 2013 sea del 7,7%, muy por encima del rango objetivo. En cuanto a la tasa de cambio, la Rupia perdió

un 6,6% de su valor nominal con respecto al dólar en el 2012 debilitando así su posición en balanza de pagos, se espera que la rupia se deprecie un 5,3% respecto al dólar en el 2013 y haya un proceso de estabilización de su valor para el 2014-2015. Finalmente Indonesia presentó después de 14 años un déficit en cuenta corriente equivalente al 2,7% del PIB en el 2012, se cree que se reducirá dicho déficit para el 2013 en un 0,5% del PIB. (Studylands, 2013)

2.1.4 **Tabla 3 Principales Productos exportados 2012**

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACION	VALOR USD
2010	2701	El carbón, briquetas	10.16%	18,061,496,984.78
2010	2711	Gases del petróleo	7.60%	13,503,255,548.44
2010	1511	El aceite de palma, en bruto	6.62%	11,759,873,791.76
2010	2709	Aceites de petróleo, el crudo	5.77%	10,252,284,055.71
2010	4001	Caucho natural	4.39%	7,804,647,608.73
2010	2603	Contenido de oro	3.33%	5,918,220,402.95
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	2.53%	4,489,083,261.25
2010	6403	#N/A	1.49%	2,650,852,350.75
2010	4802	Papel, uncoat, para escribir, etc., rollos, papel hecho a mano	1.41%	2,503,613,280.13
2010	1513	Aceite crudo de coco	1.28%	2,276,226,385.64
2010	7108	Oro	1.21%	2,157,488,667.14
2010	7403	Aleaciones de cobre refinado y cobre	1.16%	2,053,602,764.78
2010	4412	Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar	1.12%	1,994,819,429.15
2010	8001	Estaño en bruto	1.06%	1,878,117,245.58
2010	2713	El coque de petróleo	0.99%	1,766,969,068.86
2010	7501	Matas de níquel y otros productos de la metalurgia del níquel	0.95%	1,693,273,559.96
2010	8443	#N/A	0.94%	1,666,813,476.28
2010	9403	Los demás muebles y sus partes	0.85%	1,517,130,904.51
2010	4703	Químico de pasta de madera a la sosa o	0.83%	1,482,955,741.58

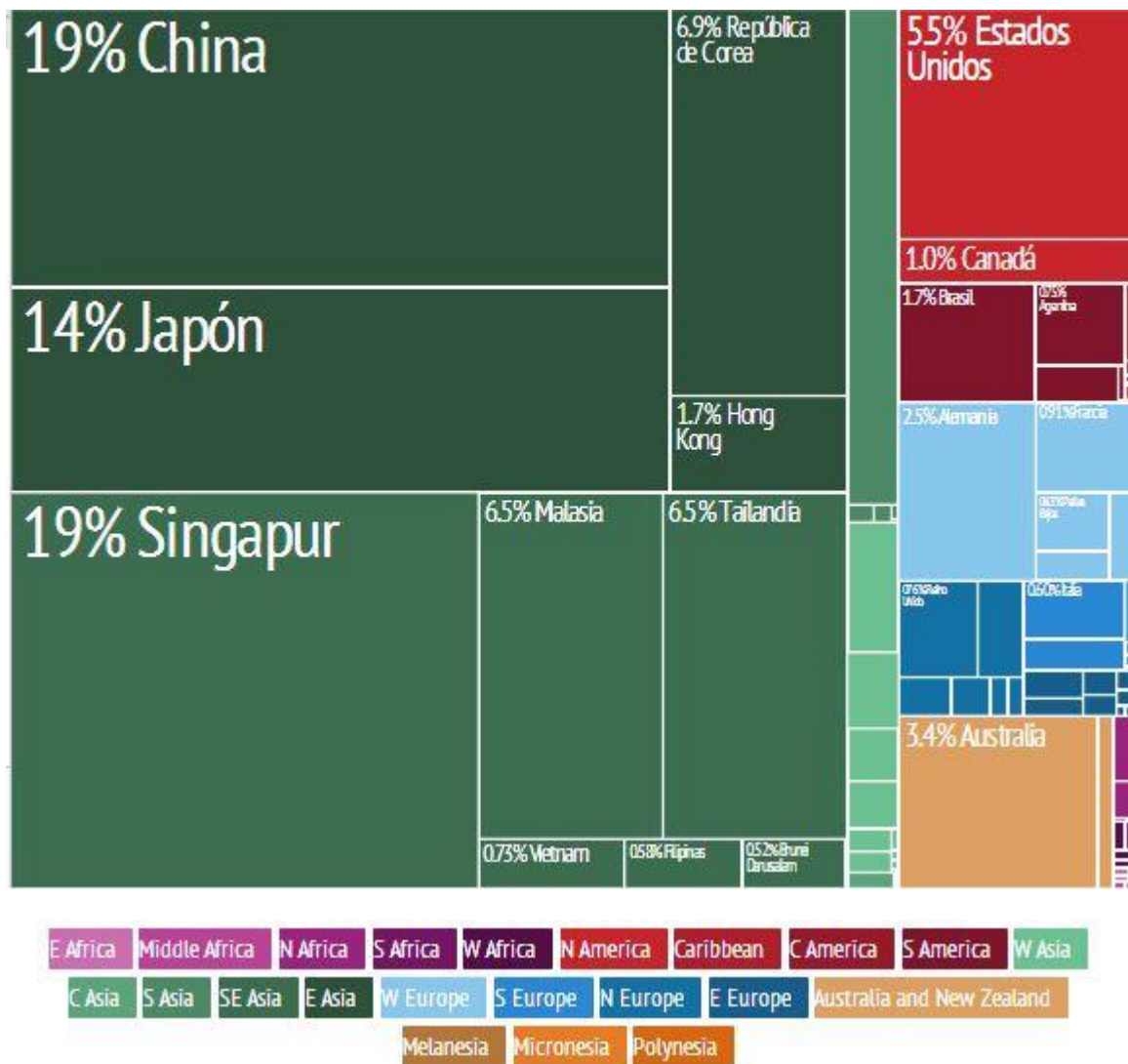
		sulfato, no se disuelve el grado		
2010	4011	Neumáticos nuevos de caucho	0.83%	1,473,891,635.20
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	0.76%	1,346,519,474.20
2010	1801	Cacao en grano, entero	0.75%	1,341,168,218.98
2010	6110	Jerseys, suéteres, sudaderas, etc.	0.74%	1,312,662,501.81
2010	8521	Aparatos de grabación de vídeo	0.70%	1,241,745,926.14
2010	1519	El ácido esteárico	0.69%	1,225,026,637.77
2010	8473	Partes y accesorios de máquinas de oficina	0.69%	1,218,748,663.50
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	0.68%	1,205,087,066.28
2010	3823	Ácidos grasos monocarboxílicos industriales, aceites ácidos del refinado; alcoholes grasos industriales	0.61%	1,089,185,318.98
2010	8703	#N/A	0.60%	1,065,184,831.70
2010	0306	Crustáceos	0.58%	1,036,008,733.87
2010	8528	Monitores y proyectores, aparatos receptores de televisión	0.57%	1,007,357,987.09

(Atlas Media, 2012)

Entre los mercados más importantes del país se encuentran Japón, China y Singapur. Las principales industrias comprenden: petróleo y gas natural, vestimenta, textiles, industria minera, cemento, fertilizantes químicos, laminados de manera, caucho, comida y turismo. El sector de servicios aporta aproximadamente el 45% del PIB del país, seguido por la industria (41%) y la agricultura (14%). (Naciones Unidas, 2012)

2.1.5 Importaciones 2012: USD 191.690,9 millones (Mincomercio, 2012)

Ilustración 2. Importaciones - procedencia



(AtlasMedia, 2012)

- Indonesia fue el importador número 28 del mundo en 2011 participando con 1% (US\$177.435.550 miles) de las importaciones mundiales. Su principal proveedor en 2011 fue China con una participación de 14,8%(US\$ 39.033 miles), seguido por Singapur con 14,6% (US\$ 26.212.186 miles) y Japón con 11% (US\$ 19.436.612 miles).
- Durante 2011, 23 empresas colombianas exportaron sus productos no tradicionales a Indonesia por monto superior a los US\$ 10.000.

- En 2010, las exportaciones Colombianas a Indonesia alcanzaron FOB US\$ 27.666.099, 32.5% más que en 2009. En 2011, las exportaciones llegaron a FOB US\$29.929.559, 8.2% más que el año anterior.
- En 2010 y 2011, el segmento no tradicional representó más del 90,0% de las exportaciones colombianas.
- En el mercado Indonesio se han identificado oportunidades en los siguientes sectores: Agroindustria (productos acuícola y verduras y frutas Procesadas), Manufacturas (cosméticos naturales y productos de cuidado de piel, pelo, bebé, a base de esencias, extractos e insumos naturales) y Prendas de Vestir (ropa interior femenina y marroquinería pequeña). (ColombiaTrade, 2012)

2.1.6 **Tabla 4 Principales productos importados**

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACIÓN	VALOR USD
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	13.65%	16,268,762,565.39
2010	8802	Aeronaves, vehículos espaciales y vehículos de lanzamiento	2.79%	3,324,121,562.19
2010	2709	Aceites de petróleo, el crudo	2.69%	3,206,665,490.35
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	2.04%	2,429,638,391.77
2010	8471	Máquinas automáticas de procesamiento de datos	1.83%	2,184,076,536.97
2010	8542	#N/A	1.75%	2,091,495,573.18
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	1.69%	2,013,382,832.05
2010	8704	Vehículos automóbiles para el transporte de mercancías	1.65%	1,965,101,396.20
2010	8703	#N/A	1.54%	1,831,632,814.33
2010	8529	Partes de aparatos de radio, teléfonos y televisores	1.09%	1,300,691,779.60
2010	8517	Teléfonos	1.07%	1,271,963,759.40
2010	8429	Autopropulsadas topadoras, excavadoras y apisonadoras	1.06%	1,268,802,746.89
2010	1701	El azúcar en bruto, la caña de	0.99%	1,175,914,288.60
2010	1001	Trigo y morcajo	0.93%	1,113,134,669.44

2010	8431	Piezas para el uso con equipos de elevación y maquinaria de excavación	0.86%	1,028,474,102.47
2010	6002	Tejido de punto o ganchillo, anchura inferior a 30 cm > 5% de elastómero	0.86%	1,025,692,287.59
2010	8409	#N/A	0.85%	1,014,901,872.92
2010	8443	#N/A	0.81%	963,193,900.81
2010	2902	Hidrocarburos cíclicos	0.77%	918,774,102.01
2010	8901	#N/A	0.75%	899,195,109.44
2010	3902	Polímeros de propileno o de otras olefinas, en formas primarias	0.72%	863,797,609.38
2010	8483	Árboles de transmisión	0.69%	822,802,141.91
2010	7208	De hierro laminado en caliente sin alear bobina de acero,, w > 600 mm, t > 10 mm, PAI 355 MPa	0.68%	812,953,821.04
2010	2304	Soja tortas	0.67%	801,715,418.26
2010	8536	Aparato de protección de circuitos eléctricos por menos de 1k voltios	0.66%	791,888,471.00
2010	7304	Tubos y perfiles huecos, sin soldadura, de hierro o acero	0.66%	787,005,901.21
2010	8413	Bombas para líquidos	0.64%	757,735,011.24
2010	7209	De hierro laminado en frío o acero sin alear, ancho de bobina, > 600 mm, t > 3 mm, 355 mp	0.61%	725,875,831.75

(AtlasMedia, 2012)

2.1.8 Acuerdos bilaterales entre Colombia y la Republica de Indonesia

Tabla 5 acuerdos bilaterales Colombia – Indonesia

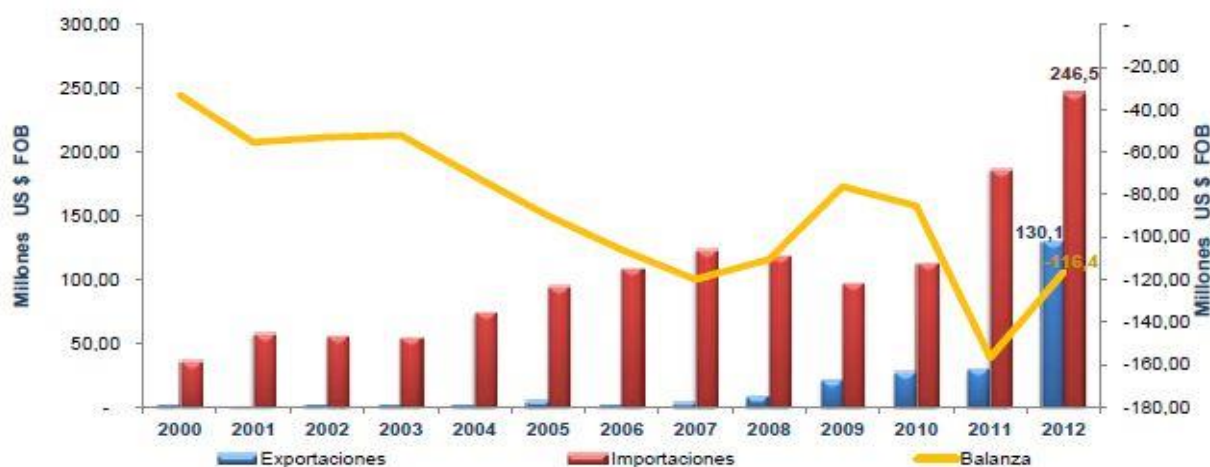
Acuerdo	Estado del tratado	Fecha acuerdo	Vigente desde	Alcance
Sistema global de preferencias	Vigente	13 de abril de 88	19 de abril de 89	Acuerdo de alcance parcial

Fuente: (OMC, 2013)

El SGPC (SHIROMANI GURDWARA PARBANDHAK COMMITTE) se estableció en 1989 como un marco para la aplicación de reducciones arancelarias preferenciales y otras medidas de cooperación entre países en desarrollo.

Los 43 participantes en el SGPC son Argelia, la Argentina, Bangladesh, Benin, Bolivia, el Brasil, el Camerún, Chile, Colombia, Cuba, el Ecuador, Egipto, Filipinas, Ghana, el grupo Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), Guinea, Guyana, la India, Indonesia, el Iraq, Libia, Malasia, Marruecos, México, Mozambique, Myanmar, Nicaragua, Nigeria, el Pakistán, el Perú, la República de Corea, la República Islámica de Irán, la República Popular Democrática de Corea, la República Unida de Tanzania, Singapur, Sri Lanka, el Sudán, Tailandia, Trinidad y Tobago, Túnez, Venezuela, Vietnam y Zimbabue.

Ilustración 3: Exportaciones, importaciones y balanza comercial 2012



(Mincomercio, 2012)

Tabla 6 Principales Sectores 2012

Exportaciones	miles US \$	Partic. %
Petróleo	114.710	88,2
Química Básica	12.161	9,3
Carbón	519	0,4
Derivados Del Petróleo	481	0,4
Maquinaria Y Equipo	471	0,4
Resto	1.774	1,4
Total exportado a Indonesia (FOB)	130.116	100,0
Importaciones	miles US \$	Partic. %
Maquinaria Y Equipo	45.400	17,2
Franjas Agroindustriales	43.599	16,5
Calzado	41.966	15,9
Textiles	25.981	9,9
Automotor	24.293	9,2
Resto	82.477	31,3
Total importado desde Indonesia (CIF)	263.715	100,0
Importaciones (FOB)	246.487	
Balanza comercial (FOB)	-116.371	

(Mincomercio, 2012)

2.2 India

Oficialmente la República de la India es un estado ubicado en Asia del Sur. Es el séptimo país más extenso y el segundo más poblado del mundo. Limita con el océano Índico al sur, con el mar Arábigo al oeste y con el golfo de Bengala al este, a lo largo de una línea costera de más de 7517 kilómetros. La India también limita con Pakistán al oeste; al norte con China, Nepal y Bután y al este con Bangladés y Birmania. Además, la India se encuentra cerca de las islas de Sri Lanka, Maldivas e Indonesia. Su capital es Nueva Delhi y su ciudad más poblada es Bombay. (Index Mundi, 2012)

2.2.1 Desarrollo económico de la India

India es la onceava potencia económica del mundo. En 2013, el país experimentó un crecimiento bajo (3,8%), debido a la morosidad de la coyuntura internacional y de los malos resultados de los sectores manufacturero y minero. Se esperan mejores resultados para el año fiscal 2013-2014 (4,9%), como consecuencias de los buenos resultados agrícolas, que debieran estimular el consumo.

Tabla 7 Datos de India 2012

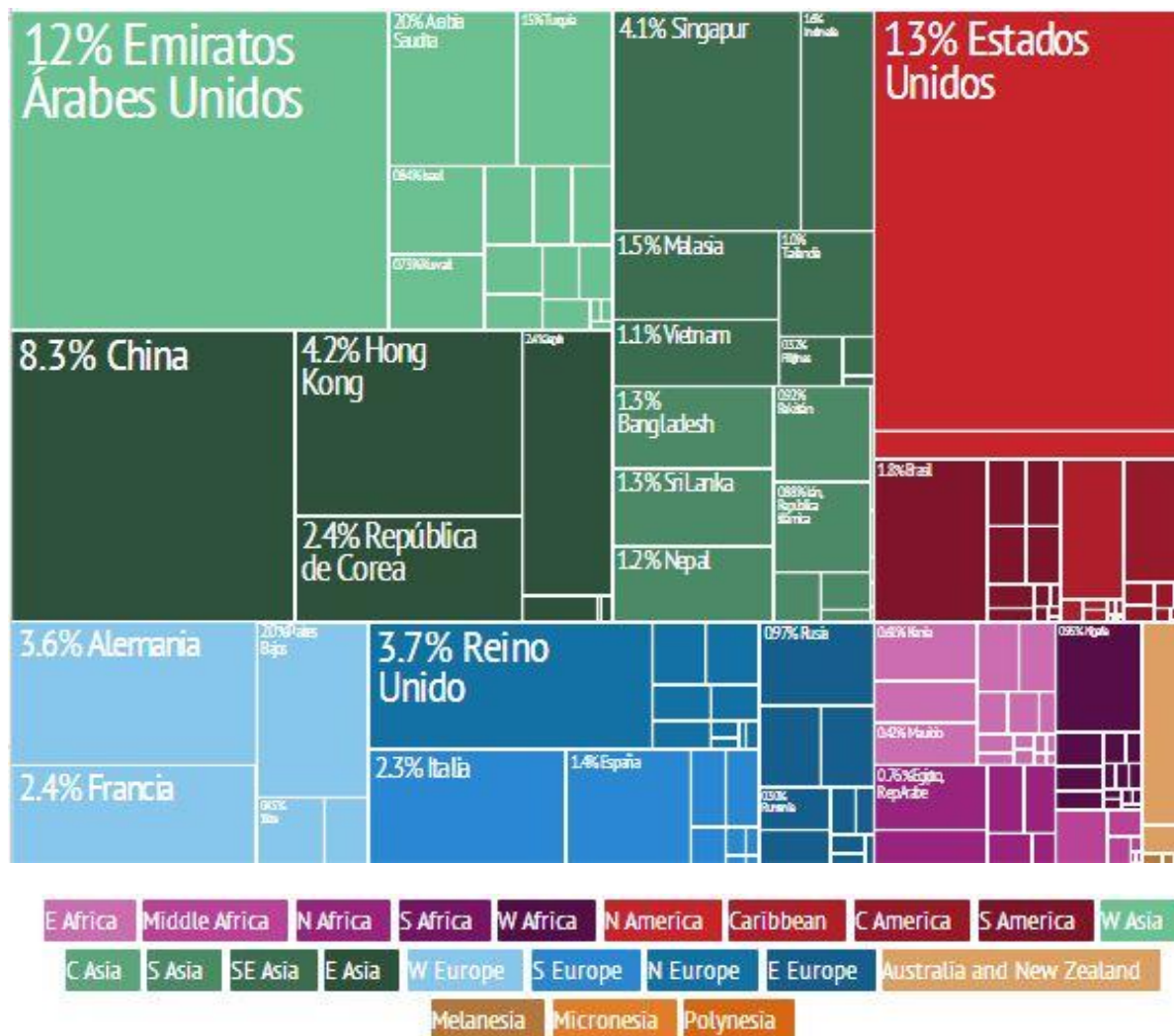
Capital : Nueva Delhi	PIB (2012): USD 1.870.651,0 millones
Superficie : 3.287.263 km ²	PIB per cápita (2012) : USD 4.077.1
Población 2012: 1.223.581 miles de habitantes	Crecimiento PIB real (2012 y 2013): 4,7% y 4,4 %
Moneda: USD = 58,56 rupias, promedio 2013	Puertos: 7

(Mincomercio, 2012)

India sigue siendo un país pobre: el PIB per cápita es bajo, cerca del 25% de la población sigue viviendo por debajo del umbral de la pobreza y las desigualdades son importantes. La mitad de los niños de menos de cinco años sufren de malnutrición. El desempleo bordea 7% de la población activa. (santander, 2013)

2.2.2 Exportaciones 2012: USD 336.611,4 millones (Mincomercio, 2012)

Ilustración 4. Exportaciones - destino



(Atlas Media, 2012)

India es la cuarta potencia agrícola del mundo. La agricultura representa aproximadamente el 14% del PNB y emplea a más de 60% de la población activa. Los principales cultivos son trigo, mijo, arroz, maíz, caña de azúcar, té, patata y algodón. India es también el segundo mayor productor de ganado bovino, tercero de ganado ovino y cuarto en términos de producción pesquera. (Santander, 2013)

2.2.3 Tabla 8 Principales productos exportados 2012

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACION	VALOR USD
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	15.40%	36,615,786,728.86
2010	7102	Diamantes	10.71%	25,465,268,919.89
2010	2601	Minerales de hierro y sus concentrados	3.57%	8,483,860,112.44
2010	7113	Joyería de metales preciosos	3.28%	7,797,559,032.58
2010	3004	Medicamentos, envasados	2.96%	7,038,919,269.27
2010	8703	#N/A	1.56%	3,708,151,189.55
2010	5205	Hilados de algodón de > 85%	1.29%	3,063,495,569.30
2010	5201	Algodón en bruto	1.25%	2,984,338,424.08
2010	7403	Aleaciones de cobre refinado y cobre	1.23%	2,930,372,994.40
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	1.22%	2,907,264,911.89
2010	1006	Arroz	1.11%	2,628,541,523.03
2010	8905	Flotantes o sumergibles de perforación de plataformas	1.06%	2,511,903,198.77
2010	6204	Trajes de chaqueta, excepto de punto	1.00%	2,378,251,248.61
2010	7305	Otros tubos de hierro o de acero que tiene sección transversal circular	0.93%	2,210,242,660.64
2010	6302	Ropa de casa	0.88%	2,091,234,131.74
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	0.86%	2,054,104,719.69
2010	6109	T-shirts	0.85%	2,028,280,462.19
2010	6403	#N/A	0.78%	1,857,753,871.14
2010	2933	Compuestos heterocíclicos con heteroátomo (s) sólo	0.77%	1,827,464,672.27

2010	6206	Camisas de las mujeres, excepto de punto	0.76%	1,809,049,348.27
2010	7202	Ferroaleaciones	0.74%	1,759,629,701.29
2010	0202	La carne bovina (congelada)	0.70%	1,664,322,844.06
2010	2304	Soja tortas	0.68%	1,608,963,606.19
2010	7210	Laminados planos de hierro o acero sin alear, revestido con estaño, w> 600 mm, t> 0,5 m	0.65%	1,556,105,169.14
2010	3204	Materias colorantes orgánicas sintéticas	0.58%	1,371,562,985.06
2010	5407	Tejidos de hilados de filamentos sintéticos	0.52%	1,245,145,123.62
2010	2902	Hidrocarburos cíclicos	0.51%	1,201,909,781.47
2010	8504	Transformadores eléctricos	0.50%	1,198,765,969.21
2010	0306	Crustáceos	0.48%	1,150,941,545.94
2010	2818	Corindón artificial	0.47%	1,114,858,738.73
2010	4011	Neumáticos nuevos de caucho	0.41%	986,529,330.24

(AtlasMedia, 2012)

todavía mantienen un crecimiento por encima del 20%, y la debilidad de la rupia parece haber reactivado en parte las mismas, pero a pesar de ello se prevé un año difícil por la incertidumbre de la eurozona (la UE es el principal socio comercial de India). (Exteriores.gob, 2012)

2.2.5 **Tabla 9 Principales productos importados 2012**

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACIÓN	VALOR USD
2010	2709	Aceites de petróleo, el crudo	21.35%	59,008,629,765.05
2010	7102	Diamantes	8.85%	24,468,864,263.14
2010	2701	El carbón, briquetas	4.75%	13,134,830,165.66
2010	7108	Oro	4.72%	13,037,119,607.58
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	1.72%	4,757,146,817.70
2010	8517	Teléfonos	1.68%	4,637,764,199.10
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	1.52%	4,194,693,046.65
2010	2603	Contenido de oro	1.50%	4,157,548,335.07
2010	2711	Gases del petróleo	1.47%	4,052,043,667.11
2010	1511	El aceite de palma, en bruto	1.40%	3,876,573,211.25
2010	3105	Abonos minerales o químicos, mixta	1.20%	3,325,714,634.43
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	1.13%	3,120,572,401.14
2010	8471	Máquinas automáticas de procesamiento de datos	1.01%	2,792,552,125.32
2010	8802	Aeronaves, vehículos espaciales y vehículos de lanzamiento	0.89%	2,446,380,186.76
2010	7208	De hierro laminado en caliente sin alear bobina de acero., w> 600 mm, t> 10 mm, PAI 355 MPa	0.88%	2,432,241,369.62
2010	7204	Desperdicios y desechos ferrosos	0.79%	2,175,675,363.86
2010	3104	Abonos minerales o químicos potásicos	0.68%	1,884,213,262.50
2010	3901	Los polímeros de etileno en formas primarias	0.60%	1,650,929,858.69
2010	3102	Abonos minerales o químicos nitrogenados	0.53%	1,477,003,432.29
2010	8901	#N/A	0.53%	1,451,092,501.67
2010	8411	Turborreactores, turbopropulsores y demás turbinas de gas	0.51%	1,416,550,283.25
2010	8542	#N/A	0.51%	1,412,236,512.25

2010	1507	Aceite de soja, el crudo	0.50%	1,387,588,537.76
2010	7106	Plata	0.48%	1,327,591,053.35
2010	0713	Legumbres secas	0.47%	1,287,197,279.24
2010	2809	Pentaóxidodifósforo; ácido fosfórico; ácidos poli fosfóricos	0.47%	1,286,929,105.79
2010	8414	Aire o de vacío, bombas de campanas de ventilación o reciclaje	0.46%	1,284,961,769.59
2010	8479	Máquinas y aparatos mecánicos con funciones individuales, nep	0.45%	1,250,640,181.47
2010	1701	El azúcar en bruto, la caña de	0.45%	1,250,207,300.56
2010	8504	Transformadores eléctricos	0.45%	1,243,425,507.78

(AtlasMedia, 2012)

2.2.6 Comercio bilateral de Colombia con India

Ambos países protagonizan un proceso de crecimiento exponencial de sus relaciones comerciales, que expertos califican de “ejemplo” de integración económica entre Asia y Latinoamérica.

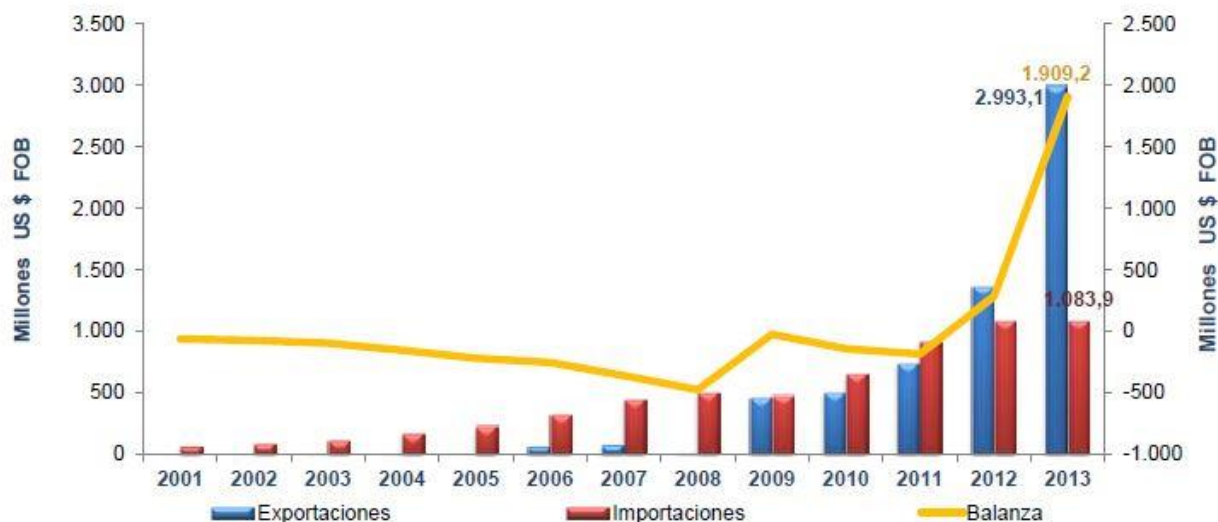
Desde hace tres años una decena de empresas indias se han establecido en Colombia, que a su vez ha diversificado y duplicado las exportaciones a este país asiático donde se contempla a la Nación como plataforma de inversión continental.

En la actualidad, más de 30 compañías indias de sectores como el automotriz, el informático y el energético, se encuentran implantadas en territorio colombiano, donde con anterioridad las firmas del subcontinente no llegaban a la media docena.

En paralelo a la oleada de instalación de firmas indias en el territorio, Colombia ha doblado sus exportaciones al país asiático, que han pasado de 632 millones de dólares en 2009 a más de 1.336 millones en 2012.

En ese sentido, el sector petrolero sigue acaparando más del 90 % de las exportaciones colombianas al mercado indio. Sin embargo, el país ha comenzado a introducir otro tipo de productos, como las flores y los derivados del café, reflejando un incremento en las exportaciones que permite a Colombia tener un superávit comercial de US\$303 millones en la balanza de intercambios bilaterales con la India, que nos vende un valor anual de US\$1.055 millones. (ElMundo, 2012)

Ilustración 6 Exportaciones, importaciones y balanza comercial 2012



(Mincomercio, 2012)

Tabla 10 Principales Sectores 2012

Exportaciones	miles US \$	Partic. %
Petróleo	2.794.412	93,4
Otros Mineros	85.651	2,9
Carbón	60.397	2,0
Ferroníquel	26.571	0,9
Demás Industria Liviana	13.625	0,5
Resto	12.411	0,4
Total exportado a India (FOB)	2.993.066	100,0
Importaciones	miles US \$	Partic. %
Automotor	443.752	38,8
Química Básica	250.877	21,9
Textiles	163.649	14,3
Maquinaria Y Equipo	117.506	10,3
Metalurgia	71.387	6,2
Resto	96.673	8,5
Total importado desde India (CIF)	1.143.843	100,0
Importaciones (FOB)	1.083.857	
Balanza comercial (FOB)	1.909.209	

(Mincomercio, 2012)

2.3 Corea del Sur

La República de Corea comúnmente conocida como Corea del Sur para distinguirla de Corea del Norte, y muy raramente como Corea del Sur para distinguirla de Corea del Norte, es un país de Asia Oriental, ubicado en la parte sur de la península de Corea. Limita al norte con la República Popular Democrática de Corea, con la cual formó un solo país hasta 1945. Al este se encuentra el mar de Corea o el mar del Este, al sur el estrecho de Corea, que lo separa de Japón, y al oeste el mar Amarillo. (Index Mundi, 2012)

2.3.1 Desarrollo económico de Corea del Sur

Decimoquinta economía mundial, Corea del Sur ha experimentado un espectacular crecimiento en los últimos treinta años. Sin embargo, debido a su gran implicación en el comercio y las finanzas internacionales, Corea del Sur fue uno de los países asiáticos más afectados de Asia por la crisis financiera mundial. En 2013, el crecimiento se limitó a 2,7% debido al lento repunte de la demanda mundial, en especial en China y Estados Unidos, y de la debilidad de la divisa japonesa. Se espera una aceleración del crecimiento en 2014 (3,7%) en un contexto internacional más favorable.

Tabla 11 Datos de Corea del Sur 2012

Capital : Seúl	PIB (2012): USD 1.221.801 millones
Superficie : 100.210 km ²	PIB per cápita (2012) : USD 33.189,1
Población 2012: 50.219.669 habitantes	Crecimiento PIB real (2011 y 2012): 2,0 % y 2,8 %
Moneda: USD = 1.057,04 won	Puertos: 5

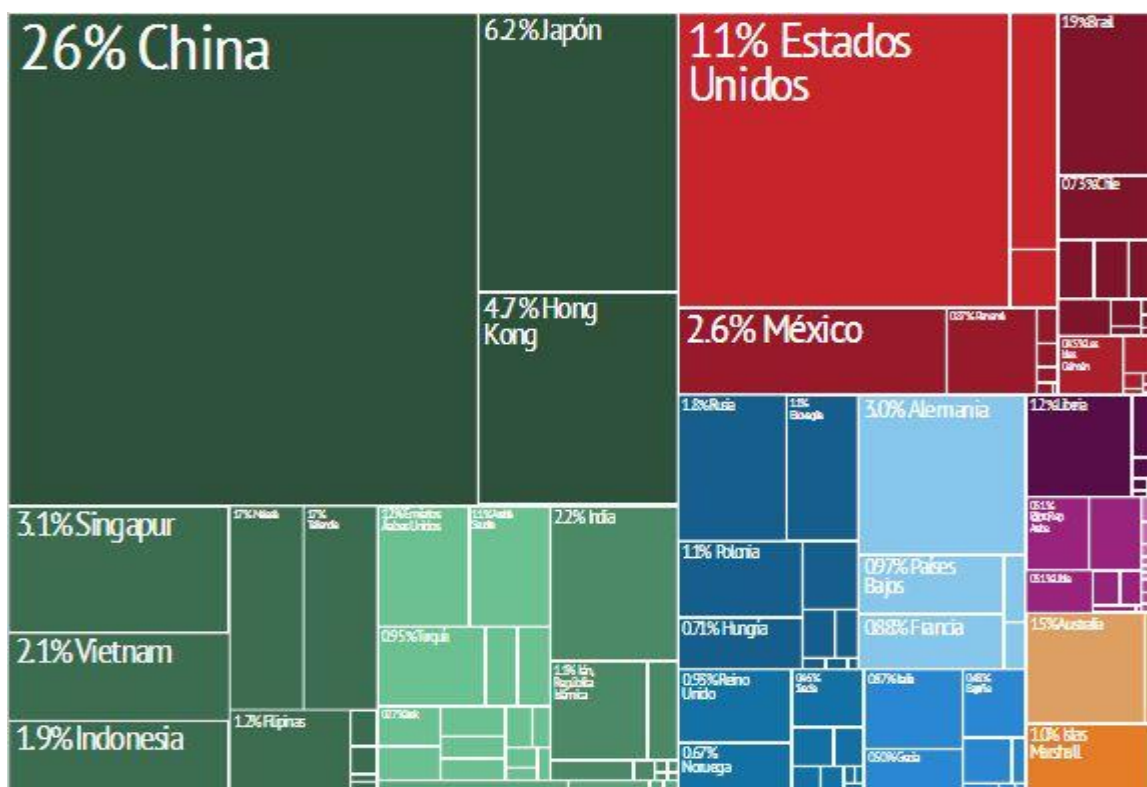
(Mincomercio, 2012)

Corea del Sur sufre desde 2012 el enfriamiento económico en China y Estados Unidos, principales socios comerciales del país. La presidenta Park Geun-hye, electa a fines de 2012,

comenzó sus cinco años de gobierno anunciando una mayor democratización económica, es decir, un reequilibrio entre los chaebols y las pimes, y el apoyo a una economía creativa, basada en los servicios y la innovación. El gobierno prosigue una política favorable a los negocios y el crecimiento económico, mezclando estímulos fiscales con una política monetaria flexible. El Estado, al igual que los hogares, debe afrontar un endeudamiento cada vez mayor y preocupante. EL presupuesto de 2013, en alza de 2% con respecto a 2012, le da prioridad a los gastos sociales, la salud y el empleo, al igual que al sector de defensa. El gobierno apuesta por un déficit público no alterado (1,8% del PIB) y una deuda pública que se eleva a 36,4% del PIB. El Banco Central busca mantener la estabilidad de los precios estimulando la economía. El país deberá igualmente hacerse cargo de los problemas estructurales, que son el subdesarrollo del mercado financiero, el envejecimiento de la población, la erosión de la competitividad del país a medida que sube de categoría la economía china. (santander, 2013)

2.3.2 Exportaciones 2012: USD 559.618,6 (Mincomercio, 2012)

Ilustración 7. Exportaciones - destino





(AtlasMedia, 2012)

Durante las últimas décadas, América Latina se ha convertido en el socio regional más dinámico de Corea del Sur, presentando tasas de crecimiento anual de un 16%. Sin embargo, aún existen oportunidades de negocios que deben potenciarse sobre la base de un acercamiento más homogéneo de nuestra región con este país asiático.

En su reciente visita a Corea del Sur, Enrique García, Presidente Ejecutivo del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), resaltó este hecho sin obviar que se necesita "construir una relación más balanceada entre las dos regiones, donde América Latina pueda exportar, igualmente, bienes con un mayor valor agregado". (trade c. f., 2012)

2.3.3 Tabla 12 Principales productos exportados en 2012

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACIÓN	VALOR USD
2010	8542	#N/A	8.79%	41,794,535,182.52
2010	8901	#N/A	7.91%	37,608,621,549.23
2010	8703	#N/A	6.62%	31,501,162,752.53
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	6.13%	29,161,752,044.28
2010	9013	Dispositivos de cristal líquido	5.23%	24,867,280,077.57
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	3.55%	16,872,633,404.70
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	3.10%	14,741,962,463.64
2010	8529	Partes de aparatos de radio, teléfonos y televisores	2.84%	13,500,599,365.10
2010	8905	Flotantes o sumergibles de perforación de plataformas	2.11%	10,017,807,206.00
2010	8517	Teléfonos	1.93%	9,194,469,326.72
2010	8473	Partes y accesorios de máquinas de oficina	1.86%	8,855,770,027.73

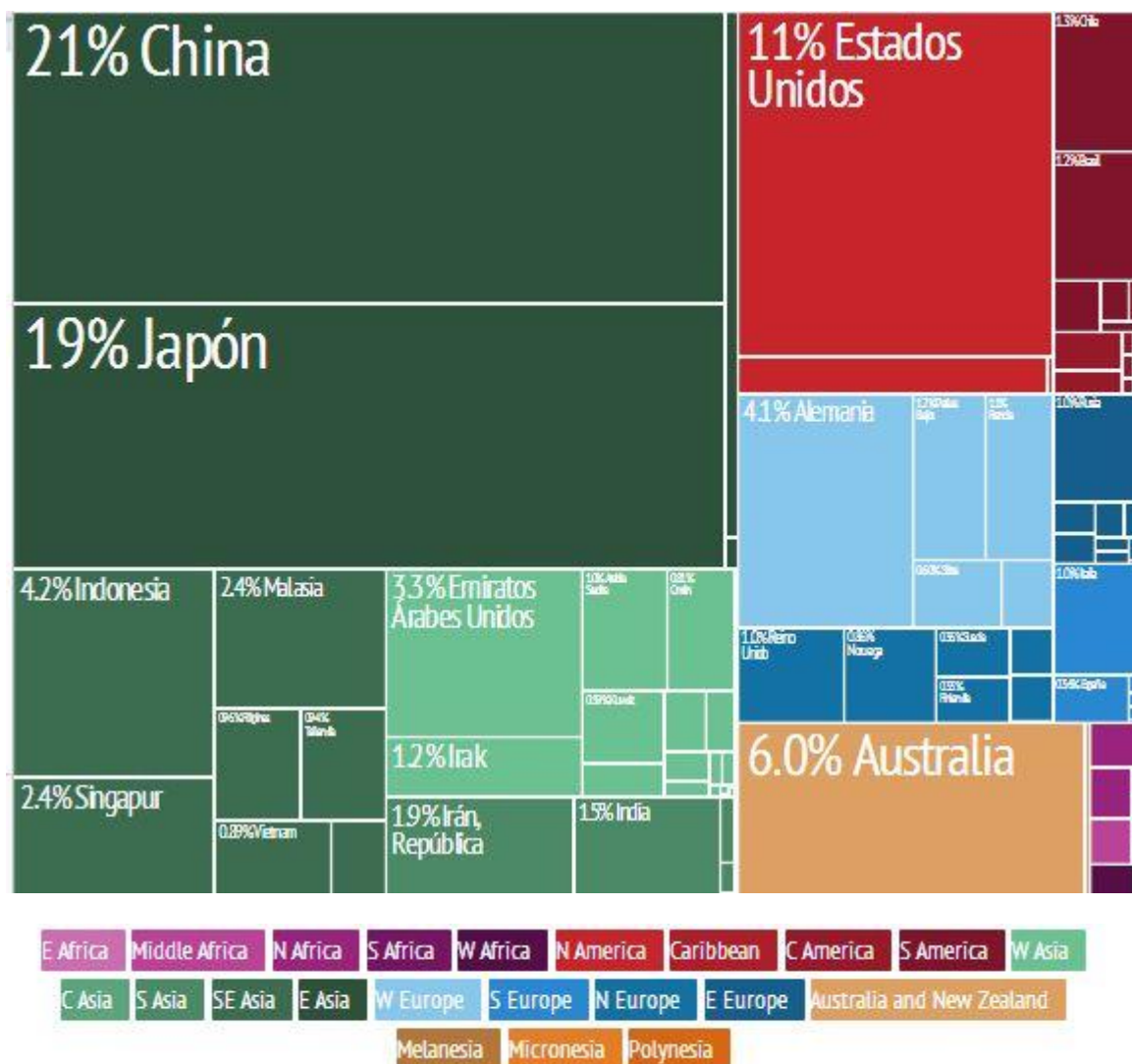
2010	8479	Máquinas y aparatos mecánicos con funciones individuales, nep	1.14%	5,403,016,637.41
2010	2902	Hidrocarburos cíclicos	1.12%	5,332,082,446.69
2010	8541	Diodos, transistores, dispositivos semiconductores, dispositivos semiconductores fotosensibles, incluidas las células fotovoltaicas	1.08%	5,128,054,966.82
2010	7210	Laminados planos de hierro o acero sin alear, revestido con estaño, w> 600 mm, t> 0,5 m	1.00%	4,743,509,227.01
2010	8471	Máquinas automáticas de procesamiento de datos	0.98%	4,667,643,063.79
2010	7208	De hierro laminado en caliente sin alear bobina de acero,, w> 600 mm, t> 10 mm, PAI 355 MPa	0.94%	4,483,778,186.89
2010	2917	Ácidos policarboxílicos	0.93%	4,419,337,787.97
2010	3907	Poliacetales	0.89%	4,249,592,060.16
2010	3903	Los polímeros de estireno en formas primarias	0.82%	3,901,775,681.66
2010	8528	Monitores y proyectores, aparatos receptores de televisión	0.80%	3,798,075,776.68
2010	4011	Neumáticos nuevos de caucho	0.73%	3,461,320,783.70
2010	9001	Las fibras ópticas	0.71%	3,381,726,240.41
2010	8507	#N/A	0.70%	3,351,739,190.07
2010	3902	Polímeros de propileno o de otras olefinas, en formas primarias	0.70%	3,351,688,456.09

2010	3901	Los polímeros de etileno en formas primarias	0.68%	3,234,883,942.40
2010	8534	Circuitos impresos	0.65%	3,078,083,234.46

(AtlasMedia, 2012)

2.3.4 Importaciones 2012: USD 515.573 millones (Mincomercio, 2012)

Ilustración 8. Importaciones - procedencia



(AtlasMedia, 2012)

El sector primario no es muy potente en Corea, ya que representa un porcentaje mínimo del PNB del país. El arroz es el principal cultivo; sin embargo, la cebada, el trigo, el maíz, la soja y el sorgo se cultivan también de forma extensiva. También se cría ganado a gran escala. Los recursos minerales de Corea del Sur se limitan al oro y a la plata.

Los principales sectores de actividad del país son el textil, la industria del acero, la industria automotriz, la construcción naval y la electrónica. Corea del Sur es el mayor productor de semiconductores del mundo. El sector secundario representa cerca del 40% del PNB, mientras el sector terciario supone alrededor del 60%. (Santander, 2013)

2.3.5 **Tabla 13 Principales productos importados 2012**

AÑO	CODIGO	NOMBRE	PARTICIPACIÓN	VALOR USD
2010	2709	Aceites de petróleo, el crudo	7.02%	24,323,968,942.14
2010	8542	#N/A	6.79%	23,524,560,947.92
2010	2710	Aceites de petróleo, refinados	4.47%	15,489,354,649.94
2010	8479	Máquinas y aparatos mecánicos con funciones individuales, nep	4.14%	14,323,520,503.77
2010	2711	Gases del petróleo	4.13%	14,307,252,890.20
2010	2701	El carbón, briquetas	3.04%	10,543,039,707.81
2010	7208	De hierro laminado en caliente sin alear bobina de acero,, w> 600 mm, t> 10 mm, PAI 355 MPa	2.08%	7,189,330,514.22
2010	2601	Minerales de hierro y sus concentrados	1.60%	5,556,332,210.57
2010	8471	Máquinas automáticas de procesamiento de datos	1.59%	5,507,657,945.54
2010	8541	Diodos, transistores, dispositivos semiconductores, dispositivos semiconductores fotosensibles, incluidas las células fotovoltaicas	1.29%	4,476,647,880.78
2010	8517	Teléfonos	1.24%	4,286,564,113.98
2010	8708	Partes y accesorios de los vehículos de motor	1.08%	3,750,036,334.76
2010	3920	Los demás, sin placas de plástico reforzado, láminas, hojas y tiras	1.04%	3,593,532,789.19
2010	2603	Contenido de oro	1.03%	3,579,760,450.82
2010	7204	Desperdicios y desechos ferrosos	0.94%	3,266,303,070.97

2010	8703	#N/A	0.89%	3,079,273,746.28
2010	7207	Productos intermedios de hierro o acero sin alear	0.88%	3,047,435,915.01
2010	9013	Dispositivos de cristal líquido	0.82%	2,842,096,190.27
2010	7403	Aleaciones de cobre refinado y cobre	0.81%	2,813,510,576.55
2010	8473	Partes y accesorios de máquinas de oficina	0.79%	2,726,278,543.05
2010	2902	Hidrocarburos cíclicos	0.75%	2,604,564,444.54
2010	8525	Aparatos transmisores de radio, teléfono y TV	0.73%	2,526,299,201.69
2010	8901	#N/A	0.68%	2,339,643,924.32
2010	3004	Medicamentos, envasados	0.67%	2,318,790,832.38
2010	3823	Ácidos grasos monocarboxílicos industriales, aceites ácidos del refinado; alcoholes grasos industriales	0.66%	2,292,743,534.14
2010	7601	Aluminio en bruto	0.65%	2,248,006,771.47

(AtlasMedia, 2012)

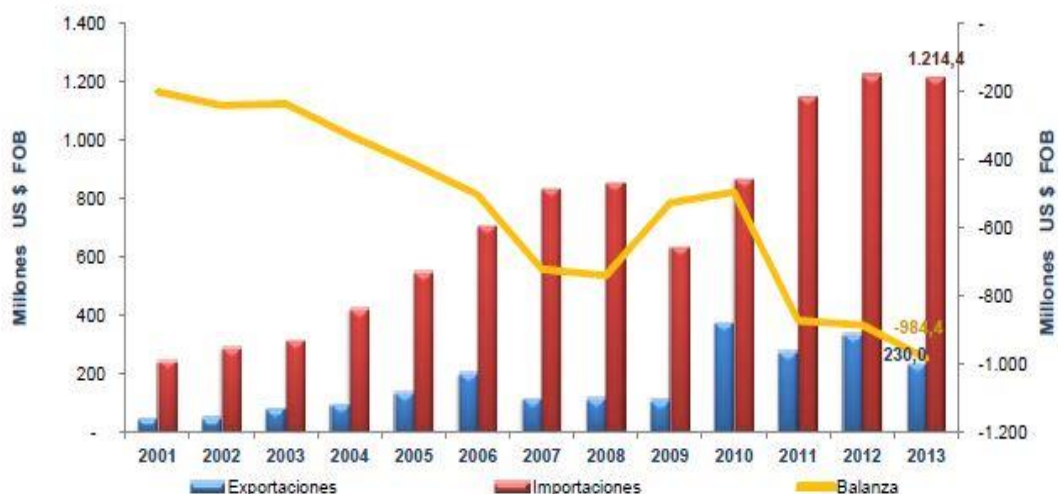
2.3.6 Comercio bilateral de Colombia con república de Corea

Tabla 14 Tabla Acuerdos bilaterales Colombia – Corea del Sur

Acuerdo	Estado del tratado	Fecha acuerdo	Vigente desde	Alcance
Acuerdo de Libre Comercio	Firmado	5 de febrero de 2013		Acuerdo de Libre Comercio e Integración Económica

Fuente: (OMC, <http://www.wto.org>, 2012)

Este TLC es parte de los llamados acuerdos de última generación ya que incluye bienes y servicios y también inversión y cooperación. Contiene 22 capítulos referidos a bienes industriales y agrícolas, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, defensa comercial, inversión, propiedad intelectual, comercio y desarrollo sostenible y cooperación, competencia, compras públicas, servicios y solución de controversias, entre otros temas relevantes. (trade c. f., 2012)

Ilustración 9 Exportaciones, importaciones y balanza comercial 2012

(Mincomercio, 2012)

Tabla 15 Principales sectores 2012

Exportaciones	miles US \$	Partic. %
Ferróniquel	52.738	22,9
Petróleo	51.862	22,5
Café	47.361	20,6
Metalurgia	28.989	12,6
Carbón	20.305	8,8
Resto	28.741	12,5
Total exportado a República De Corea (FOB)	229.995	100,0
Importaciones	miles US \$	Partic. %
Automotor	537.859	41,5
Maquinaria Y Equipo	296.999	22,9
Química Básica	291.568	22,5
Metalurgia	89.961	6,9
Textiles	24.706	1,9
Resto	55.315	4,3
Total importado desde República De Corea (CIF)	1.296.408	100,0
Importaciones (FOB)	1.214.445	
Balanza comercial (FOB)	-984.449	

(Mincomercio, 2012)

3. ANTIOQUIA

Es un departamento de Colombia, localizado al noroeste del país. Ocupa un territorio de 63.612 km² que limita al norte con el mar Caribe y con el departamento de Córdoba; al occidente con el departamento del Chocó; al oriente con los departamentos de Bolívar, Santander y Boyacá; y al sur con los departamentos de Caldas y Risaralda. Es el 6° departamento más extenso de Colombia, y el más poblado, si se tiene en cuenta que el distrito capital de Bogotá es una entidad administrativa especial. Su organización territorial comprende nueve subregiones y su capital es la ciudad de Medellín.

En el territorio antioqueño habitan actualmente 6.299.990 personas en un total de 125 municipios. Más de la mitad de la población reside en el área metropolitana del Valle de Aburra. Su economía genera el 13% del PIB colombiano, ubicándose en segundo lugar tras Bogotá. (gobernacion de antioquia, 2012)

3.1 Desarrollo económico de Antioquia

La problemática del desarrollo para un territorio como Antioquia es compleja y en consecuencia el reto que tendrá que asumir el departamento es tarea de gran magnitud. Poder contar en los próximos años con una Antioquia moderna, dinámica, socialmente incluyente y competitiva, requiere la puesta en común de una visión de región, de las estrategias que deberán acompañarla, sus políticas y acciones en el mediano y largo plazo, así como la asignación de roles a los diferentes actores involucrados. De esto deberán hacerse conscientes los antioqueños, quienes tendrán que entender que su futuro es proporcional al desarrollo de la región, que infortunadamente ha venido perdiendo protagonismo en los últimos años.

En este sentido cobra importancia la idea de que el desarrollo de Antioquia irá de la mano de un gobierno consciente de la necesidad de construir una Antioquia que garantice una mayor presencia de nuestros bienes y servicios en el exterior, un mayor flujo de capitales y tecnologías, creciente infraestructura que respalde los propósitos de internacionalización y dinamice la economía en su conjunto, un capital humano que soporte las mejoras en productividad y una sociedad incluyente que amplíe las oportunidades al conjunto de la población. En cada uno de los aspectos el camino que tendrá que recorrer el departamento exige una gran coherencia,

profundidad, sensatez y audacia por parte de la Administración Departamental. (gobernaciondeantioquia, 2011)

3.1.1 Tabla 16 Datos de Antioquia 2012

Capital: Medellín	(PIB): USD 71.672 miles de millones
Tamaño: 63.612 km ²	(PIB) per cápita: \$10,100
Población 2012: 6.299.990 habitantes	Tasa de desempleo: 10.3%
Moneda: Peso Colombiano	Puertos: 1(Turbo)

(Index Mundi, 2012)

3.1.2 Exportaciones 2012: \$ USD 5.974 millones (Mincomercio, 2012)

Tabla 17 Exportaciones – destino

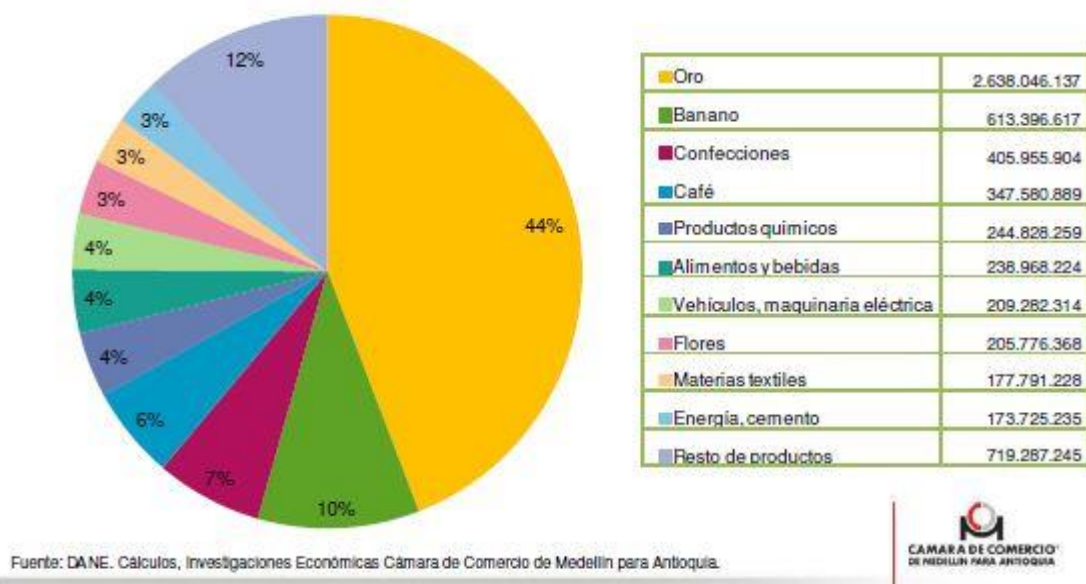
PRINCIPALES PAISES Y PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ANTIOQUIA 2010-2011			
VALOR US \$			
	Total		Variación (%)
	2010	2011	Var.(%)
ESTADOS UNIDOS.	2.038.981.910	2.600.036.064	27,52
Perlas finas o cultivadas , piedras preciosas	1.220.481.778	1.731.816.857	41,90
Plantas vivas y productos de la floricultura	169.549.396	184.583.021	8,87
Café, te, yerba mate y especias	113.233.959	153.373.725	35,45
Frutos comestibles; cortezas de agrios y melones	173.543.399	142.288.436	-18,01
Preparaciones alimenticias diversas	64.550.000	84.538.956	30,97
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	82.556.700	61.771.177	-25,18
Prendas y complementos de vestir, de punto	57.254.146	60.454.810	5,59
SUIZA.	701.490.171	901.295.800	28,48
Perlas finas o cultivadas , piedras preciosas	695.333.525	894.134.397	28,59
Minerales, escorias y cenizas	5.584.437	4.878.398	-12,64
Preparaciones alimenticias diversas	181.350	1.839.846	914,53

Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	157.998	216.419	36,98
Relojería		94.491	
ECUADOR.	349.774.749	459.911.836	31,49
Combustibles minerales	61.210.238	103.693.437	69,41
Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos	44.932.237	52.977.615	17,91
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	25.225.915	31.340.544	24,24
Algodón	26.165.029	29.321.749	12,06
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	16.008.694	27.560.827	72,16
VENEZUELA.	199.307.474	253.189.583	27,03
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	32.476.670	40.030.619	23,26
Prendas y complementos de vestir, de punto	35.161.542	39.217.093	11,53
Combustibles minerales	2.828.284	30.696.716	985,35
Algodón	10.833.839	15.828.274	46,10
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	12.795.967	10.362.814	-19,02
PERU.	179.645.897	224.341.209	24,88
Papel y cartón	22.454.371	27.462.074	22,30
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	19.098.689	20.273.627	6,15
Algodón	13.847.127	20.056.832	44,84
Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos	8.671.517	19.099.592	120,26
Filamentos sintéticos o artificiales	13.259.573	16.944.823	27,79
ALEMANIA.	101.044.709	162.811.691	61,13
Frutos comestibles; cortezas de agrios y melones	83.077.584	143.714.154	72,99
Café, té, yerba mate y especias	8.074.613	10.470.556	29,67
Preparaciones alimenticias diversas	1.290.908	2.488.536	92,77
Algodón	715.760	1.842.485	157,42
Herramientas y útiles, artículos de cuchillería	705.923	1.391.682	97,14
BELGICA.	119.001.424	161.871.219	36,02
Frutos comestibles; cortezas de agrios y melones	103.870.955	137.212.540	32,10
Café, té, yerba mate y especias	10.278.600	21.532.020	109,48
Preparaciones alimenticias diversas	722.714	920.368	27,35
Prendas y complementos de vestir, de punto	383.832	591.725	54,16
Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos		376.079	

REINO UNIDO.	93.167.097	152.628.192	63,82
Frutos comestibles; cortezas de agrios y melones	68.290.688	84.651.567	23,96
Café, té, yerba mate y especias	8.193.659	47.992.725	485,73
Preparaciones alimenticias diversas	4.550.367	8.985.633	97,47
Plantas vivas y productos de la floricultura	3.727.787	6.111.350	63,94
Papel y cartón	3.014.844	3.309.422	9,77
MEXICO.	96.947.838	114.803.221	18,42
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	20.836.269	21.499.784	3,18
Prendas y complementos de vestir, de punto	17.056.978	21.351.128	25,18
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	7.501.348	11.366.967	51,53
Algodón	10.301.704	9.773.127	-5,13
Papel y cartón	5.509.581	8.471.557	53,76
ITALIA.	86.059.670	112.778.279	31,05
Frutos comestibles; cortezas de agrios y melones	68.348.923	81.038.392	18,57
Pieles y cueros	10.731.116	14.154.979	31,91
Café, té, yerba mate y especias	2.840.960	9.331.193	228,45
Perlas finas o cultivadas , piedras preciosas	1.476.915	4.700.452	218,26
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	778.766	1.910.984	145,39

(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

Ilustración 10. Los 10 productos más exportados en el 2011



(Camara de Comercio de Medellín, 2011)

3.1.3 Tabla 18 Principales empresas exportadoras

50 EMPRESAS MAS EXPORTADORAS DE ANTIOQUIA		
2010-2011 US\$		
Nombre o Razón Social	2010	2011
C.I. J. GUTIERREZ Y CIA S.A.	499.097.939	489.254.651
C.I GOLDEX S.A	262.999.231	346.068.161
C. I. Unión de Bananeros de Urabá S.A.	268.368.015	320.832.680
C.I. FUNDICION ESCOBAR S.A.	287.844.886	249.378.570
C.I. DHOWS CONGO S.A.	968.700	239.180.963
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL INNOVA TEX E.U	217.200.049	229.758.439
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL DEL NORDESTE ANTI	54.413.534	195.827.516
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE METALES PRECIOSOS DE COLOM	119.401.711	177.218.662
CIIGSA	95.405.404	176.911.040
MINEROS S.A	94.600.393	175.128.504
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL ANTIOQUEÑA DE EXP	21.542.326	159.063.127

INDUSTRIA COLOMBIANA DE CAFE	329.568	159.054.517
CI BANACOL SA	154.492.459	152.120.425
FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS	495.173	132.436.565
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL S & JIL S.A.S.	12.755.343	115.463.182
XM COMPAÑIA DE EXPERTOS EN MERCADOS	60.360.927	102.968.520
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL PLATEX S. A.	59.240.259	99.238.921
SOCIEDAD DE FABRICACION DE AUTOMOTORES SOFASA	8.355	90.245.919
TEXTILES FABRICATO TEJICONDOR	19.312	71.907.772
ENKA DE COLOMBIA S.A.	54.671.803	67.464.487
C.I JEANS S.A	57.628.330	58.373.671
PRODUCTOS AUTOADHESIVOS ARCLAD	41.755.507	54.541.144
C.I. BANAFRUT S.A.	42.331.901	53.267.875
PRODUCTOS FAMILIA S.A.	42.079.087	51.848.421
NUBIOLA COLOMBIA PIGMENTOS	45.939.847	50.253.283
OUTSPAN COLOMBIA	10.759.214	48.507.955
A LAUMAYER Y CIA EXPORTADORES	28.572.363	47.579.615
C.I. TROPICAL S.A.	41.520.912	45.739.753
HOJALATA Y LAMINADOS S.A.	59.762.051	42.346.354
COMPAÑIA DE GALLETAS NOEL S.A.	39.703.014	41.081.609
INPROQUIM S.A	6.064.496	37.274.957
CIA COLOMBIANA DE CERAMICA S.A.	33.600.342	36.295.935
AVON COLOMBIA LTDA	27.000	35.810.188
C.I NEPTUNO CAPITAL S.A / C.I.	323.582	35.757.508
COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL	19.958	35.497.635
CRISTALERIA PELDAR S.A.	8.422	34.562.794
VESTIMUNDO S.A	10.669	32.866.744
ISAGEN S.A. E.S.P.	929.085	31.032.480
ANHIDRIDOS & DERIVADOS DE	21.655.101	30.586.429
C.I. CONSULTORIA Y SERVICIOS	27.980.795	28.449.849
EXPOCAFE S.A	79.896	28.104.737
INDUSTRIAS HACEB S.A	12.598.767	27.314.512
COMPAÑIA COLOMBIANA DE TEJIDOS	6.155.999	27.129.974
TRILLADORA UNION S.A	40.022.592	24.519.202
COMPAÑIA NACIONAL DE CHOCOLATES	2.826	23.226.459
COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL FLORES LA VIRGINIA S A	43.001	23.139.773
FLOWTITE ANDERCOL S.A.	204.221	22.780.576
CURTIMBRES DE ITAGUI S.A	1.497	21.490.910
C.I COLCUEROS S.A	7.164.162	21.120.675
C.I EXPOFARO S.A	16.178	19.834.384

(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

3.1.4 **Importaciones:** \$ USD 6.723 millones (Mincomercio, 2012)**Tabla 19 Importaciones - procedencia**

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE ANTIOQUIA			
US\$ CIF			
NOMBRE	2009	2010	2011
Estados Unidos	1.000.933.424	1.038.770.016	1.325.569.424
China Popular O República Popular De China	470.405.956	789.005.026	1.200.374.489
México	256.764.133	440.429.341	874.805.630
Argentina	250.128.043	394.148.386	481.853.473
Brasil	275.488.547	320.324.481	400.127.414
India (Incluye Cachemira, Jammu Y Sikkim)	140.787.447	226.168.492	331.777.382
R. F. Alemana	140.093.262	161.095.471	210.023.625
Japón	161.978.882	157.584.167	154.964.423
Corea Democrática O Corea Del Sur	60.877.377	102.124.352	149.863.036
Taiwán	64.885.979	81.346.528	137.198.318
Perú	67.826.892	93.022.445	130.953.971
España (Excl. Islas Canarias)	69.294.270	90.338.700	121.679.185
Italia	58.992.415	78.363.611	109.203.419
Chile	67.332.138	91.671.097	105.855.347
Canadá	51.575.899	80.369.296	96.370.793
Ecuador	44.468.595	79.860.301	92.191.840
Francia	48.980.078	52.142.777	76.178.556
Vietnam	10.214.063	21.427.131	45.749.351
Indonesia	15.950.183	26.069.888	40.539.203
Tailandia	19.975.424	26.511.811	37.404.670
Países Bajos (Holanda)	19.633.705	22.276.300	31.519.452
Suiza	14.512.001	26.299.601	29.804.983
Reino Unido	20.327.700	20.637.528	29.232.795
Turquía	9.486.571	15.546.733	28.186.344
Colombia (Zona Franca)	16.457.504	19.898.719	27.303.581
Bélgica- Luxemburgo	26.143.461	23.444.119	24.748.385
Paraguay	10.449.653	9.309.964	23.982.180
Bolivia	57.561.874	40.796.196	23.818.025
Trinidad Y Tobago	12.016.606	19.710.621	22.232.552
Ucrania.	3.538.923	3.934.166	21.663.111
Rusia	5.936.327	13.837.655	20.020.771

Venezuela	40.479.272	24.828.893	18.946.728
Pakistán	5.594.542	12.409.447	18.204.906
Austria	7.265.867	14.932.023	17.215.057
Hong Kong	14.558.737	18.212.306	17.097.198
Panamá	16.446.807	32.990.583	15.963.749
Malasia (Incluye Lubuan, Isla)	13.439.897	8.893.650	15.370.794
Finlandia	11.412.438	14.812.917	14.851.137
Zona Franca de Rionegro-Mede	11.056.470	25.185.726	12.649.303
Sudáfrica - República De	2.534.300	7.356.919	11.135.300
Suecia	11.332.747	6.629.274	10.683.880
Israel	6.783.002	7.249.530	10.632.593
Costa Rica	6.151.188	6.662.698	9.095.222
Zona Franca de Cartagena	10.402.011	8.894.506	8.659.654
Bielorrusia			8.424.853
Uruguay	3.006.635	14.309.104	8.169.827
Singapur	3.384.880	4.847.790	7.635.288
Dinamarca	3.567.715	5.425.189	7.021.600
Arabia Saudita	857.797	2.539.457	5.526.216
Portugal	1.975.404	3.423.734	4.849.638
Eslovaquia	2.378.797	4.195.977	4.791.984
Checoslovaquia	1.083.698	1.511.351	4.537.907
Nicaragua	2.784.069	2.450.949	4.416.476
Chad.			3.345.435
Cuba	1.848.274	1.949.088	3.114.454
Polonia	1.800.545	1.787.054	3.051.795
Rumania	1.014.333	802.220	2.968.271
Bermudas			2.716.783
Sri Lanka	1.759.482	2.053.345	2.579.260
Tunisia	1.216.249	3.933.486	2.461.639
Hungría	908.548	909.064	2.433.878
Grecia	389.808	246.002	2.253.691
Zona Franca de Barranquilla	851.378	2.339.605	2.195.078
Marruecos (Incluye Parte Del Sahara Español)	452.887	595.656	1.944.627
Australia	1.632.916	1.925.369	1.853.906
Lituania.	48.523	68.320	1.647.879
Filipinas	1.134.152	1.933.812	1.612.020
Kazajstán.	2.532.548	2.592.216	1.521.385
Bangladesh	346.046	888.761	1.383.853
Eslovenia	2.300.204	689.478	1.273.977
Nueva Zelandia	1.051.915	803.171	1.261.041

Noruega	3.127.545	1.367.873	1.230.430
Corea Del Norte	1.333.253	802.763	1.023.885
Camboya	56.080	136.951	1.019.850
Antillas Holandesas	1.116.308	520.089	993.528
Egipto	1.096.832	813.743	937.762
Irlanda Del Sur (Eire)	1.222.019	1.544.886	782.060
Jamaica	422.262		756.936
Irán, Rep. Islámica de	15.205	308.472	694.800
Honduras	641.034	430.435	677.694
Guatemala	943.717	675.701	563.588
Bulgaria	428.501	301.564	512.209
El Salvador	498.015	369.414	486.975
Luxemburgo	376.163	282.583	483.114
República Dominicana	1.532.577	1.687.093	393.511
Subtotal	3.681.610.918	4.826.985.152	6.691.250.348
Total	3.697.395.568	4.844.489.042	6.723.579.219

(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

3.1.5 **Tabla 20 Principales productos importados**

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ANTIOQUIA 2011		
		US\$
POSICION	DESCRIPCION	2011
9801100000	Motocicletas de cilindrada inferior o igual a 185 cm ³ .	320.326.782
1005901100	Maíz duro amarillo.	308.815.094
2304000000	tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (Soya), incluso molidos o en "pellets".	173.887.805
8701200000	Tractores de carretera para semirremolques.	165.920.188
5201003000	algodón sin cardar ni peinar, de longitud de fibra superior a 22.22 mm	135.727.049
8704230000	vehículos automóviles para el transporte de mercancías con motor de embolo (pistón), de encendido por compresión (diésel o semi-diesel), de Peso total con carga máxima, superior a 20 t.	98.173.226
1007009000	Los demás sorgos para otros usos.	80.442.932
3907609000	los dms politereftalato de etileno en formas primarias	72.831.365
8429520000	Maquinas cuya superestructura pueda girar 360 grados.	66.098.418
8517622000	aparatos de telecomunicación por corriente portadora o telecomunicación digital ...	62.292.783
8802400000	aviones y demás aeronaves, de peso en vacío superior a 15000 kg	62.171.567
1001902090	Los demás trigos.	51.849.282
7209182010	lámina negra, enrollada de hierro o de acero sin alear, simplemente laminados en frío, de anchura superior o igual a 600 mm, sin chapar ni	49.820.728
1201009000	Las demás habas (porotos, frijoles, fréjoles) de soja (soya), incluso quebrantados.	48.089.864
7214200000	barras de hierro o acero sin alear, simplemente forjadas con muescas, cordones, surcos o relieves ,producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado	44.500.727
5209420000	tejidos de mezclilla ("denim") con un contenido de algodón, superior o igual a 85% En peso, de gramaje superior a 200 g/ m ² .	44.226.916
4011201000	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho.	40.604.175
3206110000	pigmentos y preparaciones con un contenido de dióxido de titanio superior o igual	39.409.089

	Al 80% en peso, calculado sobre materia seca.	
3305100000	Champuses.	37.562.968
8704229000	Dms vehículos automóviles para transporte de mercancías. d peso total con carga máxima a 5 ton.	36.506.987
Fuente: DANE, Registros de Importación		
Tabulados: Cámara de Comercio de Medellín, Planeación y Desarrollo		

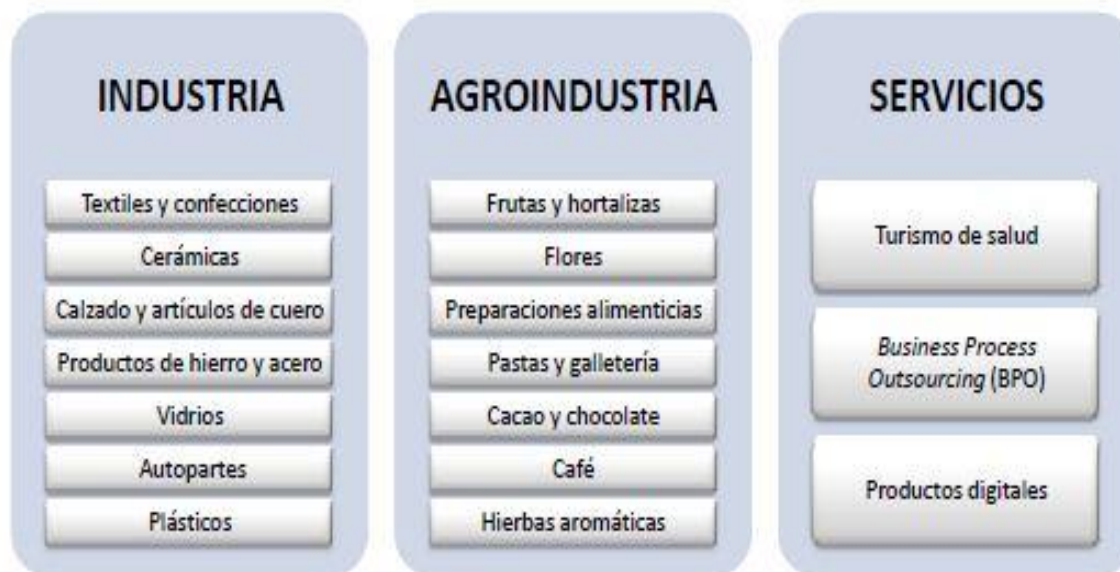
(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

Ilustración 11. Negociaciones en curso



(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

Ilustración 12. Los productos con ampliación de preferencias y que se constituyen en oportunidad para la región son:



(Camara de Comercio de Medellin, 2011)

Antioquia representó 23,1 por ciento de las ventas al exterior diferentes a petróleo en el mes de enero, ubicándolo como el departamento que lidera en exportaciones, sus principales productos exportados son oro y manufacturas. (ElColombiano, 2012)

4. . ANÁLISIS DOFA

4.1 Debilidades

1. el 4% de las empresas más grandes de Antioquia disminuyo las exportaciones en el 2011.
2. Antioquia no se atreve a descubrir nuevos mercados potenciales como lo es el continente asiático con productos apetecidos como los frutos comestibles y flores.
3. Antioquia posee poco avance tecnológico requerido por Corea del Sur.
4. Con los tratados de libre comercio la agricultura se ve afectada por productos importados más baratos como por ejemplo, el maíz amarillo y los frijoles.
5. poca inversión para una infraestructura vial y de transporte, que permita alcanzar los mercados de destino de la producción regional en condiciones de competitividad.
6. población dispersa, que vive en condiciones de pobreza y marginalidad, en tierras de poca aptitud agropecuaria, con problemas ambientales severos, vinculada a centros de tercer orden, muy dispersos y con pocas funciones de apoyo a la población y a las actividades económicas.

4.1.1 Fortalezas:

1. Antioquia cuenta con una cercanía al canal de Panamá para exportar e importar con destino a Asia.
2. Mucha Oferta en materias primas especialmente en carbón, oro y petróleo la cual es de mayor demanda en el continente asiático.
3. Según (Camara de Comercio de Medellin, 2011) Los productos con más proyección en el mercado internacional son el café, el oro, la leche y sus derivados, el banano y plátano de exportación y las flores, principalmente. El conjunto de los productos que se asocian a estos últimos se producen en casi todas las subregiones.

4. El turismo en salud es uno de los sectores que más ha reportado crecimiento en los últimos años en el departamento Antioqueño ya que los costos son entre el 20% y 50% menos que en su país de origen. (ElEspectador, 2012)

5. El 96% de las empresas Antioqueñas han duplicado sus exportaciones en el último año.

6. La innovación y las oportunidades que ofrece el departamento Antioqueño atrae inversión extranjera.

4.1.2 Amenazas:

1. Los productos procedentes de Indonesia se demandan cada vez más en el mercado local ya que son más baratos que los producidos en el departamento Antioqueño.

2. Antioquia duplicó las importaciones procedentes de India, lo cual nos está volviendo consumidores.

3. Muchos tratados comerciales y poca inversión para incentivar las exportaciones.

4. Deficiencia en la Capacidad exportable requerida por los clientes.

5. La destrucción de la gran diversidad y riqueza natural que alberga la región Antioqueña, la cual además de ser protegida puede ser objeto de transformación productiva.

6. Desaparición de grandes empresas Antioqueñas por los bajos aranceles en importación.

4.1.3 Oportunidades

1. India importa 4.72% en oro, el cual es producido en Antioquia.

2. Antioquia produce tres de los primeros cuatro productos más importados por India como lo es el petróleo, carbón y oro.

3. Importar tecnología avanzada proveniente de Corea del Sur para el avance y el progreso de la región.

4. Antioquia es gran productor de frutos comestibles y flores los cuales tienen como destino Norte América y Europa.

5. Las negociaciones en curso con Corea del Sur, Turquía, Israel y Panamá.

6. Implementar la coordinación intermodal lo cual ayuda a mejorar la infraestructura productiva y turística.

Tabla 21. Estrategias

DOFA	Entorno Interno												
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Entorno Externo	O1	Orange	Green	Purple	Cyan	Red	Blue	Blue					
	O2	Green	Green	Purple	Cyan	Red	Blue	Blue					
	O3	Purple	Purple	Purple	Cyan	Red	Blue	Blue					
	O4	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Red	Blue	Blue					
	O5	Red	Red	Red	Red	Red	Blue	Blue					
	O6	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	A1	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	A2						Blue	Blue	Orange	Green	Purple	Cyan	Red
	A3						Blue	Blue	Green	Green	Purple	Cyan	Red
	A4						Blue	Blue	Purple	Purple	Purple	Cyan	Red
	A5						Blue	Blue	Cyan	Cyan	Cyan	Cyan	Red
	A6						Blue	Blue	Red	Red	Red	Red	Red

Fuente: Elaboración propia

La anterior grafica muestra la manera en la cual se combinan las variables del entorno interno y externo, dentro de los cuales se encuentran los cuatro puntos estratégicos del análisis Dofa “oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades” los cuales arrojan escenarios tanto favorables como desfavorables y de esta forma llegar a las estrategias que se deben implementar para el mejoramiento de las relaciones comerciales internacionales.

4.1.4 Estrategias

Estrategia 1: exportar oro con destino al continente asiático para aprovechar la cercanía de Antioquia al canal de Panamá.

Estrategia 2: Antioquia puede aprovechar las oportunidades de mercado que existen en Asia para introducir productos de mucha demanda como el carbón y el petróleo.

Estrategia 3: las pequeñas empresas tienen la oportunidad de realizar clúster con grandes compañías que ya exportan a otros continentes y de esta forma ser más eficientes en el comercio internacional.

Estrategia 4: utilizar el conocimiento agrícola para la producción del café, el oro, la leche y sus derivados, el banano y plátano ya que estos productos tienen una buena proyección a nivel internacional

Estrategia 5: las empresas comprometidas con el desarrollo de la región ahora pueden beneficiarse de las negociaciones con Corea del Sur y otros países del continente asiático.

Estrategia 6: implementar el transporte intermodal para introducir nuevos productos en nuevos mercados.

Estrategia 7: crear y mantener la cultura exportadora como base fundamental para la conquista y permanencia en los mercados internacionales.

Estrategia 8: incentivar la innovación y el desarrollo tecnológico en las empresas. Particularmente en las de clúster estratégicos para la región.

Estrategia 9: desarrollar programas educativos que permitan mejorar las competencias del recurso humano involucrado en el proceso exportador.

Estrategia 10: fortalecer la conectividad de las empresas antioqueñas con los mercados internacionales, en términos de productos, servicios e información.

Estrategia 11: Disponer de una apropiada infraestructura vial y de transporte, que permita alcanzar los mercados de destino de la producción regional en condiciones de competitividad.

Estrategia 12: avanzar con el desarrollo tecnológico para tener una alta competitividad en el mercado mundial.

Estrategia 13: controlar la entrada de contrabando a la región para evitar la desaparición de grandes empresas antioqueñas.

Estrategia 14: invertir en la infraestructura vial y de transporte para reducir los costos en el transporte terrestre.

Estrategia 15: Antioquia cuenta con un gran potencial para exportar petróleo, carbón y oro con destino a India.

Estrategia 16: atraer inversión extranjera para mejorar la productividad antioqueña y de esta forma brindar oportunidades de empleo a todo el capital humano que se está preparando en el departamento

5. HALLAZGOS

- Antioquia cuenta con 50 empresas altamente exportadoras de las cuales el 96 % duplican sus ingresos anualmente.
- El gran potencial que tiene el departamento antioqueño para la producción de oro el cual es el que más ingresos ofrece a la región.
- China y Japón son protagonistas en el comercio mundial especialmente en Indonesia, India y Corea del Sur.
- El producto más importado en Antioquia fueron las Motocicletas de cilindrada inferior o igual a 185 cm³.
- En Antioquia se importan muchos productos de primera necesidad.
- Indonesia implementa una política interna donde se mejora la calidad humana y de esta forma fomenta el desarrollo interno.

6. Conclusiones y recomendaciones

6.1 Conclusiones

- Este trabajo nos ha mostrado las diferentes dificultades que presenta la región antioqueña a nivel interno para la ejecución eficaz del comercio internacional.
- Los países de interés, India y Corea del Sur mostraron variables económicas muy favorables para incursionar en aquellos mercados.
- La región antioqueña ha mostrado capacidad para sostenerse en los mercados a los cuales ha entrado con sus diferentes productos.
- Indonesia, India y Corea del Sur presentan flujos de comercio exterior en los cuales Antioquia demanda y oferta.
- Antioquia debe implementar estrategias tales como infraestructura y avanzar tecnológicamente para presentar mayor agilidad en las operaciones de comercio exterior.
- Las empresas antioqueñas crecen y evolucionan en los mercados internacionales y a medida que pasa el tiempo se fortalecen con la experiencia obtenida.

6.2 Recomendaciones

- Antioquia debe invertir para lograr avances en la infraestructura vial y de esta forma ser más eficiente en el comercio internacional.
- El departamento antioqueño no está en capacidad de sostener en materia de productividad tantos tratados de libre comercio.
- Hay que aprovechar la alta demanda del petróleo, oro y carbón que existe en el continente asiático.
- Se deben agilizar los procesos de importación y exportación para reducir los altos costos en estas operaciones.
- Se deben aprovechar las relaciones comerciales con Corea del Sur para importar avances tecnológicos.
- Se debe implementar el transporte intermodal para aprovechar la ubicación estratégica en la que nos encontramos.
- Es recomendable invertir en educación para lograr un óptimo desarrollo social en el departamento.

Referencias bibliográficas

- Atlas Media*. (5 de 10 de 2012). Obtenido de <http://atlas.media.mit.edu/country/idn/>:
<http://atlas.media.mit.edu/country/idn/>
- AtlasMedia. (6 de 10 de 2012). *atlas media*. Obtenido de atlas media:
<http://atlas.media.mit.edu/country/idn/>
- Camara de Comercio de Medellin*. (2 de 10 de 2011). Obtenido de Camara de Comercio de Medellin: <http://www.camaramedellin.com.co/site/>
- ColombiaTrade. (2012). *www.colombiatrader.com.co*. Obtenido de www.colombiatrader.com.co:
http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/ficha_pais_indonesia.pdf
- el economista*. (14 de 10 de 2013). Obtenido de
<http://eleconomista.com.mx/taxonomy/term/1904>
- EI Colombiano. (2012). *2011*. Obtenido de elcolombiano:
http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/A/antioquia_lider_en_exportaciones/antioquia_lider_en_exportaciones.asp
- EI Espectador. (2012). *el espectador*. Obtenido de el espectador:
<http://www.elespectador.com/noticias/economia/bellas-cifras-del-turismo-de-salud-articulo-444038>
- EIMundo. (2012). *www.elmundo.com*. Obtenido de www.elmundo.com:
http://www.elmundo.com/portal/noticias/economia/india_y_colombia__unidos_por_el_comercio.php#.VHTKpYuG-NY
- Exteriores.gob. (2012). *www.exteriores.gob.es*. Obtenido de www.exteriores.gob.es:
http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/India_FICHA%20PAIS.pdf
- Gabriela, V. (2012). *www.puce.edu.ec*. Obtenido de www.puce.edu.ec:
<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>
- governacion de antioquia*. (3 de 10 de 2012). Obtenido de gobernacion de antioquia:
<http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/plandesarrollo/ordenanza/linea3desarrolloeconomico.html>

-
- gubernaciondeantioquia*. (13 de 10 de 2011). Recuperado el 2011, de gubernacion antioquia:
<http://www.antioquia.gov.co/antioquia-v1/plandesarrollo/ordenanza/linea3desarrolloeconomico.html>
- <http://www.camaramedellin.com.co>. (2012). Obtenido de <http://www.camaramedellin.com.co>.
- <http://www.indexmundi.com/es/coreadelsur/>. (2011). Obtenido de <http://www.indexmundi.com/es/coreadelsur/>.
- Index Mundi*. (14 de 10 de 2012). Obtenido de http://www.indexmundi.com/es/indonesia/importaciones_procedencia.html
- indexmundi. (2011). *indexmundi*. Obtenido de indexmundi:
<http://www.indexmundi.com/es/india/exportaciones.html>
- Mincomercio. (2012). *www.mincit.gov.co*. Obtenido de www.mincit.gov.co:
<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=6785>
- Ministerio de Agricultura*. (2011). Obtenido de Ministerio de Agricultura.
- NacionesUnidas. (2012). *unctad.org*. Obtenido de unctad.org:
<http://unctad.org/es/paginas/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=65>
- OMC. (2012). <http://www.wto.org>. Obtenido de <http://www.wto.org>:
<http://www.wto.org/indexsp.htm>
- OMC. (2013). <http://www.wto.org>. Obtenido de <http://www.wto.org>:
<http://www.wto.org/indexsp.htm>
- Origlia, G. (Noviembre de 2013). ¿Cómo conquistar a China? *Avianca en Revista*, 2(6), 248.
- santander. (2013). *santandertrade*. Obtenido de [santandertrade](https://es.santandertrade.com):
<https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/india/politica-y-economia>
- Santander. (2013). *santandertrade*. Obtenido de [santandertrade](https://es.santandertrade.com): El sector primario no es muy potente en Corea, ya que representa un porcentaje mínimo del PNB del país. El arroz es el principal cultivo; sin embargo, la cebada, el trigo, el maíz, la soja y el sorgo se cultivan también de forma extensiva. También se cría
- Studylands. (2013). *Studylands*. Obtenido de [studylands](http://www.studylands.com): <http://www.studylands.com/es/guia-paises/ID-economy.htm>
- trade, c. f. (2012). *www.ictsd.org*. Obtenido de www.ictsd.org: <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/am%C3%A9rica-latina-es-el-socio-comercial-m%C3%A1s-din%C3%A1mico-de-corea-del-sur>
- unam. (2013). *economia.unam*. Obtenido de [economia.unam](http://www.economia.unam):
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>

wikipedia. (14 de 10 de 2013). Obtenido de www.wikipedia.com:
http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Indonesia

