



Referencia:	Documento completo para medios 10 años TLC EEUU
Uso:	Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

INFORMACIÓN DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS 10 AÑOS

- Antes del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, las relaciones comerciales con ese país se regían por la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (ATPDEA). Éstas eran unas preferencias que otorgaba Estados Unidos de forma temporal y voluntaria y eran unilaterales. Cubría 5.500 líneas arancelarias.
- El TLC, que entró en vigencia el 15 de mayo del 2012, trajo estabilidad en las reglas del juego del comercio de bienes y servicios. Hizo permanentes las preferencias arancelarias y amplió su cobertura a 10.500 posiciones arancelarias. Este año esa cifra aumentó a 11.497 productos colombianos que pueden entrar libremente al mercado estadounidense.
- Desde la entrada en vigor del Acuerdo Comercial, las exportaciones de bienes no minero energéticos (agropecuarios, agroindustriales e industriales), que son las que se impulsan desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha registrado un crecimiento promedio anual del 4,8%. En 2012, esas exportaciones llegaron a US\$3.415 millones y en 2021 alcanzaron los US\$5.239 millones. Si se compara el 2012 con el 2021, esta clase de exportaciones creció 53,4%.
- Sin embargo, hay que poner un asterisco en el 2020, que fue el año de la pandemia. El comercio exterior sufrió un impacto, producto de la baja demanda y de la ruptura en las cadenas de valor. Y la relación entre Estados Unidos y Colombia no fue la excepción. En ese año, las exportaciones de bienes no mineros sumaron US\$4.187,5 millones, una caída del 2,3% con relación al 2019.
- Pero el 2021 fue el año de la recuperación y éstas retomaron la senda de crecimiento: US\$5.239,4 millones, un aumento del 25,1% frente al 2020. Además, el valor más alto para esta clase de exportaciones desde que entró en vigor el TLC.
- El Acuerdo trajo también diversificación de la canasta exportadora a ese destino, que se evidencia en la mayor participación de los bienes no minero energéticos en esa canasta. Mientras que en el año 2012, las exportaciones de bienes no mineros representaban el 15,6% del total exportado a ese país, en el 2021 esta clase de bienes representó el 47,8%.



- Uno de los sectores ganadores con el TLC ha sido el agropecuario y alimentos, cuyas exportaciones han registrado una tasa de crecimiento promedio anual del 4,3%. Al comparar el año en que entró en vigor el TLC (2012) con el 2021, las exportaciones de esta clase de productos han representado un aumento cercano al 47%. Adicionalmente, esta clase de productos representan una tasa de participación promedio del 69% de las exportaciones no mineras a ese destino.
- Además de las flores y el café, que representaron en el 2021 el 76% de las ventas agropecuarias a ese mercado, llegamos con productos agropecuarios no-tradicionales como aguacate hass, limón tahití, uchuva, hierbas aromáticas, tilapia y trucha, entre otros. Varios de estos productos no tenían acceso antes del TLC y fue a partir de la entrada en vigencia del acuerdo, que adelantamos las gestiones de diplomacia sanitaria para obtener las admisibilidades y poder aprovechar este mercado. Hoy son ya 100 productos con admisibilidad sanitaria en ese importante mercado.
- Otro sector que se destacan, es el de la industria liviana en la que se encuentran productos como confecciones, textiles, editoriales, calzado, manufacturas de cuero, plásticos, jabones y cosméticos, entre otros. Las exportaciones de este sector tienen una participación promedio de 14,5% en las ventas de bienes no mineros a ese destino. Al comparar el 2012 con el 2021, esta clase de exportaciones creció 21,7%.
- El TLC impulsó a más empresas a exportar, crecieron en 11% entre 2011 y 2021.
- En solo 2011 (un año antes del TLC) se registraron 3.102 exportadores a ese destino. En 2021 alcanzaron a 3.444, de las cuales 2.345 son micro, pequeñas y medianas empresas, que representan el 68%. En el 2015 (según el RUES, del cual sólo se tiene información de las empresas activas por tamaño desde 2015) las mipymes exportadoras a Estados Unidos eran 2.076 que representaban el 58,6%.
- Desde mayo de 2012, y según cálculos de ProColombia, se han exportado a Estados Unidos cerca de 800 nuevos productos por valores superiores a US\$1.000. De estos, cerca de 400 pertenecen a la cadena de metalmecánica y otras industrias, 180 a Químicos y Ciencias de la Vida, 116 a Sistema Moda y 104 pertenecen a agroalimentos. Igualmente, desde la entrada en vigencia del acuerdo, 2.051 nuevas empresas han exportado, en algún momento, productos no minero-energéticos a Estados Unidos.



Beneficios en las importaciones

- Por otro lado, entre los aspectos benéficos del comercio, se destaca que la mayor proporción de las importaciones originarias de Estados Unidos, son factores productivos que han abaratado los costos de producción. Las importaciones de materias primas y bienes de capital fluctúan alrededor de 90% de las importaciones totales.
- Las importaciones desde ese país pasaron de US\$13.580 millones (FOB) en 2012 a US\$13.392 millones (FOB) en 2021, con un valor máximo de US\$17.409 millones en 2014 y uno mínimo de US\$9.915 millones en 2020. Entre 2012 y 2021, las importaciones presentaron una tasa de crecimiento promedio anual cercana al 1,7%.

Oportunidades de exportación

- Si bien en 10 años se ha logrado aprovechar este mercado, aún hay un potencial enorme por aprovechar. Información de ProColombia evidencia que hay oportunidades de exportación para productos como:

Agroalimentos:

- Aceites y grasas, alimentos para animales, atunes frescos, congelados o refrigerados, azúcares y mieles, banano, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, cacao, café, cereales, crustáceos y moluscos, derivados del cacao, derivados del café, especias, filetes de pescado, flores frescas, follajes, frutas frescas, frutas y hortalizas procesadas, lácteos, legumbres y hortalizas frescas, preparaciones alimenticias diversas, productos de confitería, productos de panadería y molinería, productos procesados del mar, semillas y frutos oleaginosos.

Metalmecánica y otras industrias

- Aparatos eléctricos, artesanías, artículos de oficina, artículos del hogar, artículos industriales, artículos promocionales, autopartes, cemento, herramientas, industria gráfica, llantas neumáticas, manufacturas de hierro o acero, maquinaria agrícola, maquinaria industrial, materiales de construcción, metalurgia, muebles - hogar, muebles - oficina, otros medios de transporte, partes de otros medios de transporte, vehículos.

Químicos y ciencias de la vida

- Agroquímicos, cosméticos y productos de aseo, dotación hospitalaria, envases/empaques, farmacéutico, plástico y caucho.



Sistema moda

- Bisutería, calzado, confecciones, joyería, manufacturas de cuero, textiles.

Industrias 4.0

- Animación digital, audiovisual (cine), BPO - KPO - ITO, industria gráfica y editorial, mercadeo digital, servicios de salud, software educación, software empresarial - CRM - ERP - RRHH, software retail, software salud, software transporte, video juegos.

Comercio de servicios

- En cuanto a servicios, Estados Unidos es el principal destino de estas exportaciones. En 2013 estas exportaciones sumaron US\$2.023 millones, representaron 28,8% del total de servicios exportados por el país. Y en 2021 llegaron a US\$3.216 millones, el 43% de lo exportado en servicios. Crecieron 62% frente a lo registrado en el 2020.
- Entre el 2013 y el 2021, las exportaciones de servicios a Estados Unidos crecieron 59% a una tasa de crecimiento promedio anual de 6,8%.
- Entre los principales servicios exportados se destacan los servicios relacionados con viajes que representan cerca del 24% de lo exportado de este sector a ese destino; servicios de call center que son el 22,3% de estas exportaciones; servicios de transporte de carga que son el 5,3%; los servicios de consultoría empresarial que representan el 3%, entre otros.
- Entre tanto, las importaciones de servicios presentan una tendencia relativamente estable. En 2013, sumaron US\$4.356 millones y disminuyeron a US\$4.066 millones en 2019. En 2020, se contraen a US\$2.333 millones, para una reducción de -42,6% respecto del año anterior, pero en 2021 se recuperan y se importan US\$4.720 millones, un aumento de 102,3%.
- Las importaciones de servicios a Estados Unidos participaban con 36,8% en 2013 y en 2021 disminuyeron a 36%.

Inversión

- El TLC incluyó un capítulo de inversión, que trajo estabilidad jurídica a esos capitales. En los 10 años de vigencia del TLC con Estados Unidos, la inversión acumulada desde el 2012 hasta el 2021 alcanza los US\$22.384,5 millones, una participación promedio anual del 17,8%, lo que lo convierte en uno de los principales, si no el principal, inversionista en Colombia. En esta década ha sido uno de los 3 principales inversionistas.



- Entre los sectores a los que ha llegado esa inversión están transporte, servicios de software y tecnología de la información, metalmecánica, agroindustria, infraestructura en turismo, industria farmacéutica, producción audiovisual, ingeniería y materiales de construcción.
- Son más de 500 empresas estadounidenses que tienen asiento en Colombia y generan cerca de 107.000 empleos entre directos e indirectos.
- Colombia ofrece oportunidades a los inversionistas estadounidenses que vengan al país. Por ejemplo, hay alternativas en sectores como:

Agroalimentos:

- Aceites y grasas, alimentos procesados, cacao, chocolatería y confitería, café, cárnico, cereales, filetes de pescado, forestal, hortofrutícola, lácteos.

Competitividad

- Energía eléctrica, infraestructura, logística.

Metalmecánica y otras industrias

- Aeroespacial, materiales de construcción (aluminio), astilleros, automóviles, cerámica, arcilla y piedra, electrodomésticos, herramientas, madera (materiales de construcción), maquinaria agrícola e industrial, metalurgia, motocicletas, muebles de hogar y oficina, papel y cartón, partes y accesorios de motocicletas, partes y accesorios de vehículos, prefabricados, vehículos para el transporte de mercancías, vehículos para el transporte de pasajeros, vidrio (materiales de construcción).

Sistema moda

Confecciones y textiles

Turismo

Fondos de capital, infraestructura de turismo, infraestructura hotelera (ciudades intermedias), infraestructura hotelera (ecoturismo), infraestructura hotelera (hoteles urbanos), infraestructura hotelera (sol y playa).

Estrategia de Friendshoring liderada desde ProColombia

- A medida que las empresas extranjeras diversifican sus cadenas regionales, Colombia se perfila como un destino con excelente potencial para Friendshoring y relocalización. De hecho, la Pandemia por covid-19 ha ocasionado que el reshoring se convierta en una tendencia cada vez más extendida, pues es más eficiente tener los procesos de producción cerca de



los centros de consumo, y así asegurar back-ups de producción y la funcionalidad habitual de la cadena de suministro. De esta manera, la estrategia de Friendshoring, pretende aprovechar las necesidades de reorganización de las cadenas de suministro de las multinacionales, buscando mayor proximidad a sus centros de consumo y proveedores alternativos que eviten interrupciones en las cadenas regionales. Por esto, la ubicación estratégica de Colombia, el régimen de zonas francas, los 17 Acuerdos comerciales en vigencia y el acceso a más de 1.500 millones de consumidores, hacen del país una plaza atractiva para ser el centro logístico de suministro de bienes y servicios para el continente americano.

- En este sentido, y para fortalecer las relaciones con Estados Unidos, buscamos que nuestros lazos alcancen un mayor nivel de integración dentro de la cadena productiva de ambos países a través de nuestras redes empresariales, asociaciones público-privadas, organizaciones bilaterales, entre otros.
- Por esto, el Gobierno Nacional apoya la promoción de Colombia como plataforma exportadora, a través de mecanismos de política pública como el Plan Vallejo, la Flexibilización de la normativa de zonas francas, la ley de mega inversiones, entre otros. Renovar nuestra relación bajo este modelo de friendshoring, impulsará la recuperación económica, fomentará el comercio y promoverá el crecimiento económico y el turismo.
- La estrategia de Friendshoring liderada desde ProColombia tiene 3 objetivos:
 - **Objetivo 1.** Identificación y atracción de empresas Ancla que: o Consideren proveedores locales para incluirlos en cadenas de valor de la compañía o Atraigan consigo empresas internacionales para prestar bienes o servicios a la operación o Tengan vocación exportadora (importar exportadores), utilizando a Colombia como hub de producción para la región.
 - **Objetivo 2.** Atracción de Inversiones que faciliten la toma de decisiones de los que consideran el friendshoring Atracción de IED e infraestructura vial, portuaria y logística, cadenas de frío, entre otros, que potencien la competitividad de Colombia como hub exportador.
 - **Objetivo 3.** – Aftercare Brindar soporte y acompañamiento a los inversionistas instalados con el fin de continuar apoyándolos en sus planes de expansión, promoviendo a Colombia como un destino ideal para crecer sus negocios. Idealmente, se quiere mapear proveedores clave de materias primas, que hayan sido afectados por disrupciones en las cadenas globales de suministro para que sustituyan importaciones por producción local.



Sectores priorizados:

- Agroindustria (alimentos procesados, frutas y vegetales frescos, cacao)
 - Químicos y Ciencias de la Vida (producción y distribución de farmacéuticos, contenedores y empaques de vidrio)
 - Manufacturas (Materiales de construcción, dispositivos eléctricos, inmobiliario)
 - Industrias 4.0 (BPO, Software & TI)
- Además, la estrategia de friendshoring pretende aprovechar las necesidades de reorganización de las cadenas de suministro de las multinacionales, buscando mayor proximidad a sus centros de consumo. En este sentido, y para fortalecer las relaciones con Estados Unidos, buscamos que nuestros lazos alcancen un mayor nivel de integración dentro de la cadena productiva de ambos países a través de nuestras redes empresariales, asociaciones público-privadas, organizaciones bilaterales, entre otros.
 - Renovar nuestra relación bajo este modelo de friendshoring, impulsará la recuperación económica, fomentará el comercio y promoverá el crecimiento económico y el turismo

IMPACTO EN LAS REGIONES

- La principal región exportadora de bienes no minero energéticos a Estados Unidos es Bogotá-Cundinamarca con una participación promedio en los 10 años del 34,2%, esto en la canasta exportadora de bienes no mineros del país.
- Le sigue Antioquia con una tasa de participación promedio del 21,2% en las exportaciones no mineras que hace Colombia a ese destino. Le sigue Atlántico con una tasa de participación promedio de 8,3%, luego Valle del Cauca con 7,2%, seguido de Huila con 4,8%.
- Por su parte, Santander registra una participación promedio en esa canasta de 1,7%.

PRODUCTOS QUE MUESTRAN APROVECHAMIENTO DEL ACUERDO

- Las exportaciones de frutas (excluyendo banano) a Estados Unidos eran cercanas a US\$3 millones en 2012 y alcanzaron los US\$34,3 millones durante el 2021.



- Con gran dinámica en las ventas de lima Tahití, cuyas exportaciones pasaron de US\$306.000 a US\$16,3 millones, en similar período de comparación.
- Se resalta la importancia que han tenido las ventas de aguacate que en 2012 fueron nulas. Logró admisibilidad en Estados Unidos en el 2017, año en el que se exportaron 29,3 toneladas (US\$70.572). En 2021 se despacharon a ese mercado 2.375,8 toneladas (US\$4 millones). Si bien frente a 2020 estas ventas se redujeron 13,2% en volumen y 8,4% en valor, es un producto destacado en ese mercado y con oportunidades. El 50% se despacha desde Antioquia y el 47,5% desde Risaralda.
- Además, las uchuvas colombianas también conquistaron ese mercado. De exportar US\$152.817 en 2012, llegó en 2021 a US\$4,9 millones, un crecimiento promedio anual cercano al 62,5%. El 64% de estas exportaciones son originarias de Cundinamarca.
- Las puertas y ventanas (partes de construcción) también han registrado un comportamiento positivo desde la entrada en vigor del TLC. Mientras que en 2012 se exportaban US\$26,8 millones a ese destino, que es el principal para esta clase de productos, en 2021 llegaron a US\$274,2 millones. Esas exportaciones, que en 2020 cayeron, registran un crecimiento promedio anual cercano al 39%. El 99% se exporta desde el Atlántico.
- Sostenes y fajas, del sector confecciones, son otros productos que han aprovechado el acuerdo comercial. En el 2012 esta clase de exportaciones llegaban a US\$15,7 millones y al cierre del 2021 lograron US\$83,2 millones. Contrario a lo ocurrido con otros productos, en 2020 estas exportaciones crecieron 16,9%. En los 10 años de vigencia del TLC el crecimiento promedio de estas ventas es de aproximadamente 27%. El 49% se exporta desde Antioquia y cerca del 29% desde Bogotá.
- La tilapia es otro producto destacado. Esta clase de exportaciones sumaron en 2012 un total de US\$20,1 millones y en 2021 alcanzaron los US\$63,9 millones. Estas ventas registraron un crecimiento promedio anual cercano al 14,6%. El 68% de estas exportaciones salen del Huila.

TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA DETONADA POR EL TLC CON EE.UU.

- Más allá de los beneficios en materia de comercio, de inversión y del flujo de personas, el acuerdo con EE.UU. incentivó cambios institucionales y de agenda en diferentes frentes en el país. En particular, desde su negociación, el acuerdo detonó la implementación de esfuerzos en materia de competitividad y de transformación productiva de la economía colombiana, cuyo impacto persiste hasta el día de hoy.



- Sólo por mencionar algunos de estos esfuerzos, vale la pena resaltar que, al tiempo que se negociaba el acuerdo con EE.UU. entre 2004 y 2006, se vio la necesidad de implementar una serie de acciones en múltiples frentes si el país realmente quería aprovechar las mejores condiciones de acceso que se derivarían de dicho acuerdo. Fue así como se diseñó y comenzó a implementar lo que se conoció como la Agenda Interna, que incluía acciones en materia aduanera, de infraestructura, de ciencia y tecnología, sanitaria y fitosanitaria, entre otras.
- Esta agenda dio pie, a su vez, a la creación del Sistema Nacional de Competitividad (SNC) en 2006, arreglo institucional que tiene como propósito articular a los diferentes actores del sector público y privado, de las universidades y los centros de investigación, del sector laboral y de la sociedad civil en general, para trabajar en esfuerzos en materia de competitividad. Cabe anotar que el SNC contó desde un comienzo con instancias de articulación del nivel nacional, pero también con 32 Comisiones Regionales de Competitividad (CRC) como espacios para articular a los actores del nivel departamental para trabajar en agendas de competitividad.
- En el marco del SNC, hoy en día Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCel), se han diseñado e implementado múltiples políticas, programas, instrumentos e iniciativas, al tiempo que se ha apoyado la creación de varias entidades, apuntando a mejorar la competitividad del país y, en particular, a desarrollar esfuerzos de desarrollo productivo para mejorar su productividad. Entre ellos, vale la pena mencionar la creación del Programa de Transformación Productiva, hoy en día Colombia Productiva, a través del cual se apostó por ciertos sectores para convertirlos en sectores de talla mundial. También vale la pena mencionar la creación de Innpulsa como agencia encargada de liderar los esfuerzos en materia de innovación y emprendimiento, incluyendo el programa de Rutas Competitivas que derivó en la implementación de iniciativas cluster a lo largo y ancho del país. Cabe resaltar también la expedición de la Política Nacional de Desarrollo Productivo (Conpes 3866 de 2016), a través de la cual se buscó organizar los esfuerzos en materia de política industrial moderna que venía desarrollando el país, dándole un rol protagónico a las regiones y a sus CRC en la priorización de apuestas productivas.
- Esta agenda en materia de competitividad y desarrollo productivo detonada por la negociación del acuerdo con EE.UU. ha derivado en esfuerzos más recientes como lo son, entre otros, la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, la creación de Colombia Productiva y todos sus esfuerzos en materia de extensionismo tecnológico a través del Programa



Fábricas de Productividad, la implementación del programa Fábricas de Internacionalización, la creación de los CEmprende y la Misión de Internacionalización. Esta última apunta precisamente a que el país logre cerrar la brecha tecnológica frente a otros países a través de profundizar su conexión con el resto del mundo, incluyendo, entre otros, un mejor aprovechamiento de los acuerdos comerciales vigentes.

- Es mucho lo que todavía le falta al país en términos de mejorar la productividad. Sin embargo, no hay que desconocer los grandes avances que se han dado en los últimos quince años, muchos de los cuales fueron –y seguramente seguirán siendo– incentivados por la negociación e implementación del acuerdo comercial con EE.UU.

EXPORTACIONES NO MINERAS A EE.UU. EN PRIMER TRIMESTRE

- En los 3 primeros meses del 2022 Colombia exportó en bienes no mineros a Estados Unidos US\$1.673,4 millones, un aumento del 33% frente a igual periodo del 2021. Con relación a los mismos 3 meses del 2019, un año antes de pandemia, crecieron 54,8%.
- El valor exportado en el primer trimestre a este destino, es el más alto para un primer trimestre desde que está vigente el Acuerdo Comercial.
- Entre enero y marzo se destacan las exportaciones de productos no mineros como:
 - Flores, que aumentaron 30,3%
 - Café, que crecen 39,5%
 - Puertas, ventanas y sus marcos, con un aumento del 79,7%
 - Limón Tahití, un crecimiento del 203,4%
 - Acumuladores eléctricos de plomo, que aumentaron 8,5%

IMPACTO DEL TLC EN LAS REGIONES

Bogotá-Cundinamarca

- En 10 años de vigencia del Acuerdo Comercial con Estados Unidos, la región Bogotá-Cundinamarca ha registrado un crecimiento promedio anual de sus exportaciones de bienes no minero-energéticos (agropecuario, agroindustrial e industrial) a ese destino del 4,6%.
- Pasó de exportar en 2012, año de entrada en vigor del Acuerdo, en productos no mineros US\$1.200,3 millones a US\$1.884,7 millones en 2021. La comparación entre esos dos años indica un crecimiento del 57%. El valor exportado en 2021, es el mayor en la década que lleva de aplicación el TLC.



- Es la principal región exportadora de este tipo bienes a ese mercado, en esta década (2012-2021), registra una participación promedio anual del 34,2%.
- En el primer trimestre de este 2022, las ventas de la región a Estados Unidos de productos de los sectores agropecuario, agroindustrial e industrial, alcanzaron los US\$639,3 millones, un crecimiento del 32% frente al mismo periodo del 2021.
- El principal producto que esta región exporta a ese mercado son las flores, que en 2021 representaron el 58,5% de los productos no mineros exportados a Estados Unidos, es decir US\$1.103 millones, un aumento del 17,8% frente al 2020. En 2012 estas exportaciones sumaron US\$769,6 millones.

Caso de éxito: Frutireyes (Bogotá)

Frutireyes produce y exporta una amplia gama de frutas desde Bogotá. Se especializa en el cultivo de frutas, enfocados en las buenas prácticas agrícolas y en los estándares internacionales de calidad. De hecho, fue la primera empresa certificada para exportar uchuvas sin tratamiento en frío a Estados Unidos y hoy se ubica como el principal exportador de este fruto exótico a EE.UU.

Además, es pionera en implementación del plan operativo para exportación, logrando pasar de 3 millones de dólares en 2017 en exportaciones a EE.UU. a 6,6 millones de dólares en 2020. Desde la perspectiva sectorial, la uchuva fue precursora en el proceso fitosanitario de exportación de fruta a EE.UU. En total, Frutireyes exportó 989 toneladas lo que significa que solo sus exportaciones a EE.UU. representaron la generación de 8.000 días de trabajo permanente en Colombia durante el año 2021.

Antioquia

- Las exportaciones de productos agropecuarios, agroindustriales e industriales (no minero energéticos) desde Antioquia a Estados Unidos en 10 años de vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC), han registrado un aumento promedio anual del 2,4%.
- Pasó de exportar US\$818,5 millones en esta clase de productos a ese destino en 2012 (año de entrada en vigor del acuerdo) a US\$1.044,2 millones en 2021, un aumento entre un año y otro del 27,6%. Se trata del mayor valor exportado en el tiempo de vigencia del Acuerdo.
- Es el segundo departamento exportador a ese destino en esa clase de bienes, después del Bogotá-Cundinamarca, con una participación promedio anual en esta década (2012-2021) de 21,2%.



- En los 3 primeros meses de este año, las exportaciones a ese mercado de productos no mineros llegaron a US\$295,4 millones, un crecimiento del 25,9%, con relación al mismo periodo del 2021.
- El principal producto no minero de exportación de este departamento hacia Estados Unidos es el café, que en 2021 participó con el 31,1% de esa canasta, es decir US\$325,2 millones, un aumento del 42% con relación al 2020. En 2012 representaba el 13,6%. Justamente, las flores que en 2021 eran el segundo rubro de exportación con una participación del 24,1%, en 2012 eran el primero. Las prendas de vestir también son un producto importante en la oferta hacia Estados Unidos y en 2021 eran el 8,6%.

Caso de éxito. *Cl Jeans (Antioquia)*

Empresa fundada en 1993, ubicada en La Estrella, Antioquia. Cuenta con más de 2.500 empleados que producen 25.000 jeans a diario. Cl Jeans es la empresa de jeans del sector textil – confección colombiano, que más exporta a Estados Unidos con US\$31,9 millones a octubre de 2021. Ofrece un servicio integral de diseño, corte, costura, lavandería, limpieza y transporte de prendas elaboradas en tela denim, todo bajo un mismo techo. Es altamente especializada en el diseño y producción de Jeans para hombre, dama y niños. Tiene certificación WRAP, BASC, Bureau Veritas Quality e ISO 9000 : 2008. También tienen Plan Vallejo y son OEA (Operador Económico Autorizado).

A inicios de la pandemia amplió su portafolio de Jeanswear a productos de bioseguridad como tapabocas, uniformes médicos y batas quirúrgicas para poder reaccionar a las circunstancias del momento y tratar de conservar el mayor número de sus empleados posible. Ha reestructurado el portafolio de prendas que ofrece buscando ser más competitivo en precio y ha realizado un esfuerzo constante por abrir y desarrollar nuevos clientes en el mercado de EE.UU.

Atlántico

- En los 10 años de vigencia del Acuerdo Comercial entre Colombia y Estados Unidos, las exportaciones de bienes no minero energéticos (agropecuarios, agroindustriales e industriales) que hizo Atlántico a ese país crecieron en promedio anual 13,7%.
- En el 2012 Atlántico exportaba a Estados Unidos en bienes no mineros US\$193,1 millones y cerró el 2021 con exportaciones en esa clase de bienes por US\$518,7 millones, el mayor valor exportado en esos 10 años a ese mercado. Al comparar esas ventas del 2021 con las del 2012, el crecimiento es del 168,6%.



- Es el tercer departamento que mayor participación tiene en la canasta no minera a ese destino, después del Bogotá-Cundinamarca y Antioquia. En esta década (2012-2021) registra una participación anual promedio de 8,3%.
- En el primer trimestre de este año, las exportaciones de bienes no mineros del Atlántico a Estados Unidos alcanzaron US\$177,4 millones, un aumento del 50,4% frente al mismo periodo del 2021.
- El principal producto no minero energético exportado por Atlántico a Estados Unidos es 'puertas, ventanas y sus marcos' que en 2021 representó el 52,1% de esta canasta a ese mercado, es decir US\$270,3 millones, un aumento del 42,6% frente al 2020. En el 2012 estos productos representaban el 13,7%.
- La ropa de tocador también es un producto representativo del departamento en Estados Unidos, en 2021 representó el 6,3% de la canasta no minera (US\$32,7 millones), así como placas y hojas lisas de vidrio colado que representaron el 6,2% (US\$32 millones).

Caso de éxito: Procaps (Atlántico)

Procaps es una empresa del sector farmacéutico en Barranquilla, productora de cápsulas o gránulos en una única cápsula blanda de gelatina, blisters, sachets, polvos, líquidos, cremas y geles. Fue fundada hace 45 años en Barranquilla y fabricó las primeras cápsulas de gelatina blanda en América Latina. Con una visión de mejora de la salud, la empresa ha sido reconocida como una de las más innovadoras de Colombia.

Actualmente, Procaps posee más de 80 patentes en todo el mundo, sus soluciones farmacéuticas llegan a más de 50 países y 5 continentes y tiene presencia directa en 13 países de América.

En Estados Unidos ha sido autorizada por la FDA para producir productos de prescripción. Empezó a cotizar en la Nasdaq en 2021 e inició su plan de expansión en el mercado de Estados Unidos, adquiriendo una empresa farmacéutica en West Palm Beach, Florida, con una capacidad de producción de aproximadamente 1.800 millones de cápsulas por año para fortalecer su estrategia de mercado.

Con esta inversión la compañía espera aumentar sus capacidades de desarrollo de productos de Procaps Group en más del 70 %. Cuenta con 5.000 trabajadores y en 2021 exportó US\$29.000.000

Valle del Cauca

- En los 10 años de vigencia el Acuerdo Comercial con Estados Unidos, las exportaciones de bienes no minero energéticos de este departamento a ese país han registrado un crecimiento promedio anual del 8%.



- En el 2012 le vendió a Estados Unidos productos agropecuarios, agroindustriales e industriales (no mineros) por US\$176,7 millones y en el 2021 esas ventas sumaron US\$414,9 millones, el mayor valor exportado a ese destino en esta década. Al comparar esas exportaciones del 2021 con las del 2012 el crecimiento es del 134,8%.
- Este es el cuarto departamento que más bienes no mineros exporta a Estados Unidos, después de Bogotá-Cundinamarca, Antioquia y Atlántico. En esta década registra una participación anual promedio de 7,2%.
- En el primer trimestre del año, Valle del Cauca exportó a Estados Unidos en productos no minero energéticos US\$121,6 millones, un crecimiento del 29,3%, frente al mismo periodo del 2021.
- La canasta no minera del Valle a Estados Unidos es diversificada. Los 4 principales productos de exportación de esta parte del país a ese país representaron el 36,7% en 2021. Café sin tostar, llantas, azúcares de caña o remolacha y acumuladores eléctricos son esos 4 bienes. La exportación de esos bienes sumó US\$152,2 millones.
- Otros productos que exporta Valle del Cauca a Estados Unidos son tarjetas inteligentes, preparaciones alimenticias, frutas, fajas, dulces y suéteres, entre otros.

Caso de éxito: Fanalca S.A. (Valle del Cauca)

Desde 1958 inicia en el negocio de Autopartes, suministrando partes metálicas estampadas para las principales ensambladoras de vehículos y camiones de la región Andina. Y aunque sus orígenes son en el sector metalmecánico, como grupo empresarial participan además en el sector de autopartes, motopartes, carrocerías, tuberías, cajas compactadoras de basura, transporte de pasajeros, recolección de residuos sólidos, sector textil, entre otros.

La Fábrica Nacional de Autopartes - FANALCA (con sede en Yumbo) cuenta con una moderna plataforma de fabricación de gran capacidad y el recurso humano, que la han convertido en una de las líderes del grupo de proveedores de piezas metálicas de la región Andina.

En 2021, frente al 2020, aumentó en 194% sus ventas a Estados Unidos, registró US\$2,4 millones.

Huila



- En la primera década de vigencia del TLC de Colombia con Estados Unidos (entró en vigor en mayo de 2012), las exportaciones de bienes no mineros de Huila a ese mercado han tenido un crecimiento promedio anual del 5,7%.
- Las ventas de esa clase de productos a Estados Unidos sumaron en 2012 US\$135 millones y pasaron en 2021 a US\$295,3 millones, un aumento del 118,7% entre el 2012 y el 2021.
- En el ranking de departamentos exportadores de bienes no mineros a Estados Unidos, Huila se ubica con el quinto con una participación promedio anual de 4,8%, después de Bogotá-Cundinamarca, Antioquia, Atlántico y Valle del Cauca.
- En los 3 primeros meses de este año, Huila exportó en bienes no mineros a Estados Unidos US\$96,1 millones, un aumento del 7% con relación al primer trimestre del 2021.
- El principal producto no minero de exportación de Huila a Estados Unidos es el café con una participación del 85% en 2021, es decir US\$251 millones. Aumentaron 52% con relación al 2020. Otro producto destacado de esta región en ese país es la tilapia que representó el 10,5% en 2021. En 2012 estos dos productos eran también los más destacados con participaciones similares.

Santander

- En los primeros 10 años de vigencia del TLC entre Colombia y Estados Unidos, la exportación de bienes no mineros de Santander a ese destino ha tenido un crecimiento promedio anual de 11%.
- Este departamento en 2012 exportó a ese país en bienes no mineros US\$38,3 millones y en 2021 le vendió US\$122,9 millones, el valor más alto exportado por Santander en esos 10 años a Estados Unidos. Al comparar 2021 con 2012, el crecimiento es de 221%.
- En la canasta exportadora de bienes no minero energéticos del país a ese destino, Santander participa con el 1,7%.
- En los 3 primeros meses de este año, este departamento exportó en productos agropecuarios, agroindustriales e industriales (no mineros) a Estados Unidos US\$42,9 millones, un aumento del 78,5%.
- El principal producto de exportación de esta región a ese mercado es el café, que en el 2021 representó el 74% de esa canasta no minera a ese país, es



El progreso
es de todos

Mincomercio

decir US\$90,9 millones, un aumento del 78,6% frente al 2020. También se destaca el limón Tahití que en 2021 representó el 6,9% (US\$8,4 millones) de las exportaciones no mineras y un crecimiento de 475%.