

**IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA PARA
ARTESANÍAS COLOMBIANAS: CASO LÁMPARAS ARTESANALES DE BAMBÚ**

ALEXANDRA MARIA OSORIO SUÁREZ

ANDERSON ALBEIRO URIBE POLO

**Monografía presentada como requisito para optar el título de Economista y
Administrador de Empresas**

Asesor

JULIO CESAR SANCHEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C

2003

**IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL EN LA UNIÓN EUROPEA PARA
ARTESANÍAS COLOMBIANAS: CASO LÁMPARAS ARTESANALES DE BAMBÚ**

ALEXANDRA MARIA OSORIO SUÁREZ

ANDERSON ALBEIRO URIBE POLO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C

2003

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	Pag.
1. LAMPARAS DE BAMBÚ, PRODUCTO ARTESANAL COLOMBIANO EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL	2
1.1 Marco conceptual de las artesanías y su oficio	3
1.2 Clasificación de las artesanías en el Mercado internacional	7
1.3 Descripción del producto, sus materiales, elaboración y diseño dentro del oficio artesanal	9
1.3.1 Características del Bambú como materia prima fundamental de las Lámparas artesanales	10
1.3.1.1 Estructura	10
1.3.1.2 Trabajos en Bambú	11
1.3.2.2 Elaboración de Lámparas de Bambú artesanales	12
1.3.3 Diseños finales	14
1.3.4 Análisis de partidas arancelarias	15
2. SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO DENTRO DE LA UNIÓN EUROPEA PARA COMERCIALIZACIÓN DE LAS LÁMPARAS ARTESANALES	17
2.1 Porque la Unión Europea?	17
2.1.2 Generalidades de la Unión Europea	19
2.2 Método para la selección del mercado potencial	21
2.3 Perfil Económico de los países que integran la Unión Europea	22
2.3.1 Alemania	25

2.3.2 Belgica	27
2.3.3 España	28
2.3.4 Francia	30
2.3.5 Holanda	31
2.3.6 Italia	33
2.3.7 Reino Unido	35
2.4 Selección del Mercado Objetivo De Lámparas artesanales	37
2.4.1 Población	38
2.4.2 Producto Interno Bruto Per Capita	39
2.4.3 Importaciones totales	39
2.4.4 Desempleo	40
2.4.5 Inflación	41
2.4.6 Importaciones de Lámparas Colombianas	42
2.4.7 Aranceles y acuerdos comerciales	43
2.4.8 Selección Final del Mercado Objetivo	43
3. MERCADO OBJETIVO Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	44
3.1 Aspectos de relevancia del mercado objetivo	44
3.2 Generalidades del Reino Unido	44
3.2.1 Aspectos sociales y economicos	45
3.2.2 Comercio Exterior (Balanza Comercial)	47
3.2.3 Principales socios comerciales	49
3.2.4 Comercio Bilateral con Colombia	50
3.3 Acceso al mercado de Reino Unido	51
3.3.1 Sistema Generalizado de Preferencias	52
3.3.1.1 Acuerdo economico con el Reino Unido	52
3.4 Estrategias de penetración del mercado	53
3.4.1 Ferias Internacionales	53

3.5 Descripción de costos de Exportacion	55
RECOMENDACIÓN	58
CONCLUSIONES	58
BIBLIOGRAFIA	59

LISTADO DE CUADROS

	Pag.
Cuadro 1. Distribución de Oficios Artesanales En Colombia	6
Cuadro 2. Relación de estilos y costos de producción de lámparas artesanales	13
Cuadro 3. Cuadro Arancelario según materia Constitutiva	15
Cuadro 4. Cuadro Arancelario según Funcionalidad	16
Cuadro 5. Intercambio Bilateral entre Colombia y Estados unidos	18
Cuadro 6. Perfil económico de los países de la Unión Europea	23
Cuadro 7. Importaciones de Lámparas desde Colombia	25
Cuadro 8. Balanza Bilateral entre Alemania y Colombia	26
Cuadro 9. Tarifas referencias Maritimas	26
Cuadro 10. tarifa de referencia aerea.	27
Cuadro 11. Intercambio Bilateral Bélgica y Colombia	27
Cuadro 12. Balanza Bilateral España y Colombia	29
Cuadro 13. Intercambio Bilateral de España con Colombia	30
Cuadro 14. Intercambio Bilateral de Holanda con Colombia	31
Cuadro 15. tarifas de Referencia Marítimas	32
Cuadro 16 tarifa de referencia aérea desde Colombia	33
Cuadro 17. Balanza Bilateral Italia y Colombia	33
Cuadro 18. Tarifas referencia Marítima hacia Italia	34
Cuadro 19. Tarifas de referencia aéreo hacia Italia	35
Cuadro 20. Balanza Comercial entre Colombia y reino Unido	35
Cuadro 21. Tarifas Referenciales Marítimas	36
Cuadro 22. Tarifas referenciales aéreo	37
Cuadro 23. Análisis de la Población	38
Cuadro 24. Evaluación del PIB per Capita	39
Cuadro 25. Comparación de las Exportaciones totales procedentes de	40

Colombia

Cuadro 26. Evaluación de la variable desempleo	41
Cuadro 27. Comportamientos de mercado por Inflación.	41
Cuadro 28. Evaluación de mercado objetivo	42
Cuadro 29. Aranceles y Acuerdos	43
Cuadro 30. Selección final del mercado objetivo	43
Cuadro 31. Variables Macroeconómicas	46
Cuadro 32. Balanza Comercial	48
Cuadro 33. Proveedores de Importaciones hacia el Reino Unido	49
Cuadro 34. Comercio bilateral con Colombia	50
Cuadro 35. Costos de Producción, precios comerciales y costos de envío	56

LISTADO DE GRAFICAS Y FOTOS

Grafico 1. Distribución de oficios artesanales	7
Grafico 2. Exportaciones de Colombia a Estados Unidos	18
Grafico 3. Balanza Comercial del Reino Unido	48
Grafico 4. Principales socios comerciales del Reino Unido	49
Grafico 5. Intercambio Bilateral del Reino Unido y Colombia	51
Foto 1.Lámpara Escudo	14
Foto 2. Lámpara Vela	14
Foto 3. Lámpara Cúmulo de Luz	14
Foto 4. Lampara Triangulo	14

INTRODUCCIÓN

La práctica en los diferentes procesos de apertura a mercados internacionales de artículos artesanales, refleja la viabilidad de dar paso a una creciente expansión de esta actividad, permitiendo así un incremento acelerado de exportaciones que van acorde con los esfuerzos de entidades gubernamentales para incentivar esta actividad económica, buscando el crecimiento y diversificación de la oferta exportadora.

Se pretende describir el proceso de elaboración de artesanías específicamente el de lámparas artesanales, desde los insumos necesarios para su realización hasta la producción del bien final, determinando posteriormente todas las variables económicas, sociales y políticas de los territorios mas opcionados para convertirse en un mercado potencial-creciente para la comercialización de dicho producto. De igual forma se determinará concretamente cual será el país más beneficioso para el proceso de incursión de este artículo a un mercado específico dentro de la Unión Europea.

Evidenciando la problemática en los procesos de exportación, dado el desconocimiento por parte del gremio artesanal, se pretenden brindar alternativas de solución a los factores que difuminan dicha intencionalidad y además proponer opciones viables de mercado.

Los resultados de la presente investigación se convertirán en un elemento fundamental para que los artesanos y todos los sectores económicos del país, cuenten con una herramienta que les permita penetrar y consolidar sus productos en mercados Internacionales, y en este caso específico, poder exportar lámparas de bambú a un segmento del Mercado de la Comunidad Europea.

1. LAMPARAS DE BAMBÚ, PRODUCTO ARTESANAL COLOMBIANO EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.

El producto Artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia constante en los mercados internacionales. Sus dificultades son de otro orden y sus posibilidades de solución dependen de la voluntad y de la eficacia interinstitucional (Estado-Empresa) en función del desarrollo socioeconómico nacional.

Uno de los indicadores de desarrollo de un sector productivo esta representado, entre otros, por sus exportaciones. Además, el mercado exterior representa una gran expectativa de todos los sectores productivos entre los que las oportunidades de éxito no se circunscriben exclusivamente a la estrategia del volumen (lo cual esta correlacionado directamente con la capacidad económica y su inversión en la aplicación tecnológica), especialmente si recurre a nichos diferenciados que se determinan por demandas específicas. También cuentan el carácter del producto de una parte, y la capacidad de respuesta de los procesos propios del mercado externo y las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos.

Entre los sectores productivos del país, para los que es importante el mercado internacional, esta el Artesanal, según el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal de 1998, 260.000 personas producen Artesanía, cifra que corresponde al 15% de la ocupación en el sector manufacturero. El censo en mención señala que, en cifras relativas a la ocupación de dedicación exclusiva a actividades artesanales, hay 41.175 personas que producen bienes artesanales, aspecto que se debe aprovechar en términos de oferta con perfil internacional sin descuidar la demanda nacional.

De lo anterior se puede deducir que el mercado artesanal, debe fijar su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto,

es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad (que identifica este producto), en los cuales la competencia es muy significativa tanto como lo es el aspecto económico, relativo especialmente a precios.

Sin embargo, la aspiración de exportar el producto artesanal se desvanece cuando el artesano se enfrenta con dificultades relacionadas con la identificación de mercados potenciales a donde dirigir sus productos.

Estas razones inducen a investigar aspectos concernientes a las artesanías Colombianas, que permitirán identificar plenamente las cualidades y calidades físicas, culturales y económicas que contribuirán al posicionamiento y consolidación de estas artesanías en el ámbito internacional.

1.1 MARCO CONCEPTUAL DE LAS ARTESANIAS Y SU OFICIO.

Al fijar la atención en el sector artesanal es importante entender la relevancia del producto artesanal y su elaboración. El marco conceptual relativo a lo artesanal se sintetiza en la definición de artesanía y en su clasificación que mantiene una referencia permanente con la dimensión práctica de la actividad determinada por el hacer del oficio artesanal, el cual se identifica finalmente, a través del producto.

El oficio artesanal se define como el conjunto operativo, integral y sistemático de proceso de producción de bienes, que se enmarcan en el saber y las destrezas adquiridos y desarrollados por los artesanos a través de la tradición socio-cultural de sus pueblos.¹

Es decir, es la estructura de un sistema de trabajo en el que se aplica la misma clase de conocimiento y destreza como consecuencia de utilizar el mismo tipo de máquinas,

¹ Fuente, Ministerio de Desarrollo Económico. Pagina web [http/ www.mindesa.gov.co](http://www.mindesa.gov.co)

herramientas y procedimientos para la transformación de la misma selección y genero de materia prima, y obtención de productos de función y otros semejantes.²

El oficio artesanal constituye una clase de procesos productivos que, a su vez, pueden comprender líneas específicas de producción, en síntesis, es una actividad especializada de trabajo productivo.³

Para mayor claridad, se hace a continuación una ampliación de las definiciones mas representativas en el desarrollo del presente trabajo que generan una visión mas acertada del contexto del producto.

Artesanía: Actividad de transformación para la producción creativa de productos específicos que cumplen una función utilitaria, la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva a cabo en pequeños talleres, con baja división social del trabajo y el predominio de la energía humana, física y mental, generalmente, completada con herramientas y maquinas relativamente simples. Esta actividad está condicionada por el medio geográfico, que constituye la principal fuente de materias primas, y por el desarrollo histórico del marco socio-cultural donde se desarrolla y al cual contribuye a caracterizar.⁴

Como indica la definición anterior, el hecho productivo y comercial de la actividad artesanal comprende una manifestación histórica que da lugar a su clasificación en tres modalidades culturales y socioeconómicas, que son: Artesanía Indígena, Tradicional – Popular y Contemporánea. El producto en estudio esta enmarcado dentro de la clasificación contemporánea porque cumple con las siguientes características:

Artesanía contemporánea: Producción de objetos útiles y estéticos en cuyos procesos se integran elementos técnicos y formales procedentes de diversos contextos

² Ibid (1)

³ Ibid (1)

⁴ Fuente, Artesanías de Colombia [http/ www.artesaniasdecolombia.gov.co](http://www.artesaniasdecolombia.gov.co)

socioculturales y niveles económicos; culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos; tienden a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo artífice.⁵

El aspecto funcional que describen las definiciones de oficio artesano y artesanía corresponden a las peculiaridades de la fuerza de trabajo con que se realiza y que encarna el artesano y materializa el taller artesanal.

Artesano: Persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma. Deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes útiles su esfuerzo físico y mental.

Taller artesanal: Espacio Físico y operativo (que bien puede ser parte de la vivienda), delimitado para la ejecución de las actividades de un oficio rama especializada de la producción generalmente, enmarcado en una expresión cultural particular; actividades mediante las que los ejecutores participantes, al mismo tiempo que transmiten o asimilan los conocimientos de la profesión de acuerdo con sus respectivos niveles profesionales, elaboran una determinada clase de bienes mediante la transformación de materias primas, para lo que utilizan elementos técnicos allí instalados.⁶

La población artesana desde el punto de vista técnico esta distribuida por oficios, los cuales constituyen los campos de especialización de sus ramas o líneas de producción. Por tal razón, toda propuesta de solución de problemas generalmente se estructura en función de sus oficios. Según el Censo nacional, la relación de proporción entre los oficios y la tendencia a su concentración, se ilustra en el cuadro 1 grafico 1.

⁵ Fuente, Ministerio de Desarrollo Económico. Pagina web [http:// www.mindesa.gov.co](http://www.mindesa.gov.co)

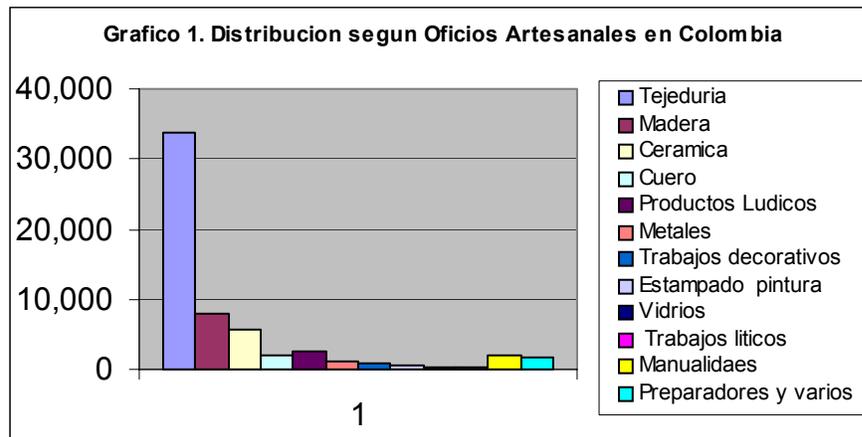
⁶ Ibid (5)

Cuadro 1. Distribución de oficios artesanales

Oficios	Concentración Población
Tejeduría	33,832
Madera	7,933
Cerámica	5,755
Cuero	2,027
Productos Lúdicos	2,437
Metales	1,104
Trabajos decorativos	838
Estampado pintura	614
Vidrios	223
Trabajos líticos	290
Manualidades	2,072
Preparadores y varios	1,698
TOTAL	58.823

Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico

Este cuadro demuestra la participación de los oficios artesanales en los cuales se identifica y caracteriza la producción de Lámparas de Bambú dentro del oficio de madera que teniendo en cuenta estas estadísticas es favorable porque puede mantenerse una producción según requerimientos de los posibles demandantes de artesanías.



Fuente: Ministerio de Desarrollo Económico análisis de los autores

De acuerdo con la definición de oficio artesano, en la elaboración del listado de oficios, se ha buscado describir la relación existente entre las materias primas y las técnicas con que se procesan, para alcanzar el carácter estético y/o funcional de los productos que, a su vez, comprende un inventario diferenciable de otros niveles del sector industrial que también son fuente de exportaciones menores.⁷

1.2 CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

Es una realidad que el artesano se tropieza con escollos y uno de los principales es que los productos artesanales no están incluidos en el principal sistema internacional de estadísticas comerciales, el sistema armonizado de Designación y codificación de Mercancías (SA). En el año 2000 se logró un proceso significativo durante la reunión anual de la Organización Mundial de Aduanas (OMA), organismo responsable del (S.A.) La OMA adoptó una recomendación que invita a los países miembros del Centro de Comercio Internacional (CCI), a codificar los productos hechos a mano en las clasificaciones estadísticas nacionales.⁸ La inclusión de productos artesanales en las estadísticas nacionales debería servir para demostrar la importancia de la artesanía en

⁷ Ibid (5)

⁸ Foro de Comercio Internacional. Julio del 2000

los países en desarrollo en los que muchos grupos de gente de escasos recursos y de poblaciones menos favorecidas vean en la creación de las Artesanías una forma de sustento.

Es claro que esto facilitaría las estrategias de factibilidad y planificación de las exportaciones, la mayoría de los productos artesanales exportados en la actualidad no se contabilizan en las estadísticas de comercio exterior. Al no estar definidos como tales en las nomenclaturas de Comercio Internacional y codificación aduanera se hacen indetectables en los intercambios comerciales internacionales, lo que ha frustrado las iniciativas encaminadas a reconocer y desarrollar el potencial exportador de las Artesanías.⁹

Solo la codificación específica en el comercio Internacional y en la nomenclatura aduanera permitirá recopilar datos sobre los productos artesanales, analizarlos y comparar las cifras en el ámbito nacional regional e internacional.¹⁰

En el simposio Internacional de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO y el CCI en 1997, se recalcó la importancia de distinguir las Artesanías de aquellos productos fabricados con máquinas teniendo en cuenta los criterios técnicos del producto, por su alto contenido de desarrollo en materia económica y social pero es un proceso de esfuerzos conjunto de países que han identificado la relevancia del Producto Artesanal.

En el contexto del producto artesanal en mención, es una realidad la ausencia de código en el arancel de aduana, como se ha descrito anteriormente, no obstante, se puede tener como referencia su material constitutivo o funcionalidad y calidad.

⁹ OMA, Negociación 021B1, 7 de julio del 2000

¹⁰ Recomendación negociación de la OMA 021B1 del 7 de julio del 2000

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO, SUS MATERIALES, ELABORACIÓN Y DISEÑO DENTRO DEL OFICIO ARTESANAL.

Por la descripción de los productos que aparecen en el **Registro Aduanero de las Posiciones Arancelarias**, en el cual prima el criterio de materia prima, pero para el caso de la certificación de origen de productos artesanales también se tiene en cuenta la agregación de valor en términos de fuerza de trabajo y funcionalidad, atendiendo especialmente criterios de calidad, se ha enmarcado el producto en mención, el cual se describe su constitución con la materia prima en el que esté en mayor porcentaje elaborado, tratando de identificar la Posición Arancelaria.

La Posición Arancelaria depende de los elementos particulares de constitución de los productos en su gran diversidad de opciones en cuanto a las combinaciones de materias primas así como los procesos efectuados para su elaboración y teniendo en cuenta la función que cumplen que puede ser otra alternativa.

De acuerdo con la Legislación Arancelaria, “la posición arancelaria es un código único del sistema Armonizado de Codificación y Designación de mercancías, más conocido como Sistema Armonizado (se hace referencia en punto anterior), que permite clasificar todas las mercancías y es utilizado para cuantificar las transacciones de comercio internacional y asignar impuestos de importación a un país para cada producto. Dicho código consta de 10 dígitos.

El Sistema Armonizado estipula que la codificación de las mercancías debe ser uniforme hasta los primeros seis dígitos para todos los países. Del séptimo al décimo dígito, pueden ser utilizados por cada país para desglosar, separar y clasificar las mercancías y asignarles impuestos de importación, cuotas, impuestos específicos, entre otros, de acuerdo con los intereses de su política comercial.

“En Colombia, la clasificación Arancelaria se rige por decisión 381 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Comunidad Andina) y en ella se estipula que los países miembros deben respetar la clasificación uniforme NANDINA (Clasificación Arancelaria de la Comunidad Andina, basada en el Sistema Armonizado) hasta el octavo dígito, los dos dígitos restantes son asignados por cada país, para completar la posición Arancelaria de 10 dígitos”¹¹.

1.3.1 Características del Bambú como materia prima fundamental de las Lámparas Artesanales. Se considera importante definir al detalle las características y estructura de la materia prima de más predominio del producto en estudio con el fin de identificar su **Posición Arancelaria**, importancia descrita anteriormente. **EL BAMBÚ**, nombre común de un conjunto de plantas vivaces, leñosas, de porte arbustivo o arbóreo, agrupadas en unos 45 géneros y 480 especies de la familia de las Gramíneas, crece sobre todo en las regiones tropicales y subtropicales, desde el nivel del mar hasta las zonas cubiertas por nieves perpetuas; solo algunas especies se extienden hasta regiones templadas.

Es muy abundante en el sureste de Asia y hay algunas especies en América y África, y ninguna en Australia. El tamaño oscila entre el de los carrizos rígidos de aproximadamente 1 metro de altura, y gigantes de hasta 50 metros de altura y 30 cm de diámetro cerca de la base. Casi todos los bambúes son erectos, pero algunas especies tienen tallos flexibles que forman espesuras impenetrables.

1.3.1.1 Estructura. El Bambú se reconoce fácilmente por los tallos articulados leñosos, o cañas, formados por secciones huecas llamadas entrenudos, separadas por tabiques sólidos llamados nudos. En cada nudo, una vaina protege una yema, que a su vez puede dar lugar a una rama o a una flor. Las cañas de Bambú son verdes porque contienen abundante clorofila en los tejidos situados inmediatamente bajo la superficie.

¹¹ Fuente Arancel de Aduanas

Esto significa que las cañas forman una superficie fotosintética importante, sobre todo porque crecen antes que se desarrollen las hojas.

1.3.1.2 Trabajos en Bambú. Elaboración de productos cuya estructura o armazón básico se logra con el material de la Guadua y el Bambú y en cuyos procesos se utilizan las mismas herramientas para carpintería, ebanistería y talle de madera. Los procesos de realización demandan acciones de cortes y perforaciones hechos en puntos fijados sobre medidas para la ejecución de los empates o ensamblajes por presión y ajustes con cuñas. Muchos de sus diseños se logran con procesos de encurvamiento del material, que se consiguen bajo la aplicación del calor. Algunas de sus texturas se obtienen mediante salpicados de sustancias y/o rizado. El Bambú se combina, en ocasiones, con guadua, material al que se da un tratamiento muy semejante cuando se trata de producción artesanal, razón por la que se encuentran asociados.

- **Materias primas constitutivas:** Bambú, guadua; otras especies de Bambú.
Técnicas de elaboración: Corte y recorte de piezas, humectación, secado, rizado, texturizado, encurvamiento, armado, pegado, amarrado, inmunizado, lijado, tinturado, sellado, taponado, encerado o lacado.
- **Productos:** Muebles, esteras, útiles de escritorio, jarrones, accesorios de meza, esterillas, **lámparas**, bandejas, butacas, cortinas, botelleros, exhibidores, tarros, cofres.
- **Posibles Posiciones Arancelaria(s):** Partidas No 14.01; 46.01; 94.03.

1.3.2 Elaboración de las lámparas de bambú artesanales. Para este caso en especial, el Bambú, es sacado de Plantaciones en Turbaco en la “Finca Sebastián”. Lo primero que se hace es cortar el material seleccionado. Bajo las medidas 35 –40 cm de altura se hace un corte más estilizado con base al diseño. Para fines de inmunización se utiliza un componente llamado Merulex para matar el posible Comején y Ejen. Este proceso requiere de 2 días de exposición.

El Bambú es lijado, se utiliza un sellador para la textura y un poco de tinte con tres repeticiones. El acabado es logrado por el Barniz pero este es opcional. Con el tubo de Bambú se arma la Lámpara adicionando los materiales que se describen en el cuadro No 2. El Cedro rollizo y el Roble son utilizados para los efectos de las Lámpara. La Lona y la Piola se utilizan la piola para los amarres del Cedro.

Los insumos están constituidos por Goma que se utiliza para pegar la Lona. Cuando se quiere que no se vean las costuras se pegan los pedazos de Lona sino se cosen. Esto ultimo define el estilo de la lona. Una vez se tiene lista la Lámpara se le dan tres manos en Aceite de Linaza que le da un brillo natural.

Dadas las características físicas del producto, estos presentan gran viabilidad y eficiencia en sus procesos productivos, ya que al ser manufacturado con insumos y materia de fácil acceso y costos asequibles, y ser elaborado a mano por artesanos de gran destreza, estos pueden ser vendidos en los mercados internacionales a precios competitivos, que incluyan todos los costos y gastos de manufactura, los gastos de exportación y los márgenes de utilidad de los productores, generando de esta forma una importante fuente de empleo y de ingresos. Los costos de producción se detallan en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Relación de Estilos y costos de Producción

MATERIALES	ESCUDO	CUMULO	TRIANGULO	VELA
BAMBÚ	8.000	8.000	5.800	11.500
CLAVIJA	700	700	700	700
CORDÓN	600	720	720	600
INTERRUPTOR	1.000	1.000	1.000	1.000
SOQUETE	800	800	800	800
BOMBILLO	1.000	1.000	1.000	1.000
LONA	1.000	1.000	750	700
PIOLA	500	500	500	500
PALO CHUZO	140	140	500	550
BALSO	1.000	1.000	1.000	500
CEDRO				
SELLADOR	1.000	1.000	1.000	1.000
GOMA	1.000	1.000	1.000	1.000
TOTAL \$	16.740	16.860	14.770	19.850
TOTAL US\$	5,83	5,88	5,15	6,92
TOTAL EURO	4,99	5,03	4,40	5,92

TRM= Cop\$2800, EURO= Cop\$3426 Fuente: Artesanos de Bolívar - Alfonso Fox

En el cuadro 2 se evidencia cada uno de los costos de materia prima e insumos utilizados en el proceso de producción de las Lámparas Artesanales y sus costos totales en peso, dólares y euro que demuestra su gran viabilidad ante una gran demanda de este producto en los mercados internacionales, debido a que existe también, capacidad de trabajo por parte de los grupos de artesanos, que liderado por el creador de los diseños el Sr. Alfonso Fox, pueden responder por los pedidos en el momento de concretarse negocios internacionales, de igual forma, este gremio tendría la capacidad de vincular nueva fuerza laboral artesanal, que se encontrarán cesante hoy día, por la grave problemática económica y social de nuestro país.

1.3.3 Diseños finales. En este apartado se presentan los diseños de las Lámparas a comercializar, donde la calidad, belleza y gran valor cultural se evidencia en las fotos 1, 2 ,3 y 4 y se convierten en unos de los argumentos esenciales para cristalizar el negocio en el ámbito internacional.



Foto 1. Lámpara Escudo
Diseño: Artesanos de Bolívar.
Líder: Alfonso Fox López

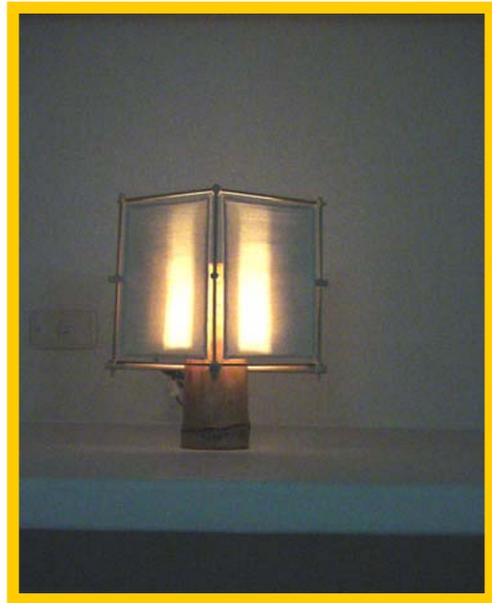


Foto 2. Lámpara Vela
Diseño: Artesanos de Bolívar.
Líder: Alfonso Fox López



Foto 3. Lámpara Cumulo de Luz
Diseño: Artesanos de Bolívar.
Líder: Alfonso Fox López

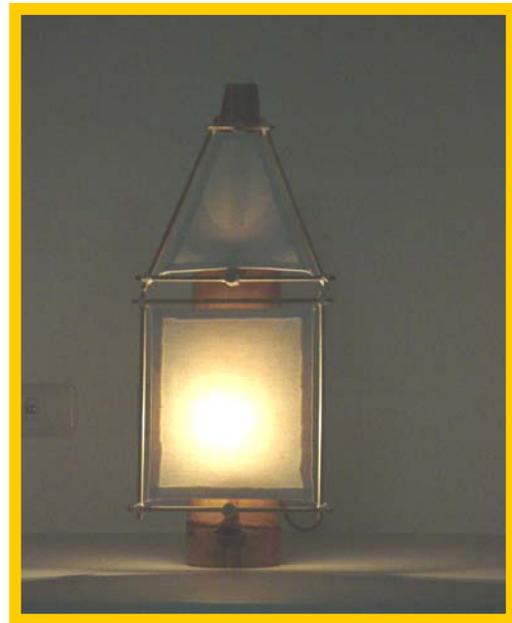


Foto 4. Lámpara Triángulo
Diseño: Artesanos de Bolívar.
Líder: Alfonso Fox López

Como se observan en las ilustraciones, las Lámparas de Bambú presentan actualmente cuatro presentaciones, donde el cliente tiene la posibilidad de escoger de acuerdo a sus gustos y preferencias.

La belleza de estos diseños, acompañados de un excelente proceso productivo, una buena administración de recursos y la creación un plan estratégico exportador puede sin lugar a duda, cristalizar positivamente la comercialización de estos productos a un determinado mercado, donde a criterio de esta investigación, se puede obtener resultados interesantes en un segmento específico en la Comunidad Económica Europea.

1.3.4 Análisis de las Subpartidas Arancelarias. Finalizando este capítulo, es importante abordar las posiciones arancelarias, donde se puede hacer el análisis de cada una de las posiciones para poder ubicar la Artesanía de Bambú en estudio, como se observa en el cuadro 3.

Cuadro 3. Cuadro Arancelario según materia constitutiva

Subpartida Arancelaria	Descripción del Producto	Panamá, Aruba, Bonaire y Curacao	Estados Unidos y Puerto Rico (Gravamen)	Resto del Mundo (Gravamen)
14.01.10.00.00	Materias vegetales de las especies de BAMBÚ utilizadas principalmente en cestería o espar	0.10	0.10	0.10
46.01.10.00.00	Trenzas y artículos similares, de materia trensable (paja, ramitas de mimbre o de sauce, bambú, juncos, roten, caña, etc.)	0.20	0.20	0.20
94.03.80.00.00	Muebles de otras materias, incluidos el roten (ratán), mimbre, bambú o materias similares	0.20	0.20	0.20

Fuente: Arancel de Aduanas - DIAN (porcentaje que se cobra por concepto de arancel)

Según las partidas Arancelarias la mejor opción para clasificar el producto sería la partida 94.03 que, tomando en cuenta la subpartida, lo que mas se ajusta es la 94.03.80.00.00. Lo anterior es acertado con respecto a la constitución del producto o mercancía.

Por otra parte, si se toma en cuenta la funcionalidad del producto, es necesario considerar los datos que aporta a la investigación en proceso, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, en donde se considera la conveniencia de clasificar el producto como la función que cumple la cual se ha identificado como **Lámpara**, por lo tanto según las investigaciones y sugerencias de los expertos, el procedimiento mas correcto es clasificar este producto en la partida y subpartida:

Cuadro 4. Cuadro Arancelario según funcionalidad

Subpartida Arancelaria	Descripción del Producto	Panamá, Aruba, Bonaire y Curacao	Estados Unidos y Puerto Rico (Gravamen)	Resto del Mundo (Gravamen)
94.05.20.00.00	Lamparas electrtricas de cabecera, mesa, oficina o de pie	0.20	0.20	0.20

Fuente: Arancel de Aduanas - DIAN

Después de haber realizado una descripción detallada de las lámparas de Bambú, como artesanías Colombiana de gran valor cultural, social y económico, y de haber obtenido su respectiva posición arancelaria dentro del contexto internacional, se procede a continuación a dar cumplimiento a otro importante objetivo de la investigación, que es el de seleccionar el mercado objetivo dentro del bloque económico que hoy día presentan las mejores perspectivas de negocios y expansión de las exportaciones, el Bloque Europeo.

2. SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO DENTRO DE LA UNION EUROPEA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LÁMPARAS ARTESANALES.

Después de haber realizado un análisis integral de las características físicas y artesanales de el producto y de resaltar su importancia como un bien de alto valor cultural y comercial que contribuye al desarrollo económico de los artesanos de Colombia, es necesario abordar a continuación, los diferentes factores de orden económico, social y político, que permita seleccionar el mercado más favorable para la exportación de este producto, dentro la importante área económica seleccionada como es la de la Comunidad Económica Europea. De esta manera los resultados de la presente investigación pueden contribuir a la expansión y consolidación del sector artesanal Colombiano.

2.1 ¿Por qué la Unión Europea?

Históricamente, Colombia ha tenido dentro de sus principales socios comerciales a Estados Unidos y Venezuela, donde se concentran mas del 50% del total de las exportaciones. Sin embargo, como lo demuestra el caso de los Estados Unidos, aunque son muy significativos los volúmenes de exportación, se observa que en los últimos tres años, estas presentan una caída sostenida que pone en peligro las exportaciones totales de Colombia y por ende disminuye las oportunidades de negocios hacia este país. (Ver Cuadro 5 Y Gráfico 2).

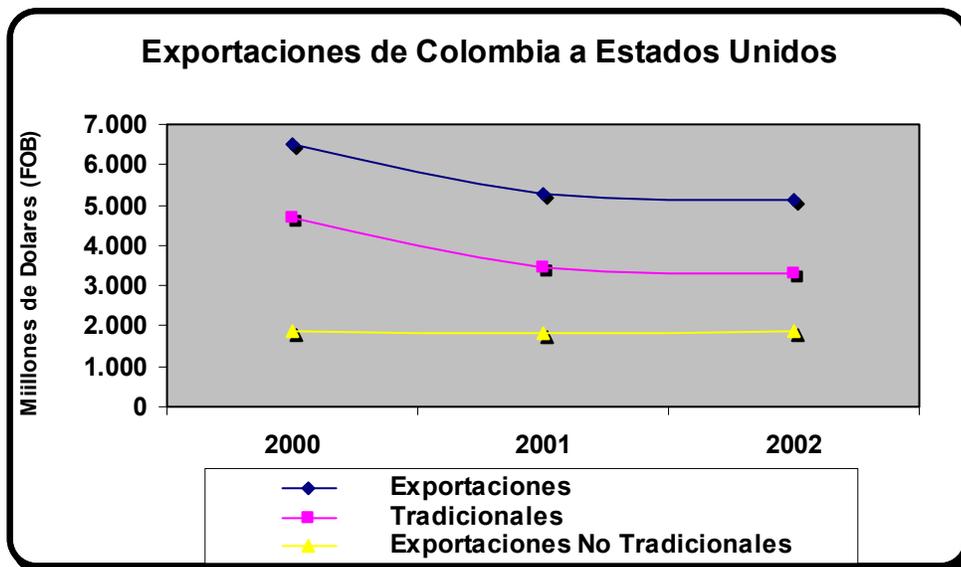
La situación de dependencia exportadora es muy desfavorable por estar sujeta la producción transable del país a los destinos económicos, políticos y sociales de pocos países, que de un momento a otro pueden verse quebrantados generando de esta forma graves consecuencias al comercio Internacional y por ende al crecimiento económico y al empleo del país.

Cuadro 5
Intercambio Bilateral entre Colombia y Estados Unidos

Intercambio Bilateral	(US\$) 2000	(US\$) 2001	(US\$) 2002
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA ESTADOS UNIDOS	6,524,140,304	5,254,251,348	5,151,171,494
Exportaciones Tradicionales	4,659,077,527	3,430,443,610	3,290,900,763
Exportaciones no Tradicionales	1,865,062,777	1,823,807,738	1,860,270,731
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE ESTADOS UNIDOS	3,892,880,958	4,413,898,519	4,020,070,099
BALANZA BILATERAL	2,631,259,346	840,352,829	1,131,101,395

Fuente: Proexport Colombia

Gráfico 2



Fuente: Análisis de los Autores con base al Cuadro 5

Por todas estas Razones, no solo existe la necesidad de diversificar las exportaciones, es necesario explorar nuevos mercados que contribuya al crecimiento y fortalecimiento de todos los sectores económicos del país y en este caso particular el de las artesanías, actividad que es practicada por sectores populares y deprimidos.

Si se interpreta los acontecimientos económicos e históricos en el ámbito mundial, ya no es sólo Estados Unidos el único “Gran Objetivo comercial”. Países como los pertenecientes a la Unión Europea han alcanzado una gran estabilidad económica, social y política que los hacen atractivos para aumentar aun más las exportaciones colombianas de las que en la actualidad se están realizando a la Unión Europea.

La existencia del mercado único europeo significa que han sido eliminadas las antiguas barreras, por lo tanto las personas, los bienes, los servicios y los capitales circulan dentro de Europa con la misma libertad que en el interior de un país. Se puede viajar libremente a través de las fronteras interiores de la UE por negocios y por placer o, en cada uno de los países se puede disfrutar de una impresionante gama de productos de toda la Unión Europea y del mundo.

La Unión Europea ha logrado elevar el nivel de vida, ha construido un mercado único a escala europea, la moneda única europea, el euro, y ha consolidado la voz de Europa en el mundo.

Por las anteriores razones, es necesario conocer los aspectos generales de esta área económica, para posteriormente estudiar variables específicas de sus países más representativos, con el firme objetivo de intentar dirigir las exportaciones de este producto a un mercado específico de la Unión Europea.

2.1.2 Generalidades de la Unión Europea. Tras varios enfrentamientos entre Francia y Alemania diferentes líderes europeos llegaron a la conclusión de unir a los países económicamente y dar fin así a los diferentes conflictos los cuales resultaban en la

pérdida de muchas vidas; fue así cuando en 1951 surgió la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA), con seis miembros: Bélgica, Alemania Occidental, Luxemburgo, Francia, Italia y los Países Bajos.

La CECA tuvo tal éxito que en el plazo de unos años estos mismos seis países decidieron avanzar e integrar otros sectores de sus economías. En 1957 firmaron los Tratados de Roma por los que se crearon la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom) y la Comunidad Económica Europea (CEE). Los Estados miembros querían así eliminar las barreras comerciales entre ellos y crear un "mercado común".

En 1967 se fusionaron las instituciones de las tres Comunidades Europeas. A partir de entonces sólo existió una única Comisión y un único Consejo de Ministros, así como el Parlamento Europeo.

El mercado único se completó formalmente a finales de 1992 aunque todavía queda trabajo pendiente en algunos ámbitos, como la creación de un mercado auténticamente único de servicios financieros.

Durante los años 90 se hizo más fácil para la gente desplazarse por Europa pues los controles de pasaportes y aduaneros se suprimieron en la mayor parte de las fronteras internas de la UE. En 1992 la UE decidió embarcarse en una unión económica y monetaria (UEM) que supondría la introducción de una moneda europea única gestionada por un Banco Central Europeo. La moneda única (el euro) se hizo una realidad el 1 de enero del 2002, cuando los billetes y monedas reemplazaron a las monedas nacionales en 12 de los 15 países de la Unión Europea, Alemania, Grecia, España, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Austria, Portugal y Finlandia).

La UE ha crecido en tamaño mediante sucesivas oleadas de adhesiones. Dinamarca, Irlanda y el Reino Unido se unieron en 1973, seguidos por Grecia en 1981, España y

Portugal en 1986 y Austria, Finlandia y Suecia en 1995. La Unión se prepara ahora para acoger a otros diez países de Europa Oriental y Meridional: Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y la República Checa, países cuya adhesión está prevista para el 2004. Bulgaria y Rumania esperan seguir algunos años más tarde y Turquía es también candidata. Para garantizar que la UE pueda continuar funcionando eficazmente con 25 miembros o más, su sistema de toma de decisiones debe hacerse más fluido. Por ello el Tratado de Niza, que entró en vigor el 1 de febrero del 2003, fija nuevas normas sobre el tamaño de las instituciones de la UE y su forma de trabajo.

2.2 Método Para La Selección Del Mercado.

Para llevar a cabo un proceso que conlleve a identificar un mercado que ofrezca las mejores alternativas para la comercialización de un producto, es necesario establecer un número de variables que permitan visualizar la estabilidad del mercado y que tan conveniente sea este para incursionar con un determinado producto, que este caso son: las lámparas artesanales de bambú.

Una vez determinadas las variables que a criterio de los autores son consideradas de gran importancia para el procedimiento de selección del mercado y entre las cuales se encuentran: la población, el PIB per cápita, la balanza bilateral, el desempleo, la inflación, la cantidad de importadores de artesanías, la importación de lámparas de cabecera pie o mesa, entre otros, se establece entonces un nivel de jerarquía según la importancia de cada una de las variables. Al considerarse en esta investigación, todos los criterios de gran importancia, los valores asignados solo oscilan entre uno (1) para aquellos de menor rango y dos (2) para los de mayor rango.

Establecidos los países y los criterios de selección que permiten medir la potencialidad de estos para incursionar un determinado producto, se procede a dar una puntuación a cada uno de los mercados según sea la cantidad de estos y el beneficio que la variable

genere, por ejemplo: si son 4 países y se evalúa la variable población se asigna la calificación más alta, de cuatro (4) a el mercado que mayores beneficios genere para comercializar el producto en esta caso será la el país que mayor población tenga

2.3 Perfil Económico de los Países Integrantes de la Unión Europea

En la actualidad, la Unión Europea es uno de los principales bloques económicos que lidera la economía mundial, los países que la conforman han desempeñado un papel preponderante en el desarrollo económico, social y cultural y por tal razón unos de los mercados objetivos de cualquier productor que desee incursionar en mercados internacionales.

De este importante bloque económico hacen parte veinticuatro países, cuyo perfil económico se describe en el **cuadro 6**.

Cuadro 6
Perfil Económico de los Países de la Unión Europea en US\$

No	PAISES	POBLA	IDIOMA	MONEDA	TASA C	PIB Pc/US\$	INFLACION %	DESEMPLEO %
1	ALEMANIA	83.129.536	ALEMAN	Euro	1,06	25.620	1,30	10,80
2	AUSTRIA	19.357.594	INGLES	Dólar de Atl	1,91	20.950	1,40	11,90
3	BELGICA	13300000	Holandés	Euro	1,06	18.477	1,64	7,30
4	DINAMARCA	5.358.815	Danés	Coronas	8,43	32.050	2,9	5,3
5	ESPAÑA	40409330	Español	Euro	1,06	16.521	3,7	11,50
6	FINLANDIA	5,206,295	Finlandés	Euro	1,06	25.289	1,6	9,1
7	FRENCIA	61387000	Francés	Euro	1,06	23.141	1,92	9,10
8	GRECIA	11.018.400	Griego	Euro	1,06	12.072	3,4	2,6
9	IRLANDA	3.917.336	Ingles	Euro	1,06	31.202	4,6	4,5
10	ITALIA	58000000	Italiano	Euro	1,06	19.497	2,8	9,20
11	LUXEMBURGO	442.972	Luxemburgués	Euro	1,06	42.930	7,8	2,9
	PAISES							
12	BAJO(Holanda)	16192842	Holandés	Euro	1,06	21.420	3,5	2,60
13	PORTUGAL	10.379.700	Portugués	Euro	1,06	11.738	3,6	5,1
14	REINO UNIDO	70100000	Ingles	Libra Esterlin	1,06	26.049	1,63	5,10
NUEVOS MIEMBROS								
15	CHIPRE	67.500	Griego y Turco	Libra de Chip	0,65	11.950	4,2 y 58	n.d
16	ESTONIA	1.423.316	Estonio	Coronas	17,72	3.400	4,1	13,4
17	HUNGRIA	10.142.000	Húngaro	Forinto	257,89	6.271	5,3	5,82
18	LETONIA	2.385.231	Letón	Lat	0,63	2.420	2,7	7,6
19	LITUANIA	3.610.535	Lituano	Lita	3,91	2.640	1	11,5
20	MALTA	394.583	Maltes e Ingles	Lira de Malta	0,46	9.210	2,5	5,1
21	POLONIA	38.610.000	Polaco	Zloty	4,7	4.896	-1,3	17,7
22	ESLOVAQUIA	5.414.937	Eslovaco	Coronas Eslo	47,63	3.770	12,2	17,1
23	ESLOVENIA	2.000.000	Esloveno	Dólar eslover	240	11.030	7,5	6,4
24	REP. CHECA	10.321.120	Czechoslovak	Corona Chec	32,74	15.797	1,79	7,3

Fuente: Recopilación Realizada por los Autores con base a la Información del Almanaque Mundial 2003

Según las variables macroeconómicas de las naciones pertenecientes a la Unión europea, se observan diversos mercados atractivos; cabe aclarar que se pretende realizar una preselección de manera muy general para poder hacer énfasis en un número de mercados o países mas reducidos.

Entre la variables seleccionadas se tuvieron en cuenta: la población como un indicador de gran importancia ya que prevé una mayor demanda de artículos que aquellos en los cuales la población es menor; el PIB per cápita definido como el promedio nacional de ingresos por persona, lo cual refleja una mayor capacidad de compra la cual es directamente proporcional a este indicador, de allí su importancia para la selección de mercados extranjeros; el desempleo por ser una variable que esta relacionada con el PIB per cápita y al igual que esta nos esta manifestando la estabilidad del poder adquisitivo de la población de un país de la cual depende el aumento o no en los niveles de consumo y por último la inflación que por su parte indica qué tanto se han incrementado los precios efecto que se puede dar por un alza del papel moneda o malos manejos en materia económica.

Estos indicadores en su conjunto muestran de manera general un diagnostico de la economía de un país, dando una visión acerca de la estabilidad en el mercado y qué tan atractivo es para productos foráneos; las variables mencionadas arrojan 13 posibilidades atractivas (Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal, Reino Unido y Hungría) sin embargo, al tener en cuenta las importaciones en los países de la Unión europea desde Colombia, de productos similares "Lámparas eléctricas de cabecera, mesa, oficina o de pie", ver **cuadro 7**, se preseleccionaron estos países para hacer un análisis más detallado de cada uno, que permita delimitar el mercado al cual se desea llegar.

Cuadro 7. Importaciones de Lámparas desde Colombia

PAISES	1999	2000	2001	2002	2003 (Enero-Julio)
Alemania	0	0	0	12	0
Bélgica	4303	583	571	0	42
España	452	40	676	650	34
Francia	0	1106	73	0	0
Holanda	0	0	0	635	8184
Italia	0	292	555	2280	811
Reino Unido	10	120	235	408	2182

Fuente: Intelelexport

2.3.1 ALEMANIA¹²: Su capital es Berlín, tiene una población 82.371.000, el idioma oficial es el Alemán. En cuanto al aspecto social, la participación de las Religiones es: protestante (38%) - católica (34%) - otros (28%).

El tipo de gobierno es democracia parlamentaria y está conformado por el Canciller y los Ministros federales, el presidente cumple funciones representativas (Johannes Rau desde 1999). Moneda: EURO, la balanza comercial bilateral con Colombia se muestra en el **Cuadro 8**.

El IVA estándar aplicable en Alemania es del 16%, la cual aplica para bienes de lujo; la tasa media es 7% y aplica a ciertos ítems entre los que se encuentran los alimentos, libros y otras publicaciones.

¹² Almanaque Mundial 2003, Intelelexport www.proexport.com/intelelexport

Cuadro 8. Balanza Bilateral Entre Alemania Y Colombia

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2001(US\$)
Exportaciones totales FOB Colombianas hacia Alemania	429.581.978	416.379.463	331.716.986
Exportaciones Tradicionales	336,646,498	321,759,172	245,968,465
Exportaciones No Tradicionales	92,935,480	94,620,291	85,748,521
Importaciones CIF Colombianas desde Alemania	494,471,748	560,090,797	508,302,648
BALANZA BILATERAL	-64,889,770	-143,711,334	-176,585,662

En el aspecto logístico, Alemania cuenta con una amplia y moderna infraestructura portuaria, con más de 60 puertos y subpuertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga. Entre los principales puertos se destacan Hamburgo y Bremen, para la prestación de este servicio existen diferentes opciones para los exportadores colombianos, la competencia internacional ha generado una desregulación en los fletes y es así como hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se pueden encontrar niveles muy diferentes. La siguiente tabla hace referencia a contenedor de 20 y 40 pies

Cuadro 9 Tarifas de Referencia Marítimas

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	FLETE US	FLETE US \$(40')
BUENAVENTURA	HAMBURGO	GENERAL	1300 y 1500	1600 Y 1900
CARTAGENA	HAMBURGO	GENERAL	1200 Y 1400	1500 Y 2100

La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia a Alemania es nula. Esta se realiza a través de conexiones en Estados Unidos y otros países de Europa, desde ciudades como Amsterdam, Luxemburgo, París y Londres, entre otras, es así como hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se pueden encontrar fletes diferentes.

Cuadro 10 Tarifas de Referencia Aereas

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	TARIFA US\$ (+DE 500 KG)
BOGOTA	FRANKFURT	GENERAL	1.40 Y 3.47
BOGOTA	FRANKFURT	PERECEDERA	1.55 Y 3.47

2.3.2 BÉLGICA.¹³ Su capital es Bruselas, tiene una población de 13 000 000, su lengua oficial es el Belga, la religión es católica 75%, protestante y otras 25%; La moneda es el Euro y la Balanza Bilateral se muestra en el cuadro 11. El tipo de gobierno es de monarquía constitucional desde 1830, sistema parlamentario. jefe de estado: Rey Alberto II (desde agosto 9 de 1993). Jefe de gobierno: Guy Verhofstadt (desde julio 12 de 1999),

Cuadro 11 Intercambio Bilateral con Colombia

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia Bélgica	222,599,961	206,172,157	241,065,751
exportaciones tradicionales	63,286,328	64,719,793	74,355,840
exportaciones no tradicionales	159,313,633	141,452,364	166,709,911
Importaciones CIF Colombianas Desde Bélgica	75,384,982	74,790,710	81,646,344
Balanza Bilateral	147,214,979	131,381,447	159,419,407

Fuente: Proexport Colombia

Bélgica aplica el Arancel Externo Común Europeo que prevé gravámenes del 0% para materias primas y del 4 al 15% para productos manufacturados.

Además de los impuestos de importación se debe tener en cuenta el impuesto al valor agregado. Su aplicación es la siguiente: 6% Productos de necesidad diaria, alimentos,

¹³ Ibid(12)

etc.; 12% para el tabaco, combustible, etc.; 21% para otros productos, en Bélgica la tasa estándar del IVA es del 21%.

El sistema logístico está caracterizado por la Infraestructura Portuaria de Bélgica que está integrada por 8 puertos y subpuertos para su intercambio comercial, Amberes y Zeebrugge, son los principales puertos de entrada a Bélgica, poseen una ubicación geográfica única, sirven de enlace hacia los mercados de los Países Bajos, Gran Bretaña, Francia y Alemania.

Los niveles de tarifa que actualmente se encuentran en el mercado para carga seca oscilan entre US\$1.200 y US\$ 1.400 para un contenedor de 20", y entre US\$1.600 y US\$1.900 para contenedor de 40 pies.

El transporte aéreo desde Colombia, a pesar de no contar con servicios directos, existen varias alternativas de transporte, consistentes en servicios con conexiones aéreas y terrestres desde París, Ámsterdam, Luxemburgo, Londres, Madrid, Roma y Frankfurt. Las tarifas de carga general, para despachos superiores a 500kg, se ubican entre US\$1.55 y US\$2.29/Kg., niveles similares a otros destinos europeos, que si cuentan con servicio aéreo directo.

2.3.3 ESPAÑA¹⁴: La capital de España es Madrid, tiene una población de 40'409,330, tiene como idioma oficial el Español, La religión predominante es: católicos 99%, otros 1%.

La moneda es el Euro y la balanza comercial se muestra en el **cuadro 12** el tipo de gobierno es de monarquía parlamentaria, rey: Juan Carlos I, presidente: José María Aznar López (re-elegido 2000-2004),

¹⁴ Ibid (12)

Cuadro 12. Intercambio Bilateral entre Colombia y España

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia España	175,663,682	140,537,916	204,667,022
exportaciones tradicionales	87,859,293	72,476,572	137,776,314
exportaciones no tradicionales	87,804,389	68,061,344	66,890,708
Importaciones CIF Colombianas Desde España	205,866,656	246,713,668	260,381,116
Balanza Bilateral	-30,202,974	-106,175,752	-55,714,094

España aplica el Arancel Externo Común Europeo que prevé gravámenes del 0% para materias primas y del 4 al 15% para productos manufacturados. El impuesto a las ventas, IVA, es del 16% en promedio, llegando a tener su tasa más baja en el 4%.

El transporte marítimo es regular, con una buena cobertura hacia los puertos comerciales más importantes, pero con limitaciones para carga suelta, Los puertos españoles movilizan cerca del 13.10% del total de contenedores transportados en Europa. España cuenta con más de 400 puertos. La mayor infraestructura portuaria está en el Mediterráneo, allí se encuentran los tres grandes puertos españoles especializados en el tráfico de contenedores: Valencia, Barcelona y Algeciras. En el norte se destaca Bilbao.

En el esquema tarifario los niveles que actualmente se encuentran en el mercado para carga seca oscilan entre US\$1.000 y US\$ 1.300 para un contenedor de 20", y entre US\$1.200.00 y US1.700 para contenedor de 40 pies.

La oferta aérea desde Colombia, está centralizada en la ruta Bogotá-Madrid, en la cual operan diferentes aerolíneas con servicios directos de pasajeros. Adicionalmente existen alternativas a través de conexiones en París, Ámsterdam, Frankfurt, Luxemburgo, Roma, Las tarifas para carga general, oscilan entre US\$1.80 y US\$ 3.91/Kg., para flores entre US\$ 1.89 y US\$ 2.50/Kg. y para frutas entre US\$ 1.51 y US\$ 1.70/Kg., para despachos superiores a 500 kg.

2.3.4 FRANCIA:¹⁵ Su capital es Paris, con una población de 61. 387. 000, el idioma oficial es el Francés, el porcentaje de religiones es: católicos 90%, protestantes 2%, judíos 1%, musulmanes 1%, otros 6%.

El tipo de gobierno es de republica democrática, presidente Jacques Chirac (reelegido para el periodo de 2002-2007), la moneda es el EURO, las relaciones de Comercio Bilateral se refleja en el **cuadro13**.

Cuadro 13. Intercambio Bilateral con Colombia

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia Francia	142,891,671	134,025,195	137,928,087
expotaciones tradicionales	113,460,078	98,323,189	108,347,278
exportaciones no tradicioonales	29,431,593	35,702,006	29,580,809
Importaciones CIF Colombianas Desde Francia	367,613,130	350,047,644	236,145,674
Balanza Bilateral	-224,721,459	-216,022,449	-98,217,587

Francia aplica el Arancel Externo Común Europeo que prevé gravámenes del 0% para materias primas y del 4 al 15% para productos manufacturados.

Además de los impuestos derivados de la Tarifa Externa Común, los productos se gravan con un Impuesto al Valor Agregado (IVA), que es 20.6% (tasa estándar) o 5.5% (para productos agrícolas, alimentos, obras de arte y medicinas).

En cuanto al transporte marítimo Los puertos de Le Havre y Marsella, son entre otros, **Los Principales Receptores De Exportaciones No Tradicionales Colombianas**. También sobresale el puerto de Dunquerque. La moderna infraestructura portuaria francesa cuenta con más de 100 puertos entre principales y auxiliares.

Una de las dificultades que enfrenta el transporte marítimo hacia Francia, es la baja oferta de servicios para despachos menores a un contenedor, o de carga suelta. Esta necesidad es cubierta por consolidadores que atienden la ruta a través de operaciones

¹⁵ Idem (12)

en puertos de Estados Unidos, especialmente Miami, Bajo estas circunstancias los tiempos de tránsito pueden alcanzar hasta 38 días.

Los fletes, para carga seca, se encuentran actualmente entre US\$1.100 y US\$ 1.300 para un contenedor de 20", y entre US\$ 1.600 y US\$ 1.800 para contenedor de 40 pies.

Francia dispone de una completa infraestructura aeroportuaria. A lo largo de su territorio, cerca de 30 aeropuertos cuentan con Servicio Aduanero, así como equipo para el manipuleo de carga y facilidades para almacenamiento. En tarifas aéreas, Francia, comparte niveles similares a los de otras capitales europeas. Para despachos superiores a 500kg, en la categoría de carga general, se ubican entre US\$ 1.55 y US\$ 3.43/Kg., para flores entre US \$1.89 y US\$ 2.10/Kg. y para frutas entre US\$ 1.55 y US\$ 1.75/Kg.

Adicional a la tarifa básica, las aerolíneas tienen autorización para cobrar US\$0.03 por kilo transportado por recargo de seguridad; también pueden cobrar un recargo por combustible, aunque no todas lo cobran, que oscila entre US\$0.05 y US\$0.15 por kilo.

2.3.5 HOLANDA¹⁶: La capital es Ámsterdam, tiene una población de 16 192 842, el idioma oficial es el Holandés, tiene un tipo de gobierno de monarquía constitucional, las religiones representativas son: católica (31%), protestante (21%) musulmana (4.4%), otros (43.6%), la moneda es el EURO y el intercambio bilateral con Colombia se muestra en el Cuadro 14

Cuadro 14. Intercambio Bilateral con Colombia

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia Holanda	115,168,796	114,301,606	128,839,256
exportaciones tradicionales	90.128.506	88.689.96	101.355.50
exportaciones no tradicionales	25.040.290	25.612.10	27.484.006
Importaciones CIF Colombianas Desde Holanda	89,480,292	85,301,883	79,517,666
Balanza Bilateral	25,688,504	28,999,723	49,321,590

¹⁶ Ibid 12

El IVA promedio aplicable en Holanda es del 19%, vigente desde enero 1/2001. No obstante, para productos y servicios de primera necesidad como alimentos, medicinas y transporte se aplica una tarifa del 6%.

Desde Colombia, existe una amplia oferta de servicios marítimos directos, con posibilidades para todo tipo de carga., cuenta con más de 40 puertos entre principales y auxiliares, una de las mayores fortalezas de Holanda es contar con la infraestructura portuaria que ofrecen los puertos de Rotterdam y Ámsterdam. Desde Colombia, se puede contar con servicios directos y aceptación de carga en todo tipo de contenedores. Sin embargo es de señalar que se cuenta con una mayor oferta de servicios desde la costa Atlántica colombiana, los fletes no son regulares, debido a la competencia internacional, las tasas de referencias se muestran en el Cuadro 15.

Cuadro 15 Tarifas de Referencia Marítima

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	FLETE US \$(20´)	FLETE US \$(40´)
BUENAVENTURA	AMSTERDAN	GENERAL	1500 y 1600	2100 Y 2400
CARTAGENA	AMSTERDAN	GENERAL	1100 Y 1400	1500 Y 1700

Podría señalarse como una de las dificultades de transporte hacia Holanda, las escasas ofertas que se presentan para despachos menores a un contenedor o envió de carga suelta. No obstante esta necesidad es cubierta por dos consolidadores que atienden la ruta a través de operaciones en puertos de Estados Unidos, especialmente Miami. Bajo estas circunstancias los tiempos de tránsito pueden alcanzar hasta 28 días. Los rangos de tarifas para carga suelta se encuentran entre US\$190 y US\$290 por peso o por volumen según sea mayor.

En el ámbito aéreo, se destacan los servicios cargueros, en los cuales se moviliza buena parte de la carga exportada al continente Europeo cuenta con seis aeropuertos con servicio aduanero: Amsterdam, Eindhoven, Eschede, Groningen, Maastricht y

Rotterdam, todos estos dotados con equipos para el manejo de carga, diferentes aerolíneas cubren la ruta hasta Holanda , no obstante la mayoría de ellas tienen a Amsterdam como principal ciudad de llegada y desde allí conectan con las otras ciudades de este país.

Cuadro 16 Tarifas de Referencia aérea desde Colombia

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	TARIFA US\$ (+DE 500 KG)
BOGOTA	AMSTERDAM	GENERAL	1.40(1) Y 3.47(2)
BOGOTA	AMSTERDAM	PERECEDERA	1.55(1) Y 3.47(2)

(1Tarifa en servicio directo (2) Tarifa con conexión

2.3.6 ITALIA¹: Capital Roma, población 58.000.000, el idioma oficial es el italiano, tipo de gobierno: republica parlamentaria. Presidente: Carlo Azeglio Ciampi (mayo 13 de 1999- mayo 2006), la religión predominante es: católicos 98%, otras 2% , la moneda es el EURO y la relación comercial con Colombia se ve reflejada en el cuadro 17 de comercio bilateral entre Colombia e Italia.

Cuadro 17. Balanza Bilateral entre Italia y Colombia

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia Italia	210,381,035	196,124,200	221,609,620
exportaciones tradicionales	108,774,532	106,250,313	118,672,669
exportaciones no tradicionales	101,606,503	89,873,887	102,936,951
Importaciones CIF Colombianas Desde Italia	261,689,439	401,000,345	275,018,651
Balanza Bilateral	-51,308,404	-204,876,145	-53,409,031

Italia aplica el Arancel Externo Común Europeo que prevé gravámenes del 0% para materias primas y del 4 al 15% para productos manufacturados. El Impuesto al Valor Agregado se aplica así: 4% productos agrícolas y alimenticios,

¹ Idem 12

libros y periódicos; 10% servicio de transporte, carnes, productos farmacéuticos, energía para uso privado, telecomunicaciones, servicios prestados por hoteles y restaurantes y tiquetes aéreos locales; 20% como tasa promedio que aplica a todos los demás bienes.

Las exportaciones hacia Italia tienen alternativas de transporte aéreo y marítimo, sin embargo solo se presentan servicios directos por vía marítima. Esto gracias a que la oferta de transporte marítimo, es más amplia que la aérea. Es así como se presentan servicios directos desde la Costa Atlántica, ofreciendo posibilidades para todo tipo de carga, con fletes y tiempos de tránsito similares a los del norte de Europa.

La infraestructura portuaria de Italia cuenta con más de 100 puertos para el manejo de su comercio exterior. Entre los principales puertos receptores de la carga procedente de Colombia se encuentran, Génova, Livorno, La Spezia, Nápoles y Palermo, la referencia en las tarifas en el transporte marítimo se muestran en el cuadro 18.

Cuado 18. Tarifas De Referencia Para Transporte Marítimo Desde Colombia

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	FLETE US \$(20')	FLETE US \$(40')
BUENAVENTURA	LIVORNO	GENERAL	1500 y 1600	2100 Y 2400
CARTAGENA	LIVORNO	GENERAL	1100 Y 1400	1500 Y 1700

Se presentan dos opciones a través de oferta de servicios consolidados, desde Costa Atlántica y Buenaventura, cuyo sistema de distribución se hace en Miami lo que genera tiempos de transito más largos. Los niveles de fletes para carga suelta se encuentran entre el US\$ 220 – US\$ 300 por Tonelada o Metro Cúbico según sea mayor.

La red aeroportuaria italiana incluye cerca de 29 aeropuertos internacionales con servicio aduanero, de los cuales más del 60%, posee facilidades para almacenamiento de carga dentro de sus instalaciones, Los aeropuertos Fiumicino de Roma y Malpensa de Milán, son los principales destinos de los vuelos desde Colombia, así como de vuelos procedentes del resto de Europa

La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia es nula, sin embargo se cuenta con servicios cargueros hacia Italia, Desde Colombia la carga es trasladada hacia Caracas, y de allí a otros destinos. Los fletes son variables de acuerdo con las estrategias comerciales de las aerolíneas, productos, volúmenes, fidelidad del cliente etc., es así como hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se puede encontrar fletes diferentes, una tasa de referencia se muestra en el cuadro 19.

Cuadro 19. Tarifas De Referencia

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	TARIFA US \$(+DE 500 KG)
BOGOTA	ROMA	GENERAL	1.53 Y 2.14
BOGOTA	ROMA	PERECEDERA	1.55 Y 2.14

2.3.7 REINO UNIDO²: Capital Londres, población 60 100 000, idioma el Ingles, tipo de gobierno: monarquía constitucional, primer ministro Tony Blair, los grupos religiosos tiene la siguiente participación: anglicana 68.2%, católica 22.7%, musulmana 2.5% otras 6.6%, la moneda es la libra esterlina el comercio bilateral con este país y Colombia se muestra en el cuadro 20.

Cuadro 20. Balanza Comercial Entre Colombia Y Reino Unido

Intercambio Bilateral	2000 (US\$)	2001(US\$)	2002(US\$)
Exportaciones Totales FOB Colombianas Hacia Reino Unido	236,255,213	287,269,423	159,361,088
exportaciones tradicionales	146,829,426	205,956,827	87,969,395
exportaciones no tradicionales	89,425,787	81,312,596	71,391,693
Importaciones CIF Colombianas Desde Reino Unido	184,156,118	179,557,057	149,678,516
Balanza Bilateral	52,099,095	107,712,366	9,682,572

Fuente: Proexport Colombia

El arancel externo común de la Unión Europea se aplica a todas las importaciones de fuera de la Unión y un impuesto nacional de valor agregado (IVA) del 17.5% se aplica a todas las transacciones comerciales incluyendo las importaciones. Cuando dicho

² Ibid 12

impuesto se paga por participantes no comunitarios (de fuera de la UE) en ferias comerciales, exhibiciones y conferencias, los montos de los mismos pueden ser recuperados por los agentes locales o contables de las firmas extranjeras participantes. El IVA dentro de la Unión Europea está sujeto a un mínimo del 15%, pero algunos países aplican una tasa reducida hasta un mínimo del 5%.

Las exportaciones hacia el Reino Unido cuentan con diferentes alternativas vía aérea y vía marítima. Inglaterra, en particular, concentra la mayor parte de servicios de transporte internacional. El Reino Unido cuenta con más de 250 puertos y subpuertos o auxiliares, dedicados al tráfico comercial. Entre los que se destacan se encuentran Felixstowe, Southampton, Liverpool, Thames Port y Tilbury, que son los más importantes de Inglaterra, la tarifa referencial se muestra en el cuadro 21.

Cuadro 21. Tarifas De Referencia Marítima

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	FLETE US\$ (20')	FLETE US\$ (40')
BUENAVENTURA	Felixstowe	GENERAL	1400 Y 1700	1800 Y 2100
CARTAGENA	Felixstowe	GENERAL	1200 Y 1500	1600 Y 2000

La opción para carga suelta esta dada por dos consolidadores, vía Miami con tiempos de tránsito altos que oscilan entre 28-40 días, los niveles de tarifas ofrecidos para carga suelta fluctúan entre US\$190 -US\$240 por Tonelada o Metro Cúbico según sea mayor.

El acceso por vía aérea registra un bajo número de frecuencias directas y de vuelos cargueros. No obstante esta circunstancia, la amplia red de servicios cargueros y de pasajeros que conectan en el continente, permiten el transporte aéreo de todo tipo de carga,

El Reino Unido cuenta con una amplia infraestructura aeroportuaria. Entre otros aeropuertos, disponen de servicio aduanero y facilidades para el manejo de carga: Belfast, en Irlanda del Sur; Glasgow, Edimburgo y Aberdeen, en Escocia; y London

Heathrow/Gatwick, Birmingham, Manchester, Bristol y Liverpool en Inglaterra. La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia al Reino Unido es baja, pues solo se cuenta con un vuelo directo en equipo de pasajeros con British Airways. En lo restante son rutas con conexión en vuelos de pasajeros y cargueros, en otros países. Para tener en cuenta los fletes generados por el transporte hacia Reino Unido se pueden considerar como referencia los datos del cuadro 22, teniendo en cuenta que estos costos son variables por la competencia internacional y por otros factores como el tipo de cliente, estrategias comerciales de las aerolíneas, tipo de productos entre otros.

Cuadro 22. Tarifas De Referencia Aérea Desde Colombia

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	TARIFA US\$ (+DE 500 KG)
BOGOTA	LONDRES	GENERAL	1.40(1) Y 2.97(2)
BOGOTA	LONDRES	PERECEDERA	1.55(1) Y 2.97(2)

2.4 Selección del Mercado Objetivo en la Unión Europea para la Comercialización de las Lámparas Artesanales.

Las Investigación de Mercado en el ámbito Internacional, requiere de pilares teóricos y empíricos que fundamente una estrategia agresiva de penetración que conlleve a la consolidación del producto en el mercado seleccionado. Por estas razones, es necesario establecer criterios de selección fundamentados en variables económicas y comerciales que permitan cristalizar las exportaciones en un mercado específico.

La preclasificación realizada en el anterior apartado, indicaron a siete potenciales Países, dentro del importante bloque económico Europeo, donde pueden concretarse con mayor viabilidad y éxito exportaciones de lámparas artesanales, sin embargo, es necesario seleccionar el país que presente las mejores condiciones y de esta forma se segmentaría el mercado europeo y se diseñaría las estrategias de penetración con base al conocimiento integral del mercado seleccionado.

Para cumplir con el anterior objetivo, se analizará a continuación las principales variables económicas y comerciales de los países preseleccionados, que a criterio de los investigadores son las más relevantes en el ámbito comercial:

2.4.1 Población: Uno de los criterios utilizados para la selección de mercados es la población, ya que dependiendo de la cantidad de esta en un área específica y al compararla con la de otras delimitaciones, permite prever de cierta manera que tan grande será la demanda de un producto, si este cumple con todos los requerimientos del mercado, entonces la variable mencionada estará estrechamente ligada y será directamente proporcional a la demanda de un producto que cumple con las expectativas de los potenciales clientes en los posibles mercados objetivos a los cuales se quiere penetrar y que son objeto de estudio.

De los mercados seleccionados y teniendo en cuenta la variable anteriormente explicada, asignándole una puntuación de 2, siendo esta de mayor rango para las variables y 1 la de menor rango “dada la importancia de esta”. Quien lidera la lista es Alemania con una puntuación de 7 y un total de 14 (7×2), seguida del Reino Unido con 12, Francia con 10, Italia con 8, España con 6, Holanda con 4 y Bélgica con 2. (Ver cuadro 23)

Cuadro 23. Análisis de la Población

PAISES	Poblacion 2		
	# de Habit.	Orden	Total
Alemania	82.371.000	7	14
Bélgica	13.300.000	1	2
España	40.409.330	3	6
Francia	61.387.000	5	10
Holanda	16.192.842	2	4
Italia	58.000.000	4	8
Reino Unido	70.100.000	6	12

Fuente: Análisis de los Autores

2.4.2 Producto Interno Bruto Per Capita: Este criterio es de gran importancia puesto que permite visualizar que tan grande es el poder de compra de una población con respecto a las otras y mientras mayor sea el indicador abra mayor posibilidad de que se adquieran los artículos que desean introducirse en dichos mercados.

EL mercado de mayor importancia; según la variable es el Reino Unido por tener mayor PIB per cápita con un total de 14, seguido de Alemania con 12, Francia con 10, Holanda con 8, Italia con 6, Bélgica con 8 y España con 2 “el puntaje para la variable es de 2”. (Cuadro 24).

Cuadro 24. Evaluación del PIB Per Capita

PAISES	PIB PER 2		
	PIB PER	Orden	Total
Alemania	24.114	6	12
Bélgica	18.477	2	4
España	16.521	1	2
Francia	23.141	5	10
Holanda	21.420	4	8
Italia	19.497	3	6
Reino Unido	26.049	7	14

Fuente: Estudio de Autores

2.4.3 Importaciones Totales: Las importaciones totales desde Colombia hacia cada una de las naciones objeto de estudio a pesar de ser significativo por la visión que ofrece acerca de las relaciones bilaterales en el contexto de comercio internacional, se le asigna una puntuación de 1, ya que mas adelante se evaluará un criterio de importación mas específico que requiere mayor importancia, los totales obtenidos como calificación de los países se muestran en el cuadro 25, siendo Alemania el de mayor importancia con un puntaje de 7.

Cuadro 25. Comparación De Las Importaciones Totales Procedentes De Colombia

PAISES	IMP.TOT 1		
	IMP.TOT	Orden	Total
Alemania	331.716.986	7	7
Bélgica	241.065.751	5	5
España	204.667.022	4	4
Francia	137.928.087	2	2
Holanda	128.839.256	1	1
Italia	275.018.651	6	6
Reino Unido	159.361.088	3	3

Fuente: Criterio de los Autores.

2.4.4 Desempleo: Gracias a este criterio se puede observar la proporción de la población total que luego de un ingreso estable tenderían o no, al consumo de cierto tipo de artículos luego de cubrir sus necesidades básicas, esta es una variable que tiene una incidencia en los precios de los bienes.

El desempleo determina la calidad de vida y a su vez define estándares de consumo, si un país goza de una tasa de desempleo con tendencia a la baja las posibilidades de inserción de un producto internacional con un valor agregado por los costos que genera todo el proceso de importación y el valor intrínseco cultural de una artesanía serán alcanzables en una economía con tasas de desempleo estables.

Los resultados de la evaluación referente a la variable desempleo se muestran en el cuadro 26, donde la mayor calificación la obtuvo Holanda.

Cuadro26. Evaluación de la variable población.

PAISES	Desempleo 2		
	Desempleo	Orden	Total
Alemania	9,20%	3	6
Bélgica	6,90%	5	10
España	11,50%	2	4
Francia	9,10%	4	8
Holanda	2,60%	7	14
Italia	9,20%	3	6
Reino Unido	5,10%	6	12

Fuentes: Análisis de los autores.

2.4.5 Inflación: La inflación es el alza generalizada de los precios de los bienes y servicios, se puede dar como respuesta a una demanda creciente de productos de oferta limitada, a pesar de producirse también como consecuencia de malas políticas; a nivel económico desde el punto de vista de los importadores se considera favorable un mayor índice de la inflación puesto puede compensar todos los costos generados por el proceso de exportación, con un incremento del precio propuesto al consumidor final, según este criterio el mercado que mayor favorece para el establecimiento de un precio que va acorde con el valor del artículo objeto de estudio es España, la calificación puede observarse en el cuadro 27.

Cuadro 27. Calificación de mercados por inflación.

PAISES	Inflacion 1		
	Inflacion	Orden	Total
Alemania	1.3	1	1
Bélgica	1.64	3	3
España	3.7	7	7
Francia	1.92	4	4
Holanda	3.5	6	6
Italia	2.8	5	5
Reino Unido	1.63	2	2

Fuente: Análisis de Autores.

2.4.6 Importaciones de Lámparas Colombianas: El indicador de importación de lámparas desde Colombia hacia cada uno de los territorios de estudio dan una óptica más específica acerca de la acogida de este tipo de producto en los mercados internacionales preseleccionados, a pesar de que los artículos, cuestión de esta investigación son considerados artesanales, este concepto permite darle gran valor agregado y no pierde su esencia como lámpara.

Se puede también prever con esta variable la facilidad para penetrar en las diferentes plazas en cuanto a las estrategias de mercadeo, publicidad entre otros, puesto que dependiendo de las cantidades anteriormente comercializadas hay un previo conocimiento de este tipo de bien con sello colombiano.

La puntuación a este criterio es de 2 y sobresale con un total de 14 Holanda, seguida de Bélgica, Italia, Reino Unido, España y Alemania, las puntuaciones se muestran en el cuadro 28.

Cuadro 28. Evaluación De Mercado Por Criterio “Importación De Lámparas Colombianas”

PAISES	IMP LAM 2		
	IMP LAM	Orden	Total
Alemania	2	1	2
Bélgica	1.100	6	12
España	370	3	6
Francia	236	2	4
Holanda	1.764	7	14
Italia	788	5	10
Reino Unido	591	4	8

Fuente: Criterio de Autores.

2.4.7 Aranceles y Acuerdos Comerciales: Estas variables tienen una misma puntuación debido a el hecho de que se esta hablando de la Unión Europea y una vez un producto es ingresado a uno de los países pertenecientes a esta se encuentra en libre circulación.

Cuadro 29: Aranceles y Acuerdos

PAISES	Variables Homogenias	
	Arancele	Acuerdos
Alemania	1	1
Bélgica	1	1
España	1	1
Francia	1	1
Holanda	1	1
Italia	1	1
Reino Unido	1	1

Fuente: investigación de Autores

2.4.8 Selección Final del Mercado Objetivo: Luego de explicar cada una de las variables que se utilizaron como criterio de selección, asignándole una valor de uno o dos de acuerdo a la importancia según el criterio de los autores, el resultado obtenido se refleja claramente en el cuadro 29, donde el mercado que resulto más adecuado para incursionar con el tipo de artículo “lámpara artesanal de bambú” fue el Reino Unido con una mayor calificación que el resto de países, la cual fue de 55.

Cuadro 30. Selección Final Del Mercado Potencial.

PAISES	Poblacion	PIB PER	IMP.TOT	Desempleo	Inflacion	Imp.Lam	Aranceles	Acerdos	TOTAL
	Puntajes	Total	Total	Total	Total	Total	Total	Total	PUNTAJE
Alemania	14	28	7	6	1	2	2	2	46
Bélgica	2	4	5	10	3	12	2	2	40
España	6	12	4	4	7	6	2	2	33
Francia	10	20	2	8	4	4	2	2	42
Holanda	4	8	1	14	6	14	2	2	51
Italia	8	16	6	6	5	10	2	2	45
Reino Unido	12	24	3	12	2	8	2	2	55

Fuente: Evaluación de los mercados bajo criterio de autores

3. MERCADO OBJETIVO Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.

3.1 ASPECTOS DE RELEVANCIA DEL MERCADO OBJETIVO

Luego del análisis exhaustivo de investigación de mercado, se ha logrado deducir el mercado objetivo que se describe al detalle a continuación, teniendo en cuenta los aspectos más importantes para la estrategia de penetración en el mercado, del producto Lámparas Artesanales.



3.2 Generalidades del Reino Unido. El Reino Unido cubre un área de 224.820 km cuadrados, y cuenta con una población de alrededor de 60.1 millones de habitantes. Se trata de una nación con un ritmo de crecimiento de su población bastante bajo que en

1999 presentó solo un crecimiento del 0.3. la tasa de inmigración tampoco es muy significativa asciende a 1.11 por cada mil habitantes.

La población esta repartida de 2 maneras, equilibrada en un 50% y 50%, entre los géneros masculino y femenino. La expectativa de vida es de 75 años para los hombres y 80 años para las mujeres.

Un 85% de la población se encuentra en Inglaterra, 9.6% en Escocia, 2.4% en Irlanda, 1.9% en Gales. La población restante se encuentra en diversos territorios de la Corona. En cuanto a su Semana Laboral esta corresponde de lunes a viernes. Jornada de 9:00 a.m a 5:30 pm.

3.2.1 Aspectos Sociales y Económicos. Su capital es Londres, el idioma utilizado es el Ingles y el tipo de gobierno es Monárquico Constitucional y el primer ministro es Tony Blair.

Dentro de los aspectos sociales, la religión es Anglicana en un 68.2%, Católica Romana en 22.7%, Musulmana en un 2.5% y otras 6.6%.

En el ámbito económico la moneda utilizada es la Libra Esterlina. El PIB es de US\$ 1'565.554.238.382.00, Y el PIB Per cápita es de US\$ 26.049.00, el crecimiento del PIB es de 2.30%

Por su parte las variables económicas están representadas por los valores mostrados en el cuadro 31.

Cuadro 31. Variables Macroeconómicas.

VARIABLES MACROECONOMICAS	
Tasa de Devaluación %:	-9.53
Cambio de la moneda X US\$:	0.67
Deuda Externa US\$:	0.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 3,763.39
Desempleo %:	5.10
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 4.00
	Tasa de Interés Pasivo %: 0.00
Inflación %:	1.63

Fuente: Proexport Colombia

En 1999, el Reino Unido experimentó un crecimiento real del PIB del 1.9%, sobrepasando las expectativas que se generaron en 1998 por la crisis asiática y su impacto en los mercados europeos. El fortalecimiento financiero de los hogares y el continuo descenso del desempleo se reflejó en los altos niveles de confianza.

La tendencia se ha mantenido durante los años 2000 en adelante hasta el 2002. Esta situación fue apoyada de un alivio en la política monetaria ha contribuido a fortalecerle crecimiento económico. El consumo y la demanda de inversión, han sido mayores a lo esperado y la libra esterlina se ha fortalecido especialmente con relación al euro. El desempleo se mantiene en el nivel mas bajo desde los últimos 20 años. El empleo ha aumentado, especialmente en el sector servicios, mientras que el sector manufacturero tiende a disminuir.

La estabilidad política y económica, junto con las bajas tasas de impuestos y de la inflación hacen del Reino Unido un país muy atractivo tanto para los exportadores como para los inversionistas mundiales, ya que no hay restricción en la salida de capitales así como muy pocas limitaciones para la propiedad extranjera.¹⁷

3.2.2 Comercio Exterior (Balanza Comercial). La economía del Reino Unido ha sido tradicionalmente abierta tanto en flujo de capitales como al comercio de bienes. Se trata de un país que es parte contratante desde la OMC y miembro de la Unión Europea. Su comercio se desenvuelve principalmente (más de la mitad del mismo con países europeos, aunque su principal socio comercial, tomado como país individualmente, son los Estados Unidos.)¹⁸

La Balanza comercial evidencia la participación de los productos mundiales en el consumo del Reino Unido que muestra un déficit sustancial, lo que se interpreta como las importaciones mayores. Ver cuadro 32.

Cuadro 32. Balanza Comercial

COMERCIO EXTERIOR	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2000 (US\$)	401,719,696,970	429,731,818,182	-28,012,121,212
2001 (US\$)	388,018,840,580	420,207,246,377	-32,188,405,797
2002 (US\$)	401,785,074,627	429,952,238,806	-28,167,164,179

Fuente: Proexport Colombia

Tradicionalmente la balanza Comercial del Reino Unido ha sido deficitaria, ver grafico 3, sin embargo ha compensado esta situación con la venta de servicios.

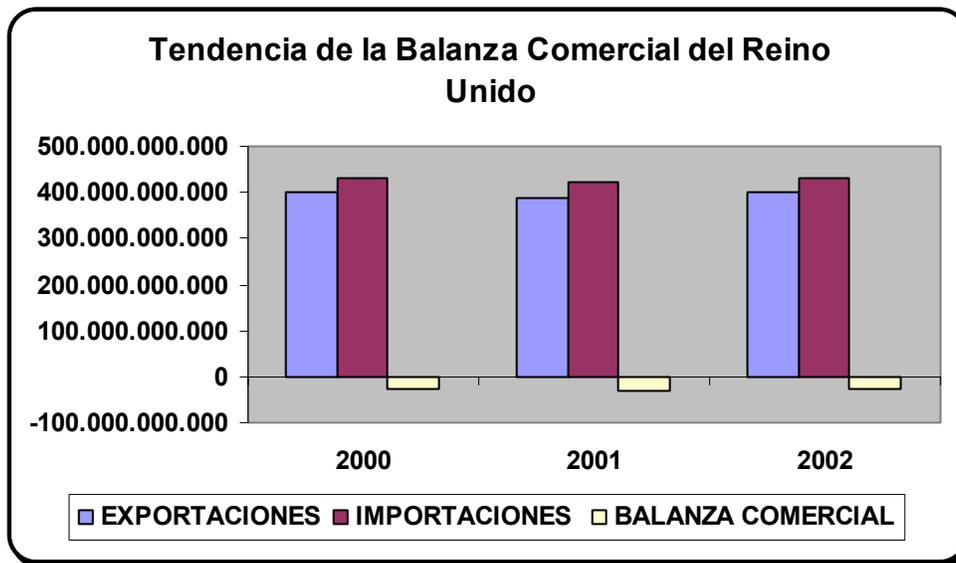
¹⁷ MINCOMEX. Fuente: Departamento del Comercio de los Estados Unidos.

Actualidad Económica, diciembre de 2002. Oficina Nacional de Estadísticas del Reino Unido.

¹⁸ Fuentes. MINCOMEX - Proexport. Oficina de Estadísticas de la Comunidades europeas
Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. DANE
Dirección Nacional de Impuestos y Aduanas Nacionales

Cabe agregar que la economía de Reino Unido es la mejor integrada de la Unión Europea.

Grafico 3. Balanza Comercial Del Reino Unido



Fuente: Análisis de los Autores con base a la información de Proexport

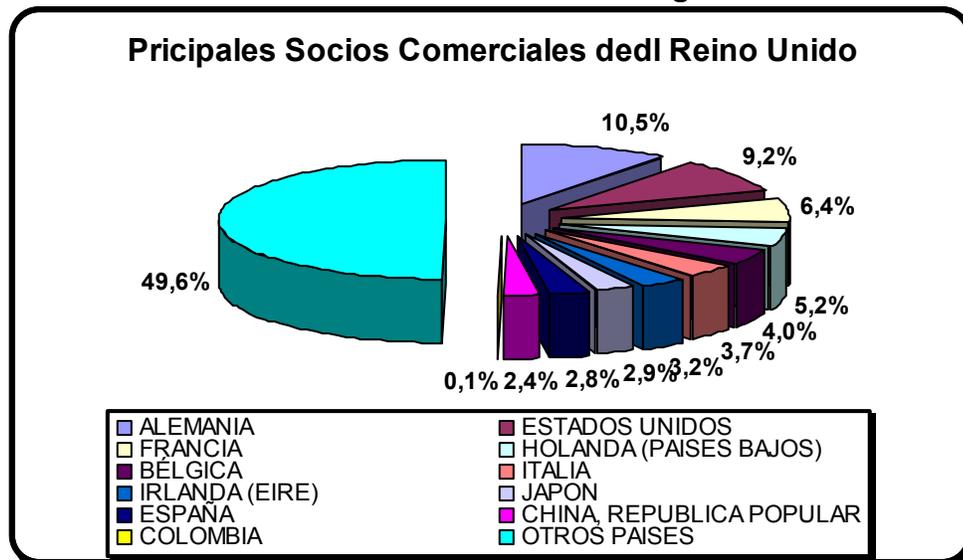
3.2.3 Principales socios comerciales. Como variables importantes de la investigación se toman en cuenta los principales proveedores de productos para el Reino Unido, Cuadro 33.

Cuadro 33. Proveedores De Importaciones Hacia El Reino Unido

PRINCIPALES PROVEEDORES DE LAS IMPORTACIONES – 2002		
País	Valor CIF (US\$)	Particip.(%)
ALEMANIA	45,132,601,740	10.50
ESTADOS UNIDOS	39,535,912,034	9.20
FRANCIA	27,438,835,917	6.38
BAJOS)	22,359,076,713	5.20
BELGICA	17,266,418,769	4.02
ITALIA	15,719,378,379	3.66
IRLANDA (EIRE)	13,822,672,285	3.21
JAPON	12,662,805,531	2.95
ESPAÑA	11,976,499,247	2.79
POPULAR	10,452,156,376	2.43
COLOMBIA	326,431,149	0.08
OTROS PAISES	213,259,450,666	49.60
TOTAL IMPORTACIONES	429,952,238,806	100

Fuente Departamento Nacional de Estadísticas DANE.

Grafica 4. Análisis de los autores según cuadro 30



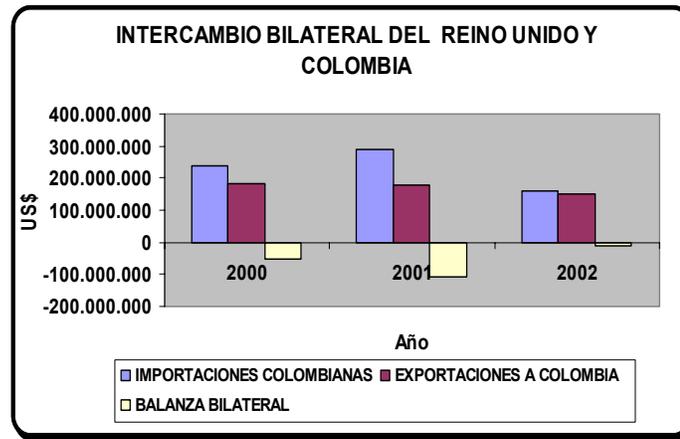
Las importaciones del Reino Unido para este periodo provinieron principalmente de Alemania, Francia, Bélgica Japón, Italia y Estados Unidos. Como se observa los países de la Unión Europea ocupan los primeros lugares, registrando el 40% del total de las importaciones de Reino Unido. Las importaciones desde Colombia representan solo el 8%.

3.2.4 Comercio Bilateral con Colombia. El comercio Bilateral con Colombia es un aspecto relevante y mas si se tiene en cuenta las exportaciones de productos no tradicionales como es el caso de las Lámparas Artesanales, que según el comportamiento de los indicadores han disminuido, pero esto no quiere decir que no se este incursionando y que la acogida de productos no tradicionales como las Artesanías estén perdiendo vigencia. Este aspecto de relaciones bilaterales se muestra en el cuadro 34.

Cuadro 34. Comercio Bilateral Con Colombia

INTERCAMBIO BILATERAL	2000	2001	2002
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA REINO UNIDO	236,255,213	287,269,423	159,361,088
Exportaciones			
Tradicional	146,829,426	205,956,827	87,969,395
Exportaciones No			
Tradicional	89,425,787	81,312,596	71,391,693
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE REINO UNIDO	184,156,118	179,557,057	149,678,516
BALANZA BILATERAL	52,099,095	107,712,366	9,682,572

Fuente Proexport Colombia

Grafico 5. Comercio bilateral

Fuente: Análisis de autores según Proexport

Realmente puede considerarse que esta disminución puede deberse a falta de estrategias comerciales o de incursionamiento de producto. Lo interesante es tener la oportunidad comercial con Reino Unido, que evidentemente a través de la historia se ha mantenido y eso es favorable para los años venideros.

Este análisis económico y de Comercio exterior es significativo y arroja la visión coyuntural que requería. Ahora bien, se abordará los acuerdos comerciales que facilitarán el proceso.

3.3 ACCESO AL MERCADO DE REINO UNIDO

En primer lugar es necesario identificar los acuerdos de carácter comercial de los que goza Colombia que faciliten el proceso de inserción de las Lámparas artesanales en este Mercado.

Necesariamente debemos tener como referencia el contexto de la Unión Europea es decir, la relación actual directa o indirectamente con Colombia. Es por esto que se hace hincapié el Sistema Generalizado de Preferencias que se describe a continuación:

3.3.1 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LA UNIÓN EUROPEA PARA COLOMBIA. La Unión Europea otorgó a Colombia una versión mejorada de su Sistema Generalizado de Preferencias, conocido como "SGP Andino". Éste se traduce en el otorgamiento del arancel cero al 90% del universo arancelario; además, cubre todos los productos agrícolas y marinos, con excepción de los langostinos (arancel del 3,6%) y del banano (con un régimen especial); de esta forma, Colombia se ahorra anualmente cerca de 200 millones de dólares. Las versiones agrícola e industrial del SGP Andino fueron recientemente prorrogadas por la Unión Europea hasta el año 2004.

La Unión Europea es el socio comercial que más preferencias ha otorgado a Colombia. Dentro de su sistema preferencial, el comercio colombo-europeo tiene amplias y flexibles reglas.

Esta es una situación de provecho como se describe el Acuerdo de la Unión Europea para Colombia esta caracterizado por procesos y tarifas facilitadotas.

3.3.1.1 ACUERDO ECONÓMICO CON EL REINO UNIDO. En materia específico, Colombia cuenta con un acuerdo Económico específicamente para el Reino Unido cuyos antecedentes y características se describen Así:

El 9 de marzo de 1995 se firmó el aplazado Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones entre Colombia y Gran Bretaña para fomentar el ingreso de capitales ingleses en diversos sectores de la economía colombiana.

En el documento suscrito se establecen cinco principios que Colombia debe garantizar a los empresarios británicos: un trato igual al que se otorga a los nacionales, protección frente a los conflictos armados, expropiación con indemnización (justa, adecuada y efectiva), garantía de derechos cambiarios para transferir ganancias y repatriar capitales y, por último, la aplicación del derecho internacional para zanjar las diferencias que pudieran surgir.

Aunque este acuerdo al parecer esta enmarcado al unilateralismo, no deja de fortalecer los nexos de Comercio Internacional con respecto a les exportaciones de Colombia hacia este país.

3.4 ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DEL PRODUCTO ARTESANAL

3.4.1 Ferias Internacionales Artesanales

Comparada con otros mecanismos de venta y promoción, la participación en ferias comerciales es una vía muy útil para colocar productos artesanales en los mercados extranjeros. Es muy poco focalizado utilizar publicidad en la prensa, televisión además de incurrir en costos altos.

La comercialización directa tampoco es funcional sino se tiene el contacto directo o agente encargado en un mercado objetivo.

El comercio electrónico hoy en día, es una herramienta que tiene mucho potencial y va directamente al interesado como respuesta a una necesidad, pero para países de menos nivel de desarrollados como Colombia no es alternativa practica.

Las ferias artesanales son el lugar idóneo para el pequeño empresario u organizaciones que fomenten este tipo de actividad. Se hace el contacto directo con los importadores o distribuidores que podrían comercializar el producto. El examen de estos distribuidores o clientes potenciales es directo y se puede examinar y apreciar las cualidades reales del producto.

La posibilidad de conocer las características física y la calidad de los productos constituye una gran ventaja que difícilmente se podría lograr utilizando cualquier otro medio visual o virtual.

Según el foro de Comercio Internacional, un plan de Negocios Global esta acompañado por ferias internacionales, punto que tienen en cuenta los grandes empresarios. Con un plan de negocios no debe caer en solo llevar una cantidad limitada y solo vender y recuperar la inversión en transporte y costos de participación. Seria prudente hacer contactos con clientes, tanto conformados como potenciales a través de misiones comerciales, viajes de venta individuales, llamadas telefónicas y las ventajas del Internet e instituciones de apoyo al comercio y con estos se conseguiría una gran coordinación de este tipo de Campañas

Los expositores a falta de experiencia podrían ubicarse en los stands nacionales. Los costos de estas ferias son altos pero se pueden obtener recursos de las organizaciones nacionales e internacionales y de los gobiernos y los organizadores suelen ofrecer asistencia técnica y formación práctica en técnicas de exposición.

Las condiciones para conseguir resultados satisfactorios son para este caso elegir los productos idóneos, asegurar la calidad, fijar precios competitivos, cumplir plazos, presentar los productos embalados correctamente y material de promoción adecuado y en definitiva tomar en cuenta las tendencias que surjan en la feria.

Para este caso de promocionar los modelos de Lámparas Artesanales de Bambú, la viabilidad de participar en una feria en el Reino Unido según las investigaciones realizadas en esta investigación podría ser la feria SPRING FAIR BIRMINGHAM (Gift trade), en la cual se exhiben artículos de regalo en general, joyas, relojes, porcelana y cristales, accesorios de moda, cuero, marcos y objetos de arte.

La fecha para esta feria y la duración es de dos veces al año; cinco días entre la primavera y segunda semana de febrero y en la primera semana de septiembre. Esta opción es entendible que puede realizarse para un grupo organizado de participantes. Es que no solo la intención vale pero es un medio efectivo luego de ir escalando en los procesos de estructuración de un grupo definido de artesanos.

Los artesanos, pueden utilizar un medio a menor costo y no tan ambicioso y es apoyarse de entidades como Proexport que cuenta con una base de datos en donde se puede identificar los posibles importadores a nivel mundial con direcciones, teléfono, apartado aéreo, es decir , una serie de información realmente valiosa.

A su vez el grupo de artesanos podrían adherirse a organizaciones que tienen un reconocimiento Nacional e Internacional como por ejemplo BIMA Artesanías quienes están adscritos como proyecto de desarrollo del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia que tiene designado el proyecto Col 01/044, que impulsa el desarrollo específico de este sector en un contexto Doméstico e Internacional.

3.5 Descripción de Costos de Exportación

Para finalizar se analizan los costos de una posible exportación teniendo en cuenta que e pueden ser muestras sin valor comercial que luego de contactar a un importador en Inglaterra se podrían poner en consignación o utilizar en ferias artesanales, estimando un precio comercial relacionando los costos de agenciamiento aduanero de exportación.

En muchas oportunidades los potenciales compradores de artesanías en el exterior solicitan a los exportadores el envío de muestras para conocer físicamente los productos, así mismo cuando el exportador participa en eventos o viaja y desea llevar muestras para distribuir en forma gratuita sus productos, podrá utilizar el régimen para exportación de muestras sin valor comercial establecido por el Decreto 11 de enero 5 de 1988. Se debe considerar lo siguiente :

- a. El exportador tiene un límite máximo por semestre para la exportación de muestras sin valor comercial de US 4.000.
- b. La factura comercial debe presentarse declarando los valores de los productos a exportar y con clara indicación de que se trata de muestras sin valor comercial.
- c. La declaración simplificada de exportación la suministran las administraciones de aduana en forma gratuita.

Cuadro No 35. Costos de producción, precios y precios de envío

Descripción	Cts	Unidades	Peso	Valor Unitario	Valor Total Flete de Exportación Coordinadora Mercantil
	Produc				
Producto- Precios					
Escudo	16,740	1	2.0 kg	100,440	100.8
Cúmulo	16,860	1	2.0 kg	101,160	100.8
Triangulo	14,770	1	2.0 kg	88,620	100.8
Vela	19,850	1	2.0 kg	119,100	100.8
TOTAL	68.220			409,320	403.2

Fuente: Calculo autores y tarifario Coordinadora Mercantil Comercio Internacional

RECOMENDACIÓN

Los resultados en materia de hacer realidad esta exportación, es el fruto de una interacción de variables que pertenecen a ciertas áreas como lo hemos descrito anteriormente.

Seria ideal que se pudiera hacer este proyecto realidad pero para esto se debe pensar en la creación plan de un Plan Estratégico Exportador desde el proceso de producción hasta la venta al consumidor final ya sea distribuidor o cliente último. Como hemos visto las artesanías tienen contenido cultural y el valor agregado que es aportado por el trabajo del hombre, cuenta con un gran potencial de comercialización en aras de desarrollo económico de este sector.

Para mejorar los resultados es recomendable que los artesanos conozcan su capacidad de producción para entrar al mercado de exportación y utilizar definitivamente una asesoría de las organizaciones competentes en materia de determinar un mercado meta potencial.

Por su parte y de vital importancia, emprender estudios completos enfocados a mejorar técnicas de elaboración que hagan que los diseños hablen por si solos, mejorando los tiempos de fabricación, utilizando técnicas de vanguardia con respecto a las preferencias del consumidor y todo esto se hace posible con el apoyo del Gobierno y de las Entidades interesadas.

Por ultimo, se trata de crear una conciencia en el artesano de que la dedicación a una estrategia a largo plazo puede dar resultados significativos aprovechando el apoyo de las Universidades las cuales son gestoras de trabajos como este que definen una visión y orientación.

CONCLUSIONES

Al realizar la descripción integral de las Lámparas de Bambú, como un producto Artesanal Colombiano, y al identificar todos los factores físicos, financieros y arancelarios, se puede discernir que estos presentan una viabilidad comercial porque estas tienen un valor agregado cultural que las hace atractivas en el mercado internacional, además del diseño innovador de las muestras y su agradable presentación.

Luego de analizar las variables involucradas en el proceso de selección en la Unión Europea como mercado global de mucha potencialidad se pudo interpretar utilizando las variables económicas como la inflación, desempleo PIB per capita que el mercado objetivo de mayor favorabilidad para introducir el producto Lámparas Artesanales de Bambú.

Al describir el mercado seleccionado se permitió confrontar y confirmar la información arrojada por el Capítulo 2, e identificando las fortalezas en materia de acuerdos comerciales y estrategias de introducción del producto como las Ferias Internacionales, contacto directo con los importadores y apoyo de entidades dedicadas a fomentar e impulsar proyectos de carácter artesanal.

BIBLIOGRAFÍA

- **DILLON.** La investigación de Mercados. Entorno de Marketing. IRWIN, tercera edición, España, 1996
- **GUÍA DE COMERCIO EXTERIOR;** Publicar, Edición 33, Colombia, 2002.
- **ARESE, H.** Comercio y marketing internacional; Norma, primera edición, Argentina 1999.
- **ARTESANÍAS DE COLOMBIA,** Censo Económico Nacional Sector Artesanal, Edición de Artesanías de Colombia, Bogota, 1998.
- **BENAVIDES,** Ernesto Orlando; Comportamiento de las exportaciones de las artesanías Colombianas. 1972-1992. Edición Artesanías de Colombianas, Bogotá, 1997
- **CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN ARTESANAL, CENDAR;** Catalogo bibliográfico de cultura artesana, Preparación técnica de Herrera R; N. Catalogo bibliográfico de documentos monográficos. Edición Artesanías de Colombia, Bogota, 1992.
- **DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES, DIAN;** Resolución 3492 del 24 de agosto de 1.990.
- **HERRERA, R;** Neve Enrique; Artesanía, Organización social de su producción; Estructura de su Organización Gremial. Edición de Artesanías de Colombia, Bogota, 1996.
- **HERRERA, R; N. E.** Listado general de oficios artesanales. Edición de Artesanías de Colombia, Bogota, 1996.
- **Foro de Comercio Internacional.** Julio 7 de 2002. Revista de Enero de 2002

- **Arancel de Aduanas.** Software ALAS
- **Almanaque Mundial.** Edición 2003
- **Subdirección Logística de Exportación Proexport – Colombia.**
- **MICROSOFT CORPORATION.** Enciclopedia de Microsoft Encarta 2002

PAGINAS WEB

www.mindesa.gov.co

www.mincomex.gov.co

www.proexport.com.co

www.unesco.org

www.artesantiasdecolombia.com

www.proexport.com/intelelexport

www.gift-gardenmart.com

www.springfair.com

www.artesantiasdecolombia.com

www.mincomex.gov.co

www.proexport.gov.co

www.mintransporte.gov.co

www.minrelext.gov.co