

# Cerámica





# Generalidades de la Cadena Productiva



La cadena de la cerámica, tal como la analiza este documento, incluye los productos resultantes de la fabricación industrial de artículos de barro, loza y porcelana. No es objeto de análisis de este ejercicio la producción artesanal de objetos de cerámica.

Los productos de esta cadena hacen parte del sector productor de minerales no metálicos, al igual que los productos de vidrio y de cemento, y se encuentran agrupados en el sector CIU<sup>1</sup> 361.

La importancia de la cerámica dentro de la industria radica en su estrecho vínculo con el sector de la construcción; proporcionando productos empleados en el revestimiento de pisos y paredes, así como productos de porcelana sanitaria.

El sector cerámico en Colombia está altamente concentrado; más de 80% de la producción pertenece a cuatro empresas: ColCerámica S.A. (Grupo Corona), Cerámica Italia (10% del mercado de pisos en el país), Alfagrés S.A. (nacional) y Eurocerámica (nacional).

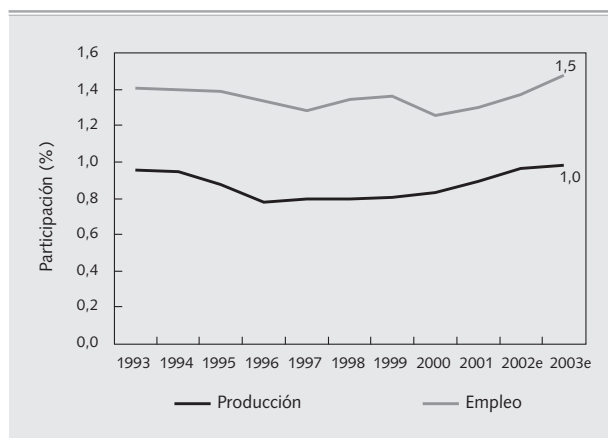
El gráfico 1 muestra la evolución del empleo y la producción de la cadena de la cerámica, como porcentajes de la producción y el empleo totales de la industria.

Entre 1993 y 2001, el número de establecimientos que conformaron la cadena de la cerámica aumentó, pasando de 52 establecimientos en 1993 a 57 en 2001.

En el gráfico 1 se observa una participación levemente creciente del empleo de la cadena dentro del empleo total de la industria: en 1993 la participación fue de 1,40%, y en 2001 fue 1,50%. Puede decirse que el crecimiento promedio anual del empleo de la cadena fue positivo (6,0%). En relación con la producción, la cerámica mantuvo, durante el período de la referencia, su participación en el total de la industria: en 1993 participó con 0,96% y en 2003 participó con 0,98%.

**Gráfico 1**

Empleo y producción: participación de la cadena en la industria (1993-2003)



Fuente: Encuesta Anual Manufacturera, Dane. Estimados 2002 - 2003.

## Descripción y estructura de la Cadena Productiva

La unidad de análisis de esta y de las siguientes secciones es el eslabón o familia de productos, definido como un conjunto de productos relativamente homogéneos en cuanto a sus características: materias primas comunes, usos finales o intermedios comunes y tecnologías productivas similares<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Clasificación Internacional Industrial Uniforme.

<sup>2</sup> Ver Nota técnica No. IV-1.

Las fuentes de materias primas de la cadena de la cerámica son principalmente el sector minero y el químico. La elaboración industrial de productos cerámicos requiere de tres componentes básicos: plásticos, que aportan maleabilidad; no plásticos, evitan deformaciones o grietas; y fundentes, que rebajan la temperatura de vitrificación de la cerámica haciéndola densificar más rápidamente.

A diferencia de lo que sucede con los demás sectores pertenecientes a los minerales no metálicos (cemento y vidrio), el sector de la cerámica incorpora mayor porcentaje de materias primas importadas: resinas, pigmentos y lacas que no se producen actualmente en el país.

El proceso productivo inicia con la extracción de los insumos del sector minero. Todos los productos cerámicos se realizan combinando las materias primas plásticas, no plásticas y fundentes, moldeándolas y calentándolas a temperatura de cocción entre 1.200°C y 1.500°C.

Siete eslabones componen la cadena de la cerámica analizada en este documento (gráfico 2): arcillas plásticas y fundentes, cerámica de arcilla común cocida, porcelana sanitaria, lojería y otras cerámicas, baldosas y azulejos, y porcelana de uso industrial y de uso eléctrico.

Para una ilustración general sobre los eslabones de la cadena, se tiene el siguiente flujograma:

El cuadro 1 muestra el número de productos, bajo las clasificaciones CIU y del código arancelario colombiano, que pertenecen a los siete eslabones de la cadena. Así mismo, muestra la participación de la producción de cada eslabón, en la producción total de la cadena.

El valor total de la producción en fábrica de la cadena durante 2001 fue de \$551,2 millones, 95% de la cual estuvo concentrada en la producción de sólo tres eslabones: baldosas y azulejos (67%), porcelana sanitaria (18%), y lojería (10%) (cuadro 1).

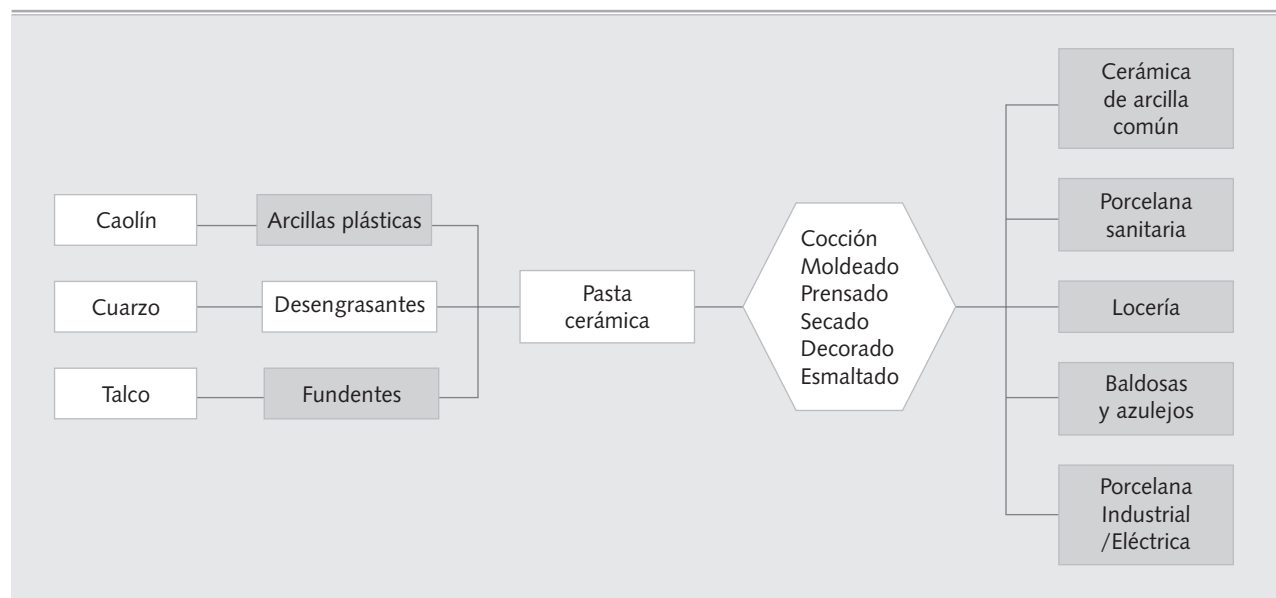
Con el fin de analizar el nivel de dedicación de las firmas en la producción de los productos contenidos en los eslabones, se construyó el índice de dedicación por establecimiento y por empleo. Para cada eslabón, el índice de dedicación por establecimiento indica qué tan especializada es la producción de la familia de productos que lo conforman. Un índice cercano a uno, significa que la mayoría de firmas o establecimientos de la cadena producen los bienes agrupados en el eslabón. En el otro extremo, esto es, un indicador cercano a cero significa un bajo grado de dedicación en la producción del eslabón (pocos producen tal producto).

El índice de dedicación por empleo tiene una lectura similar. Refleja qué tanto del empleo total de la cadena ocupa todo o parte de su tiempo en la producción de los bienes agrupados en cada eslabón<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Ver Nota técnica No. IV-2.

## Gráfico 2

Estructura simplificada de la cadena



Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 1**  
Valor de la producción (2001)

Eslabón	Número de productos		Producción en fábrica	
	CIU <sup>1/</sup>	Posiciones arancelarias <sup>2/</sup>	Valor (\$ millones)	Participación (%)
Arcillas plásticas	3	6	2.191	0,40
Fundentes	3	7	n.d.	-
Cerámica de arcilla común cocida	4	1	53.305	0,01
Porcelana sanitaria	6	2	98.383	17,85
Locería y otras cerámicas	15	6	55.504	10,07
Baldosas y azulejos	9	9	370.944	67,30
Porcelana de uso industrial y eléctrico	5	5	24.093	4,37
<b>Total cadena</b>	<b>45</b>	<b>36</b>	<b>551.169</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Clasificación Internacional Industrial Uniforme, 8 dígitos.

<sup>2</sup> Arancel Armonizado de Colombia, 10 dígitos.

**n.d.** No disponible.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (2001), Dane.

El índice de dedicación por establecimiento del cuadro 2 sugiere, por ejemplo, que los productos agrupados en el eslabón de baldosas y azulejos fueron los de más frecuente producción en 2001, por parte de los establecimientos dedicados a la cerámica industrial: 74% de ellos tuvo entre sus líneas de producción la fabricación de baldosas y azulejos.

En el caso de los eslabones de cerámica de arcilla común cocida y de fundentes, no se revela el número de firmas que operan en el mercado, por razones de reserva estadística. Se estima que una o dos firmas concentran la producción de esos productos. Por tal razón no es posible calcular sus índices de dedicación.

**Cuadro 2**  
Establecimientos y empleo: número e índice de dedicación<sup>1</sup> (2001)

Eslabón	Establecimientos		Empleo	
	Número	Índice de dedicación <sup>1/</sup>	Número	Índice de dedicación <sup>1/</sup>
Arcillas plásticas	4	0,07	118	0,02
Fundentes	n.d	-	n.d	-
Cerámica de arcilla común cocida	n.d	-	n.d	-
Porcelana sanitaria	3	0,05	1.723	0,25
Locería y otras cerámicas	8	0,14	1.424	0,21
Baldosas y azulejos	42	0,74	5.298	0,77
Porcelana de uso industrial y eléctrico	7	0,12	1.091	0,16
<b>Total cadena</b>	<b>57</b>	<b>-</b>	<b>6.876</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup> Ver Nota técnica No. IV-2.

**n.d.** No disponible.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (2001), Dane. Cálculos DNP - DDE.

Por su parte, el índice de dedicación por empleo muestra que el eslabón que concentra el mayor número de empleados de la cadena es el de baldosas y azulejos (su índice de dedicación por empleo fue 0,77). Vale la pena resaltar que este eslabón registró también la mayor producción de la cadena y el mayor índice de dedicación por establecimiento.



## Aspectos comerciales y arancelarios

### Comercio internacional

Los productos de la cadena de la cerámica pertenecen al capítulo 69 del arancel armonizado de Colombia. El cuadro 3 muestra los flujos comerciales por eslabones de la cadena con el resto del mundo.

La balanza comercial de la cadena de la cerámica presentó, para el período 2001-2003, un superávit promedio anual de US\$36 millones. Las exportaciones de la cadena, durante los tres años, fueron en promedio US\$77 millones, mientras que las importaciones alcanzaron en promedio los US\$41 millones.

En línea con una de las acepciones del indicador de la tasa de apertura exportadora<sup>4</sup>, según la cual éste puede considerarse como un indicador de las tendencias de la competitividad; podría afirmarse que los eslabones de porcelana de uso industrial y eléctrico y de porcelana sanitaria –que exportan un mayor porcentaje de su producción– exhiben la mayor competitividad comercial de los eslabones de la cadena.

Por otro lado, la tasa de penetración de importaciones (TPI) mide la proporción del mercado doméstico que se abastece con importaciones<sup>5</sup>. Una mayor TPI muestra un mercado más sometido a la competencia externa; aunque también podría indicar una oferta nacional insuficiente. En la cadena analizada, se presenta mayor abastecimiento del mercado doméstico con productos importados en el eslabón de arcillas plásticas (67,3).

<sup>4</sup> Ver Nota técnica No. IV-3.

<sup>5</sup> Ver Nota técnica No. IV-3.

**Cuadro 3**

Colombia: comercio internacional

Eslabón	Exportaciones <sup>1/</sup>		Importaciones <sup>1/</sup>		Tasa de apertura exportadora <sup>2/</sup>	Tasa de penetración de importaciones <sup>3/</sup>
	Valor (US\$ miles)	Participación (%)	Valor (US\$ miles)	Participación (%)		
Arcillas plásticas	143	0,19	2.028	4,99	17,40	67,30
Fundentes	261	0,34	1.172	2,89	0,00	n.d.
Cerámica de arcilla común cocida	992	1,29	1.102	2,71	n.d.	n.d.
Porcelana sanitaria	25.996	33,91	5.051	12,44	47,40	13,30
Locería y otras cerámicas	11.090	14,47	7.736	19,06	34,10	32,90
Baldosas y azulejos	32.718	42,68	21.412	52,75	19,80	13,70
Porcelana de uso industrial y eléctrico	5.456	7,12	2.092	5,15	53,90	30,80
<b>Total cadena</b>	<b>76.657</b>	<b>100</b>	<b>40.592</b>	<b>100</b>	-	-

<sup>1</sup> Promedio anual 2001-2003.

<sup>2</sup> TAE = (exportaciones/producción), 2001. Ver Nota técnica No. IV-3.

<sup>3</sup> TPI = (importaciones/consumo aparente), 2001. Ver Nota técnica No. IV-3.

n.d. No disponible.

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera, Dane - Dian. Cálculos DNP - DDE.

**Cuadro 4**  
Colombia: exportaciones y principales destinos  
(Promedio anual 2001-2003)

Eslabón	Exportaciones totales (US\$ miles)	Destinos (Participación %)				
		Estados Unidos	Venezuela	Ecuador	México	Otros
Arcillas plásticas	143	1,26	45,29	24,06	0,00	29,39
Fundentes	261	0,00	22,44	0,41	0,00	77,16
Cerámica de arcilla común cocida	992	37,00	1,60	10,70	0,90	49,80
Porcelana sanitaria	25.996	60,37	8,79	5,49	0,00	25,35
Locería y otras cerámicas	11.090	21,89	5,99	1,69	34,22	36,21
Baldosas y azulejos	32.718	23,34	25,08	20,65	4,57	26,36
Porcelana de uso industrial y eléctrico	5.456	42,37	23,93	6,15	9,93	17,62
<b>Total cadena</b>	<b>76.657</b>	<b>37,10</b>	<b>16,44</b>	<b>11,54</b>	<b>7,62</b>	<b>27,30</b>

Fuente: Dane - Dian. Cálculos DNP-DEE.

Como puede verse en el cuadro 4, más de 70% de las exportaciones totales de la cadena durante el período se concentró en cuatro países de destino: Estados Unidos (37%), Venezuela (16%), Ecuador (12%), y México (8%).

Tres de los cinco eslabones de la cadena concentraron más de 90% de las exportaciones de cerámica, durante el período de la referencia. Baldosas y azulejos fue el primero en exportaciones, con US\$33 millones, que equivalen a 43% de las exportaciones de la cadena. En

segundo lugar estuvo el eslabón porcelana sanitaria, con 34% de las exportaciones; y en tercero, el eslabón de locería y otras cerámicas, con 14% de las exportaciones de la cadena.

Desde la otra vía de los flujos comerciales, las importaciones, resulta importante destacar la participación de las importaciones del eslabón baldosas y azulejos; que con US\$21 millones representó 53% de las importaciones totales de la cadena, durante los tres años analizados.

**Cuadro 5**  
Colombia: importaciones y principales proveedores  
(Promedio anual 2001-2003)

Eslabón	Importaciones totales (US\$ miles)	Origen (Participación %)				
		Estados Unidos	China	España	Ecuador	Otros
Arcillas plásticas	2.028	69,5	0,3	5,2	0,0	25,0
Fundentes	1.172	25,9	0,5	21,6	0,0	52,0
Cerámica de arcilla común cocida	1.102	3,4	71,4	2,0	0,4	22,8
Porcelana sanitaria	5.051	2,8	2,4	0,2	62,8	31,8
Locería y otras cerámicas	7.736	4,1	70,7	0,3	2,7	22,2
Baldosas y azulejos	21.412	13,7	2,9	31,1	5,0	47,3
Porcelana de uso industrial y eléctrico	2.092	24,8	4,5	0,6	0,0	70,1
<b>Total cadena</b>	<b>40.592</b>	<b>13,9</b>	<b>17,5</b>	<b>17,5</b>	<b>11,0</b>	<b>40,1</b>

Fuente: Dane - Dian. Cálculos DNP - DDE.

## Aspectos arancelarios

El arancel nominal es una buena fuente de información sobre las fortalezas y debilidades con que el país caracteriza sus producciones y refleja la estructura deseada de la protección. A su vez, la tasa de protección efectiva –que mide la diferencia porcentual entre el valor agregado por producto medido a precios domésticos, y el valor agregado medido a precios internacionales–, refleja el efecto de la protección nominal sobre los insumos y bienes finales, y a menudo no responde a una decisión estratégica de protección<sup>6</sup>.

En el cuadro 6 se presenta el arancel nominal promedio, el ponderado por producción y el aplicado. Se incluye, además, la protección efectiva utilizando el arancel nominal y el aplicado.

Las preferencias arancelarias otorgadas por Colombia a sus socios comerciales, así como las excepciones nacionales o los diferimientos del Arancel Externo Común, explican por qué en todos los eslabones de la cadena de la cerámica, el arancel aplicado es menor que el nominal.

Se observa también que el eslabón de lojería y otras cerámicas presenta una protección efectiva inferior a la nominal, lo cual implica que los productos finales de este eslabón tienen un arancel nominal inferior al de sus materias primas e insumos. En el caso del de baldosas y azulejos, la protección efectiva es mayor que la nominal, indicando así que los productos finales de este eslabón cuentan con mayor protección que sus insumos.

## Tasa de protección efectiva vs. arancel nominal

La relación entre la protección nominal y efectiva desagregada se muestra mediante un gráfico de dispersión (gráfico 3). Cada punto representa un producto con dos datos asociados a él: el arancel nominal en el eje horizontal y la protección efectiva en el vertical. Incluye una línea de referencia sobre la cual ambas mediciones de la protección son iguales, creando así cuatro zonas de importancia<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Ver Nota técnica No. IV-4.

<sup>7</sup> Ver Nota técnica No. IV-5.

**Cuadro 6**  
Arancel nominal y protección efectiva<sup>1/</sup>  
(Valores porcentuales 2003)

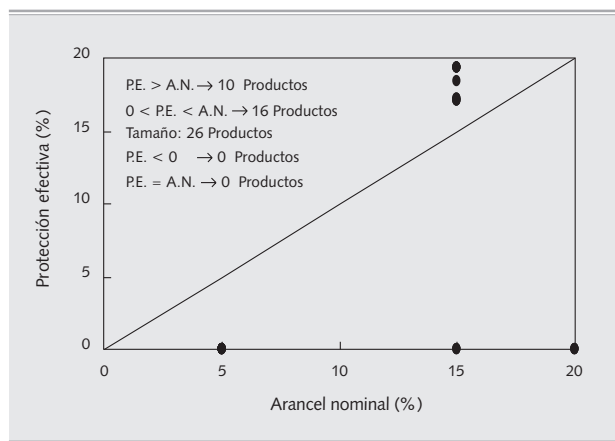
Eslabón	Arancel nominal		Arancel aplicado	Protección efectiva (Promedio simple)	
	Promedio simple	Promedio Ponderado por producción	Promedio simple	Arancel nominal	Arancel aplicado
Arcillas plásticas	5,00	n.d.	4,69	n.d.	n.d.
Fundentes	5,00	n.d.	3,23	n.d.	n.d.
Cerámica de arcilla común cocida	20,00	20,00	18,64	n.d.	n.d.
Porcelana sanitaria	15,00	15,00	1,49	n.d.	n.d.
Lojería y otras cerámicas	18,33	19,95	14,57	17,22	14,06
Baldosas y azulejos	15,00	15,00	11,34	18,41	15,56
Porcelana de uso industrial y eléctrico	15,00	15,00	11,52	n.d.	n.d.

<sup>1</sup> Ver Nota técnica No. IV-4. **n.d.** No disponible.

Fuente: Dane - Dian. Cálculos DNP - DDE.

### Gráfico 3

Arancel nominal y protección efectiva



Fuente: Dian. Cálculos DNP-DDE.

Los puntos ubicados por encima de la línea de referencia (protección efectiva mayor que la nominal) representan productos de la cadena para los cuales la relación entre el arancel del bien final y el de sus insumos es la óptima<sup>8</sup>. De una muestra de 26 productos de la

cadena que cuentan con cálculo de protección efectiva, 10 se ubican en esta zona.

Los puntos ubicados sobre la línea de referencia representan productos con una estructura arancelaria plana, donde la protección del bien final es igual a la de sus insumos. No hay ningún producto de la cadena ubicado en esta zona.

Entre el eje horizontal y la línea de referencia se ubican 16 productos de la cadena para los cuales la estructura arancelaria de sus insumos en la estructura de protección no es óptima, porque tienen una protección nominal mayor que su protección efectiva. Sin embargo, esta situación difiere aún de la de la protección efectiva negativa (productos ubicados por debajo del eje horizontal), donde el gravamen a la importación de algunos insumos es superior a la protección del bien final, desincentivando así la producción de este último. Ninguno de los productos de la cadena, con cálculo de protección efectiva se ubicó en esta zona.

<sup>8</sup> Aun cuando elevados niveles de protección efectiva pueden no ser deseables.

### Cuadro 7

Sensibilidad de la protección efectiva

Rama de producción	Eslabón		
	Arcillas plásticas	Baldosas y azulejos	Porcelana uso industrial y eléctrico
Azulejos y baldosas de loza o porcelana	0,12		
Productos de cerámica o porcelana no incluidos antes	0,12		
Artículos refractarios para la construcción y la industria	0,15		
Ladrillo, baldosas y teja de arcilla	0,11		
Cemento	0,19	0,20	
Preparación de hormigón	0,28		
Productos de hormigón, incluye prefabricados	0,14		
Producción y fabricación de otros productos minerales no metálicos, no incluidos antes	0,18		
Arrabio, escoria, polvo de hierro	0,35		
Artículos de acería laminados en caliente	0,21	0,22	
Artículos fundidos de hierro o acero	0,14	0,14	
Maquinaria para fabricar pulpa, papel y cartón	0,45		0,34
Hornos para la industria y laboratorios, excepto los de inducción de alta frecuencia		0,21	0,15
Transformadores, convertidores y rectificadores eléctricos			0,14
Conmutadores, dispositivos protectores y equipos de control industrial eléctricos			0,16
Accesorios eléctricos para alumbrado de uso general			0,18
Dispositivos recorridos por una corriente, tales como enchufes, interruptores			0,17
Piezas especiales para motores y cajas de velocidad, excepto el material eléctrico		0,27	
Plumas, lápices y otros artículos de oficina, pintura y dibujo	0,13		

Fuente: Dane - Dian, Cálculos DNP-DDE

## Sensibilidad de la protección efectiva

Un cambio en la protección nominal de los productos incluidos en cada eslabón tiene efectos sobre la protección efectiva de estos, sobre los bienes finales de la misma cadena y sobre la protección efectiva de productos de otras cadenas<sup>9</sup>.

El cuadro 7 muestra estos efectos encadenados. Por ejemplo, una disminución en un punto porcentual de la tasa nominal del insumo arcillas plásticas tendrá un efecto positivo de 0,28% sobre la tasa de protección efectiva del sector preparación de hormigón, y un efecto positivo de 0,45% sobre la tasa de protección efectiva del sector maquinaria para fabricar pulpa, papel y cartón.

Es importante considerar que las estructuras de costos y los coeficientes técnicos insumo-producto de este cálculo no coinciden con exactitud con los encadenamientos y agrupaciones de productos en eslabones utilizados en el diseño de las cadenas productivas. Por este motivo, los productos cuya protección efectiva es afectada por cambios en la protección nominal media de los productos incluidos en cada eslabón se presentan agrupados por ramas productivas según la clasificación CIU a cinco dígitos.

<sup>9</sup> Ver Nota técnica No. IV-6.

## Situación competitiva

### y oportunidades de acceso

#### Ventajas competitivas

Las políticas recientes orientadas a estimular la construcción, tales como nuevas líneas de crédito para financiación y subsidios para la vivienda de interés social, las cuentas AFC, las exenciones de impuesto a los bancos para las rentas del crédito hipotecario, hacen posible prever un buen comportamiento de las ventas del sector.

Los pisos de cerámica presentan una alta demanda en los Estados Unidos, situación que unida a las ventajas del Atpdea<sup>10</sup>, permitirá hacia el futuro seguir consolidando las exportaciones hacia ese país<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> *Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act.*

<sup>11</sup> Coinvertir, *Perfil sectorial sector materiales de construcción*, julio de 2003.

#### Cuadro 8

Estados Unidos: importaciones y principales proveedores  
(Promedio anual 1998 - 2003)

Eslabón	Importaciones totales (US\$ millones)	Origen (Participación %) <sup>1/</sup>				
		China	Italia	México	España	Otros
Arcillas plásticas	7	4,16	0,37	2,38	5,14	87,95
Fundentes	110	38,80	0,00	6,32	0,38	54,49
Cerámica de arcilla común cocida	330	41,51	9,91	11,28	0,58	36,73
Porcelana sanitaria	386	11,25	1,28	47,60	0,08	39,79
Locería y otras cerámicas	1.765	48,62	4,95	1,88	2,63	41,93
Baldosas y azulejos	1.592	2,01	41,78	10,73	16,08	29,40
Porcelana de uso industrial y eléctrico	170	5,07	0,57	5,65	0,30	88,40
<b>Total cadena</b>	<b>4.358</b>	<b>25,73</b>	<b>18,15</b>	<b>10,13</b>	<b>7,02</b>	<b>38,98</b>

Fuente: USITC (*United States International Trade Commission*).

La competitividad y experiencia del sector cerámico en los mercados internacionales es fuerte y lo favorece en el libre comercio. Con un TLC, el sector podría expandir su alcance geográfico pues hay buenos precedentes. La calidad de su producción le ha permitido hacer maquila para empresas extranjeras. Desde hace varios años, Locería de Colombia lo hace para marcas estadounidenses y europeas. Y recientemente, Cerámica Italia ganó un contrato para maquilar 20.000 m<sup>2</sup> de pisos cerámicos bajo la marca de la estadounidense Flormy, aunque con el sello "hecho en Colombia". Por otro lado, Corona aspira a crecer sus ventas externas 20% en los próximos cinco años, sobre todo a Estados Unidos<sup>12</sup>.

## Posición competitiva en los Estados Unidos

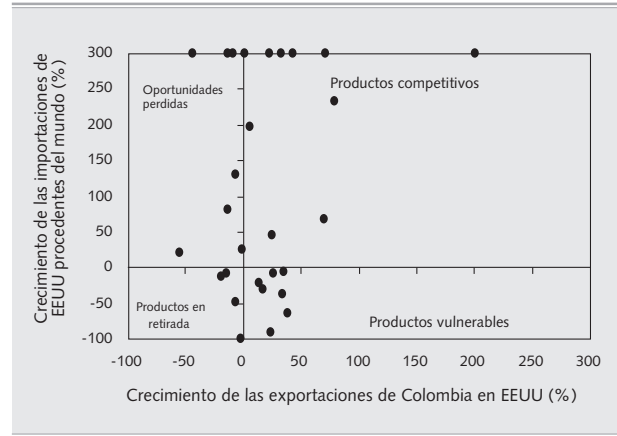
En los cuadros siguientes se presenta la información comercial de los productos de la cadena de la cerámica en el mercado de los Estados Unidos.

Los cuatro principales proveedores de artículos de la cadena de la cerámica en Estados Unidos representan más de 60% de las importaciones y son, en su orden: China, Italia, México y España.

<sup>12</sup> Revista Dinero, Edición 194, Abril de 2004.

## Gráfico 4

Situación competitiva en Estados Unidos  
(Promedio anual 2000/03 vs 1996/99)<sup>1</sup>



Fuente: USITC (United States International Trade Commission)

<sup>1</sup> Ver Nota técnica IV-7.

La participación de los productos colombianos de cerámica en el mercado estadounidense es bastante reducida; las ventas colombianas apenas representan 1% de las importaciones, siendo apenas comparable con las de Chile (0,33%) y las del llamado CA5<sup>13</sup> (0,54%).

<sup>13</sup> Conformado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

## Cuadro 9

Estados Unidos: importaciones otros orígenes  
(Promedio anual 1998 - 2003)

Eslabón	Importaciones totales (US\$ millones)	Origen (Participación %) <sup>1/</sup>									
		Colombia	CAN sin Colombia	Centro- américa	Mercosur	Nafta	Unión Europea	Asia	Chile	Resto ALCA	Otros
Arcillas plásticas	7	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,07	0,02	0,00	0,00	0,06
Fundentes	110	0,00	0,00	0,00	0,03	1,02	0,04	1,11	0,00	0,00	0,33
Cerámica de arcilla común cocida	330	0,01	0,04	0,01	0,23	0,90	1,77	4,47	0,00	0,04	0,10
Porcelana sanitaria	386	0,24	0,46	0,51	0,30	4,28	0,37	1,92	0,30	0,11	0,35
Locería y otras cerámicas	1.765	0,04	0,06	0,00	0,09	0,85	9,17	29,56	0,00	0,05	0,66
Baldosas y azulejos	1.592	0,20	0,53	0,00	2,83	4,90	23,16	2,92	0,00	0,96	1,00
Porcelana de uso industrial y eléctrico	170	0,04	0,00	0,00	0,10	0,27	1,14	2,13	0,03	0,01	0,17
<b>Total cadena</b>	<b>4.358</b>	<b>0,53</b>	<b>1,10</b>	<b>0,54</b>	<b>3,57</b>	<b>12,25</b>	<b>35,72</b>	<b>42,12</b>	<b>0,33</b>	<b>1,17</b>	<b>2,66</b>

<sup>1</sup> CAN sin Colombia: Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela. Centroamérica: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Nafta: México y Canadá. Resto del ALCA: Caricom, Panamá y República Dominicana.

Fuente: USITC (United States International Trade Commission).

Durante el período de análisis, 77% de las exportaciones colombianas de la cadena se concentraron en dos eslabones: baldosas y azulejos, y lojería y otras cerámicas.

En la matriz de competitividad (gráfico 4) se compara la tasa de crecimiento de las exportaciones colombianas a Estados Unidos con la de las importaciones totales estadounidenses, para los productos considerados en esta cadena. Así se puede observar mejor la situación de los productos colombianos en el mercado americano, al tener en cuenta las condiciones de demanda de uno de los socios comerciales más importantes del país<sup>14</sup>.

De las 28 partidas para las que se obtuvieron datos, 10 son productos competitivos, 7 son productos vulnerables, 4 son productos en retirada, y 7 son oportunidades perdidas.

Dentro de los productos calificados como competitivos se encuentran, entre otros, las placas y baldosas, los fregaderos, lavabos y bañeras, y los aisladores eléctricos. Como oportunidad perdida podríamos citar la cerámica de uso rural.

<sup>14</sup> Ver Nota técnica No. IV-7.

## Opinión del sector privado<sup>15</sup>

Creemos en el libre comercio y, dado que los acuerdos internacionales por sí solos no generan riqueza, consideramos importante el papel de todos los agentes económicos –y en particular del sector privado– en dirigir, monitorear y buscar un aumento permanente de los niveles de productividad y de competencia.

La apertura del mercado de Estados Unidos genera oportunidades no previstas de expansión para las empresas que de otra manera no existirían. De la misma forma, la negociación de un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos ofrecería al país la posibilidad de 'blindarse' ante la eventualidad de que el ALCA no prospere a partir de 2006, o por lo menos que no lo haga de la forma prevista.

No obstante, una vez firmado el Tratado, viene la etapa más exigente: conquistar el mercado estadounidense. Para lo cual, el desmonte de aranceles por parte de Estados Unidos es sólo un primer paso que no garantiza nuestro éxito en ese mercado.

En este marco, la posición de la Organización Corona frente al proceso de negociaciones comerciales puede resumirse en:

1. Tratar de mantener, de manera indefinida, las preferencias de la Ley Atpdea<sup>16</sup>, empezando con la conversión de la totalidad de las preferencias temporales concedidas a Colombia (cero arancel para las exportaciones de Colombia hacia Estados Unidos) en un tratamiento que no esté sujeto a condiciones discrecionales o períodos de vencimiento.
2. Respecto de Estados Unidos, la posición de Corona es totalmente aperturista. Ofrecemos una apertura inmediata de nuestro mercado en aranceles y plazos de desgravación.

<sup>15</sup> Los comentarios aquí incluidos representan la posición de la empresa ColCerámica S.A., empresa de la Organización Corona, y no necesariamente coinciden con los de otras empresas del sector.

<sup>16</sup> *Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act.*