

**QUINIENTOS NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS,
PARA NUEVE REGIONES DE COLOMBIA,
CON GRAN POTENCIAL DE MERCADO EN ESTADOS UNIDOS**

**SECTOR MINERALES NO METALICOS:
CARACTERIZACION DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS Y
PRODUCTOS POTENCIALES**

Capítulo 4-12

Consultor:



Proyecto realizado con el patrocinio de:



Proyecto auspiciado por:



Noviembre 1 de 2006

4.12 SECTOR MINERALES NO METALICOS

INDICE DE CONTENIDO

| | | |
|--------|--|---|
| 4.12.1 | Caracterización del mercado de importación de los Estados Unidos. | 3 |
| 4.12.2 | Productos Seleccionados | 5 |
| 4.12.3 | Matriz de competidores..... | 7 |
| 4.12.4 | Principales aliados internacionales | 8 |

INDICE DE CUADROS

| | |
|---------------|--|
| Cuadro 4-12-1 | Sector Minerales no Metálicos: Mercado de Importación de EEUU |
| Cuadro 4-12-2 | Sector Minerales no Metálicos: Principales Proveedores de EEUU |
| Cuadro 4-12-3 | Sector Minerales no Metálicos: Países Proveedores de EEUU que más Pagan Impuestos |
| Cuadro 4-12-4 | Sector Minerales no Metálicos: Principales Distritos de Entrada de las Importaciones de EEUU |
| Cuadro 4-12-5 | Sector Minerales no Metálicos: Resumen Productos Identificados con potencial de Demanda en EEUU y con Potencial de Oferta en Colombia (Millones de US\$) |
| Cuadro 4-12-6 | Sector Minerales no Metálicos: Productos Identificados |
| Cuadro 4-12-7 | Sector Minerales no Metálicos: Matriz de Competidores (Año 2005) |
| Cuadro 4-12-8 | Sector Minerales no Metálicos: Principales Aliados Internacionales |

INDICE DE ANEXOS

| | |
|--------------|--|
| Anexo 4-12-1 | Sector Minerales no Metálicos: Fichas Producto del Mercado de EEUU |
| Anexo 4-12-2 | Sector Minerales no Metálicos: Matriz de Competidores por Producto |

4.12 SECTOR MINERALES NO METALICOS

4.12.1 *Caracterización del mercado de importación de los Estados Unidos.*

En el año 2005 Estados Unidos importó en productos de este sector US\$10,694 millones, con un crecimiento promedio anual desde 1999 al 2005 de 6.9%.

El arancel promedio efectivo de los productos del sector es de 6.6%. Del total del valor importado el 51.1% fue gravado pagando 542 millones en impuestos de importación.

Los productos de este sector ingresan principalmente a los Estados Unidos por vía marítima (66%). El flete promedio por kilogramo que ingresó por vía marítima es de US\$0.14 y el precio promedio por kilogramo que llegó por esta misma vía es de US\$1.02.

| Cuadro 4-12-1 | |
|--|--------|
| Sector Minerales no Metálicos: Mercado de Importación de EEUU | |
| Importaciones de EEUU. Año 1999. Millones US\$ FOB | 10,694 |
| Importaciones de EEUU. Año 2005. Millones US\$ FOB | 15,960 |
| Variación % promedio anual 1999/2005 | 6.9% |
| Participación del sector en importaciones totales de EEUU año 2005 | 1.0% |
| Valor pagado en aranceles. Año 2005. Millones US\$ | 542 |
| % del valor importado por EEUU que fue gravado | 51.1% |
| Arancel efectivo promedio | 6.6% |
| % del valor importado que ingresó a EEUU por mar | 66% |
| Flete marítimo US\$/Kg | 0.14 |
| Precio CIF vía marítima (valor US\$/Kg) | 1.02 |
| Participación del flete en el precio CIF | 14% |
| % del valor importado que ingresó a EEUU por vía aérea | 7.4% |
| Flete aéreo US\$/Kg | 1.39 |
| Precio CIF vía aérea (Valor US\$/Kg) | 20.54 |
| Participación del flete en el precio CIF | 7% |
| Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra con cifras de United States International Trade Comisión | |

El 80% de las importaciones de los Estados Unidos de minerales no metálicos provienen de 10 países, siendo China, México e Italia los principales proveedores. Colombia fue el proveedor número 18 en el ranking del año 2005, ganando 8 puestos frente al año 1999, con un crecimiento promedio anual de 15.4% desde 1999 al 2005.

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

| Cuadro 4-12-2 | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------|------------------------------|-------------------------|----------------|
| Sector Minerales no Metálicos: Principales Países Proveedores de EEUU | | | | | | | | |
| (Año 2005) | | | | | | | | |
| Puesto 1999 | Puesto 2005 | País | Impo EEUU Valor FOB | Dinamismo 1999/2005 | Part. % | Arancel pagado (US\$) | Arancel Efectivo | Part. % |
| | | Total | 15,960,483,887 | 6.9% | 100.0% | 542,239,435 | 6.6% | 100% |
| 1 | 1 | China | 3,404,125,024 | 14.5% | 21.3% | 185,256,047 | 7.6% | 34.2% |
| 3 | 2 | México | 2,092,040,843 | 7.4% | 13.1% | 10,796,745 | 3.9% | 2.0% |
| 4 | 3 | Italia | 1,799,753,951 | 6.7% | 11.3% | 110,843,424 | 6.7% | 20.4% |
| 2 | 4 | Canadá | 1,596,294,516 | 1.0% | 10.0% | 578,206 | 5.1% | 0.1% |
| 10 | 5 | Brasil | 853,668,372 | 29.0% | 5.3% | 32,446,875 | 5.5% | 6.0% |
| 6 | 6 | Alemania | 777,001,454 | 3.5% | 4.9% | 21,814,654 | 6.2% | 4.0% |
| 5 | 7 | Japón | 706,620,602 | -4.1% | 4.4% | 18,031,334 | 5.2% | 3.3% |
| 9 | 8 | España | 579,419,859 | 8.3% | 3.6% | 31,366,135 | 7.0% | 5.8% |
| 19 | 9 | Turquía | 489,153,470 | 35.4% | 3.1% | 19,025,980 | 5.5% | 3.5% |
| 7 | 10 | Francia | 428,523,363 | -1.8% | 2.7% | 18,613,313 | 6.1% | 3.4% |
| 26 | 18 | Colombia | 101,180,581 | 15.4% | 0.6% | 189,004 | 5.9% | 0.0% |

Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con cifras de United States International Trade Commission

China e Italia, seguidos por Brasil y España son los países que más pagaron impuestos de importación en los productos del sector minerales no metálicos exportados al mercado de EEUU.

| Cuadro 4-12-3 | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------|----------------------------|----------------------------|----------------|------------------------------|-------------------------|----------------|
| Sector Minerales no Metálicos: Países Proveedores de EEUU que más Pagan Aranceles | | | | | | | | |
| (Año 2005) | | | | | | | | |
| Puesto 1999 | Puesto 2005 | País | Impo EEUU Valor FOB | Dinamismo 1999/2005 | Part. % | Arancel pagado (US\$) | Arancel Efectivo | Part. % |
| | | Total | 15,960,483,887 | 6.9% | 100.0% | 542,239,435 | 6.6% | 100% |
| 1 | 1 | China | 3,404,125,024 | 14.5% | 21.3% | 185,256,047 | 7.6% | 34.2% |
| 4 | 3 | Italia | 1,799,753,951 | 6.7% | 11.3% | 110,843,424 | 6.7% | 20.4% |
| 10 | 5 | Brasil | 853,668,372 | 29.0% | 5.3% | 32,446,875 | 5.5% | 6.0% |
| 9 | 8 | España | 579,419,859 | 8.3% | 3.6% | 31,366,135 | 7.0% | 5.8% |
| 6 | 6 | Alemania | 777,001,454 | 3.5% | 4.9% | 21,814,654 | 6.2% | 4.0% |
| 19 | 9 | Turquía | 489,153,470 | 35.4% | 3.1% | 19,025,980 | 5.5% | 3.5% |
| 7 | 10 | Francia | 428,523,363 | -1.8% | 2.7% | 18,613,313 | 6.1% | 3.4% |
| 5 | 7 | Japón | 706,620,602 | -4.1% | 4.4% | 18,031,334 | 5.2% | 3.3% |
| 8 | 12 | Reino Unido | 343,244,615 | -2.0% | 2.2% | 12,307,676 | 7.7% | 2.3% |
| 3 | 2 | México | 2,092,040,843 | 7.4% | 13.1% | 10,796,745 | 3.9% | 2.0% |
| 26 | 18 | Colombia | 101,180,581 | 15.4% | 0.6% | 189,004 | 5.9% | 0.0% |

Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con cifras de United States International Trade Commission

El 48% de las importaciones de los Estados Unidos de productos del sector minerales no metálicos ingresan por 5 distritos, siendo Los Ángeles, New York y Laredo los de mayor participación.

| Cuadro 4-12-4 Sector Minerales no Metálicos y sus Manufacturas: Principales Distritos de Entrada de las Importaciones de EEUU (Millones de Dólares) | | |
|--|---------------|-------------|
| Distrito | 2005 | Part. % |
| Los Ángeles, CA | 2,501 | 16% |
| New York, NY | 2,020 | 13% |
| Laredo, TX | 1,587 | 10% |
| Detroit, MI | 858 | 5% |
| Savannah, GA | 736 | 5% |
| Otros | 8,259 | 52% |
| Total | 15,960 | 100% |
| Fuente: United States International Trade Commission | | |

4.12.2 *Productos Seleccionados.*

De los 590 productos identificados en este estudio, 16 pertenecen al sector minerales no metálicos tienen un mercado de importación en EEUU de US\$4,097 millones y registran un dinamismo promedio anual de 17.9%.

| Cuadro 4-12-5 Sector Minerales no Metálicos: Productos con Potencial de Demanda en EEUU y con Potencial de Oferta en Colombia Millones de US\$ | | | | | |
|---|---------------|----------------|--------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| Sector | No. Productos | Impo de EEUU | Promedio Impo EEUU | Var % Promedio Anual 99/05 | Var % Sector Promedio Anual 99/05 |
| | | 2005 | 99 a 05 | | |
| TOTAL | 590 | 264,399 | 158,534 | 21.1% | 8.5% |
| MINERALES NO METALICOS | 16 | 4,097 | 2,683 | 17.9% | 6.9% |
| Participación % | 2.7% | 1.5% | | | |
| Fuente: Cálculos de Araujo Ibarra con cifras de United States International Trade Commission | | | | | |

A continuación se detallan los 16 productos identificados:

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

| Cuadro 4-12-6 | | | | |
|--|---------------|---|-------------------------------------|------------------------|
| Sector Minerales no Metálicos: Productos Identificados con Potencial de Demanda en EEUU y Potencial de Oferta en Colombia | | | | |
| # | Código | Producto | Impto EEUU US\$ 2005 | Var % 99/05 |
| | | Total | 4,097,293,735 | 17.9% |
| 1 | 6802230000 | Granito para monumentos o construcción, simplemente cortado o aserrado | 152,943,975 | 35.7% |
| 2 | 6802910500 | Losas de mármol | 186,194,817 | 19.6% |
| 3 | 6802911500 | Los demás mármoles, excepto losas | 258,283,254 | 13.1% |
| 4 | 6802912500 | Travertinos, mas trabajados | 366,445,366 | 30.4% |
| 5 | 6802930010 | Granito para monumentos y construcción, no cortados a la medida, con solo una cara trabajada, mas que simplemente cortada o aserrada | 178,013,121 | 28.0% |
| 6 | 6802930025 | Granito para monumentos y construcción, cortados a la medida, con una o mas caras trabajadas, mas que simplemente cortadas o aserradas, con un grosor entre 1.5cm y 7.5 cm | 600,661,863 | 29.7% |
| 7 | 6802930090 | Los demás granitos, no especificados o comprendidos en otra parte | 179,823,646 | 21.2% |
| 8 | 6807100000 | Artículos de asfalto o materiales similares en rollos | 69,538,323 | 17.5% |
| 9 | 6810110000 | Bloques, ladrillos y artículos similares de cemento, para la construcción, con o sin refuerzo | 72,089,830 | 11.0% |
| 10 | 6810990000 | Otros artículos no incluidos o especificados en otra parte de cemento - concreto, o piedra artificial, reforzados o no, no incluidos o especificados en otra parte | 860,207,037 | 12.0% |
| 11 | 6815100000 | Artículos no eléctricos en grafito o carbón | 348,237,569 | 16.4% |
| 12 | 6907900010 | Baldosas en cerámica sin esmaltar, con un área de la superficie 30 cm o mas | 99,056,819 | 15.2% |
| 13 | 7006004050 | Cristal referente al 7003-05, doblado, grabado, perforado, esmaltado o trabajado de otra manera, sin absorbente o capa de reflejo, no enmarcado, no incluido o especificado en otra parte | 153,577,901 | 8.7% |
| 14 | 7008000000 | Unidades vidrieras aislantes de paredes múltiples | 210,145,384 | 15.8% |
| 15 | 7009925000 | Espejos de vidrio, con marco, con área reflectora mayor a 929 cm ² | 220,733,686 | 23.4% |
| 16 | 7013292000 | Los demás, vasos, copas, etc., no especificados o comprendidos en otra parte, valor superior a \$0.30 y menor o igual a \$3.0 cada uno | 141,341,144 | 8.0% |

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

En el anexo 4-12-1 se pueden consultar las fichas de cada uno de los 16 productos identificados para este sector.

4.12.3 *Matriz de competidores.*

En el sector minerales no metálicos, el 61% de las importaciones de EEUU, provienen de 5 países, entre los cuales se destacan por el monto exportado China, México e Italia y por el crecimiento Brasil que pasó del 10 puesto como proveedor en 1999 al puesto 5 en el 2005.

Dentro de los países objeto del estudio es importante destacar el crecimiento de República Dominicana con un 36.1 % promedio anual y el de Nicaragua con 27.9%.

Colombia presenta un comportamiento importante con productos del sector minerales no metálicos en el mercado de EEUU, pues registra un crecimiento de 15.4%, y aumentó su participación en el mercado al pasar del puesto 26 en 1999 al puesto 18 en el 2005.

| Cuadro 4-12-7 Sector Minerales no Metálicos: Matriz de Competidores (Año 2005) | | | | | | | | | |
|---|----------------|----------------|-------------------|------------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|---------------------|-------------|
| | Puesto 1999 | Puesto 2005 | País | Impo EEUU Valor FOB | Dinamismo 1999/2005 | Part. % | Arancel pagado (US\$) | Arancel Efectivo | Part. % |
| | | | Total | 15,960,483,887 | 6.9% | 100.0% | 542,239,435 | 6.6% | 100% |
| Principales Proveedores | 1 | 1 | China | 3,404,125,024 | 14.5% | 21.3% | 185,256,047 | 7.6% | 34.2% |
| | 3 | 2 | México | 2,092,040,843 | 7.4% | 13.1% | 10,796,745 | 3.9% | 2.0% |
| | 4 | 3 | Italia | 1,799,753,951 | 6.7% | 11.3% | 110,843,424 | 6.7% | 20.4% |
| | 2 | 4 | Canadá | 1,596,294,516 | 1.0% | 10.0% | 578,206 | 5.1% | 0.1% |
| | 10 | 5 | Brasil | 853,668,372 | 29.0% | 5.3% | 32,446,875 | 5.5% | 6.0% |
| Proveedores que mas Crecieron | 141 | 83 | Serbia/Montenegro | 639,781 | 47.3% | 0.0% | 42,246 | 6.8% | 0.0% |
| | 142 | 93 | Azerbaijan | 119,084 | 13.6% | 0.0% | 6,860 | 6.6% | 0.0% |
| | 143 | 98 | Afghanistan | 80,905 | 72.5% | 0.0% | 5,856 | 8.5% | 0.0% |
| | 146 | 109 | Tajikistan | 34,755 | 73.0% | 0.0% | 2,955 | 8.5% | 0.0% |
| | 113 | 81 | Gaza Strip | 681,732 | 89.2% | 0.0% | 0 | 0% | 0.0% |
| Países Objeto del Estudio | 11 | 14 | Tailandia | 217,816,789 | 3.4% | 1.4% | 5,379,123 | 10.0% | 1.0% |
| | 14 | 17 | Indonesia | 122,598,915 | 1.1% | 0.8% | 5,070,114 | 9.3% | 0.9% |
| | 26 | 18 | Colombia | 101,180,581 | 15.4% | 0.6% | 189,004 | 5.9% | 0.0% |
| | 15 | 23 | Irlanda | 80,333,529 | -5.4% | 0.5% | 3,873,809 | 4.9% | 0.7% |
| | 21 | 25 | Filipinas | 69,779,530 | -0.9% | 0.4% | 524,577 | 7.1% | 0.1% |
| | 51 | 30 | Rep .Dominicana | 45,736,261 | 36.1% | 0.3% | 2,078 | 5.6% | 0.0% |
| | 27 | 34 | Malasia | 39,814,943 | 0.0% | 0.2% | 2,221,478 | 6.1% | 0.4% |
| | 45 | 35 | Perú | 38,990,589 | 21.8% | 0.2% | 46,881 | 5.9% | 0.0% |

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

| Cuadro 4-12-7 Sector Minerales no Metálicos: Matriz de Competidores (Año 2005) | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|---------------------|---------------------|---------|-----------------------|------------------|---------|
| | Puesto 1999 | Puesto 2005 | País | Impo EEUU Valor FOB | Dinamismo 1999/2005 | Part. % | Arancel pagado (US\$) | Arancel Efectivo | Part. % |
| | 40 | 39 | Chile | 27,526,333 | 5.2% | 0.2% | 99,351 | 6.0% | 0.0% |
| | 49 | 48 | Costa Rica | 14,557,913 | 7.5% | 0.1% | 9,006 | 6.7% | 0.0% |
| | 47 | 52 | Guatemala | 9,904,762 | -0.4% | 0.1% | 6,816 | 5.1% | 0.0% |
| | 65 | 53 | Nicaragua | 8,498,144 | 27.9% | 0.1% | 2,474 | 8.8% | 0.0% |
| | 74 | 72 | Honduras | 1,376,787 | 13.0% | 0.0% | 1,488 | 4.6% | 0.0% |
| | 88 | 94 | El Salvador | 116,206 | -0.1% | 0.0% | 0 | 0% | 0.0% |

Fuente: Cálculos Araujo Ibarra con cifras de United States International Trade Comisión

En el anexo 4-12-2 se encuentra la matriz de competidores para cada uno de los 16 productos identificados para este sector

4.12.4 Principales aliados internacionales.

A continuación se describen las principales empresas a nivel mundial productoras o comercializadoras de minerales no metálicos

| Cuadro 4-12-8 Sector Minerales no Metálicos: Principales Aliados Internacionales | | | | |
|---|------|------------------|-----------------------|---|
| Empresa | País | Ventas (US\$bil) | Utilidades US\$ (bil) | Pag Web |
| Fastenal | EEUU | 1.52 | 0.17 | www.fastenal.com |
| Marriott Intl | EEUU | 11.55 | 0.67 | www.marriott.com |
| MGM Mirage | EEUU | 6.48 | 0.44 | www.mgmmirage.com |
| Brinker International | EEUU | 4.04 | 0.18 | www.brinker.com |
| Wal-Mart Stores | EEUU | 256.33 | 9.05 | http://www.walmartstores.com/GlobalWMStoresWeb/navigate.do?catg=316 |
| Home Depot | EEUU | 62.9 | 4.04 | http://www.homedepot.com/prel80/HDUS/EN_US/pg_index.jsp?CNTTYPE=NAVIGATION&CNTRY=US&KEY=pg_index.jsp&m=1153175723546 |
| Target | EEUU | 46.65 | 1.7 | http://www.target.com/gp/homepage.html/602-7377834-7799002 |
| Lowe's Cos | EEUU | 30.03 | 1.79 | http://www.lowes.com/lowes/lkn?action=home |

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

| Cuadro 4-12-8 | | | | |
|---|-------------|-------------------------|------------------------------|---|
| Sector Minerales no Metálicos: Principales Aliados Internacionales | | | | |
| Empresa | País | Ventas (US\$bil) | Utilidades US\$ (bil) | Pag Web |
| Sears, Roebuck | EEUU | 41.12 | 3.4 | http://www.sears.com/sr/javasr/home.do?BV_SessionID=@@1679966716.1153175299@@@&BV_EngineID=cceca ddigejehlkcegecegidghldgfk.0&vertical=SEARS |
| Walgreen | EEUU | 33.74 | 1.2 | http://www.walgreens.com/ |
| Costco Wholesale | EEUU | 43.87 | 0.74 | http://www.costco.com/ |
| CVS | EEUU | 26.59 | 0.85 | http://www.cvs.com/CVSAApp/cvs/gateway/cvsmain?amp:GXHC_GX_jst=5a0b144a662d6164&amp:GXHC_gx_session_id=GXLiteSessionID--9101804267991088953&amp:GXHC_SessionMirror=GXLiteSessionID--9101804267991088953&amp:GXHC_referral_site=CVS.COM |
| Best Buy | EEUU | 23.09 | 0.55 | http://www.bestbuy.com/ |
| JC Penney | EEUU | 32.34 | 0.34 | http://www.jcpenney.net/ |
| Kmart Holding | EEUU | 25.8 | -1.99 | http://www.kmart.com/home.jsp |
| Federated Dept Strs | EEUU | 15.23 | 0.57 | |
| May Dept Stores | EEUU | 13.34 | 0.43 | http://www2.mayco.com/common/index.jsp |
| Staples | EEUU | 12.84 | 0.44 | http://www.staples.com/webapp/wcs/stores/servlet/home?storeId=10001&langId=-1&krypto=mfxq1nTSMWh0shUQOLdqejr6zGQ2Y8NL |
| TJX Cos | EEUU | 12.73 | 0.57 | http://www.tjx.com/index.html |
| AutoNation | EEUU | 18.2 | 0.49 | http://www.autonation.com/Corporate/Default.asp?Page=Home |
| Rite Aid | EEUU | 16.34 | 0.02 | http://www.riteaid.com/ |
| Marks & Spencer | Reino Unido | 12.76 | 0.76 | http://www.marksandspencer.com/ |
| Kingfisher | Reino Unido | 17.67 | 0.28 | http://www.kingfisher.com/index.cfm?section=English&area=About_us&content=Timeline |
| Daiei | Japón | 18.61 | 1.15 | http://www.daiei.net/ |
| Aeon | Japón | 26.14 | 0.43 | http://www.aeon.info/aeoncorp/english/ |
| KarstadtQuelle | Alemania | 16.61 | 0.17 | http://www.karstadtquelle.com/englisch/1003.asp |

500 Nuevos Productos y Servicios con Gran Potencial de Mercado en los Estados Unidos
Capítulo 4: Productos Seleccionados

| Cuadro 4-12-8 | | | | |
|---|-------------|-------------------------|------------------------------|---|
| Sector Minerales no Metálicos: Principales Aliados Internacionales | | | | |
| Empresa | País | Ventas (US\$bil) | Utilidades US\$ (bil) | Pag Web |
| Saint-Gobain | Francia | 37.22 | 1.09 | http://www.saint-gobain.com/fr/html/index.asp |
| Bouygues Group | Francia | 23.37 | 0.7 | http://www.bouygues.fr/us/actualites/index.asp |
| Vinci Group | Francia | 22.77 | 0.5 | http://www.vinci.com/appli/vnc/vncfr.nsf/web/homepage.htm |
| Pinault-Printemps-Redoute | Francia | 30.64 | 1.67 | http://www.ppr.com/ |
| Rallye | Francia | 29.89 | 0.07 | |
| Fuente: Forbes y World Intellectual Property Organization | | | | |