

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

**SERVICIOS: ENTREVISTAS REALIZADAS**

Anexo 5-3

Consultor:



Proyecto realizado con el patrocinio de:



Proyecto auspiciado por:



Noviembre 1 de 2006

## SECTOR SERVICIOS –ENTREVISTAS REALIZADAS

ENTREVISTAS REALIZADAS:.....	3
EDITORIAL .....	7
CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO .....	7
TURISMO.....	8
AVIATUR .....	8
COLOMBIA UNLIMITED Y HOSTALES DE COLOMBIA .....	8
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	12
ATENTO COLOMBIA .....	12
TELECOMUNICACIONES .....	14
ORBITEL .....	14
SOFTWARE .....	15
SINERTIC .....	15
PSL PRODUCTORA DE SOFTWARE S.A. ....	16
SALUD .....	18
CLÍNICA DEL COUNTRY .....	18
CÁMARA DE LA SALUD (ANDI) .....	20
CENTRO DE GESTIÓN HOSPITALARIA.....	21
SEGUROS .....	23
SEGUROS BOLÍVAR .....	23
FASECOLDA.....	23
EDUCACIÓN .....	25
UNIVERSIDAD DEL NORTE.....	25
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES ASCUN.....	25

## ENTREVISTAS REALIZADAS:

### CULTURA

---

#### **ADRIANA MEJIA**

Cámara Colombiana del Libro  
Fecha: 28 Septiembre 2006

### EDUCACIÓN

---

#### **XIOMARA ZARUR**

Coordinadota de Programas Académicos  
Asociación Colombiana de Universidades ASCUN.  
Fecha: 21 Noviembre de 2006

#### **JESÚS FERRO BAYONA**

Rector  
Universidad del Norte  
Fecha: 28 Agosto 2006

### SALUD

---

#### **JULIO PORTOCARRERO**

Director  
Centro de Gestión Hospitalaria  
Fecha: 30 Octubre 2006

#### **CAMILO CASAS**

Cirujano Gastroenterólogo – Directivo y accionista Clínica del Country  
Clínica del Country  
Fecha: 25 Octubre 2006

#### **CARLOS JURADO**

Cámara de la Salud (ANDI)  
Fecha: 25 Octubre 2006

#### **GUSTAVO PINEDA**

Ortopedista  
Clínica del Country  
Fecha: 25 Octubre 2006

**HERNANDO ORDOÑEZ**

Cirujano Gastroenterólogo  
Clínica del Country  
Fecha: 25 Octubre 2006

**SEGUROS**

---

**REBECA HERRERA DÍAZ**

Directora de Asuntos Internacionales  
FASECOLDA  
Fecha: 20 Noviembre 2006

**DIEGO MAURICIO NEIRA**

Vicepresidente Técnico  
SEGUROS BOLÍVAR  
Fecha: 24 Noviembre de 2006

**SOFTWARE**

---

**JORGE ARAMBURO**

Presidente  
PSL Productora de Software S.A.  
Fecha: 30 Noviembre de 2006

**BRIDGITTE MAYORGA JAIMES**

Gerente General  
SINERTIC  
Fecha: 20 Noviembre 2006

**TELECOMUNICACIONES, TECNOLOGIA DE INFORMACION**

---

**JAIME ANDRÉS PLAZA**

ORBITEL  
Fecha: 21 NOVIEMBRE DE 2006

**ÁLVARO PINZÓN**

Gerente General  
ATENTO COLOMBIA  
Fecha: 10 Octubre 2006

---

## **TURISMO**

---

### **JEAN CLAUDE BESUDO**

Presidente

AVIATUR

Fecha: 26 Octubre de 2006

### **ALEJANDRA FAJARDO**

COLOMBIA UNLIMITED

Fecha: 27 Octubre de 2006

## **ENTREVISTAS INTERNACIONALES:**

---

### **SERGIO LÓPEZ**

Presidente de la Asociación de Zonas Francas de Guatemala.

Fecha: 2 Noviembre de 2006

### **CAROLINA CASTELLANOS**

Directora Ejecutiva de la Amcham, Guatemala

Fecha: 2 Noviembre de 2006

### **FANNY DE ESTRADA**

Directora Agexport, Guatemala

Fecha: 2 Noviembre de 2006

### **RODOLFO BATRES**

Director Invest Guatemala

Fecha: 3 Noviembre de 2006

### **EMMANUEL SEIDNER**

Director Pronacom, Guatemala

Fecha: 7 Noviembre de 2006

### **JULIA ROSA LIMA**

Directora Servicios de Exportación de Proesa, El Salvador

Fecha: 8 Noviembre de 2006

### **ENZO BETTAGLIO**

Director Ejecutivo de la Amcham, El Salvador

Fecha: 8 Noviembre de 2006

### **SILVIA CUELLAR**

Directora Coexport, El Salvador

Fecha: 8 Noviembre de 2006

**LUIS ARCE**

Director CAMTIC, Costa Rica  
Fecha: 10 Noviembre de 2006

**VANESSA GIBSON**

Directora Promoción de Servicios- CINDE, Costa Rica  
Fecha: 10 Noviembre de 2006

**SERGIO NAVAS**

Subdirector Cámara de Exportadores de Costa Rica  
Fecha: 13 Noviembre de 2006

**SERGIO NAVAS**

Subdirector Cámara de Exportadores de Costa Rica  
Fecha: 13 Noviembre de 2006

**LEONARDO REINA**

Director del Instituto de Comercio Exterior de Costa Rica  
Fecha: 14 Noviembre de 2006

**FRANCISCO GAMBOA**

Director Estudios Económicos de PROCOMER- Costa Rica  
Fecha: 14 Noviembre de 2006

## EDITORIAL

---

### **CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO**

ADRIANA MEJÍA

Directora

Fecha: 28 Septiembre 2006

Los servicios editoriales se presentan actualmente como un sector activo dentro de las exportaciones colombianas debido a la calidad de los procesos en Colombia y de los profesionales colombianos que intervienen en la cadena. El país se ha convertido en un destino atractivo para contratar servicios editoriales y de impresión, siendo importante diferenciar los servicios editoriales de los servicios gráficos o de impresión, pues aunque hacen parte de un mismo proceso son servicios diferentes.

Esto es así, pues uno y otro servicio se materializan en un bien final, sobre el cual no se encuentran del todo desagregadas las diferentes etapas de producción en cuanto a participación porcentual en el resultado.

En consecuencia, actualmente la exportación de servicios editoriales no se encuentra bien contabilizada o de alguna forma subvalorada, pues lo que se registra hoy en día es la exportación de un bien final (libro, material impreso, etc.) en donde va incluido el servicio editorial, pero sin contabilizarse para efectos estadísticos el porcentaje de participación del mismo.

Por lo anterior, es conveniente adelantar esfuerzos con miras a aislar o desligar el servicio editorial del resto de servicios que intervienen en la cadena de producción, con miras a promover el desarrollo del sector de manera independiente, aprovechando así las ventajas inherentes al mismo dado su carácter de intangible.

## **TURISMO**

### **AVIATUR**

JEAN CLAUDE BESUDO

Presidente

Fecha: 26 Octubre de 2006

Destinos como Cartagena, San Andrés, Providencia, Malpelo y Gorgona reciben algunos turistas norteamericanos.

Sin embargo, el motivo principal que impide la exportación de servicios de turismo al mercado de USA es el Travel Warning que pesa sobre el país. El turista norteamericano no viaja por razones de seguridad. De hecho, no se incluye a Colombia en los catálogos de viaje.

Es indispensable adelantar las gestiones diplomáticas a nivel de embajadas para que se modifique el Travel Warning para Colombia, identificando las zonas seguras del país, y excluyéndolos expresamente de la Advertencia. La ley de turismo sin duda va a colaborar con la promoción del sector pero no es la solución al problema.

Por ahora, los turistas mas frecuentes que visitan el país provienen de Israel, Ecuador, Perú y Centroamérica. Este turismo tiene una orientación básicamente ecológica y de parques. También hay un turismo de altísimo nivel a Cartagena.

La única manera de incentivar el turismo norteamericano es modificando el travel warning.

## **COLOMBIA UNLIMITED Y HOSTALES DE COLOMBIA**

COLOMBIA UNLIMITED

ALEJANDRA FAJARDO

HOSTALES DE COLOMBIA

RICARDO BARRAGÁN

Gerente

Fecha: 27 Octubre de 2006

COLOMBIA UNLIMITED es una idea novedosa en turismo que suministra asistencia al extranjero y servicio a la medida para el turista que visita el país. De la misma manera, esta empresa suministra apoyo en operaciones de logística en eventos para personas que provienen del exterior.

El objetivo fundamental de COLOMBIA UNLIMITED es el turismo receptivo: la compañía vende a Colombia en el exterior con turismo hecho a la medida con orientación especialmente cultural.

En la actualidad, la empresa vende el país en Europa y ha diseñado un plan estratégico en conjunto con HOSTALES DE COLOMBIA para conquistar el mercado de Estados Unidos, cuyo resumen ejecutivo se anexa.

La principal barrera que identifica COLOMBIA UNLIMITED para exportar servicios de turismo está en los índices de inseguridad. Adicionalmente, considera que existe una marcada ignorancia sobre el país en el exterior que debe ser corregida con el apoyo de entidades de promoción como PROEXPORT, así como a través de Embajadas y Consulados en el exterior.

El objetivo de COLOMBIA UNLIMITED es salir a buscar el turista en el exterior y no esperar a que éste llegue.

#### PROPUESTA PARA LA CONQUISTA DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS COLOMBIA UNLIMITED Y HOSTALES DE COLOMBIA

Conforme al creciente interés y gestión del Gobierno Nacional en la promoción exterior del turismo en Colombia y dada la actual coyuntura del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, Hostales de Colombia y Colombia Unlimited, con una larga trayectoria en hospedaje y asistencia a extranjeros que visitan nuestro país, conscientes de la necesidad existente de llenar un vacío en la oferta de servicios turísticos adecuados, consideramos éste el momento ideal para contribuir directamente en la búsqueda de nuevos mercados que repercutan de manera positiva en el desarrollo del inmenso potencial turístico de Colombia y la economía del país.

#### **Objetivo:**

La creación de una alianza estratégica entre Hostales de Colombia y Colombia Unlimited con el propósito de crear una oferta de servicios turísticos en Colombia dirigido al mercado de “alto nivel” de los Estados Unidos.

#### **Desarrollo:**

Se propone un viaje exploratorio a 5 ciudades de Estados Unidos (Nueva York, Boston, Washington, Chicago y San Francisco) con el objetivo de visitar agencias de viajes previamente perfiladas y editores de publicaciones especializadas en turismo que contribuyan de una manera directa y con su experiencia personal a cambiar positivamente la imagen de nuestro país.

Para tal efecto se considera indispensable un primer contacto directo con estas personas para romper estereotipos y motivar un conocimiento más profundo sobre el país, su gente, cultura y tradiciones y de manera complementaria hacer extensiva una invitación a Colombia en un viaje de familiarización, el cual sería una experiencia única para ellos poder transmitir y vender su propia vivencia.

**Oferta de Servicios:**

Hostales de Colombia y Colombia Unlimited trabajarán conjuntamente para ofrecer 6 destinos seleccionados por su infraestructura hotelera, fácil acceso, seguridad y variedad de actividades. Se brindará hospedaje de primera calidad en casas tradicionales representativas de las regiones destino, acompañamiento permanente y una inmersión en la cultura, historia, geografía, economía y otros temas de interés sobre el país.

Destinos:

- Bogotá
- Cartagena
- Quindío – Zona Cafetera
- Boyacá
- Llanos Orientales
- Santa Marta

El viaje de familiarización (FAM TRIP) para los invitados de agencias de viajes y publicaciones podría abarcar todos los destinos y se considerarían dos días por lugar.

**Necesidades:**

Para el adecuado desarrollo del objetivo se requiere la participación de las distintas instituciones u organizaciones que de alguna manera se relacionen con el tema de promoción de turismo en los destinos seleccionados.

Contactos con agencias, prensa y revistas de turismo en Estados Unidos.

- Proexport
- Embajada de Colombia en Washington
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Material de Presentación y Promoción:

- Proexport
- Promotoras de Turismo en Cartagena, Santa Marta y Quindío

- Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá
- Corporación Bogotá Dinámica
- Corporación de Turismo Villa de Leyva
- Casa de Boyacá
- Fondo de Promoción Turística de Colombia

Entrenamiento del Personal de Hotelería en Servicios Generales (SENA)

- Estandarización del servicio
- Cubrimiento a nivel nacional

**Financiación:**

Viaje Exploratorio a Estados Unidos: 2 personas

- Transporte aéreo / terrestre
- Hospedaje
- Alimentación

Viaje de Familiarización (FAM TRIP):

- Transporte aéreo / terrestre
- Hospedaje
- Alimentación

## TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

### ATENTO COLOMBIA

ÁLVARO PINZÓN

Gerente General

Fecha: 10 Octubre 2006

ATENTO COLOMBIA cuenta con 2 plataformas de operación en Bogotá, una en El Dorado y otra en el Royal Plaza. Es una inversión 100% española que también tiene asiento en Perú. Exporta 30 millones de Euros a España, Comunidad Andina y Centroamérica. También han tenido experiencia exportando a Estados Unidos manejando el mercado hispano para la venta de planes de larga distancia a sus países.

Los Contact Centres tienen todas las posibilidades de éxito en Colombia en la medida en que son un negocio expansivo y multiplicador (la facturación se multiplica por estación de servicio en la medida en que se cubren varios turnos al día).

Actualmente cuenta con 3000 estaciones que ocupan más de 5000 personas: 2.5 trabajadores por estación. La diferencia de horario multiplica la capacidad de servicio (negocio expansivo). Por ahora este segmento se multiplica sin incentivos tributarios o de otra índole, generando gran cantidad de empleos.

En este negocio, el riesgo país no pesa. No hay que esperar a que el país se pacifique a que la imagen del país cambie para iniciar con buenos resultados.

En la actualidad, ATENTO COLOMBIA trabaja básicamente en idioma español y portugués, pero también puede hacerlo en inglés.

Encontrar trabajadores bilingües es una dificultad. No obstante, ATENTO a trabajado en la solución del problema constituyéndose en un centro de enseñanza incursionando en la enseñanza del inglés a través del e-learning.

Colombia presenta ventajas competitivas importantes que lo hacen muy interesante en este negocio:

- la ubicación geográfica y la diferencia horaria
- Tiene infraestructura de comunicaciones
- Buen nivel educativo
- mano de obra a precios competitivos, que es en últimas, lo que motiva la deslocalización en este país.

Este sector es intensivo en mano de obra. Es la gente la que hace el negocio. Dado que el sector no tiene incentivos tributarios y que países como Argentina y Perú comienzan a presentarse como una alternativa en mano de obra barata, se requiere apoyo gubernamental para mantener la competitividad y seguir exportando no solo a la CAN y Centroamérica, sino a otros destinos como Estados Unidos.

## TELECOMUNICACIONES

### ORBITEL

JAIME ANDRÉS PLAZA

Secretario General

Fecha: 21 Noviembre de 2006

ORBITEL cuenta con una filiar en el Estado de la Florida desde donde presta servicios de terminación de tráfico de larga distancia hacia Colombia. Por ahora, la compañía no vende servicios de manera transfronteriza, no obstante lo cual manifiesta que competir con las empresas norteamericanas resulta difícil, especialmente porque los bienes de capital utilizados se importan de otros países, generalmente distintos de Estados Unidos, por lo que mecanismos especiales de importación como el Plan Vallejo de Servicios, resultarían muy útiles.

Adicionalmente reportan que el régimen de impuestos vigente para servicios les resulta desfavorable por lo que solicitarían la implementación de un régimen impositivo que favorezca la exportación de servicios.

Sus servicios de call centres y contact centres los contratan con otras empresas como TELEDATOS, ATENTO COLOMBIA y UNE, entre otros. Sin embargo, manifiesta que la prestación de esta clase de servicios desde Colombia resultaría mas competitiva con la aplicación de mecanismos especiales de comercio exterior como zonas francas y Plan Vallejo de Servicios.

## SOFTWARE

### SINERTIC

BRIDGITTE MAYORGA JAIMES

Gerente General

Fecha: 20 Noviembre 2006

El Cluster SinerTIC es el resultado de la asociación de veinticinco empresas colombianas de la industria de Tecnologías de la Información y Comunicación, operando bajo esquemas de cooperación y asociatividad empresarial desde noviembre de 2002, para afrontar los grandes cambios generados en el mercado globalizado.

Cuenta con más de 1200 empleados y 3500 clientes que certifican la participación permanente, activa y comprometida en los procesos, sumado a la alta calidad en servicios y productos, siempre bajo una ética y respeto que demuestran la grandeza y seriedad de cada una de las empresas.

En opinión de SinerTIC, el bilingüismo es fundamental en esta industria, por lo que es una necesidad a la que debe darse prioridad, especialmente si el país aspira a insertarse exitosamente en el mercado de software en Estados Unidos.-

A pesar de que el país cuenta con buenas telecomunicaciones que le sirven para arrancar, algunas empresas se quejan de que los canales son lentos, por lo que esfuerzos adicionales deben adelantarse en este sentido.

SINERTIC manifiesta que el sector demanda una reconversión del software elaborado artesanalmente a su elaboración a un nivel más técnico. De la misma manera reconoce que el país por ahora no tiene la potencialidad de exportar por la vía del licenciamiento de programas sino por programas hechos a la medida del cliente que se exportarían en virtud de un contrato de prestación de servicios por "Otros Servicios privados – servicios prestados a empresas". Los nichos potenciales podrían estar en empresas de propiedad de emigrantes que conocen la calidad del trabajo que se hace en Colombia, pero no identifica un nicho determinado hacia el cual focalizar los esfuerzos.

Es así como los desarrollos de software a la medida son los que más se demandan en el mercado norteamericano. No obstante, para prestar este servicio exitosamente adicionalmente se requiere de la implementación de mejores prácticas (CMMI entre otras), empeño éste en donde el país ya ha comenzado a trabajar. De hecho se implementa conjuntamente con el SENA una iniciativa en donde se busca llevar estas mejores prácticas a empresas pymes. Entidades como CONCIENCIAS han tomado igualmente interés en este asunto.

El país necesita contar así mismo con personal altamente especializado que responda a las necesidades de las empresas y al tipo de desarrollo que se pretende implementar. Los técnicos que se vienen formando no responden a cabalidad con estas necesidades.

Específicamente para el mercado de USA, además de la barrera del inglés se identifica la necesidad de obtener VISAS con facilidad para atender dicho mercado, así como el requerimiento por parte del cliente de tener una oficina en territorio norteamericano o por lo menos un representante.

Identifica como potenciales desarrollos de software asociados a la exportación de determinados productos (trazabilidad). Considera que el trabajo a partir de asociaciones de empresas ayuda a generar economías de escala y mejora la imagen hacia fuera.

De la misma manera, SINERTIC propone la identificación de aliados estratégicos en el mercado, identificando sus fortalezas, de manera que Colombia centre su potencial en aquellos productos que sus aliados no producen, generando sinergias y complementación.

SINERTIC encuentra viable como mecanismo exportador, el trabajo con las cadenas productivas con el fin de desarrollar software que contribuya a tecnificar el trabajo en cadena, informando que se han iniciado trabajos en la cadena agroindustrial, de donde la mesa concluye que un trabajo conjunto Gobierno – Sector privado, enfocado por cadenas productivas puede resultar en desarrollos de software que se potenciarían con los productos a los cuales sirven. Con ello quedaría igualmente satisfecha la solicitud del MINCOMEX en el sentido de identificar no solo servicios que por sí mismos tengan potencial, sino servicios que puedan ir ligados a los bienes que demanda USA. Adicionalmente, las soluciones por cadenas permiten involucrar otros servicios como el de electrónica y comunicaciones.

## **PSL PRODUCTORA DE SOFTWARE S.A.**

JORGE ARAMBURO

Presidente

Fecha: 30 Noviembre de 2006

PSL, Productora de Software S.A, es una compañía colombiana proveedora de productos y servicios en el área de tecnologías de la información, mundialmente destacada por la adopción de mejores prácticas y técnicas de ingeniería. En mayo de 2006 le fue conferido el más importante y prestigioso premio en Ingeniería de Software en el mundo. El galardón, denominado **Software Process Achievement Award**, es otorgado por la IEEE Computer Society con el co patrocinio del Software Engineering Institute de los Estados Unidos. Es el más alto

reconocimiento que en el mundo pueda recibir una compañía por la excelencia y calidad de sus procesos de software.

Para Jorge Aramburu, la exportación de servicios de valor agregado a Estados Unidos requiere que el país se pueda comunicar en inglés. El país requiere con urgencia ser bilingüe.

Adicionalmente, el tema VISA sigue siendo un impedimento muy importante. La dificultad para obtener visas impide que colombianos exitosos ingresen a Estados Unidos para vender su producto o para suministrar soporte y atender ese mercado.

De la misma manera, la legislación colombiana debe ser revisada para corregir las diferencias impositivas existentes para la exportación de servicios (Renta, IVA y Registro de Contratos).

El país debe trabajar intensamente en establecer “mejores prácticas demostrables”. Tenemos algunas ventajas de costos (sobre todo en mano de obra), pero no tenemos mejores prácticas demostrables (hechos, datos y resultados que se reflejen en calificaciones internacionales como CMM, CMMI), lo cual nos permitirá adquirir la competitividad mundial que requerimos.

Es así como el país requiere con urgencia formar personal bilingüe e insistir en capacitar este personal a partir de centros o institutos de tecnología superespecializados. No es suficiente con tener muchos técnicos mediocremente formados.

## SALUD

---

### CLÍNICA DEL COUNTRY

CAMILO CASAS

Cirujano Gastroenterólogo – Directivo y accionista Clínica del Country

Fecha: 25 Octubre 2006

El Doctor Camilo Casas se ha desempeñado como cirujano general por más de 20 años y ha estado involucrado en la dirección de la Clínica del Country por las últimas décadas, siendo actualmente uno de los principales accionistas.

Actualmente, señala, se están exportando servicios de salud a los siguientes países:

- Surinam (Contrato con el gobierno de ese país para el tratamiento de patologías no tratables en ese país)
- Estados Unidos
- Aruba, Barbados y otras islas del caribe.

Dentro de los servicios médicos que se están demandando por Estados Unidos, identifica los siguientes:

- Cirugía plástica
- Cardiología

Considera que actualmente de los servicios demandados por Estados Unidos todos ellos son susceptibles de ser prestados en el país, pues se cuenta con profesionales capacitados y toda la infraestructura necesaria.

Dentro de las ventajas que ofrece el país para la prestación de servicios de salud, considera que el tema fundamentalmente está dado por los precios competitivos que actualmente se ofrecen, en relación con los de otros países; y como desventaja identifica el tema de la inseguridad como una barrera en la exportación de servicios.

Considera que para exportar mas eficientemente los servicios, es necesaria una colaboración estatal para el manejo y concesión de certificaciones, pues de una parte, la acreditación internacional se ha convertido en un parámetro definitivo a la hora de contratar un servicio en el extranjero, y de otra, porque los procedimientos actuales de acreditación en el país suponen tramites demasiado engorrosos que dificultan y desincentivan a las entidades para entrar en estos procesos.

Igualmente, considera necesario trabajar con las grandes aseguradoras (a nivel nacional e internacional) y dirigir la promoción de exportación de servicios médicos a nivel gubernamental hacia éstas, pues son aquellas quienes determinan el lugar donde habrán de tratarse sus afiliados, debiendo aquí tenerse en cuenta la importancia que éstas otorgan a los establecimientos certificados.

**GUSTAVO PINEDA**

Ortopedista

Clínica del Country

Fecha: 25 Octubre 2006

Dentro de los países a los cuales se están exportando servicios médicos actualmente, identifica el Dr. Pineda los siguientes:

- Estados Unidos
- Aruba
- Empleados de cruceros de bandera de diferentes países.

Dentro de los servicios médicos que actualmente se están demandando en mayor cantidad se encuentran:

- Cirugía plástica
- Cardiología
- Y dentro de ortopedia: tumores, cirugía de mano y de rodilla, procedimientos de columna

A su vez, dentro de los servicios médicos que no se ofrecen actualmente en el país y que podrían llegar a tener potencial de exportación, se identifican a nivel de ortopedia, los reemplazos articulares y la cirugía artroscópica.

Dentro de las ventajas que identifica en el país para la exportación de servicios, está principalmente el tema de los costos; y como desventaja, identifica el idioma como barrera, la falta de coordinación para armar, promocionar y vender planes o paquetes completos en materia de salud a extranjeros y algunos asuntos por facturación.

**HERNANDO ORDOÑEZ**

Cirujano Gastroenterólogo

Clínica del Country

Fecha: 25 Octubre 2006

El doctor Hernando Ordóñez se ha desempeñado como cirujano por más de 20 años, habiendo sido director de la Clínica del Country y dentro de su experiencia en relación con la exportación de servicios médicos encuentra lo siguiente:

Actualmente, señala, se están demandando servicios de salud por parte de Estados Unidos, Panamá, Puerto Rico, Aruba y otras islas del caribe. Dentro de los servicios que más se están demandando identifica los siguientes y en ese orden:

- Cirugía plástica
- Cirugía general
- Oftalmología
- Ortopedia
- Urología

Encuentra igualmente que dentro de los servicios que se están demandando, además de los anteriores, el país se encuentra en plena capacidad de ofrecerlos y por tanto exportarlos, pues se cuenta con los profesionales indicados, los equipos necesarios y la infraestructura adecuada.

Como ventajas en la exportación de servicios de salud que ofrece el país encuentra principalmente que es por el bajo costo de los servicios y la profesionalidad del servicio que tiene potencial, y a su vez como desventaja, el tema de las complicaciones de los procedimientos y la inseguridad del país.

Como incentivo para promover las exportaciones, señala la importancia de la promoción a nivel gubernamental y en el exterior de los servicios médicos que Colombia se encuentra en capacidad de ofrecer.

**CÁMARA DE LA SALUD (ANDI)**

CARLOS JURADO

Director

Fecha: 25 Octubre 2006

Señala la importancia de traer los pacientes al país, a través de mecanismos que lo hagan un destino atractivo, así como de implementar un proceso de certificación en las entidades nacionales de salud.

En cuanto a los pacientes, se hace necesario el desplazamiento de los mismos al país para la exportación del servicio, teniendo en cuenta que las posibilidades de prestar servicios médicos en el extranjero y principalmente en Estados Unidos revisten varias dificultades por los particulares requisitos que son exigidos.

Los procesos de certificación por su parte, señala, resultan fundamentales a la hora de hacer alianzas, no obstante, para el tratamiento de pacientes individuales no resulta del todo determinante.

Adicionalmente, considera que la mejor opción para el tratamiento de pacientes extranjeros es tratar de buscar el paciente asegurado, en la medida en que resultaría sumamente beneficioso para el país convertirse en un destino de las aseguradoras para el tratamiento de sus afiliados.

En materia de telemedicina, señala que competir contra Estados Unidos no es viable, pues allá llevan con estos procedimientos mucho más años de desarrollo y experiencia que en Colombia.

Finalmente, ratifica los servicios identificados en el estudio CENDEX, como aquellos de mayor potencial de exportación al mercado de Estados Unidos, incluyéndose entre otros:

- Odontología
- Procedimientos estéticos
- Cardiología
- Oncología

## **CENTRO DE GESTIÓN HOSPITALARIA**

JULIO PORTOCARRERO

Director

Fecha: 30 Octubre de 2006

El Centro de Gestión Hospitalaria es una institución que trabaja por el mejoramiento de la calidad en la atención en salud, apoyando la gestión de las entidades prestadoras salud, con este fin.

El país viene haciendo algunos intentos aislados en la exportación de servicios de salud, específicamente al mercado de los Estados Unidos. No obstante, la exportación organizada y exitosa de servicios de salud a ese mercado demanda de algunos aspectos importantes a saber:

1. Calidad: Colombia no ha demostrado a nivel internacional la calidad de servicios, salvo por algunos casos aislados. La Acreditación en salud sería un instrumento para alcanzar esta meta. Algunos hospitales como el Pablo Tobón, el

Hospital IMBANACO, el Instituto del Corazón de la Fundación Cardiovascular, el Policlínico del Olaya y el Hospital Pablo VI de Bosa, han avanzado en este proceso.

2. Competencia en Salud: la exportación de servicios de salud debe hacerse a nivel de producto (proceso) específico y no de institución. Para ello es necesario desarrollar “centros de excelencia” entendidos como grupos de profesionales que por tener grande volúmenes de un procedimiento específico avanza rápidamente en la curva de aprendizaje generando menor cantidad de eventos adversos, menores costos y mejoramiento de los resultados.

Dentro de las especialidades que podrían tener potencial en exportación de servicios se encuentra la oftalmología, la cardiología y la ortopedia. La idea es examinar cada institución para descubrir que en que procedimientos tiene fortalezas que la puedan llevar a construir centros de excelencia con calidad de exportación.

De la misma manera puede explorarse otra forma de servicios susceptibles de prestarse transfronterizamente tales como la lectura de imágenes diagnósticas, sin perjuicio de que se efectúe un entrenamiento riguroso y especializado en la lectura de las mismas.

## **SEGUROS**

### **SEGUROS BOLÍVAR**

DIEGO MAURICIO NEIRA

Vicepresidente Técnico

Fecha: 24 Noviembre de 2006

De acuerdo con las evaluaciones realizadas por la compañía en lo relativo a los efectos futuros del TLC en el sector, el Dr. Neira manifiesta que la competencia proveniente de Estados Unidos resulta poco preocupante en la medida en que las grandes compañías de seguros norteamericanas ya se encuentran instaladas en el país.

De la misma manera identifican oportunidades de negocio interesantes en el Estado de la Florida orientadas a atender un mercado latino y colombiano. Lo propio sucede en los estados de California y Texas. En estos mercados existen nichos a explorar en los seguros para autos, vida y casas. De acuerdo con lo manifestado por el Dr. Neira, el volumen en primas en la Florida sería casi igual al de todo Colombia en estos tres segmentos.

Por ahora, el sector no tiene experiencia exportadora al mercado de Estados Unidos. Sus principales mercados de exportación están en el mercado andino. No obstante, no consideran que la competencia una verdadera amenaza y creen que la pueden enfrentar. Consideran que la cercanía con el público en este negocio pesa mucho y genera confianza.

Manifiesta que el sector demandaría estudios de mercado serios para ver el potencial del mercado latino y el colombiano. De la misma manera se requiere de análisis y estudios sobre la competencia para proceder a seleccionar los seguros con mayor potencial.

Finalmente manifiesta que las cifras en importaciones que reporta el sector en las estadísticas de Estados Unidos pueden deberse no solo a la contabilización de seguros por tráfico de mercancías, sino a los reaseguros.

### **FASECOLDA**

REBECA HERRERA DÍAZ

Directora de Asuntos Internacionales

Fecha: 20 Noviembre 2006

Actualmente el sector asegurador no exporta seguros al mercado de Estados Unidos. Sus exportaciones están principalmente dirigidas a la Comunidad Andina y Centroamérica. No obstante, el sector comienza a estudiar la viabilidad de

llegar a Estados Unidos por la vía de instalación de sucursales (lo cual era posible aun antes del acuerdo).

Estados Unidos demanda importantemente seguros de vida y salud que Colombia podría prestar. No obstante, resulta difícil competir con los prestadores norteamericanos de estos mismos servicios. Ayudaría mejorar la reglamentación interna de esta clase de seguros.

Dentro de las barreras que se identifican para la exportación de seguros están las regulaciones federales. Aun cuando se permita la instalación de una sucursal, el cumplimiento de los requisitos estatales puede llegar a ser complejo. En lo que a las tarifas de impuestos respecta, somos competitivos en la medida en que la tarifa de IVA para seguros generales es de 16% en tanto que la tarifa para este mismo seguro a nivel mundial es de 19% en promedio. Los seguros de vida no están gravados con IVA.

La razón por la cual los seguros se presentan como un reglón de las importaciones muy dinámico en USA, puede adjudicarse a la operación de comercio internacional de mercancías negociada CIF. Lo propio sucede con el reglón de reaseguros que generalmente se negocia con Europa.

Conforme a lo anterior, para generar exportaciones de seguros al mercado de Estados Unidos, el sector debe comenzar a explorar la instalación de sucursales en los diferentes Estados, midiendo cuidadosamente las barreras estatales que impiden el acceso. Lo anterior debido a que la venta transfronteriza de seguros (soliciting) no es una opción (solo se permite entre Estados de la Unión Europea cuando la compañía está plenamente acreditada en uno de los Estado miembros de la Unión).

Adicionalmente, debe mejorarse a nivel de agenda interna la regulación vinculada con seguridad social/renta vitalicia/ para mejorar la competitividad en este ramo. De la misma manera debe trabajarse en mejorar los flujos de información entre el fondo de pensiones y la aseguradora respecto de quien se va a pensionar.

La recomendación apunta al diseño de nuevos servicios ligados a innovación financiera que sean ensayados primero en Colombia para entrar con éxito en el mercado de Estados Unidos.

## **EDUCACIÓN**

### **UNIVERSIDAD DEL NORTE**

JESÚS FERRO BAYONA

Rector

Fecha: 28 Agosto 2006

Se cuenta con la presencia del Rector de la Universidad del Norte quien manifiesta que la exportación del servicio de enseñanza del español ha demostrado tener un enorme potencial. Evaluaciones adelantadas por la Universidad, identifican que el Estado de Texas tiene requerimientos de este servicio, al igual que Estados con predominio de población hispana como la Florida.

Se le solicita opinar sobre formulas planteadas por Araujo Ibarra & Asociados como la exportación de profesores especialmente entrenados y especializados en la enseñanza del español. Al respecto manifiesta que esta puede ser la opción más viable en la medida en que los problemas de seguridad en Colombia y el Warning Traveling del Departamento de Estado de USA evitan que estudiantes estadounidenses vengan a Colombia a aprender español. No obstante, la opción sería viable en Cartagena y Barranquilla.

Adicionalmente anota el Rector de la Universidad del Norte que la universidad viene trabajando en el fortalecimiento de su centro de idiomas con miras a implementar este tipo de servicios. Manifiesta así mismo que la Universidad ha incursionado con éxito en la enseñanza del español a personal de empresas norteamericanas instaladas en Colombia, como por ejemplo, personal de Drummond en el Cerrejón.

De la misma manera se plantea como un espacio a explorar la posibilidad de exportar cursos virtuales de enseñanza del idioma (e - learning), lo cual contribuiría a facilitar la exportación del servicio.

Finalmente se sugiere explorar la posibilidad de exportar la capacitación de docentes en Estados Unidos que a su turno sirvan de multiplicadores del idioma en ese país.

### **ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES ASCUN.**

XIOMARA ZARUR

Coordinadora de Programas Académicos

Fecha: 21 Noviembre de 2006

ASCUN identifica en la exportación de servicios de educación un enorme potencial. El conjunto de Universidades están trabajando en el mejoramiento de

su calidad, obteniendo la acreditación respectiva, además de los procesos ISO, en el entendido de que la calidad demostrable infunde confianza y credibilidad para competir a nivel internacional.

12 Universidades colombianas (Javeriana, EAFIT, Norte, Antioquia, Andes, Externado, Valle, Tecnología de Pereira, Sabana, Bolivariana, Rosario), además de la Universidad Nacional, se encuentran acreditadas nacionalmente, lo anterior sin considerar los más de 400 programas acreditados por el Consejo Nacional de Acreditación.

Adicionalmente, los centros de educación superior trabajan en la obtención del reconocimiento internacional de sus acreditaciones, especialmente en el espacio iberoamericano.

En su criterio, el modo 1 (transfronterizo) es el que ofrece mayores facilidades de exportación, a través de la implementación de programas de educación a distancia o virtual. No obstante, este mecanismo requiere del desarrollo de objetivos de aprendizaje autoinstructivo que es la inversión más grande que debe enfrentar el sector para exportar por esta vía.

Este potencial exportador se ve respaldado por el Mapa de Ruta que recientemente acaba de publicar el Ministerio de Educación en coordinación con PROEXPORT para la exportación de estos servicios al Estado de La Florida y en donde se efectúan recomendaciones para exportar por los cuatro modos.

La exportación de servicios por modo 2 (consumo en el extranjero) se vislumbra más difícil debido a la existencia del Travel Warning que previene el flujo de estudiantes a Colombia. No obstante, no se descarta en la medida en que se avance en la exigencia de certificación del español como segunda lengua (proceso que en la actualidad se adelanta con España), lo cual abriría un espectro muy amplio para formar personal en el dominio del español, mediante la utilización de cualquiera de los modos disponibles.

ASCUA apoya la internacionalización de la educación a través de la promoción de programas de intercambio y movilidad, y procesos para hacer visible a nivel internacional la educación superior.

Algunas de las acciones que podrían contribuir a impulsar el sector son:

- Mejoramiento en las condiciones para el otorgamiento de visas.
- Acompañamiento gubernamental para la celebración de alianzas estratégicas en el exterior.
- Promoción de la educación colombiana en los mercados externos.