

APERTURA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO

CAROLINA ROSSI LAZO

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA
2006

APERTURA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO

CAROLINA ROSSI LAZO

Trabajo de grado, presentado para optar al título de Profesional en Finanzas y
Negocios Internacionales

Asesor

RAUL ACOSTA MEZA

Economista

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA

2006

Nota de aceptación

Firma de presidente del jurado

Firma del Jurado

Firma del jurado

Cartagena, 30 de Octubre de 2006

Cartagena de Indias, 30 de Octubre de 2006

Señores

COMITÉ DE EVALUACION DE PROYECTOS

Universidad Tecnológica de Bolívar

Programa de Finanzas y Negocios Internacionales

La Ciudad

Respetados Señores:

Con la presente me permito presentar antes ustedes para su consideración, estudio y aprobación el proyecto de grado titulado “**APERTURA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO**”, para optar al título de profesional en Finanzas y Negocios Internacionales.

Agradeciendo de antemano la atención prestada.

Cordialmente,

CAROLINA ROSSI LAZO

Cod: 02-16-901

Cartagena de Indias, 30 de Octubre de 2006

Señores

COMITÉ DE EVALUACION DE PROYECTOS

Universidad Tecnológica de Bolívar

Programa de Finanzas y Negocios Internacionales

La Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente me permito someter a su consideración, estudio y aprobación el proyecto de grado titulado “**APERTURA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO**”, realizado por la estudiante CAROLINA ROSSI, quien lo presenta a ustedes para optar el título de profesional en Finanzas y Negocios Internacionales, el cual he asesorado y dirigido.

Agradeciendo de antemano la atención prestada.

Cordialmente,

RAUL ACOSTA MEZA

Docente Tiempo completo

RESUMEN

TITULO

APERTURA COMERCIAL Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA DE CALZADO

AUTOR

CAROLINA ROSSI LAZO

DESCRIPCION

Analizar el impacto de la apertura comercial en el sector de calzado en, mediante la realización de un estudio detallado del sector en Colombia y el mundo, análisis del comercio internacional, los diferentes acuerdos comerciales en los que participa Colombia. Además, análisis de las perspectivas y oportunidades del sector frente al tratado de libre comercio con estados unidos y el impacto del creciente mercado chino en el sector de calzado en Colombia y el mundo.

METODOLOGIA

La investigación es de tipo cuantitativo busca describir el sector, analizar y compilar la información existente ya que mucha de ella se encuentra dispersa, además ver de cerca la problemática del sector frente a la amenaza constante de la competencia en el mercado internacional.

RESULTADOS

En el presente trabajo se analizó la evolución e impacto del sector de calzado desde los inicios de la apertura económica en Colombia y como ha cambiado el panorama de la industria ante nuevos agentes.

Inicialmente se reflexionó acerca del sector en Colombia se encontró que el sector posee muchas ventajas competitivas dada su experiencia y tradición, además la calidad de sus productos se destaca no solo a nivel nacional sino internacional, sin embargo existen ciertas debilidades que deben ser atendidas con prontitud y dependen más de la acción de los empresarios del gremio más que del gobierno. Primeramente, se concluye que el tratamiento del cuero y manejo de las pieles debe mejorarse para obtener una materia prima de mejor calidad; y segundo, los empresarios deben asociarse en pro de unir esfuerzos ante los problemas internos y retos que se aviesinan con los competidores en el exterior.

La Apertura Comercial y la Globalización condicionan cada vez más el mercado internacional del Calzado, el comercio mundial de calzado ha crecido en gran volumen en los últimos 10 años donde han entrado nuevos competidores al mercado con ventajas de bajo costo y tecnología que ha desviado la producción hacia estas zonas y convirtiéndose en los líderes mundiales de Calzado, como lo es China. Sin embargo, con el estudio se puede concluir que Colombia tiene altas posibilidades de permanecer y aumentar su participación en el mercado internacional gracias a los Acuerdos Comerciales en los que participa el país, que le brindan ventajas en la entrada de sus productos, sin embargo simbolizan un reto para la industria porque debe mejorar en productividad, calidad y diferenciación del producto "Made in Colombia".

Finalmente, se concluyó que la Apertura comercial le abre las puertas al crecimiento del sector mediante el aumento del comercio y la inversión nacional y extranjera.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	1
0. ANTEPROYECTO DE INVESTIGACION	
0.1. DISEÑO DEL TRABAJO	
0.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
0.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
0.1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	12
0.2. OBJETIVOS	13
0.2.1. OBJETIVO GENERAL	
0.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	
0.3. JUSTIFICACIÓN	14
0.4. MARCO DE REFERENCIA	
0.4.1. MARCO TEÓRICO	17
0.4.2. MARCO CONCEPTUAL	25
0.5. METODOLOGÍA	29
1. EL SECTOR DE CALZADO	
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA	31
1.2. ANÁLISIS DEL EXTERIOR DEL SECTOR	
1.2.1 GENERALIDADES	40

1.2.2	COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR	45
2.	PRINCIPAL PARTICIPACION DE COLOMBIA EN ACUERDOS COMERCIALES:" ¿COMO HAN AFECTADO AI PAIS Y AL SECTOR DE CALZADO?"	57
3.	PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES DEL SECTOR FRENTE AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS.	74
3.1.	QUE SUCEDE CON EL SECTOR DE CALZADO	77
3.2.	IMPACTO DEL TLC EN LA ECONOMIA COLOMBIANA	87
4.	IMPACTO COMERCIAL DE CHINA EN EL COMERCIO DE CALZADO	96
4.1.	IMPACTO EN EL COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA.	106
5.	CONCLUSIÓN	116
6.	BIBLIOGRAFÍA	121
	ANEXOS	124
	GLOSARIO	145

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Exportadores de calzado, participación en el mercado mundial	44
Cuadro 2. Exportaciones Colombianas de Calzado 2000 - 2005	45
Cuadro 3. Exportaciones de Calzado por departamentos 2002 - 2005.	46
Cuadro 4. Principales destinos de Colombia en exportación de Calzado 2002 - 2005	47
Cuadro 5. Origen de las importaciones de Colombia en el sector Calzado	51
Cuadro 6. Principales productos importados por Colombia en el sector de Calzado.	52
Cuadro 7. Importaciones de calzado de Estados Unidos 2002 - 2004	61
Cuadro 8. Exportaciones totales de Colombia a países de la Comunidad Andina 2002 - 2005	64
Cuadro 9. Exportaciones de calzado a la Comunidad Andina 2002 - 2005	66
Cuadro 10. Importaciones Totales de la CAN vs. Importaciones desde Colombia en el sector de calzado en 2005.	67
Cuadro 11. Exportaciones de calzado a la Comunidad del Caribe 2002 - 2005	72
Cuadro 12. Estados Unidos: Importación y principales proveedores de productos de la cadena.	78
Cuadro 13. Estados Unidos: Importaciones de la cadena, otros orígenes.	79
Cuadro 14. Balanza Comercial China 2003 - 2005	99
Cuadro 15. Principales socios comerciales de China en 2005.	100
Cuadro 16. Balanza comercial Bilateral Colombia - China 2003 - 2005	106
Cuadro 17. Productos importados por Colombia de origen Chino 2001 - 2004	111

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1 Utilización del Cuero en el Comercio Internacional	31
Gráfico 2 Cadena de Cuero, Calzado y Manufacturas. Participación en el total de la cadena	34
Gráfico 3 Exportaciones de la Cadena Cuero, Calzado y Manufacturas de Cuero	34
Gráfico 4 Participación total de la cadena en la generación de empleo del país	36
Gráfico 5 Variación anual del índice de la Producción Real	38
Gráfico 6 Producción mundial de calzado por regiones.	42
Gráfico 7 Importaciones de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero y Porcentaje de importaciones 2002 - 2004	49
Gráfico 8 Participación de las importaciones en la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero.	50
Gráfico 9 Importaciones de Calzado 1993 - 2004	51
Gráfico 10 Exportaciones de calzado y Balanza comercial 1993 - 2004	53
Gráfico 11 Participación en Exportaciones Intercomunitarias 2000 - 2004	65
Gráfico 12 Exportaciones del sector 2005 a los países de la Comunidad Andina.	66
Gráfico 13 Balanza Comercial sector de calzado CAN en 2005.	68
Gráfico 14 Situación de los productos de la cadena del cuero, calzado y manufacturas de cuero en el mercado de Estados Unidos.	82
Gráfico 15 Crecimiento económico de Chi	97
Gráfico 16 Superávit comercial China 2003 - 2005	99
Gráfico 17 Déficit comercial Bilateral 2003 - 2005	107

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A Descripción de posiciones arancelarias relacionadas al sector del calzado. Capítulo 64.	124
ANEXO B Destino de las exportaciones de calzado (capítulo 64) de Colombia 2002 - 2005.	125
ANEXO C Estrategias competitivas para que la visión de esta cadena para el año 2015, documento CONPES 3297 de 2004.	127
ANEXO D Posiciones arancelarias de Estados Unidos y respectiva descripción y Posiciones arancelarias de Colombia que corresponden a dicha descripción y partida.	129
ANEXO E Lista arancelaria de Estados Unidos. Tabla de desgravación.	136
ANEXO F Lista arancelaria de Colombia. Tabla de Desgravación	147

INTRODUCCION

En los últimos años se aceleró la tendencia de la apertura comercial en el mundo y la internacionalización de las economías, lo cual convirtió la percepción de que la globalización estaba instaurándose en una realidad. En efecto, el intercambio comercial creció a tasas más altas que la producción mundial en los últimos años, aunque aún estemos lejos de contar con un comercio libre que asegure igualdad de condiciones, mecanismos ágiles y transparentes para la solución de controversias y disminución de las prácticas desleales, lo cual perjudica fundamentalmente a los países más pequeños.

Colombia no ha sido la excepción a este cambio. Durante los primeros años de la década de los noventa se llevó a cabo un proceso de apertura económica y liberalización del comercio internacional. Sin embargo Colombia aún está lejos de los líderes del comercio mundial. Como parte de la política comercial, el Gobierno negocia acuerdos internacionales que eliminen barreras al acceso, estimulen la inversión extranjera y faciliten la reasignación de recursos hacia actividades más productivas. A pesar de que parezcan tender a aumentar la participación de Colombia dentro del comercio internacional, estas pueden no resultar del todo exitosas para algunos sectores de la economía pero de igual forma beneficia a muchos en un país que esta en vía de desarrollo. Sin embargo, estos desarrollan la búsqueda de aumentos en la competitividad que permitan, a su vez, ampliar, sostener e incrementar la participación de la capacidad productiva nacional en la producción mundial.

La industria del calzado fue constituida hace 90 años en el departamento de Valle del Cauca y hoy representa el 4,5% del total de la industria colombiana. La infraestructura implementada por nuestro país nos ha permitido posicionar

este sector como uno de los líderes en una actividad que actualmente ocupa el cuarto lugar en productividad en Latinoamérica. En la actualidad, el principal centro de producción es Antioquia, seguido por Bogotá, Valle del Cauca, Santander y Atlántico.

Este sector durante los últimos 6 años ha experimentado crecimientos asombrosos no solamente en su capacidad de producción sino en el desarrollo de nuevos parques industriales y en los altos niveles de generación de empleo llegando a aportar 60 mil puestos de trabajos directos ocupando el 1,6% de la industria nacional, además ha mostrado un crecimiento en el volumen de exportaciones de Colombia hoy alcanza el 50% de los productos de este sector, teniendo como principal socio comercial Venezuela, seguido por Estados Unidos, México y Ecuador, entre otros de América Central y Europa; las condiciones que contribuyeron al desarrollo de la actividad industrial de este sector han venido cambiando a lo largo de los últimos tres años desarrollando una producción flexible según las necesidades de cada cliente y las especificaciones del mercado, entre otros cambios que de no anticiparlos podrían poner en riesgo la sostenibilidad del negocio en el mediano plazo. Precisamente adelantándose a los nuevos retos que el mercado afrontará una vez acabe la restricción de cuotas para el mercado asiático (especialmente China) y entre en vigencia el Tratado de Libre comercio que nos pondrá a competir con los mayores productores de calzado del mundo, sin embargo la mayor preocupación se ubica en la situación desventajosa en términos de costos en comparación con los productos asiáticos; para lo cual existe gran temor por los empresarios del gremio y gobierno en general por la sostenibilidad del sector frente al crecimiento de china y sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se pueden presentar ante este mercado y el cierre de las negociaciones del tratado de libre comercio con Estados Unidos, que mantendrá abierta sus puertas a los productos de este sector pero que igualmente nos retará a competir con los mayores de calzado

del mundo que encuentran en Estados Unidos a su mayor socio comercial. Es por esto que el sector de calzado debe estar preparado.

El estudio en la primera parte presenta una descripción del sector, el mercado nacional y mundial del mismo, además un análisis del comercio exterior (exportaciones, importaciones, principales socios comerciales, comparación de los mercados y precios, calidad y capacidad productiva), en la segunda parte muestra un análisis de los principales acuerdos comerciales negociados por Colombia a lo largo de los años y cuál ha sido la participación del sector calzado en ellos, en dónde el sector puede mantener y tener en un futuro posibilidades de inserción, uno de ellos es analizado de forma independiente en la tercera parte y es el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos que recientemente ha sido cerrado, cuáles son las oportunidades y desventajas que le brinda a los exportadores y al sector de calzado y cómo llegara a afectar la economía del país. Por último, el Impacto de China en el comercio mundial, quien es considerada una amenaza a todos los productores del sector, sin embargo también se muestra la cara positiva de este país en su participación en los mercados latinoamericanos. Para realizar estos análisis se utilizaron las estadísticas, estudios disponibles y datos históricos realizados por instituciones nacionales e internacionales acerca la economía y del sector de calzado en Colombia y el mundo.

Finalmente, espero que el presente trabajo se constituya en un facilitador para toda aquella persona que esté interesado en conocer mas acerca del sector de Calzado en Colombia y el mundo y pueda concluir cuáles han sido los factores de la apertura que han impactado mas en su crecimiento.

0. ANTEPROYECTO DE INVESTIGACION

0.1. DISEÑO DEL TRABAJO

0.1.1. Descripción del Problema:

En Colombia hace un poco mas de una década que se puede hablar claramente de apertura comercial y el avance del mismo se ha visto reflejado en los acuerdos comerciales que han sido firmado con las diferente naciones y en pro de los sectores económicos mas significativos de nuestro país como la agroindustria, la manufacturas, los insumos, el calzado y las confecciones, los servicios y entretenimientos, entre otros como el turismo; tales acuerdos han servido de punto de partida para la búsqueda de nuevos y mejores acuerdos que den fuerza a la continuidad de la tendencia actual de las exportaciones e importaciones en Colombia.

Dentro de las exportaciones de Colombia se encuentra el sector de prendas de vestir conformado por textiles y confecciones y cuero y sus manufacturas, este trabajo intenta enfocarse en especial en las confecciones y el calzado y cómo ha sido el impacto de la apertura comercial en ellos.

El sector de Calzado durante los últimos 6 años ha experimentado crecimientos asombrosos no solamente en su capacidad de producción sino en el desarrollo de tecnologías y certificaciones de calidad y en los altos niveles de generación de empleo, además ha mostrado un crecimiento en el volumen de exportaciones de Colombia teniendo como principal socio comercial Estados Unidos, seguido por Venezuela, México, Ecuador, Costa Rica e Italia, entre otros de América Central y Europa; las condiciones que contribuyeron al

desarrollo de la actividad industrial de este sector han venido cambiando a lo largo de los últimos tres años.¹

Anteriormente en los inicios de la apertura comercial (1991 – 1993) la producción de calzado era más artesanal y empezaron a verse exportaciones en el año 1996.

Actualmente, El Sector del calzado en Colombia, está conformado por las empresas que fabrican, importan, comercializan y exportan, los diferentes tipos de calzado, entre los que se destaca el calzado deportivo, con una participación cercana al 40% del total de la producción nacional, seguido por botas, botas para dama, calzado casual para hombre y dama, zapatillas sintéticas y calzado para niño.² Técnicamente, la composición del sector, es descrita por la partida 64 en el Arancel Armonizado.

De acuerdo a la Encuesta anual manufacturera del 2002, publicada por el Departamento Nacional de Estadística – DANE-, la industria de calzado ocupa a cerca de 9.700 personas, 5.339 empleados permanentes y 2.458 empleados temporales. El sector se caracteriza por una fuerte competencia entre productores nacionales recrudescida por las importaciones y por los altos volúmenes de contrabando (en su mayoría procedentes de Panamá y China), ambos estimulados por la reevaluación de la moneda. . El consumo per cápita de calzado, ha decrecido en consecuencia a la disminución del poder adquisitivo de los colombianos, en el año 2003, éste consumo era de 2.5 pares al año, en la actualidad es de 1.5 pares al año.

De acuerdo a la estructura de costos, presentada por el SENA, el 54 % de los costos de producción, se destinan a materia prima y 16 % remuneración a mano de obra

¹ Pagina Web Proexport Colombia – Intalexport de Bienes.

² INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX. Notas Sectoriales. El Sector de Calzado en Colombia. Bogota, Marzo de 2005.

Las exportaciones de calzado colombiano, sufrieron un marcado retroceso en el año 2.002, ocasionado por la crisis económica experimentada por Venezuela, principal país destino de sus exportaciones; se calcula que durante este año las ventas de calzado a éste país cayeron alrededor del 70%. En el año 2.003, se experimentó una débil mejoría, gracias a la recuperación de éste mercado y se prevé un incremento sostenido para el 2.004. Las exportaciones, se encuentran claramente concentradas en calzado con suela de caucho o plástico y parte superior en cuero, que representan el 41.98 % de las ventas del sector al exterior.³

En Colombia existe un gran número de unidades productoras de artículos de cuero particularmente de calzado; se calcula que más del 95 % de ellos son microempresas, en su mayoría fabricantes de calzado deportivo, botas y zapato casual, zapato para dama y zapatilla sintética para dama.

La mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento de calzado popular, caracterizado por una calidad media, rápida respuesta a los requerimientos de la demanda (moda) y bajos precios. El calzado industrial es liderado y comercializado por las principales empresas fabricantes del país, es considerado como un nicho de demanda muy atractivo para la empresa nacional.

Los clusters (productivos y comerciales) se encuentran ubicados en las ciudades de Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Cúcuta, Cali y en menor escala en el eje cafetero y Pasto.⁴

China y Ecuador, se han sostenido como los principales países proveedores de calzado importado, Italia ha perdido posicionamiento en el mercado Colombiano, pasando del 3 lugar en el 2001, al 6 lugar en el 2003. Panamá ha

³ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección. Bogota, Colombia: 2004. p 157.

⁴ *Ibíd.*, p 161.

sufrido una fuerte caída, al pasar del 4 lugar en el 2001, al 19avo lugar en el 2003.

Durante el 2002, cuando se presentó una reducción de las importaciones del orden del 14%, España aumentó sus exportaciones hacia Colombia en un 32%; sin embargo, en el 2.003, sufrió una caída del 23% en sus exportaciones hacia Colombia. De acuerdo a las opiniones de los importadores entrevistados, en consecuencia de la fuerte reevaluación del Euro, durante este periodo.⁵ Sin embargo, las exportaciones de calzado en el 2005 fueron de US\$ 61.927.897 dólares FOB, con un crecimiento respecto al 2004 del 29. 05%, cuando se exportaron US\$ 43.936.033 dólares FOB. Las regiones que más exportaron en el 2005 fueron Valle del Cauca, Norte de Santander, Antioquia, Atlántico, Santander y Cundinamarca en su orden respectivo. Ganando lugar Norte de Santander como consecuencia ser zona fronteriza con el principal mercado para el calzado Colombiano como es Venezuela.⁶

El sector ha afrontado y aun enfrenta cambios que de no anticiparlos podrían poner en riesgo la sostenibilidad del negocio en el mediano plazo. Uno de ellos es la creciente amenaza de los países productores de este sector y que se caracterizan por la estandarización y capacidad de producción que han desarrollado, estos están representados principalmente por Brasil y China, en el ultimo año en específicamente el segundo donde la calidad y diseño de sus productos está mejorando rápidamente, por lo que está suponiendo una gran amenaza para el sector de la calzado del resto del mundo. Las exportaciones han aumentado en más de un 20% durante cuatro años consecutivos. China produce 6.500 millones de pares/año y exporta 4 mil millones) e India (700 millones de pares/año, son los países que registraron el crecimiento más espectacular de esta industria, desplazando de la escena a naciones que en su

⁵ PROEXPORT COLOMBIA. Informe de Tendencias exportaciones Colombianas 2004. Bogota, Enero 2005.

⁶. PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas 2003 – Enero 2006.

momento fueron grandes productores, como Italia, cuya producción se ha reducido a 400 millones de pares/año.⁷

Brasil es un caso interesante de analizar. Representa una vía propia, intermedia entre China e Italia, pero igualmente exitosa, que en los últimos 25 años logró triplicar su producción y colarse entre los grandes exportadores mundiales. Sus logros en el comercio internacional son el resultado de la adopción de una estrategia adecuada enfocada en la provisión de zapatos de mujer en el segmento de precio medio/bajo para el mercado de EE.UU. Actualmente, el 70% de los 1.600 millones de dólares anuales provenientes de sus exportaciones de zapatos, fundamentalmente de mujer, se dirigen a EE.UU., ocupando el primer lugar entre los proveedores de calzado femenino de ese país (42% del total, seguido por China con el 38% e Italia con el 10%).⁸ Estos mercados han mostrado tal crecimiento que con sus ventajas de tecnología, costo de mano de obra y avance en la calidad y diseño, acompañada del auge de la apertura que hizo incluso que China entrara a ser parte de la OMC hace cuatro años se han convertido en una robusta fuerza conductora de la economía en el país.

⁷ PONTONI, Alberto. El futuro del calzado. Un desafío nacional. Reporte del Club Marco. Argentina, Octubre 2003.

⁸ PONTONI, Alberto. El futuro del calzado. Un desafío nacional. Reporte del Club Marco. Argentina, Octubre 2003.

0.1.2. Formulación del Problema:

Desde los inicios de la apertura comercial en 1991 bajo la presidencia Cesar Gaviria con el propósito de liberar la economía y otros argumentos tradicionales de comercio como ganancias en eficiencia derivada de la competencia y bienestar de los habitantes costos del consumo, la buena utilización de los recursos (teoría Hecsher – Ohlin), ganancias a partir de la obtención de tecnologías que permite al país obtener economías de escala y difusión tecnológica y facilitar la movilidad de capitales, que puede implicar mayor inversión extranjera.

Al momento en que cada vez mas países abrían sus puertas y fue mas conocido por todos el concepto de exportación e importación, de igual forma han aumentado las restricciones en pro de la protección de la producción y economía nacional, es ahí donde nace entonces el concepto de la apertura acompañada de los acuerdos comerciales, pactos donde ambas partes o un grupo buscan beneficiarse y permite o facilita el libre comercio de bienes y servicios en el exterior. Por esta razón, la tendencia de los acuerdos bilaterales y de bloques comerciales ha aumentado tras la necesidad de promover el crecimiento de la industria con la búsqueda de nuevos mercados.

Colombia ha negociado un total de 8 acuerdos entre los que se encuentran bilaterales, regionales e interregionales como miembro de la CAN. Estos acuerdos son causa de los resultados mostrados por las entidades encargadas de promover el comercio exterior tales como Proexport, Bancoldex y Analdex, impulsadas y sustentadas en la normatividad del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Según cifras de Proexport: Las exportaciones colombianas pasaron de US\$ 15.103 millones entre enero y noviembre de 2004 a US\$ 19.252 millones en el mismo período en el 2005, presentando un crecimiento del 27.5 %. Este

resultado obedece a un crecimiento, en valor FOB, del 20 % en las exportaciones no tradicionales y del 36.4 % en exportaciones tradicionales.⁹

El calzado esta representado con un volumen de exportaciones que asciende a US\$ 61.927.897 (FOB) representando un 0.63 % de las exportaciones totales no tradicionales. Este sector ha manifestado un crecimiento del 47.63% respectivamente para diciembre de 2005. Siendo para esto los destinos más dinámicos Estados Unidos, Venezuela, Perú y Ecuador. De otro lado la Unión Europea presentó una caída en las exportaciones del sector, como consecuencia del desplazamiento de la producción a China y el incremento de las exportaciones de este país hacia estos destinos, y el desplazamiento de las fábricas de calzado y marroquinería a China.

Actualmente, el comportamiento normal de oferta y demanda en un mercado abierto se ha visto afectado por un factor conocido por todos y que tiene nombre propio, CHINA, es un mercado que está presentando crecimiento en muchos sectores como: automotores, confecciones, textiles, calzado, entre otros, este mercado presenta una ventaja que radica en el costo de sus insumos y manos de obra, además el mercado mundial chino se ha expandido gracias a la agilización en la búsqueda de acuerdos comerciales con las grades potencias sin importarles cuanto puedan perder mientras lo que quieren es invadir el mundo con sus productos.

En comparación con los productos asiáticos, la industria en Colombia y el mundo podría ubicarse en una situación desventajosa en términos de costos; para lo cual existe gran temor por los empresarios del gremio y gobierno en general por la sostenibilidad del sector frente al crecimiento de china y sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se pueden presentar ante este mercado. Actualmente, Colombia tiene una restricción de cuotas para el mercado asiático (especialmente China, barrera no arancelaria Temporal).

⁹ PROEXPORT COLOMBIA. Informe de tendencias. Noviembre de 2005

La localización y tecnología con que cuenta china permite a la industria expandirse de manera acelerada por su facilidad de acceso a otros mercados y capacidad productiva respectivamente.

En los últimos años que se ha visto la invasión de productos como los chinos en su mayoría y otros países suramericanos. La desventaja radica en los precios de los insumos y mano de obra y en los materiales.

Es por esto que Colombia ve como alternativa los acuerdos comerciales que de cierta forma ha sido beneficiado y a su vez afectado el gremio del calzado, sin embargo garantiza la entrada de su producto en otros mercados permitiéndoles crecer; la estrategia aplicada por Colombia ahora será la diferenciación que en los mercados globalizados es la tendencia. El TLC con Estados Unidos es una herramienta para afrontar el mercado de oriente ha sido una amenaza constante para los productores nacionales pues los productos provenientes de estos países son de bajo precio y esto ha originado en el mercado local un desplazamiento de la demanda hacia este tipo de producto. Esta situación ha hecho que las empresas nacionales busquen nuevos mercados como lo es Suramérica Y Europa.

0.1.3 Sistematización del problema

Con este trabajo se pretende mostrar de una manera sencilla pero completa la situación del sector, incluye varias secciones que explica cada una de las cadenas productivas del sector del calzado, explica el mercado nacional y mundial del mismo, presenta un análisis del comercio exterior (exportaciones, importaciones, principales socios comerciales, comparación de los mercados y precios, calidad y capacidad productiva), análisis de los principales acuerdos comerciales negociados por Colombia a lo largo de los años y cuál ha sido la participación del sector calzado en ellos y por último el Impacto de China quien es considerada una amenaza a todos los productores del sector y como conclusión de todo lo expuesto, ventajas y desventajas que se presentan y pueden presentar, además perspectivas y oportunidades del impacto de la apertura comercial para nuestro país.

0.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Analizar el impacto de la apertura comercial en el sector de calzado en Colombia y el mundo.

0.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio detallado del sector en Colombia y el mundo.
- Analizar el comercio internacional del sector a nivel nacional y mundial.
- Analizar los diferentes acuerdos comerciales en los que participa Colombia y su impacto en el sector.
- Analizar las perspectivas y oportunidades del sector frente al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos
- Determinar el impacto del creciente mercado Chino en el sector de calzado en Colombia y el mundo.

0.3. JUSTIFICACIÓN

En Colombia hace un poco mas de una década que se puede hablar claramente de apertura comercial y el avance del mismo se ha visto reflejado en los acuerdos comerciales que han sido firmado con las diferente naciones y en pro de los sectores económicos mas significativos de nuestro país como la agroindustria, la manufacturas, los insumos, el calzado y las confecciones, los servicios y entretenimientos, entre otros como el turismo; tales acuerdos han servido de punto de partida para la búsqueda de nuevos y mejores acuerdos que den fuerza a la continuidad de la tendencia actual de las exportaciones e importaciones en Colombia.

Dentro de las exportaciones de Colombia se encuentra el sector de prendas de vestir conformado por textiles y confecciones y cuero y sus manufacturas, este trabajo intenta enfocarse en especial en el calzado y como ha sido el impacto de la apertura comercial en ellos.

El sector de Calzado durante los últimos 6 años ha experimentado crecimientos asombrosos no solamente en su capacidad de producción sino en el desarrollo de tecnologías y certificaciones de calidad y en los altos niveles de generación de empleo, además ha mostrado un crecimiento en el volumen de exportaciones de Colombia teniendo como principal socio comercial Venezuela, seguido por Estados Unidos, México, Ecuador, Costa Rica e Italia, entre otros de América Central y Europa; las condiciones que contribuyeron al desarrollo de la actividad industrial de este sector han venido cambiando a lo largo de los últimos tres años.

La industria Colombiana en el sector de calzado fue establecida hace aproximadamente 90 años atrás. La infraestructura implementada por nuestro

país nos ha permitido posicionar este sector como uno de los líderes en una actividad que actualmente ocupa el cuarto lugar en productividad de América latina, sobresaliendo por ejemplo como ser el primer país exportador de cuero de caimán, adicionalmente, todas las materias primas utilizadas son de la más alta calidad. Además, los insumos son tratados con técnicas muy cuidadosas con el fin de ofrecer al usuario final las características especiales de cada material.

Actualmente, esta industria cuenta con una amplia gama de productos listos para exportar. Las manufacturas implementadas en cada proceso son el reflejo de la alta calidad y calificación de la mano de obra. Adicionalmente, el modelo de esta industria en nuestro país le ha permitido desarrollar una línea de producción altamente flexible para producir según las necesidades de cada cliente y las especificaciones del mercado.

Todas estas características de los insumos y la industria sumadas a los acuerdos internacionales que posee nuestro país, hacen del calzado Colombiano una excelente alternativa como proveedor internacional, pues poseemos acuerdos comerciales con diferentes países del mundo los cuales permiten que todos estos productos entren en dichos mercados con un arancel muy competitivo que hace que alrededor del 50% de la producción sea exportada, siendo Estados Unidos el principal destino.

En medio de esta coyuntura de apertura comercial el estudio determina otros aspectos relevantes unos que resultan positivos y otros negativos. El trabajo señala que dentro de los aspectos positivos se encuentra el desarrollo de tecnologías, conquista de nuevos nichos, sin mencionar los aspectos socio-económicos, Sin embargo, también hay puntos en contra como la falta de tecnificación en los procesos productivos, la alta penetración de importaciones del sector, baja asociatividad empresarial para alcanzar mayores volúmenes y el comportamiento normal de oferta y demanda en un mercado abierto se ha

visto afectado por un factor conocido por todos y que tiene nombre propio, CHINA, es un mercado que esta presentando crecimiento en muchos sectores como: automotores, confecciones, textiles, calzado, entre otros, este mercado presenta una ventaja que radica en el costo de sus insumos y manos de obra, además el mercado mundial chino se ha expandido gracias a la agilización en la búsqueda de acuerdos comerciales con las grades potencias sin importarles cuanto puedan perder mientras lo que quieren es invadir el mundo con sus productos.

0.4. MARCO DE REFERENCIA

0.4.1. MARCO TEÓRICO

El comercio en los últimos tiempo se ha convertido en un factor determinante de la producción mundial, hasta la década de los años ochenta el comercio era una variable determinada por la producción y su crecimiento estaba sujeto a los incrementos de la producción internacional; hoy el comercio es la variable determinante del crecimiento económico mundial. De acuerdo a las cifras de la Organización Mundial del Comercio OMC, el crecimiento promedio de las exportaciones mundiales duplica al incremento de la producción orbital a partir de 1982¹⁰. Lo anterior significa una autonomía del crecimiento del comercio frente a los incrementos de la oferta de producción, lo cual permite moderar los efectos de las crisis sobre su actividad y servir de acelerador en la etapa de expansión. Como resultado de lo anterior los mercados y la producción de hoy son más internacionales y una proporción cada vez mayor de los bienes y servicios producidos en el mundo es objeto de comercio por fuera de su país de origen.

Hasta la segunda parte del siglo XX una característica relevante del comercio mundial era la alta proporción que ocupaban las ventas de materias primas naturales con relación a las exportaciones de manufacturas, el precio de las primeras era superior al de las segundas y los países vendedores de productos minerales y agropecuarios tenían un buen poder de compra externo. Quizás como efecto de las nuevas tecnologías, la elasticidad de la demanda de las materias primas naturales viene aumentando, el desarrollo tecnológico permite

¹⁰ INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999.

una mayor eficiencia en la utilización de materias primas básicas, y en muchos casos es el factor que permite la producción de materiales que sustituyen a los de origen natural esto conlleva a una tendencia a la baja de los precios, reduciéndose así el poder adquisitivo de las naciones vendedoras de dichos productos. . A partir de la década de los cincuenta se presenta un incremento en la demanda de las manufacturas de alto valor agregado, como consecuencia del desarrollo tecnológico y de la globalización de la producción y el consumo. De esta manera surge la concentración del comercio en las regiones con mayor desarrollo económico, tal como lo muestran las cifras de la OMC, las exportaciones de Estados Unidos, Canadá y Europa Occidental representan cerca del 46% del total de las ventas mundiales, a esta cifra hay que sumarle el 43% de la participación de Japón y las demás naciones de la comunidad de países del Pacífico, APEC.¹¹

Tenemos así que las exportaciones de los países de mayor desarrollo, alcanzan aproximadamente el 89% del total mundial.

Es a raíz de esta situación que nace el modelo de HECKSCHER – OHLIN o también llamado de las Dotaciones de Factores, partiendo de la premisa que *un país tiene ventaja competitiva en aquel bien que utiliza intensivamente el factor abundante de ese país*, es decir, un país exporta aquel bien o bienes en los que utiliza intensamente su recurso o recursos abundantes y baratos e importa aquel bien o bienes en los que se utilice sus recursos o recursos escasos y costosos, partiendo de la teoría de la localización. Debido a este supuesto llegaríamos a la conclusión de que, si dos naciones tuviesen la misma dotación de factores, no existiría el comercio entre ellos por no derivarse del mismo ninguna situación ventajosa que implique un aumento del bienestar. El modelo entonces intenta demostrar que el comercio internacional tiende a

¹¹ INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999.

nivelar los precios y la remuneración de los factores entre los países que participan en el.¹²

Sin embargo, KEYNES no planteo una teoría concreta sobre el comercio exterior, la teoría conocida con su nombre fue estructurada a partir de su ideas económicas. En general esta teoría valida en cierta forma el proteccionismo y los subsidios gubernamentales a las exportaciones, sustentados en que los efectos de incremento de las exportaciones pueden ser inducidos o autónomos; autónomos en el caso de distorsiones del mercado, generalmente en el caso de países exportadores de materias primas con oferta inelásticas. Concluyendo que el comercio internacional es afectado y afecta el ciclo propio de la economía. Las importaciones frenan la expansión económica; a pesar de ellos son inherentes al sistema económico y los gobiernos deben buscar la forma de racionalizarlas para neutralizar sus efectos. Las exportaciones son una variable dinámica que aumentan la demanda, el empleo y el ingreso. Sus efectos son benéficos están condicionados por la clase de incremento, la etapa del ciclo y la propensión marginal a importar. Los gobiernos pueden en las etapas de recesión y crisis incentivarlas (inducirlas) como una forma de reactivación. Pocos textos de comercio tratan esta escuela por no ser útil para explicar el comercio de los países desarrollados la teoría Keynesiana ofrece elementos que sirven para una aproximación a la lectura de algunas situaciones específicas de las relaciones comerciales de países como el nuestro con los mas desarrollados y además muestra algunas razones válidas para el proteccionismo.¹³

Se concluye que no existe un modelo específico de comercio exterior, sin embargo el objetivo es demostrar como una nueva división mundial del trabajo

¹² INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999. p 80.

¹³ INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999. p 100

y la operación libre de las empresas en cualquier región del mundo, se obtendrán bienes y servicios de óptima calidad a un precio mínimo, beneficiándose así todos los habitantes del planeta.

Los últimos años han estado caracterizados por la globalización, la ampliación del mercado mundial y la internacionalización de las economías. Colombia no ha sido la excepción. Durante los primeros años de la década de los noventa se llevó a cabo un proceso de apertura económica y liberalización del comercio internacional.

La apertura de los mercados domésticos a la producción extranjera, impulsada por corrientes a favor del libre cambio se imponen en casi todas las regiones de la tierra. Pero la actual apertura tiene como propiedades la reducción de las barreras arancelarias y no arancelarias. Las políticas comerciales de los países centran su apertura en forma general en la reducción de los impuestos a las importaciones, lo que ha ocasionado en ciertos casos la disminución en desproporción de las no arancelarias y en ciertos casos se han incrementado. Es así como, la integración de países en bloques comerciales se viene presentando con el fin de fortalecer sus posiciones políticas y comerciales, grupos más grandes dan un mayor peso de negociación; mercados ampliados significan altas oportunidades de ventas.

Los casos más conocidos en la actualidad son: MERCOSUR, CAN, NAFTA y la UE, entre otros.

Colombia fue un país tradicionalmente proteccionista, sin embargo, a partir de 1991, durante el gobierno del Presidente Cesar Gaviria Trujillo, y fundamentado en la nueva Constitución Política de Colombia, el país entró en un esquema de apertura económica. Con la Constitución de 1991 se crearon el Ministerio de Comercio Exterior, el Ministerio de Relaciones Internacionales, el Ministerio de Desarrollo, el Banco de Comercio Exterior y el Consejo Superior de Comercio Exterior, instituciones que tienen funciones de promoción, control y

financiación, entre otras, del comercio exterior. Tanto cuando se inició formalmente el proceso de apertura económica en Colombia, a finales de la administración Barco, como cuando el gobierno de Gaviria lo aceleró, una de las justificaciones básicas fue incrementar el grado de exposición de la producción colombiana a la competencia internacional. Esa mayor exposición a la competencia debería redundar en aumentos significativos de la productividad, en mayores estímulos a la inversión en tecnología y en una tendencia a la re-localización de la producción, haciendo más atractivas las costas y en general las regiones más cercanas a los puertos, a través de los cuales se facilita el comercio internacional.

En la práctica, sin embargo, esos efectos no se dieron en la década de los noventa, o al menos no se dieron en la magnitud que se esperaba cuando se inició el proceso. La productividad del capital, que ya había empezado a reducirse en los años ochenta, se disminuyó aún más en los noventa.¹⁴

¿Significa lo anterior que la apertura no cumplió con los propósitos para los cuales se hizo? La apertura no se dio en Colombia durante la década de los años noventa, en el sentido de haber conducido a que un mayor porcentaje de la producción nacional quedara expuesto a la competencia externa. Por el contrario, la producción nacional expuesta a la competencia internacional, que es lo que los economistas denominan la producción de bienes comerciables internacionalmente, redujo su participación en la producción nacional durante la década de los noventa. La razón para ello fue probablemente el proceso de reevaluación real del peso colombiano que se presentó durante la mayor parte del período, en particular, entre 1991 y 1997, el cual obedeció a su vez a diversas causas, tales como el fuerte aumento del gasto público y el impresionante incremento en el financiamiento externo público y privado. Debido a estos fenómenos, el aumento en las importaciones no se financió

¹⁴ VILLAR GÓMEZ, Leonardo ¿LA ECONOMÍA COLOMBIANA SE ABRIÓ O SE CERRÓ EN LA DÉCADA DE LOS NOVENTA? UNA NOTA SOBRE INDICADORES DE APERTURA ECONÓMICA, Bogotá, 2000

como se esperaba, con mayores exportaciones, sino con recursos de crédito y de inversión extranjera, lo cual es claramente insostenible en el largo plazo. Sin embargo, Según el DANE la participación de las exportaciones y las importaciones dentro del PIB se incrementó en 12.5 puntos porcentuales durante el periodo comprendido entre 1991 y 2001. Aunque, Colombia aún está lejos de los líderes del comercio mundial, de acuerdo con los datos del Banco Mundial existe una relación positiva entre el comercio (exportaciones/PIB e importaciones/PIB) y el crecimiento y el nivel de ingreso per capita de un país.

Como un instrumento importante dentro de la estrategia de crecimiento y generación de empleo, el Plan Nacional de Desarrollo del actual Gobierno contempla la política comercial. Además la considera parte del programa de seguridad democrática en cuanto fortalece los vínculos con la comunidad internacional y facilita la cooperación para la solución de problemas que afectan a Colombia y al mundo, como el problema de las drogas ilícitas y los delitos relacionados a ellas, el terrorismo, la corrupción, etc. Dentro de los programas a nivel de política comercial se incluye la Ley de Preferencias Comerciales Andinas de Estados Unidos (ATPDEA), áreas de libre comercio entre la Comunidad Andina y los países del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), entre otros.

Así mismo busca una profundización de la integración comercial de manera equilibrada eliminando las barreras innecesarias al comercio de bienes y servicios. Sin embargo, el debate sobre el proceso de apertura de la economía colombiana ya lleva más de una década y aún no hay consenso.

A pesar de que en general la premisa de que ampliar el comercio internacional es beneficioso para los países involucrados parece no ser polémica, la forma en el que se ha dado el proceso de globalización, especialmente para las economías pequeñas, si genera algunas discrepancias, no sólo en Colombia, sino en el ámbito del debate internacional.

Según estudios realizados en años recientes tales como las Notas sectoriales: El Sector Calzado en Colombia realizado por la Oficina Económica y comercial de la Embajada de España en Bogota, muestra un análisis de este sector empezando por el análisis de la economía y la descripción de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero, y publicado en la pagina Web de Proexport Colombia; igualmente el estudio publicado en el informe anual del Departamento Nacional de Planeación en 2004, acerca de las cadenas productivas, su estructura, comercio internacional y protección, se encuentra esta cadena en donde al igual que el estudio anteriormente mencionado realiza dicho análisis, podemos resumir estos comentando que ambos expresan la evolución que ha tenido el sector desde la década del noventa donde se experimentó un superávit comercial que alcanzaron el nivel de US\$ 66 millones de dólares y que en el 2000 mostró una caída impresionante debido a la relocalización de las empresas hacia países intensivos en mano de obra y a bajos costos, como lo son los países orientales tales como China, Taiwán, Japón, entre otros, que refleja en estos estudios cómo ha sido el impacto en cifras de este factor, adicionalmente, se muestra sin embargo que el sector en el 2001 empezó a tener un crecimiento mas leve pero sostenido gracias a la participación del país en acuerdos comerciales internacionales que ha facilitado al exportador llevar su producto a mas países y contrarrestar el impacto Chino. Pero no deja de ser preocupante las cifras mostradas de importación de Calzado en nuestro país alcanzó en 2004 un nivel de US\$ 54 millones de dólares, proveniente especialmente de la China y Brasil, sin embargo se han creado medidas de restricción de estas importaciones por el bajo precio a la entrada y el contrabando.

Para dar respuesta a esto el Gobierno Nacional mediante CONPES 3297 de 2004, estableció la metodología para la Agenda Interna para la productividad y la competitividad. El Ministerio de Comercio Industria y Turismo, articuló la gestión que adelanta a través de los Convenios de Competitividad, con la

coordinación para la construcción de la Agenda Interna para las Cadenas productivas. Se identificaron 4 estrategias competitivas para que la visión de la cadena de cuero y calzado para el año 2015 y sea el modelo asociativo más importante del país, sustentado en organizaciones, parques o distritos industriales eficientes en las diferentes regiones productivas, con reconocimiento internacional por calidad y diseño. La cadena se apoyará en la investigación e incorporación de tecnología, con recurso humano capacitado, especialización de procesos y producto diferenciado, logrando identidad propia, construcción, desarrollo y sostenibilidad de nuevos mercados.

Los estudios mencionados son tenidos en cuenta en este proyecto usando la información pertinentemente a los temas a tratar y clasificando la información especialmente para el Sector de Calzado.

0.4.2. MARCO CONCEPTUAL

Una gran variedad de estrategias para enfrentar las situaciones económicas, políticas y legales son usadas por los países. La forma en la que éstos manejan, pueden facilitar y mejorar su desempeño en un momento determinado. Las políticas comerciales hacen referencia a las opiniones y formas de asegurar los mejores servicios para el país de sus relaciones comerciales en el extranjero. Para el manejo de estas políticas en los países existen dos grandes doctrinas, las cuales determinan el horizonte al que un gobierno determinado quiere llevar a su país. Ejemplo de estas son el proteccionismo y la apertura económica o libre cambio.

Se puede definir el *proteccionismo* como el uso de varios mecanismos con el objetivo principal de proteger las empresas nacionales de la competencia extranjera. El mecanismo más utilizado es el de aplicar un alto nivel de impuestos a la entrada de productos hechos en otros países (estos impuestos se denominan aranceles). También existen otros mecanismos como las cuotas de importación las cuales sólo permiten la entrada al país de una cantidad específica de un determinado producto extranjero, los subsidios a las exportaciones, etc.

La apertura económica, por el contrario, busca estimular el intercambio de productos entre los países, eliminando la mayor cantidad posible de barreras con las que las empresas se puedan encontrar al momento de comerciar. Los aranceles, por ejemplo, son una barrera, ya que son costos que tienen que pagar las empresas al comerciar entre países. Estos costos aumentan el precio del producto y, por lo tanto, dificultan su venta. Si una apertura económica busca bajar o eliminar esos aranceles, entonces estaría eliminando las barreras y facilitando el intercambio. Si el propósito de los aranceles, según el

proteccionismo, es proteger a las empresas nacionales, en una apertura económica esa protección dejaría de existir. Pero a su vez permitiría que los productos elaborados en otros países entren fácilmente al país y competir con los productos hechos en él, y adicionalmente pueden encontrarse productos que antes no se producían en el país.¹⁵

Una apertura económica trae beneficios a las empresas nacionales y al país en general. Las empresas nacionales deben competir con empresas de otros países para vender sus productos, deberán intentar, que el precio de su producto sea atractivo para los compradores, para que esto suceda, las empresas deben organizarse y fortalecerse de la mejor forma posible para intentar ser más eficientes, ya sea mediante el mejoramiento de la organización administrativa o la adquisición de nuevas maquinarias y tecnologías que les permita producir con bajos costos. El Estado y el país, como las empresas, también deben mejorar en infraestructura y en tecnología para disminuir los costos de transporte y de información; igualmente han de aparecer empresas que elaboren productos especializados según las necesidades de los consumidores. Así, los consumidores encontrarán una mayor variedad de productos con una mejor calidad y a mejores precios. Otros instrumentos que los gobiernos utilizan para facilitar el comercio entre países son: *los acuerdos comerciales*, las uniones aduaneras, las zonas de libre comercio, la implantación de preferencias arancelarias y las asociaciones. Los acuerdos comerciales se pueden hacer entre dos países y se denominan acuerdos bilaterales, entre varios países se denominan acuerdos multilaterales, (habitualmente de una misma región: Europa, países andinos, etc.). En éstos, los países pueden acordar los productos que desean comerciar y los niveles de arancel que se les cobrarán a la entrada de los diferentes países ya sea parcial o total. Colombia, en particular, ha hecho acuerdos con otros países dando origen al Grupo de los tres (G3) entre Colombia, México y Venezuela, al Pacto

¹⁵ BIBLIOTECA LUIS ANGEL ARANGO.
<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo89.htm>

Andino y a asociaciones como la ALADI (Asociación latinoamericana de integración), entre otras.¹⁶

Las economías de todos los países cada día son más dependientes entre sí. En las políticas gubernamentales de los países en vía de desarrollo y aún en los mas pobres el común denominador es la globalización, la apertura, el libre comercio y en fin cualquier método para insertar a la nación activamente en la economía mundial. El comercio es la forma natural para hacerlo; esta clase de relación permite a una nación a obtener bienes y servicios que por sus condiciones y recursos de producción no pueden elaborar o los producirían a mayores costos o con menor calidad de que puede encontrar en los mercados internacionales, esto significa que el comercio es un camino hacia la obtención de bienestar para los habitantes de un país.

Gracias al comercio mundial existe la *división del trabajo*, lo que bien administrado seria una fuente para el incremento de trabajo, al permitir la especialización la nación aumenta su producción generando así un crecimiento del empleo, del ingreso y del poder adquisitivo. En la realidad esto no sucede en buena parte del comercio internacional debido a las distorsiones que se presentan en las relaciones comerciales; por la existencia de monopolios, las practicas desleales de algunos gobiernos y empresas, la desigualdad tecnológica, política y las malas políticas comerciales de las naciones.

La velocidad y profundidad de propagación de este fenómeno está determinado por un concepto clave la *globalización*, se puede entender esta como un proceso que se ha venido dando a nivel mundial, en el cual muchos de los aspectos de la vida humana de unos lugares se ha ido relacionando e interconectando con los de otros y, en general, con el mundo entero.

¹⁶ KRUGMAN, Paul y OBSTFELD, Maurice, *¡Economía internacional*, cuarta edición, McGraw Hill, España, 1999.

Desde el punto de vista económico, la globalización ha sido promovida a través de la disminución de las regulaciones en los mercados, las transacciones de dinero, los acuerdos de libre comercio, la creación de bloques económicos y/o mercados comunes entre países y regiones, entre otros. La tecnología ha sido un factor fundamental en el proceso de globalización: el avance en las telecomunicaciones, en los sistemas de información, en la interconexión entre personas alrededor del mundo ha permitido que el comercio y los recursos, se movilizan, redireccionen o reinviertan rápidamente.¹⁷

De cualquier forma el comercio generalmente genera beneficios, además es un medio de transmisión de información para empresarios y consumidores. A los primeros les indica cuáles son las preferencias de los compradores, los avances tecnológicos, los bienes de capital, materias primas e insumos que se emplean, tipos de producción y dónde se está efectuando inversión. A los consumidores les informa de nuevos productos para satisfacer sus necesidades, los precios, la calidad y finalmente en dónde y a quiénes adquirir los bienes o servicios que desea. Sin comercio internacional la humanidad no tendría el desarrollo actual. Los avances científicos y tecnológicos basan su razón de ser en las relaciones internacionales, gracias a la investigación aplicada.

Las economías desarrolladas en casi todos los casos han tenido en las exportaciones un motor de crecimiento encontrando en ellas una salida de sus excesos de producción y en con las importaciones has podido obtener los bienes de países que lo producen con calidad o a un menor costo.

En conclusión el comercio internacional fue, es y será un factor para el desarrollo y bienestar de los países y el mundo.

¹⁷ SACHS, Jeffrey D. y LARRAÍN, Felipe B., *Macroeconomía en la economía mundial*, Prentice Hall, 1994.

0.5. METODOLOGIA

0.5.1 Tipo de Investigación:

Esta es una investigación de tipo cuantitativo busca describir el sector, analizar y compilar la información existente ya que mucha de ella se encuentra dispersa, además ver de cerca la problemática del sector frente a la amenaza constante de la competencia en el mercado internacional.

No se realizó un estudio cualitativo, porque lo que el estudio pretende mostrar es una compilación de datos estadísticos y el análisis de los mismos.

Finalmente el trabajo será un compendio de lo esencial de esta problemática expresada de una manera objetiva, de forma ordenada y complementada con mi experiencia en la práctica profesional

0.5.2. Población: El estudio abarca el comercio local, nacional y mundial del Sector calzado.

0.5.3. Fuentes de Información:

La información ha sido tomada de diarios y revistas especializadas, estudios de mercado realizados por PROEXPORT COLOMBIA para el sector de calzado, inteligencia de mercados de la misma entidad, datos estadísticos del DANE y de Proexport, estudios de otras entidades y expertos en el tema encontrados en la búsqueda de la información, relevantes al tema a tratar y la retroalimentación de lo aprendido durante la práctica.

Además apoyo de textos académicos para la aclaración de conceptos y estructura de trabajos de grado.

0.5.4. Técnicas de recolección y procesamiento de información:

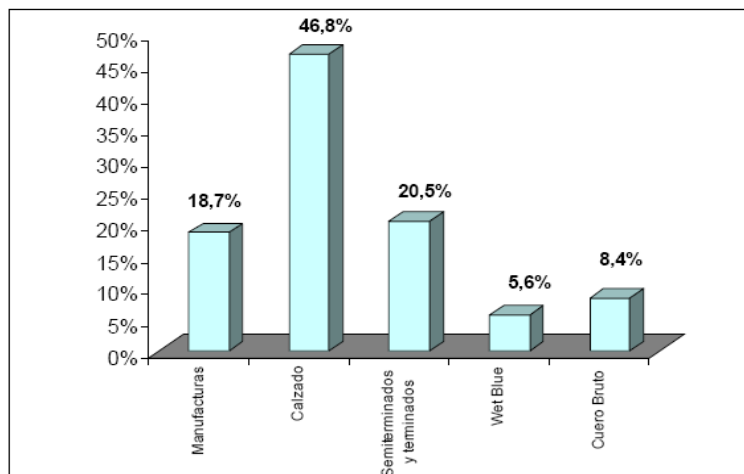
La técnica de recolección inicialmente fue la búsqueda de información con relación al tema en los medios disponibles como lo es la biblioteca de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Internet y el sistema de información estratégica de Proexport Colombia disponible durante mi practica profesional, luego la selección de la información relevante y finalmente la distribución en los capítulos que se pretenden armar en este proyecto para mostrar la información de una manera ordenada y sencilla.

1. EL SECTOR DE CALZADO

1.1 DESCRIPCION DEL SECTOR

La característica de este sector, tanto a nivel mundial como nacional, es que un alto porcentaje de la producción de cueros y pieles se dirige a la fabricación de calzado; como se observa en el gráfico 1, cerca del 49% del comercio del complejo del cuero correspondió a calzado, un 20.5% en productos semiterminados y terminados y un 18.7% en manufacturas de cuero. Este hecho ha determinado en gran parte la estructura de mercado del sector a nivel internacional, ya que los países productores de calzado son los compradores más importantes de cuero como Francia e Italia en la Unión Europea, China en Asia y Brasil en América Latina. En el comercio mundial de la cadena del cuero se destaca el calzado como bien final.

Gráfico 1. Utilización del Cuero en el Comercio Internacional



Fuente: Unión Industrial Argentina. "Cadena de productos industriales del cuero". Mayo 2005

En Colombia la cadena del cuero, calzado e industria marroquinera depende en gran medida de sacrificio de ganado bovino de la cual se obtiene gran parte de la oferta de cuero y pieles. El fabricante del sector depende en gran medida del suministro de insumos por parte de sus proveedores. A pesar del gran número de hatos y curtiembres nacionales, la calidad del cuero comercializado, no satisface los requerimientos de los fabricantes, por el alto índice de desperdicio, ocasionado por la deficiencia tecnológica en el proceso de las pieles, las enfermedades endémicas, el sistema de cercado de los hatos y la creciente venta de las mejores piezas a mercados externos. Esta situación se debe en gran parte a la baja capacitación que existe dentro del sector ganadero en el manejo del cuero y pieles.¹⁸

Este factor y los bajos precios de materiales sintéticos y textiles, han ocasionado un alto índice de sustitución, acentuado por la gran aceptación que gozan estos materiales en el consumidor final. Otras materias primas utilizadas en el proceso productivo son: caucho, papel, cartón y plásticos. Por su parte, el calzado femenino, que se caracteriza por los constantes cambios en los modelos, con estos materiales permite una mayor flexibilidad productiva para cubrir la demanda.

Son varias las características que es importante destacar del sector del calzado en Colombia. En primer lugar está su carácter nacional. Del total de las 2.400 empresas dedicadas a la fabricación de calzado, registradas ante las Cámaras de Comercio, el 28% se encuentra en Santafé de Bogotá, el 19% en Bucaramanga, otro 12% en la ciudad de Cali, un 10% en Cúcuta, el 8% en Medellín, el 3% en Barranquilla, otro 3% en Pereira, y el restante 17% se encuentra distribuido en más de 80 ciudades y municipios en todo el país.¹⁹ En segundo lugar, se destaca la amplia gama de empresas diferenciadas por

¹⁸ MINISTERIO DE DESARROLLO. Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI. Capítulo 4 La oferta de pieles en Colombia. Bogota, 2001.

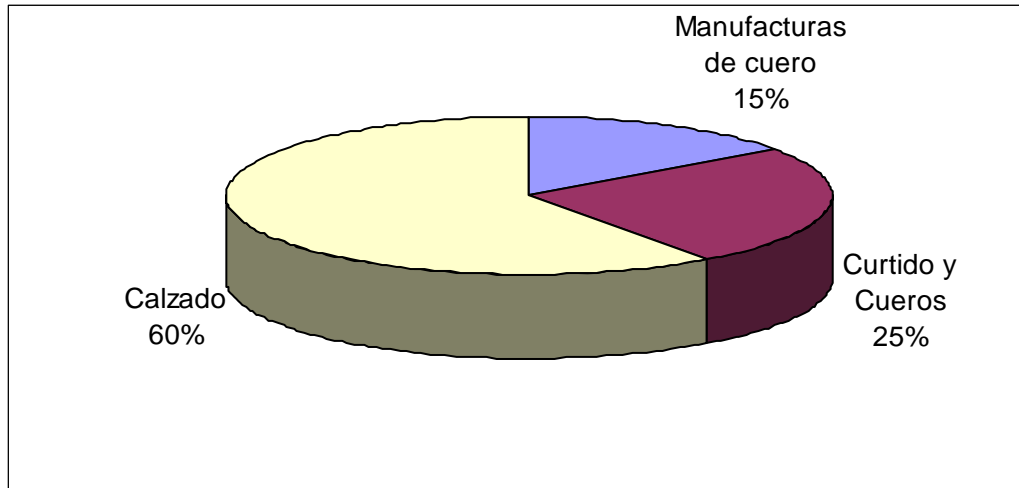
¹⁹ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección. Bogota, Colombia: 2004

tamaño y nivel tecnológico. En el sector de calzado se presentan desde empresas grandes, con tradición exportadora y tecnificadas, hasta pequeñas y microempresas cuya producción se destina en su totalidad al mercado nacional y donde se aplican procesos productivos artesanales, con pequeñas escalas de producción. En efecto, del total de empresas registra en Colombia el 62% tiene menos de \$5 millones en activos, otro 11% presenta entre \$5 y \$10 millones. Por encima de los \$500 millones se encuentra apenas el 3.9% de las empresas. En tercer lugar, habría que señalar que el sector de calzado es altamente intensivo en mano de obra y con un peso significativo en el empleo nacional.

Las características del sector corresponden a una actividad con mínimas barreras de acceso, altamente sensible en el volumen de empleo generado, y gran capacidad de dinamizar su generación en las economías regionales.

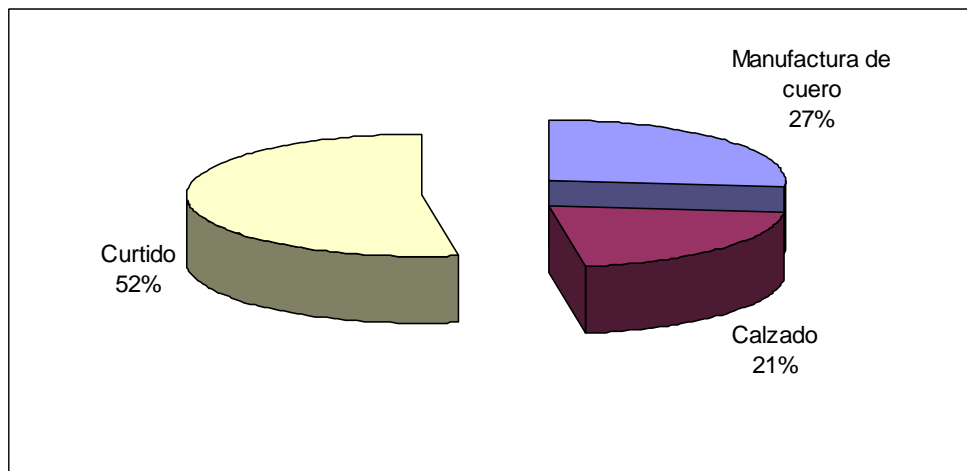
De acuerdo a la Encuesta anual manufacturera del 2002, publicada por el Departamento Nacional de Estadística – DANE-, la producción total de calzado en el país alcanza un nivel de 45 millones de pares en el 2005, significa el 60% de la producción de la cadena, visualizado en el gráfico 2, de los cuales el 50% es exportado en su mayoría a Venezuela, demás países de la Comunidad Andina y Estados Unidos, sin embargo representa el 21% de las exportaciones totales de la cadena, como se puede ver en el gráfico 3. Y representa una participación del sector en el PIB nacional de 0.3%.

Gráfico 2. Cadena de Cuero, Calzado y Manufacturas. Participación en el total de la cadena



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera 2002.

Gráfico 3. Exportaciones de la Cadena Cuero, Calzado y Manufacturas de Cuero

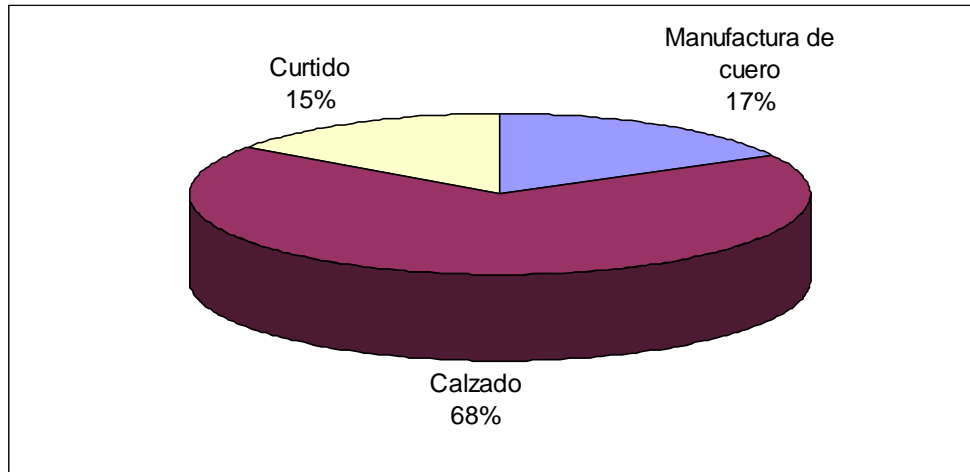


Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera 2002.

El sector está conformado en un 85% por microempresas, pequeñas 12%, mediana 2% y gran empresa 1%. Dentro de las empresas grandes algunas cuentan con capacidad para producir más de 10.000 pares diarios mientras otras cuentan con una capacidad de producción de entre 2.000 y 10.000 pares

diarios. Las empresas medianas producen entre 500 y 2.000 pares diarios. Las pequeñas entre 50 y 500 pares y las micro empresas, que como se mostró anteriormente son la mayoría, tienen una producción estimada inferior a los 50 pares diarios. Según la información disponible las empresas grandes que tienen entre \$10.000 y \$40.000 millones en activos emplean en promedio 800 trabajadores de forma directa. Las empresas entre \$500 y \$10.000 millones de activos emplean en promedio 120 personas. Por su parte, aquellas con \$100 a \$500 millones emplean en promedio 50 personas. Aquellas con \$51 a \$100 millones emplean 30 personas, las que tienen entre \$10 y \$50 millones emplean 10 personas. Finalmente, las que tienen entre \$5 y \$10 millones y las que tienen menos de 5 millones emplean en promedio 5 y 3 personas, respectivamente. En ese orden de ideas, se estima en un total de 35.000 empleos directos formales generados por el sector. A esto habría que añadir que por cada empleo directo se generan 4 empleos indirectos en las actividades de provisión de materias primas y contratación de procesos. De modo que el sector de calzado, como se señaló, aporta en total cerca de 180.000 empleos entre directos e indirectos. Si se considera el efecto de la informalidad derivada, el volumen de empleos superaría los 250.000. Estas cifras indican que el sector de calzado genera el 68% de empleo a la cadena de cuero, calzado y manufactura de cuero, según las estadísticas la división de la participación de los sectores que componen la cadena estaría repartida de la forma como lo muestra el gráfico 4.

Gráfico 4. Participación total de la cadena en la generación de empleo del país



Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera 2002.

Las microempresas, en su mayoría fabricantes de calzado deportivo, botas y zapato casual, zapato para dama y zapatilla sintética para dama. Entre los que se destaca el calzado deportivo, con una participación cercana al 40% del total de la producción nacional, seguido por botas, botas para dama, calzado casual para hombre y dama, zapatillas sintéticas y calzado para niño. Técnicamente, la composición del sector, es descrita por la partida 64 en el Arancel Armonizado, que se encuentra en el Anexo A. La mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento de calzado popular, caracterizado por una calidad media, rápida respuesta a los requerimientos de la demanda (moda) y bajos precios.

El sector se caracteriza por una fuerte competencia entre productores nacionales recrudecida por las importaciones y por los altos volúmenes de contrabando (en su mayoría procedentes de Panamá y China), ambos estimulados por la reevaluación de la moneda. De modo que cuando se habla de combatir el contrabando de calzado se habla de atacar un problema de interés nacional de combatir una práctica comercial que tiene impacto negativo

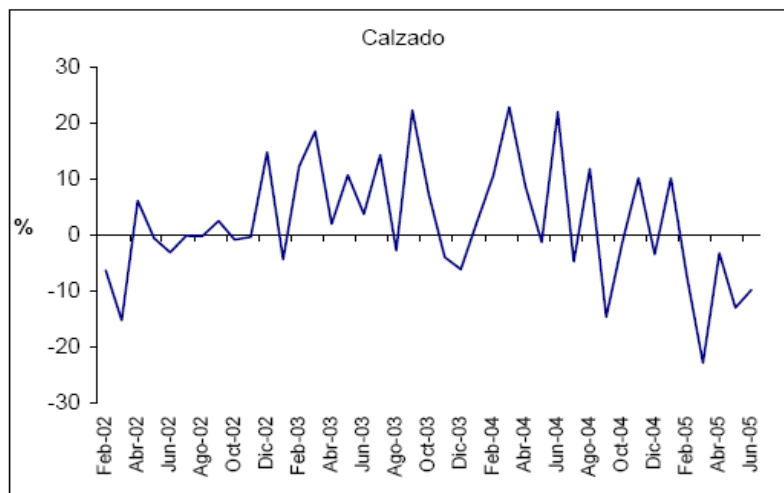
sobre un significativo porcentaje de las empresas colombianas; y cuyos efectos trascienden las principales ciudades para alcanzar, en forma por demás preocupante, pequeñas localidades en las cuales resulta una actividad productiva determinante para su viabilidad económica. Lo anterior sin considerar los efectos derivados en las empresas dedicadas a la producción de bienes y servicios de apoyo, ni la actividad informal, estimada alrededor del 40%. Los costos del contrabando para el país están dados, no sólo en el empleo que se deja de generar, sino en pérdida de recaudo para el Estado por gravámenes al comercio exterior. Uno de los problemas mas discutidos y al cual se ha intentado dar solución pero el gobierno nacional no puede entrar a atacar directamente por la importancia que tiene en la situación actual del país es *informalidad*, el 40% de lo negocios del sector son informales; existen registrados en la Confederación de Cámaras de Comercio alrededor de 3600 empresas y el DANE solo considera 360 como de tamaño importante. Pero la gran razón de su existencia y el poco control a estas es que son generadores de empleo en el mediano y corto plazo, tal es el caso de sectores como Restrepo y la Isla del Sol, en Bogotá, el San Miguel o San Francisco, en Bucaramanga, etc.

De acuerdo a la estructura de costos, presentada por el SENA, el 54 % de los costos de producción, se destinan a materia prima que es un conjunto grande de elementos debido al gran numero de detalles que la elaboración del calzado requiere y en donde participan múltiples sectores incluyendo el plástico, caucho, e incluso editoriales, y un 16 % remuneración a mano de obra. De acuerdo con la Contabilidad Nacional, los costos de remuneración al trabajo representan más del 38% del valor agregado generado por el sector. El restante 62% corresponde a excedentes, intereses e impuestos.

El consumo per cápita de calzado, ha decrecido en consecuencia a la disminución del poder adquisitivo de los colombianos, en el año 2003, éste consumo era de 2.5 pares al año, en la actualidad es de 1.5 pares al año. En

este sector se observa una disminución en términos de producción y por tanto de las ventas, como podemos verlo en el gráfico 5 donde se puede observar claramente la variación de la producción.²⁰

Gráfico 5. Variación anual del índice de la Producción Real



Fuente: Programa Colombia Compite, Perfil del sector de cuero, calzado y manufacturas de cuero, 2005.

Efecto que ha traído consigo que las importaciones de este sector continúen creciendo, lo cual ha motivado al gobierno Colombiano a tomar diferentes medidas (licencias a las importaciones, inspección física) para frenar el ingreso de productos extranjeros que afecten la producción interna y generen una subutilización de la capacidad instalada.²¹

Se estima que el mercado nacional está cercano a los 110 millones de pares anuales. De estos, se calcula que un tercio corresponde a contrabando y los dos tercios restantes son importados legalmente o son de fabricación nacional. Ahora bien, si se tiene en cuenta que el contrabando representa cerca de 35

²⁰ PROGRAMA COLOMBIA COMPITE. Perfil del Sector Cuero, Calzado, Manufacturas de Cuero. <http://www.colombiacompite.gov.co/site/redesf.asp?idsub=302>. Colombia, Marzo 2006.

²¹ AMADO, José. El calzado, perdedor con la apertura: desaparece con el TLC www.deslinde.org.co/Dsl38/dsl38_calzado.htm - 34k

millones de pares anuales y teniendo en cuenta las escalas de producción por empresa y el empleo generado en cada caso, se tendría que el contrabando de calzado le cuesta anualmente al país cerca de 19.000 empleos directos y unos 70.000 indirectos. Es decir, por causa del contrabando la industria del calzado deja de generar anualmente cerca de 90.000 empleos. Sin considerar su encadenamiento con la actividad informal.

La demanda de calzado en Colombia, al igual que en el resto del mundo esta fuertemente influenciada por las tendencias de la moda y el precio. En general el calzado para dama es más demandado que el calzado para caballero. Además de estas dos categorías tradicionales de consumo, la demanda por calzado industrial (dotaciones para empresas y milicia), constituye un nicho de consumo bastante atractivo, con un margen de utilidad superior, aunque se debe contar con una capacidad de producción que permita adaptarse a los requerimientos técnicos de las empresas demandadas.

1.2. ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR.

1.2.1 GENERALIDADES

En los últimos años, la globalización de la economía mundial y, sobre todo, la evolución de la producción de calzado en los países en vías desarrollo (principalmente a los asiáticos y los de América del Centro y Sur) ha modificado el mapa mundial de la producción de zapatos. Esta transformación ha provocado un cambio en los flujos de producción y de comercialización. De hecho, se vive una paulatina concentración de las grandes producciones de calzado en zonas donde el coste de fabricación es más bajo, lo que ha generado un incremento del zapato importado y con una consiguiente reducción de la fabricación nacional de calzado.

El cambio de escenario ha convulsionado el sector, que ha visto como, a pesar de su preparación para afrontar los cambios, necesita una reorientación de sus estrategias para posicionarse adecuadamente en el nuevo marco mundial de la industria del calzado. El marco internacional ha sido determinante.

A nivel internacional, la industria del calzado ha mostrado desde mediados del siglo pasado una relocalización de plantas productoras, desde los países desarrollados hacia China, Corea, Hong Kong, Indonesia, Taiwán y Brasil. La producción de calzado en estos países es intensiva en mano de obra y se ha enfocado en calzado deportivo y de consumo masivo. Dos factores han condicionado el proceso de relocalización en la industria del calzado: a) bajo

costo de la mano de obra en los países mencionados antes; b) falta de regulación ambiental en el proceso de curtido de los cueros y pieles²²

La industria del cuero y calzado es altamente globalizada y muy sensible a los cambios en la competitividad internacional y a las estrategias de las compañías líderes en el mundo. Lo anterior debido a que las actividades que definen el ciclo de valor de la industria, desarrollo de productos, abastecimiento de materias primas, manufactura, distribución logística, comercialización y venta, están interconectadas a escala mundial mediante alianzas estratégicas entre empresas, segmentos de producción, regiones productoras y países.

Desde mediados de la década de los ochenta, países asiáticos como China, Taiwán, Corea, Indonesia, Vietnam, Tailandia y otros se insertaron en la competencia mundial con mucho éxito debido a su gran disponibilidad de mano de obra. A partir de entonces han arrebatado gran parte del mercado a países industrializados. Estos últimos han adoptado la estrategia de colocarse en el eslabón final de la cadena de valor y actualmente controlan la comercialización en mayor medida que la manufactura. El saldo de esta recomposición internacional coloca a China como el país líder en el mercado mundial de calzado y particularmente en el mercado más grande (Estados Unidos).

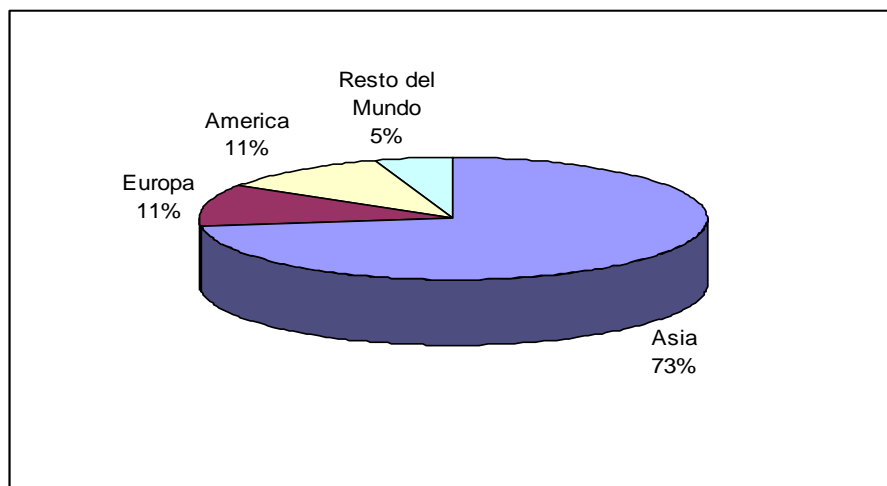
Adicionalmente, en 2001 China se integró a la Organización Mundial de Comercio (OMC), las implicaciones de este hecho para Colombia son de vital importancia debido a que se ha planteado que ante la competitividad de ese país, no podrá competir en industrias que son intensivas en mano de obra (como lo es cuero y calzado).

Datos elaborados por el CECIC señalan que el promedio de producción mundial de calzado a finales de la década del 90 fue de 11,316 millones de

²² CERUTTI, Julia. Estudios sectoriales. Componente: Industria del calzado. Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación. Argentina, 2003.

pares, para 2001 se estima que aumentó a 11,895 millones de pares. La participación por regiones es la siguiente: Asia produjo el 73 por ciento, Europa y América 11 por ciento cada uno y el resto del mundo participa con el 5 por ciento, como se puede ver en el gráfico 6. Desde 1995, el consumo de calzado mundial ha mostrado un buen dinamismo, (pues su crecimiento se ha mantenido por encima del de la población). A futuro se estima que la brecha entre ambas variables continúe ampliándose por lo que se espera una creciente competencia entre los principales países productores.

Gráfico 6. Producción mundial de calzado por regiones.



Fuente: SECRETARIA DE ECONOMIA. Programa para la Competitividad de la Industria del Cuero y Calzado. México D.F, 2005.

La producción mundial de calzado aumentó 30% entre 1995 y 2003, llegando a 13 mil millones de pares y se prevé que hasta 2010 crezca otros 15% alcanzando una producción total de 15 mil millones de pares.

Después de China, los principales países productores del mundo aunque a una gran distancia - son India con 750 millones de pares y Brasil, con 642 millones de pares. Colocados entre los 10 mayores exportadores, China, Hong Kong y Brasil con más de 164 millones de pares, todos estos países lograron aumentar sus exportaciones más aún. Las exportaciones de calzado de Vietnam (333

millones), Italia (320 millones), Indonesia (176 millones), España (137 millones), Portugal (87 millones) y los Países Bajos (60 millones) están disminuyendo. Alemania exportó 79 millones de pares y Tailandia 136 millones, sin aumento sobre las cifras de 2002.

Según un trabajo realizado en marzo de 2006 por el Programa Colombia Compite acerca del Perfil del sector de Cuero, calzado y manufacturas de cuero, cerca de la mitad de las exportaciones de calzado se originan en dos países, China e Italia, con una participación en el 2003 del 29.2% y 18.9%, respectivamente. A nivel latinoamericano, Brasil es el principal exportador (8 en el mundo en el 2003), representando el 3.7% de las ventas mundiales de calzado, como se observa en el cuadro 1. Colombia participó en el mercado mundial con 0.06% de las exportaciones.

Por regiones en 2003, sólo China participa con 21 por ciento del consumo mundial, le sigue el resto de Asia con cerca del 21 por ciento, América del Norte y Centroamérica 20 por ciento, Europa Oriental 19 por ciento, Europa Occidental 6 por ciento, América del Sur 7 por ciento y Medio Oriente 5 por ciento.

Por países, China es el principal consumidor de calzado (2,450 millones de pares), le sigue Estados Unidos (1,600 millones de pares), la India y Japón (650 y 510 millones de pares respectivamente). México es el noveno consumidor mundial de calzado (280 millones de pares).

Las compras de calzado en el mundo están concentradas en Estados Unidos, 28% del total durante el 2003. Así mismo, son destacadas las compras efectuadas por Hong Kong (8.7% del total) y por los países de la Unión Europea (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica).

Cuadro 1. Exportadores de calzado, participación en el mercado mundial (US\$ Millones de dólares)

	2001	2002	2003	PART 2003
CHINA	10.096	11.090	12.995	29,3%
ITALIA	7.570	7.588	8.376	18,9%
ESPAÑA	1.986	2.125	2.297	5,2%
VIETNAM	1.630	1.913	ND	ND
ALEMANIA	1.373	1.649	1.862	4,2%
BELGICA	1.653	1.855	1.663	3,7%
PORTUGAL	1.515	1.497	1.626	3,7%
BRASIL	1.684	1.516	1.622	3,7%
RUMANIA	976	1.158	1.421	3,2%
FRANCIA	956	1.071	1.275	2,9%
INDONESIA	1.506	1.149	1.182	2,7%
PAISES BAJOS	893	765	1.132	2,5%
THAILANDA	839	ND	802	1,8%
INDIA	663	623	758	1,7%
REINO UNIDO	696	661	691	1,6%
AUSTRIA	565	539	643	1,4%
KOREA	702	577	509	1,1%
USA	638	520	495	1,1%
OTROS	4.563	4.567	5.046	11,4%
TOTAL	40.504	40.863	44.395	

Fuente: Programa Colombia Compite, Perfil del sector de cuero, calzado y manufacturas de cuero, 2005.

1.2.2. COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR

Según cifras publicadas por Proexport Colombia en su informe de tendencias de las exportaciones del sector de calzado, las exportaciones de calzado en el 2005 fueron de US\$ 61.927.897 dólares FOB, con un crecimiento respecto al 2004 del 40.95%, cuando se exportaron US\$ 43.936.033 dólares FOB como se puede ver en el cuadro 2, se exportaron 1,3 millones de kilogramos adicionales (31%). Sin embargo, Este crecimiento también podría estar sustentado en un aumento de los precios dado que las cantidades exportadas solo se incrementaron en un 0.3%.²³

Cuadro 2. Exportaciones Colombianas de Calzado 2000 – 2005

FECHA	VALOR FOB US\$	VARIACION
2002	27.088.061	
2003	29.354.967	8,37%
2004	43.936.033	49,67%
2005	61.927.897	40,95%

Fuente: Inteligencia de mercados, PROEXPORT COLOMBIA.

Las regiones que más exportaron en el 2005 fueron Valle del Cauca, Norte de Santander, Antioquia, Atlántico, Santander y Cundinamarca en su orden respectivo. Ganando lugar Norte de Santander como consecuencia ser zona fronteriza con el principal mercado para el calzado Colombiano como es Venezuela, podemos observar claramente esto en el cuadro 3 donde están en orden descendente las exportaciones por regiones de 2002 a 2005.²⁴

²³ PROEXPORT COLOMBIA. Informe de Tendencias y Prospectivas, Macrosector de Prendas de Vestir. Bogota, Diciembre 2005.

²⁴ PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas 2003 – Enero 2006.

Cuadro 3. Exportaciones de Calzado por departamentos 2002 – 2005. (Valor FOB en miles de dólares)

	DEPARTAMENTO	2002	2003	2004	2005	PROMEDIO NUMERO D EMPRESA S
1	VALLE DEL CAUCA	6747,8	6090,7	9924,8	14148,2	80
2	NORTE DE SANTANDER	1293,7	779,7	2210,9	11574,4	35
3	ANTIOQUIA	4134,9	3320,0	6161,6	8503,8	96
4	ATLANTICO	3535,9	6723,6	7575,6	7954,2	28
5	SANTANDER	4898,2	5046,7	6761,8	6969,8	125
6	CUNDINAMARCA	4743,3	5777,5	5235,1	6473,4	48
7	BOGOTA	75,2	129,7	3511,4	4119,5	173
8	CALDAS	1537,8	1098,5	1659,9	1731,4	1
9	RISARALDA	112,1	50,8	62,8	281,0	11
10	CAUCA		7,6	743,3	67,2	1
11	TOLIMA		3,4	3,3	49,2	1
12	BOLIVAR	1,2	47,6	61,2	37,0	5
13	SAN ANDRES Y PROVIDENCIA	6,0		17,7	8,0	1
14	ARAUCA				7,2	1
15	BOYACA	1,8			3,6	2
16	LA GUAJIRA			4,4		
18	NARINO	0,0		0,7		
19	CORDOBA			0,5		
20	QUINDIO		15,8			
				TOTAL	61927,9	608

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas 2003 – Enero 2006.

Entre los principales destinos de las exportaciones del sector se encuentran Venezuela, Ecuador, Estados Unidos, México y Perú con una participación del 33%, 17%, 11%, 10% y 3% respectivamente. Estos cinco países importan el 77% del total de las exportaciones Colombianas, que pasaron de US\$ 29.706.640 en el 2004 a US\$ 44.510.958 en el 2005, como lo podemos ver en el cuadro 4.

Cuadro 4. Principales destinos de Colombia en exportación Calzado 2002 – 2005 (Valor FOB en Miles de dólares)

	PAIS	2002	2003	2004	2005	VARIACION 2004 - 2005
1	VENEZUELA	4.641,69	2.587,02	9.628,87	20.154,81	109,3%
2	ECUADOR	8.271,62	7.228,32	8.620,89	10.347,02	20,0%
3	ESTADOS UNIDOS	2.903,14	4.482,95	4.980,92	6.796,49	36,5%
4	MEXICO	807,43	2.661,62	4.873,68	5.602,17	14,9%
5	ESPANA	6,93	592,85	1.366,47	3.926,21	187,3%
6	ZONA FRANCA CUCUTA	1,91		941,79	2.399,97	154,8%
7	PANAMA	1.886,69	2.017,84	2.643,97	2.048,75	-22,5%
8	REPUBLICA DOMINICANA	830,24	339,85	909,21	1.696,32	86,6%
9	PERU	582,21	1.051,27	1.602,27	1.610,46	0,5%
10	PUERTO RICO	1.208,19	1.393,44	1.356,44	1.494,19	10,2%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas 2003 – Enero 2006.

Es importante resaltar que los destinos de mayor crecimiento fueron Venezuela (109%), España (187%), Republica Dominicana (85%), Estados Unidos (36%), Ecuador (20%), y México (24%). Estos destinos aportaron US\$ 18.151.168 al crecimiento del sector; él cual como consecuencia del comportamiento negativo de algunos de los principales socios comerciales de Colombia solo fue de US\$ 17.991.864.

De los principales 35 socios comerciales de las exportaciones colombianas 23 países presentaron crecimientos positivos y 12 crecimientos negativos. El total de los destinos de exportaciones de Colombia se encuentran en el ANEXO B.

Las exportaciones hacia los países que conforman la Comunidad Andina crecieron en US\$ 12.3 millones, pasando de US\$ 19.1 millones en el 2004 a US\$ 32.2 millones en el 2005, es decir, un crecimiento de 62%. Los países a donde se realizaron más exportaciones, dentro de la Comunidad Andina, fueron Venezuela y Ecuador. Se espera que para el 2006 las exportaciones hacia los países de la Comunidad Andina mantengan su dinamismo y crecimiento.

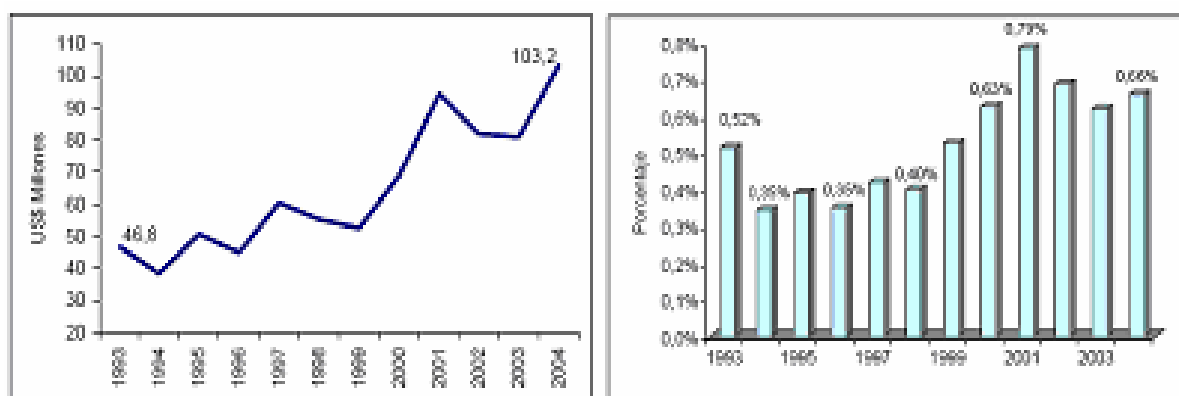
Se observa un crecimiento poco significativo de las exportaciones del sector hacia la Unión Europea, estas pasaron de US\$ 4.6 millones en el 2004 a US\$ 5.8 millones en el 2005, un aumento de 26.10%, debido al comportamiento negativo de las exportaciones de algunos países. Esto se dio como consecuencia del desplazamiento de la producción de cueros a China y el incremento de las importaciones de confecciones provenientes de este mismo país.

Centroamérica sin embargo muestra un decrecimiento de las exportaciones del sector hacia este destino, pasaron de US\$ 1.8 millones en el 2004 a US\$ 1.6 millones en el 2005, es decir, un -5.05%. Esta región es una de los principales competidores de Colombia, con la firma del CAFTA-DR algunas empresas extranjeras han tomado la decisión de establecer sus fábricas en estos países con el objeto de competir contra los proveedores asiáticos utilizando las ventajas competitivas que presentan estos países en términos arancelarios y logísticos. En este nuevo tratado se establece que los países de Centroamérica podrán utilizar materias primas regionales, anteriormente solo podían utilizar materia prima de Estados Unidos. Sin embargo, el tratado debía entrar en vigencia a partir del 1 de enero del 2006 y hasta el momento el único país que

ha cumplido con los requisitos exigidos para el acceso al CAFTA-DR es Salvador, a partir del 1 de marzo del 2006. En los demás aún está pendiente la entrada en vigencia del tratado.

Las importaciones de la cadena del cuero, calzado y manufacturas de cuero registran una tendencia creciente y ascendieron en el 2004 a cerca de US\$ 103 millones, más que duplicando las compras realizadas a comienzos de la década de los noventa, para ver claramente la situación podemos ver detallado el crecimiento en el gráfico 7. En los períodos de 2002 a 2004, cerca del 90% de las compras realizadas en Colombia de productos de la cadena correspondieron a calzado, como se puede observar en el gráfico 8.²⁵

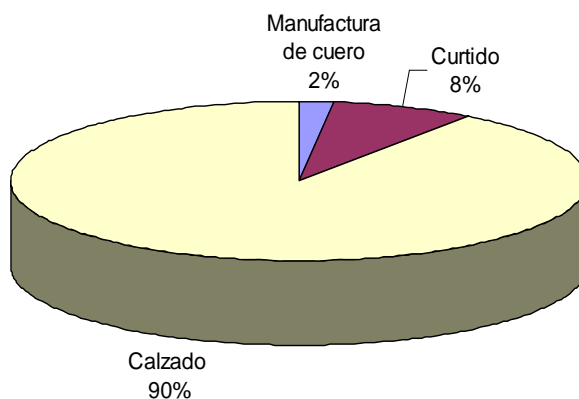
Gráfico 7. Importaciones de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero y Porcentaje de importaciones 2002 - 2004



Fuente: Programa Colombia Compite. Perfil de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero, 2005

²⁵PROGRAMA COLOMBIA COMPITE. Perfil del Sector Cuero, Calzado, Manufacturas de Cuero. <http://www.colombiacompite.gov.co/site/redesf.asp?idsub=302>. Colombia, Marzo 2006.

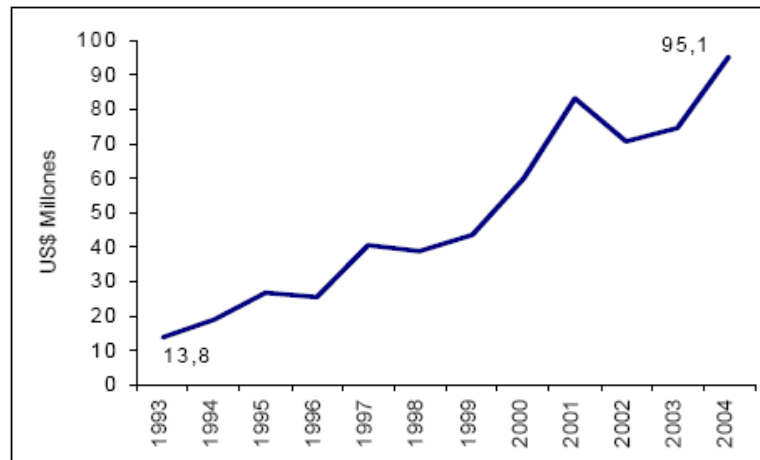
Gráfico 8. Participación de las importaciones en la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero.



Fuente: Programa Colombia Compite. Perfil de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero, 2005

Las importaciones de calzado registran una tendencia creciente desde comienzos de la década de los noventa, alcanzando US\$ 95 millones en el 2004, hecho reflejado en el gráfico 9. Este comportamiento ascendente fue producto de las compras procedentes del mercado de China, país que a comienzos de la década de los noventa se le compraba US\$ 2 millones y en el 2004 fueron US\$ 49 millones representando el 57% de las importaciones colombianas de calzado. Las compras de calzado originarios de China han crecido 218% entre el final de los noventa y el año 2004, como se puede apreciar en el cuadro 5, China y Ecuador, se han sostenido como los principales países proveedores de calzado importado en Colombia, Italia ha perdido posicionamiento en el mercado Colombiano, pasando del 3 lugar en el 2001, al 6 lugar en el 2003. Panamá ha sufrido una fuerte caída, al pasar del 4 lugar en el 2001, al 19avo lugar en el 2003.

Grafico 9. Importaciones de Calzado 1993 – 2004



Fuente: Programa Colombia Compite. Perfil de la cadena de cuero, calzado y manufacturas de cuero, 2005

Los otros dos mercados que han ganado importancia son Ecuador y Brasil, países que representaron el 17% y 10% de las compras totales de estos productos. Los principales productos importados de estos países podemos verlos en el cuadro 6.

Cuadro 5. Origen de la importaciones de Colombia en el sector de Calzado (US\$ millones de dólares)

PAIS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004 (%)
CHINA.	2,0	3,4	2,9	3,1	8,2	9,1	15,6	26,8	48,0	36,2	40,8	49,6	57,7
ECUADOR.	0,2	0,6	1,1	0,8	1,9	5,2	5,3	9,6	10,2	13,1	12,9	15,2	17,6
BRASIL.	1,0	1,4	3,8	4,7	5,5	3,2	3,1	2,9	3,1	3,8	4,9	9,0	10,5
INDONESIA.	0,1	1,0	2,1	2,6	2,5	0,6	1,9	1,7	1,9	1,9	0,8	2,3	2,7
VIETNAM.	0,0	0,1	0,5	0,5	2,0	0,4	1,2	4,1	2,6	1,5	1,5	1,8	2,1
ITALIA.	1,1	2,1	2,5	2,0	2,3	3,5	2,5	2,5	3,5	2,8	1,3	1,4	1,6
HONG KONG.	0,3	0,5	1,1	0,1	0,6	1,6	1,5	1,4	1,8	1,0	0,7	0,8	1,0
VENEZUELA.	2,7	2,2	2,6	2,4	2,6	1,5	1,2	0,8	1,4	1,2	0,5	0,8	0,9
ESTADOS UNIDOS.	1,2	1,7	2,2	1,9	2,1	1,4	2,1	1,1	1,3	0,5	0,8	0,8	0,9
PERU.	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2	0,1	0,7	0,8
ESPANA	0,3	0,9	2,2	1,7	1,9	2,6	1,2	0,8	1,0	1,3	0,6	0,6	0,7
PANAMA.	0,7	0,7	0,5	0,1	0,4	0,2	2,9	0,1	3,1	0,3	0,1	0,4	0,5
ZONA FRANCA RIONEGRO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,2	0,2	0,4	0,4

Fuente: DIAN- Mincomercio

Cuadro 6. Principales productos importados por Colombia en el sector de Calzado

Colombia- Principales Importaciones de Calzado (US\$ Millones)							
NANDINA	DESCRIPCION	1999	2000	2001	2002	2003	2004
6402990000	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLASTICO.	6,9	10,3	22,2	16,9	23,6	33,9
6403990000	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO ARTIFICIAL O REGENERADO	3,8	3,9	5,0	6,7	9,2	13,4
6404190000	PLASTICO O CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERAD	4,0	4,9	9,8	9,0	9,4	11,3
6401920000	LOS DEMAS CALZADOS IMPERMEABLES CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLASTICO	4,3	6,2	5,6	7,3	7,8	9,4
6404112000	CALZADO DE TENIS, BALONCESTO, GIMNASIA, ENTRETENIMIENTO Y CALZADOS SIMILARES	0,0	0,0	0,0	6,1	6,9	7,0
6402190000	LOS DEMAS CALZADOS PARA DEPORTES, CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLASTICO	3,7	4,1	4,5	4,4	4,3	6,3
6403190000	LOS DEMAS CALZADOS DE DEPORTES, CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O	3,7	8,2	7,7	5,6	5,4	3,8
6402200000	CALZADO DE CAUCHO O DE PLASTICO CON LA PARTE SUPERIOR DE TIRAS O BRIDAS FIJAS A LA SUELA P	0,9	1,7	2,2	1,8	1,7	2,7
6406200000	SUELAS Y TACONES (TACOS), DE CAUCHO O DE PLASTICO.	4,1	3,5	4,9	3,9	2,3	2,1
6402910000	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLASTICO,	0,5	0,3	0,4	0,8	0,9	1,6

Fuente: DIAN- Mincomercio

Las empresas productoras de calzado han presionado la creación de varias medidas para combatir el contrabando abierto y técnico que participa con cerca del 25% del consumo local de calzado. La fijación de precios indicativos mínimos de procedencia para las importaciones de Panamá y China, mayores controles para evitar la subfacturación en la Guajira, la obligación de nacionalizar mercancías en los puertos, la restricción de entrada de los productos provenientes de China y Panamá para que sólo entren por Barranquilla y Bogotá, y la petición de salvaguardia temporal a las importaciones de artículos de cuero provenientes de China, son varios de los esfuerzos realizados por las empresas del sector para mantener su competitividad en el mercado local.

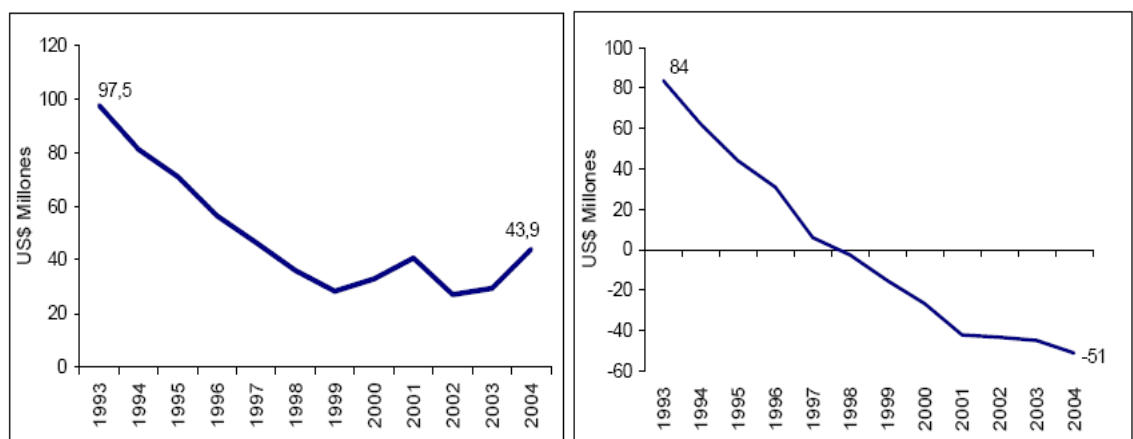
Evento justificado dado que las exportaciones colombianas de calzado, que al comienzo de la década de los noventa rondaban los US\$ 100 millones, registraron una caída constante hasta alcanzar en 1999 su más bajo valor, US\$ 28 millones. Sin embargo, desde el 2002 se evidencia una recuperación y en el

2004 las ventas ascendieron a US\$ 43.9 millones, lo cual equivalió a una tasa de crecimiento de 49% respecto del año anterior. Este comportamiento y unas importaciones crecientes originaron que desde 1999 Colombia registrara un déficit comercial en productos de calzado, llegando en el 2004 a US\$ 51 millones, detallado en el gráfico 10.

Gráfico 10. Exportaciones de calzado y Balanza comercial 1993 - 2004

Exportaciones de Calzado

Balanza Comercial



Fuente: DANE- Mincomercio.

El problema para los países exportadores de calzado es que tendrán que competir con productos manufacturados chinos a escala global, quieran o no, y con las diferencias resultantes en las economías de escala. La solución para que los países exportadores menores y aquellas naciones que pretenden exportar es investigar nichos de mercado en otros países. Argentina, México, Colombia y Perú, que son ejemplos típicos de países latinoamericanos con potencial exportador que tendrán que aprender a identificar mercados con potencial importador y los nichos que ofrecen para productos diseñados con la finalidad de atender las necesidades de determinadas categorías de consumidores

Una de las mayores dificultades que se les presenta a las Pymes Colombianas es su baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo, la

falta de información sobre oportunidades de exportaciones competitivas y sostenibles, con altos niveles de valor agregado local, como resultado de una mínima capacitación y gestión gerencial en el área internacional y su limitado acceso a tecnologías, especialmente las referentes al comercio exterior, los mayores obstáculos al proceso exportador de las Pymes nacionales se refiere a factores relacionados con el marketing como son la adecuación del producto a los requerimientos del mercado externo, la falta de información (conocimiento) de los mercados, el acceso a adecuados canales de distribución y la falta de capacitación en marketing internacional.

Sin superar estas falencias, es muy poco probable que las Pymes colombianas aprovechen agresivamente y ni siquiera consideren las grandes oportunidades que ofrece el mercado mundial, particularmente las que se presentan como resultado de los acuerdos de integración y de los sistemas de preferencia como CAN, ALIDE y ATPA y SGPA, suscritos y otorgados a Colombia.

Otro factor de supervivencia surge de la especialización de una parte de la producción hacia mercados más específicos (calzado médico, laboral, deportivo etc.). La diversificación de productos, la proyección de imagen de empresa y el diseño de moda son ejes prioritarios e instrumentos de competitividad. Las marcas se perfilan como una imagenpaís, ejemplo de esto observamos las marcas “Shoes from Spain” y “Made in Spain” que identifican el calzado fabricado en España y le ha dado reconocimiento en Europa, de igual forma la marca “By Brazil” que identifica los productos de este mercado y que en su forma y diseño hace que solo a la vista del consumidor identifique el calzado como fabricado en Brasil.

En Colombia este tipo flexible de fabricación y que cumpla con los factores de competitividad es más difícil mantenerla lo que ha generado un cambio en el control de la distribución. Algunos empresarios del calzado, principalmente las grandes y medianas empresas, están aplicando un proceso de integración vertical hacia la creación de redes de distribución propias, que en ocasiones alcanzan hasta el punto de venta. Para conseguir una aplicación de una

estrategia adecuada a cada empresa, es necesario que se analicen la descomposición de la cadena de valor, se evalúen sus puntos fuertes y débiles, con el fin de abandonar los que no son competitivos y consolidar los rentables. Sin embargo esta nueva estrategia no está siendo usada por quienes conforman la mayoría de empresas de este sector que son las pequeñas empresas y hace parte de la problemática del sector y uno de los puntos claves en la falta de competitividad del sector, ya que no permite el aprovechamiento de ventajas de otros que las posee como una alianza que conocemos como *Asociatividad*, el sector carece de esta y por lo tanto no permite aplicar de manera eficiente esta estrategia. A su vez, esta dificultad no ha permitido poner en marcha proyectos de cooperación comercial y presentar propuestas de empresas conjuntas, convenios con grandes empresas, con cliente y proveedores con el objetivo de afrontar los procesos de internacionalización, todas ellas constituyen estrategias que refuerzan la presencia de las Pymes en los mercados internacionales.

Los procesos de certificación de calidad resultan muy importantes para las empresas porque facilitan la conquista de mercados externos que exigen patentes para comenzar cualquier tipo de negociación. Básicamente lo que se busca a través de este método es optimizar procesos de producción o de prestación de servicios. En Colombia, existen 11 organismos de certificación avalados por la superintendencia de industria y comercio, entre los cuales se encuentran el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC; SGS Colombia, BVQI Colombia y BASC. En este contexto Icontec lanzo especialmente Norexport, que pretende mejorar la competitividad de las pymes a través de su participación en procesos de normalización sectorial, nacional y regional, que posibilite el intercambio de bienes y servicios a nivel internacional.

Para dar respuesta a estos factores de competitividad, el Gobierno Nacional mediante CONPES 3297 de 2004, se identificaron 4 estrategias competitivas para que la visión de esta cadena para el año 2015 sea el modelo asociativo

más importante del país descritas en el ANEXO C, sustentado en organizaciones, parques o distritos industriales eficientes en las diferentes regiones productivas, con reconocimiento internacional por calidad y diseño. La cadena se debe apoyar en la investigación e incorporación de tecnología, con recurso humano capacitado, especialización de procesos y producto diferenciado, logrando identidad propia, construcción, desarrollo y sostenibilidad de nuevos mercado

Es importante recalcar que los acuerdos comerciales que se avecinan, resultan importantes para los industriales del calzado, pero las oportunidades no podrán ser aprovechadas al máximo si el sector no cuenta con los niveles de competitividad que estos compradores requieren. Esto es algo que tienen claro los empresarios para quienes la asociatividad resulta determinante, porque es mediante esta que se pueden lograr los volúmenes y la calidad requerida, adicional de esta forma puede dársele un mejor uso a los beneficios que otorga el gobierno.

2. PRINCIPAL PARTICIPACIÓN DE COLOMBIA EN ACUERDOS COMERCIALES:” ¿CÓMO HAN AFECTADO AL PAÍS Y AL SECTOR DE CALZADO?”

Colombia goza de una posición privilegiada para acceder a los mercados internacionales mediante acuerdos comerciales y preferencias arancelarias que garantizan las mejores condiciones de acceso para los productos colombianos.

Para Colombia la prioridad de la política comercial es fortalecer las relaciones con Estados Unidos, su principal socio comercial, y pieza clave en la eventual solución del conflicto armado interno. A través del *Andean Trade Preference Act* (Ley de Preferencias Arancelarias Andinas) y su prórroga el *Andean Trade Preference Drug Eradication Act - ATPDEA-* (Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de Drogas), además la penetración de mercados como la Unión Europea, a través del Sistema Generalizado de Preferencias Andino - SGP Andino, que otorga un tratamiento preferencial a los productos colombianos para incursionar en estos dos importantes mercados.

De igual manera, Colombia ha consolidado importantes acuerdos de intercambio comercial con países latinoamericanos, como es el caso de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, el Grupo de los Tres -G3- y el recientemente suscrito acuerdo de complementación económica entre algunos de los países miembros de la CAN y MERCOSUR -. A la vez, en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI-, existen en la actualidad varios acuerdos de complementación económica, como es el caso del Acuerdo firmado con Chile mediante el cual el comercio de productos entre los dos países esta prácticamente desgravado.

En este capítulo se presentan los principales preferencias comerciales concedidas a Colombia, y los acuerdos comerciales en los que Colombia participa y con los que se presentan interesantes oportunidades de comercio e inversión. Además, muestra cual ha sido el comportamiento del sector de calzado a partir de estos beneficios.

La mas importante preferencia comercial otorgada al país y reafirma la política comercial de Colombia ha sido el ATPA, hoy vigente como ATPDEA.

El ATPA es la ley de preferencias arancelarias andinas, por medio de la cual Estados Unidos otorgó preferencias arancelarias a más de 6100 productos de origen colombiano, ecuatoriano, boliviano y peruano, para ingresar a ese mercado libre de arancel, durante un periodo de 10 años contados a partir de diciembre de 1991, al finalizar este lapso el gobierno de Estados Unidos, renueva y amplía los beneficios otorgados de forma unilateral a los países antes mencionados y entra entonces en vigencia el “andean trade promotion and drug eradication act – ATPDEA” , expedida en agosto de 2002 y tiene vigencia hasta diciembre 31 de 2006. La ley busca aumentar el flujo comercial entre los países beneficiarios y los Estados Unidos; así como generar empleo e inversión a fin de fortalecer las economías de los países beneficiarios, promover la estabilidad política, económica y social en el área y así implementar alternativas de desarrollo sostenible a largo plazo. De igual manera deberá contribuir a la búsqueda y consolidación de valores y prácticas para continuar con la erradicación de cultivos ilícitos y la lucha contra el narcotráfico y el terrorismo.

Estos beneficios concluirán en diciembre de 2006 y de fallarse en la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) será difícil que los empresarios logren penetrar con esta cantidad de productos en el mercado estadounidense. Con

los resultados obtenidos, las exportaciones bajo Atpdea representan en la actualidad el 53 por ciento del total de las ventas a Estados Unidos.

El calzado es uno de los productos que están cubiertos dentro de las ley de preferencias. Anteriormente las manufacturas de cuero y calzado colombianos debían pagar un promedio entre el 8% y el 17% para ingresar en territorio aduanero de Estados Unidos, incluyendo Puerto Rico. Hoy gracias al ATPDEA, pueden entrar con 0% de arancel siempre y cuando cumpla con las siguientes normas de origen estipuladas en la ley:

- La mercancía debe ser enviada directamente desde un país beneficiario, y no puede tener ningún puerto transbordado.
- El producto debe haber sido fabricado o manufacturado en un país beneficiario, esto se cumple cuando: la mercancía es totalmente producida en el país o ha sido transformad sustancialmente en un nuevo articulo y distinto en el país.
- El producto debe tener por lo menos un 35% de valor agregado nacional: materia prima de alguno de los países beneficiarios (ATPDEA y CBI), materia prima de Estados Unidos hasta el 15% y materia prima importada pero si ha sufrido una transformación substancial.

Para el calculo de este porcentaje se utiliza una fórmula específica que para efectos de este estudio sólo será mencionada. Cualquier importador que solicite este tratamiento preferencial deberá cumplir con las normas mencionadas y con los procedimientos aduaneros, requisitos y exigencias reglamentados, el certificado de origen es el que corresponde ser emitido por el exportador del país beneficiario, quien asume la responsabilidad de la veracidad de la información contenida en el mismo, por lo que se requiere de la intervención del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Este es un formato que debe ser diligenciado en idioma ingles. En caso de incumplimiento, el APTDEA establece penalidades tanto al exportador colombiano como al

país. Por lo tanto, es muy importante que los empresarios colombianos reconozcan la responsabilidad para no incurrir en delitos de falsedad o triangulación y le serán denegados los beneficios por un periodo de 2 años. Además, las exportaciones de calzado deben cumplir con un certificado exigido por la convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de la fauna y la flora, conocido como CITES, este documento debe acompañar cada despacho, debido a que sin el permiso y la autorización del Ministerio del medio ambiente este tipo de pieles no puede ser usadas en la fabricación del calzado y menos aun ser exportados.

Tomando en cuenta los beneficios del ATPDEA, los exportadores colombianos han colocado en el mercado de Estados Unidos productos por 4.934 millones de dólares en 2005.

En materia de calzado en 2004, Estados Unidos importó un total de US\$ 314.5 millones, de los cuales Colombia solo participa con US\$ 5 millones, es decir, un 1,5% de participación en promedio, mientras que países como China, Brasil, Italia e Indonesia se reparten la mayor parte del mercado. En el cuadro 7 podemos ver cuáles han sido las importaciones de Estados Unidos en el sector de calzado y cuál ha sido la participación de Colombia.

Cuadro 7. Importaciones de calzado de Estados Unidos 2002 – 2004 (Valor CIF en Millones de dólares)

	2002	2003	2004
Importación Total de Calzado	143.7	120.2	314.5
Importación de calzado origen Colombia	2.9	4.5	4.9
Participación de Colombia	2,02%	3,73%	1,58%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de comercio exterior mundial.

Las importaciones de calzado provenientes de Estados Unidos en Colombia no superan el millón de dólares, lo cual no simboliza una amenaza para el mercado colombiano, y en su mayoría los productos importados se refieren a calzado con suela y cubierta de plástico que en su mayoría son zapato deportivo y sintético.

De acuerdo a lo anterior, podríamos afirmar que el gran tamaño de mercado sumado a las exenciones arancelarias otorgadas a las manufacturas de cuero y calzado que cumplan con los criterios de origen, permitiría un incremento en las exportaciones colombianas, la información entregada por el Gobierno indica que el año pasado las exportaciones acumuladas bajo el amparo de estos beneficios arancelarios presentaron un crecimiento de 19,1 por ciento. Sin embargo muchas empresas no han sabido aprovechar dichos beneficios. Y con el Tratado de Libre Comercio esta meta aspira a ser cumplida.

Otro de las preferencias otorgadas es el SGP Andino, un régimen especial unilateral que otorga la Unión Europea a Colombia y a otros países de la región andina (Ecuador, Bolivia, Venezuela y Perú), dentro del marco del SGP comunitario aplicado a los países en desarrollo.

El sistema contempla la rebaja del 100% del arancel aduanero para cerca del 90% de las importaciones provenientes de los países andinos.

El SGP Andino permite a un gran número de productos industriales, y a una lista de productos agrícolas y pesqueros colombianos la entrada al mercado europeo sin pagar aranceles y sin restricciones cuantitativas. De esta manera, el SGP Andino se convierte en un instrumento altamente atractivo para el exportador colombiano y para el importador europeo, ya que mejora las condiciones de competencia de los productos colombianos frente a los productos de otros países industrializados en el mercado de la Unión Europea. Cabe resaltar que como bloque económico, la Unión Europea es el mayor importador del mundo y está constituida por 25 países.

Hasta el presente, el SGP Andino ha tenido un trato especial y privilegiado con relación al régimen general del SGP en la Unión Europea, ya que permite el ingreso preferencial de una amplia gama de productos andinos con arancel cero, frente a una cobertura y un margen de preferencia más reducidos para el común de los países beneficiarios del SGP europeo. Algunos de los productos agropecuarios y de manufactura que pueden ingresar a la Unión Europea sin impuestos, gracias al SGP Andino, son los siguientes: café y preparados, aceites y grasas de palma africana, atún y otros productos pesqueros, productos químicos, manufacturas en cuero, toallas, textiles y confecciones, **calzado** y sus partes, papel y cartón, autopartes, vajillas, instrumentos, partes eléctricas y electrónicas y juguetes. Las hortalizas, frutas y flores también accedieron a los beneficios desde el 1 de enero de 2005.

Este Sistema Generalizado de preferencias le ha permitido exportar a la Unión Europea US\$ 2.278 millones en 2005 valor FOB, donde el sector de calzado exportó US\$ 5.8 millones en 2005, presentando un crecimiento del 26.10% con respecto al año anterior. Sin embargo, pueden aprovecharse aun más estos beneficios, Europa es un gran mercado en materia de calzado en 2004 importó un total de US\$ 2332 millones y Colombia no alcanza a participar ni con el

0.01% en dicho mercado, sin embargo las exportaciones a este mercado en el sector han aumentado en un promedio anual del 25%, lo que quiere decir que el país cada vez va aumentando su participación, esta es una difícil tarea teniendo en cuenta que Europa cuenta con grandes países productores de calzado de alta calidad, diseño y marca como son Italia y España. Sin embargo, aunque no puede llegar a ser uno de sus principales proveedores puede empezar a darse un reconocimiento del producto y abrirá las puertas a la inversión en este sector.

Dentro de los acuerdos comerciales el más importante ha sido la participación en la Comunidad Andina de Naciones CAN. Desde inicios del proceso, los esfuerzos de los países andinos estuvieron dirigidos a lograr la integración comercial mediante un programa de liberación del comercio y un arancel externo común y de otros mecanismos e instrumentos. Como resultado de ello, se tiene una zona de libre comercio desde 1993 y una unión aduanera que, aunque imperfecta, comenzó a operar en 1995 y un conjunto de normas comunitarias en materia comercial.

Los nuevos desafíos que plantea la globalización han generado la necesidad de profundizar la integración comercial mediante el perfeccionamiento de la zona de libre comercio, la adopción de una política arancelaria común y otra serie de acciones destinadas a lograr el buen funcionamiento del mercado ampliado y avanzar hacia etapas superiores de integración.

La Zona de libre comercio andina funciona desde 1993 entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela. A ella se incorporó gradualmente el Perú en un proceso que se inició en agosto de 1997 y culminó el 31 de diciembre de 2005. A su vez, la unión aduanera andina opera desde 1995, año en que Bolivia,

Colombia, Ecuador y Venezuela adoptaron un Arancel Externo Común para las importaciones desde terceros.²⁶

Colombia ha exportado a sus países miembros mediante este mecanismo un total en 2005 de US\$ 4.181 millones valor FOB, representando aproximadamente el 20% de sus exportaciones totales y el 1,48% corresponde a las exportaciones de calzado, en el cuadro 8 podemos ver las exportaciones de Colombia a estos países y en el gráfico 11 podemos ver el comportamiento de las exportaciones intercomunitarias del total de los sectores en los últimos años.

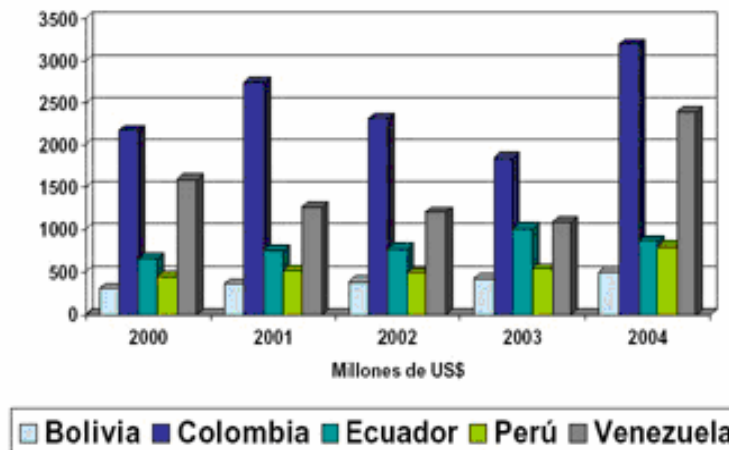
Cuadro 8. Exportaciones totales de Colombia a países de la Comunidad Andina 2002 – 2005 (valor FOB en millones de dólares)

	2002	2003	2004	2005	VARIACION 2004 - 2005
BOLIVIA	37,2	36,4	59,6	49,8	-16,44%
PERU	348,5	396,0	544,2	710,1	30,47%
VENEZUELA	1.123,3	696,1	1.623,0	2.097,6	29,24%
ECUADOR	814,0	779,8	1.010,7	1.324,4	31,04%
TOTAL	2.323,0	1.908,3	3.237,6	4.181,9	29,17%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas.

²⁶ Pagina Web Comunidad Andina de Naciones www.comunidadandina.org.

Gráfico 11. Exportaciones Intercomunitarias 2000 – 2004 (valor FOB)



Fuente: Pagina Web Comunidad Andina de Naciones.

Colombia en la Comunidad Andina encuentra sus mejores clientes para los productos de este sector, en el 2005 el país exportó a sus socios comerciales de esta región US\$ 32.1 millones valor FOB, con un crecimiento de 61.87% con respecto a 2004, como puede observarse en el cuadro 9.

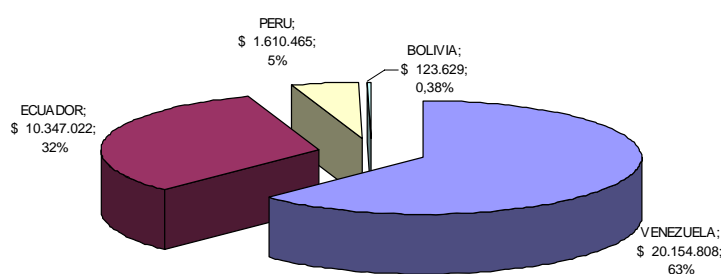
Su principal cliente Venezuela quien en el año 2005 participó con el 63% de las exportaciones del sector, como se aprecia en el gráfico 12, y el cual en 5 años con su salida puede afectar fuertemente el sector si no se llega a un acuerdo bilateral, sin embargo hoy día los exportadores están aprovechando los beneficios que aun se tienen, aunque con algunas trabas como por ejemplo el reintegro de las divisas que debe estas controlado por Cadivi. A pesar de esto el sector exporto en 2005 US\$ 20.6 millones, mostrando un crecimiento de 109,32%. En general el comportamiento de las exportaciones del sector fueron favorables.

Cuadro 9. Exportaciones de calzado a la Comunidad Andina 2002 – 2005 (Valor FOB en miles de dólares)

	2002	2003	2004	2005	VARIACION
VENEZUELA	4.641,7	2.587,0	9.628,9	20.154,8	109,32%
ECUADOR	8.271,6	7.228,3	8.620,9	10.347,0	20,02%
PERU	582,2	1.051,3	1.602,3	1.610,5	0,51%
BOLIVIA	215,4	42,7	62,1	123,6	99,02%
TOTAL	13.710,9	10.909,3	19.914,2	32.235,9	61,87%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas

Gráfico 12. Exportaciones del sector 2005 a los países de la Comunidad Andina.



Fuente: Resultado de cifras tomadas del cuadro 9

Desde el punto de vista de las importaciones de calzado de cada uno de los países miembro de la CAN, Colombia tiene gran presencia en este mercado, en el sector de calzado, en el cuadro 10 podemos observar las importaciones totales de este mercado en el sector de calzado y cuánto importa de Colombia en 2005. Un ejemplo de ello es su principal mercado de calzado Venezuela, un 19.8% de sus importaciones de calzado proviene de Colombia, además podemos observar que el 26.5% de las importaciones de calzado en Perú y un

11,9% en Ecuador pertenecen a la industria Colombiana, ocupando un promedio de 17 por ciento en la región en este sector.

Cuadro 10. Importaciones Totales de la CAN vs. Importaciones desde Colombia en el sector de calzado en 2005. (Valor CIF en millones de dólares)

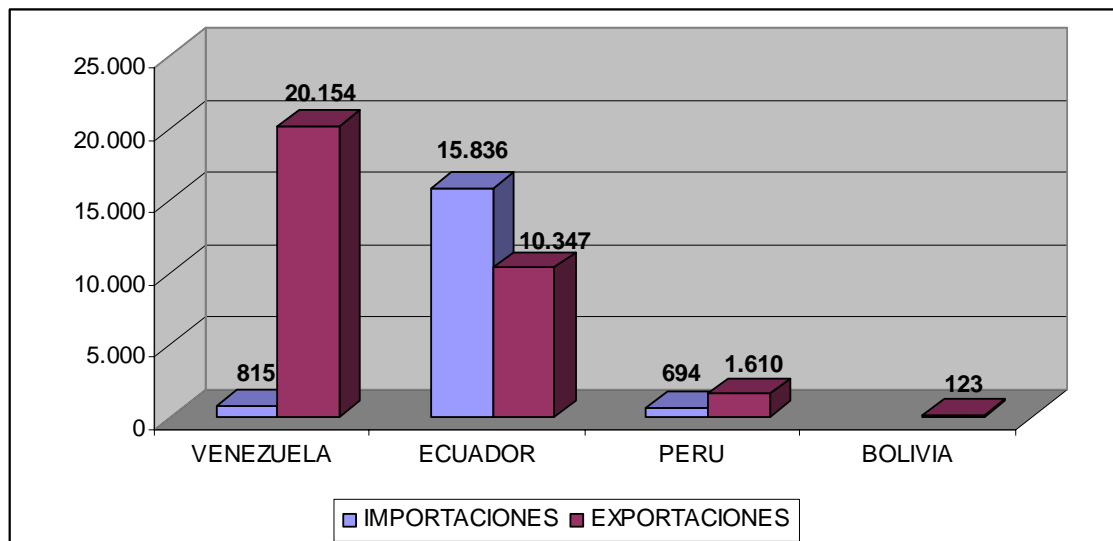
	IMPORTACIONES TOTALES	IMPORTACIONES DESDE COLOMBIA	PARTICIPACION DE COLOMBIA
VENEZUELA	101,30	20,10	19,8%
ECUADOR	86,20	10,30	11,9%
PERU	60,70	16,10	26,5%
BOLIVIA	21,40	0,12	0,6%
TOTAL	269,60	46,62	17,3%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de comercio exterior mundial.

Lo anterior es de gran importancia para el país porque está posicionado en gran parte del mercado y aun hay mas por abarcar, sus principales rivales son principalmente Brasil y China.

A su vez, Colombia importa de estos países en el mismo sector sin embargo cabe resaltar que estas cifras no superan las exportaciones de calzado Colombia a estos países como lo observamos en el grafico 13, a excepción de Ecuador quien se ha convertido uno de los principales proveedores de calzado de Colombia. Mediante este acuerdo Colombia puede aumentar su participación a favor de sus exportaciones a la región y mejorar su balanza comercial principalmente en Ecuador para este sector.

Gráfico 13. Balanza Comercial sector de calzado CAN en 2005. (Valor FOB en miles de dólares)



Fuente: Resultado calculo de cifras tomadas de cuadros 4 y 10

Sin embargo, existe la inquietud, ¿Cuál sería el impacto en el sector de la salida de Venezuela de la Comunidad Andina? Primeramente Venezuela deberá mantener 5 años de preferencias desde el anuncio de su salida de la CAN, como está expresado en el artículo 135 del Acuerdo de Cartagena dice que *“El País Miembro que desee denunciar este Acuerdo deberá comunicarlo a la Comisión. Desde ese momento cesarán para él los derechos y obligaciones derivados de su condición de Miembro, con excepción de las ventajas recibidas y otorgadas de conformidad con el Programa de Liberación de la Subregión, las cuales permanecerán en vigencia por un plazo de cinco años a partir de la denuncia.”*²⁷

El plazo indicado en el párrafo anterior podrá ser disminuido en casos debidamente fundados, por decisión de la Comisión y a petición del País Miembro interesado.”

²⁷ GALINDO, Hernando. Analista Subdirección de Inteligencia de Mercados de Proexport. Salida de Venezuela de la Comunidad Andina Eventual Impacto. Bogota, Abril 2006.

Posteriormente la salida de Venezuela podría tener las siguientes consecuencias:

- Le podría significar a Colombia el 10% de las exportaciones totales o el 19% de las exportaciones no tradicionales. Para Venezuela, dejarle de exportar a Colombia significaría tan solo el 3% de las exportaciones totales venezolanas.
- Colombia es el proveedor número 2 de Venezuela, participando con el 11% de las importaciones totales del país, en donde el ganado a pie significa el 100% de las importaciones provenientes desde Colombia.

Algunos Ejemplos:

- El capítulo 87, de vehículos y sus partes, es el más significativo para Colombia en valor, exportando durante 2005 a Venezuela la suma de US\$ 476 millones y dependiendo de este mercado en 71%.
- En los capítulos de animales vivos, carnes y despojos y leche y productos lácteos, Colombia depende de Venezuela en más de un 90% de las exportaciones totales al mundo.
- Plásticos y sus manufacturas, es el tercer rubro exportado a Venezuela, con una suma de US\$ 128 millones, sin embargo, la dependencia de este mercado es tan solo del 14% del total exportado al mundo.
- Venezuela depende en 81% de los azúcares y artículos de confitería traídos desde Colombia, sin embargo, el país solo envía el 15% de sus exportaciones.
- Igualmente en Pieles y Cueros, Venezuela tiene una dependencia del 77%, mientras que Colombia con este mercado del 11% Las condiciones de acceso de Colombia para Venezuela mediante el acuerdo de la CAN, en un 100% están libres de aranceles.
- En caso que no se tuvieran las preferencias de la CAN, Colombia podría aplicar las preferencias del G3 y ALADI, sin embargo, estas no son tan amplias como los que tenemos actualmente y no cubren todas las posiciones.

- Las preferencias del G3 como las de ALADI generan un complemento, debido a que los productos excluidos de un tratado, pueden tener alguna preferencia en el otro.

Entre otros acuerdos comerciales celebrados por Colombia se encuentra el Grupo de los tres G3 donde participan Venezuela y México, y el acuerdo con países de la Comunidad del Caribe dentro de los cuales encuentra socios potenciales para el sector de calzado.

El G3 entró en vigencia en 1995 con un itinerario de desgravación asimétrica, los aranceles de los tres países se igualarán, integrando un mercado de 145 millones de habitantes con un producto de más de US\$ 400,000 millones, teniendo en cuenta los sectores sensibles de cada país. El programa consistente en la desgravación del universo arancelario en un período de 10 años, otorga un tratamiento especial a los sectores agrícola y automotor. En la actualidad, más del 90% del universo arancelario se encuentra desgravado para el comercio entre los países firmantes del acuerdo. La importancia del acuerdo se hace evidente en el hecho que las exportaciones de Colombia hacia México en el año 2003 sumaron 358 millones de dólares, cifra que equivale a un 15% adicional a lo que se logró en el mismo periodo en el año 2002. Sin embargo es de notar el significativo incremento que se logró en el 2004, cuando para el periodo enero- octubre las exportaciones sumaban 408 millones de dólares, lo que representa un aumento del 104% con respecto al mismo periodo en el año 2003.

En relación con el Grupo mismo como espacio económico, éste constituye un mercado importante para cada uno de sus miembros y una alternativa válida en sus respectivas políticas de inserción internacional.

En términos generales se puede afirmar que el Acuerdo comercial ha acelerado el intercambio entre los países miembros. Así por ejemplo, el comercio entre México y Venezuela ha mostrado cambios significativos; en el 2001 llegó a US\$ 1,200 millones, es decir, que el valor del comercio se incrementó en el 28% con relación al 2000 y el 155% con respecto a 1994. De otra parte, durante los ocho

primeros meses del 2002, las exportaciones totales de México hacia Venezuela se incrementaron en el 30% con respecto al mismo período del año anterior mientras que las exportaciones venezolanas hacia México disminuyeron en un 7%.

En el caso de Colombia frente a México, el comercio total en el 2001 alcanzó los US\$ 851 millones, es decir se incrementó en un 16% frente al 2000 y el 99% con respecto a 1994, año de entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio. Las exportaciones de Colombia hacia México se incrementaron durante los ocho primeros meses del año 2002 un 13% con respecto al mismo período del año anterior y las exportaciones mexicanas hacia Colombia se incrementaron en el 6%.²⁸

Aunque este acuerdo en su mayoría se ha visto beneficiado el sector agrícola, sin embargo gracias a este acuerdo las exportaciones de Calzado a México especialmente, han venido aumentando aunque en una forma lenta en un promedio anual del 11%, en el 2005 Colombia exportó US\$ 5,6 millones valor FOB en calzado. Los fabricantes le apuestan a este mercado y se ha visto beneficiado en su mayoría gracias a la presencia de compradores de este mercado en eventos internacionales realizados en el país tal como es el International footwear and Leather show que se realiza en Bogota dos veces al año, cada vez se asisten mas mexicanos y esto es importante para el sector. Sin embargo, hay más oportunidad de inserción en este mercado. México importó calzado en 2005 por un total de US\$ 392,5 millones, lo que significa que Colombia solo participa con el 1,43% de las importaciones de este mercado, lo que lleva a concluir que aun Colombia puede ganar una participación mayor.

El mercado de Colombia con los países de la Comunidad del Caribe consiste en 14 millones de consumidores de los 12 países miembros de CARICOM que

²⁸ PROEXPORT COLOMBIA y COINVERTIR, con la asesoría de ARAÚJO IBARRA & ASOCIADOS S.A. Comercio Exterior: Legal Framework - Marco Legal. Colombia 2005

participan en el acuerdo de alcance parcial APP como son: Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Monserrat, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas. En el marco del Acuerdo, Colombia otorga preferencias arancelarias a esos países en 1128 subpartidas de productos y recibe rebajas arancelarias en 1074 subpartidas, de parte de Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados y Guyana. Los niveles de las preferencias para los productos negociados son del 100%. Colombia exportó a este mercado US\$ 778.8 millones en 2005 valor FOB, el sector exportó a estos países 333 miles de dólares en valor FOB, a pesar que los resultados no son muy significativos este mercado tiende a crecer a un nivel de 10% por año, como lo podemos ver en el cuadro 11.

Cuadro 11. Exportaciones de calzado a la Comunidad del Caribe 2002 – 2005 (Valor FOB en dólares)

PAIS	2002	2003	2004	2005	VARIACION 2004 - 2005
BARBADOS	60.465	102.114	116.107	95.327	-17,90%
TRINIDAD Y TOBAGO	48.258	4.434	42.394	92.751	118,78%
JAMAICA	166.256	129.993	96.038	59.324	-38,23%
SANTA LUCIA	4.670	22.059	19.907	39.166	96,74%
DOMINICA	8.652	2.508	11.881	20.500	72,55%
GRANADA	30.729	21.659	11.941	19.848	66,22%
SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS	3.975	6.490	5.699	6.710	17,73%
TOTAL	323.005	289.257	303.968	333.628	9,76%

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas

Sin embargo Colombia encuentra potenciales socios en otros países del caribe como son: República Dominicana y Puerto Rico donde las exportaciones a estos países ha aumentado en un 86 y 10 por ciento respectivamente participando, aun cuando en República Dominicana no alcance a participar con el 1%, dado que este país en materia de calzado importó en 2005 US\$ 210 millones y de Colombia solo importo US\$ 1,7 millones, pero este puede seguir

aumentando. De igual forma Puerto Rico importó en 2005 6,7 millones de dólares en calzado de los cuales 1,5 millones corresponden a productos originarios de Colombia, es decir, tiene participación de un 22% en las importaciones de este mercado.²⁹

Países como Chile con quien se tiene una Acuerdo de Complementación Económica y próximamente se negociará un Tratado de Libre comercio, el sector no es muy competitivo para Colombia en este país, esto se puede concluir teniendo en cuenta las siguientes cifras: Colombia en 2005 solo exportó a Chile 68 mil dólares en productos de este capítulo, mientras que Chile importó 8 millones de dólares aproximadamente, lo cual no le deja mucho cabida a Colombia, Chile posee gran industria de calzado y sus importaciones provienen comúnmente de Brasil.

Igualmente Brasil no es un mercado para Colombia a la hora de celebrarse un acuerdo comercial dado que esta industria es de las más grandes del mundo en este sector, compitiendo incluso al nivel de China, Italia y España.

²⁹ Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de Comercio exterior mundial.

3. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES DEL SECTOR FRENTE AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS.

El cierre de la negociación del Tratado de Libre Comercio – TLC de Colombia con Estados Unidos representa un gran éxito en la política de integración comercial con el mundo. Con este TLC, Colombia logra acceso preferencial permanente a los Estados Unidos y se suma al que ya tenemos con México y los países de Suramérica. Este acceso privilegiado es una gran oportunidad para nuestro país, es el espacio comercial que necesitamos para aprovechar la capacidad empresarial y transformarla en bienestar. El TLC abre oportunidades pero también simboliza un reto para superar las dificultades de la industria Colombiana y reforzar el trabajo conjunto del gobierno con los ciudadanos haciendo ajustes y cambios que mejoren las condiciones actuales que no benefician los diferentes sectores. Además, de convertir este tratado a Colombia en una plataforma de exportaciones también puede ser un atractivo para la inversión nacional y extranjera que se encuentra menguada por la inseguridad y la inestabilidad económica, pero el flujo de la economía estará en constante movimiento y permitirá que esto sea posible, mas inversiones y mas capital son el complemento ideal para impulsar el espíritu empresarial.

El gobierno se sustenta en tres razones para dar lugar a este tratado. En primer lugar, se está aprovechando la oportunidad de consolidar para el país las preferencias que le fueron otorgadas en el ATPDEA, gracias a las cuales han evolucionado importantes renglones de exportación como las flores, los textiles, el calzado, y los cigarrillos, solo para citar algunos casos. Como se mencionó anteriormente las exportaciones bajo este tratado representó 4.935 millones de dólares en el 2005, el 52,8% de lo exportado a Estados Unidos. En segundo lugar, se esta ganando lugar en comparación con nuestros competidores directos en el mercado internacional. Los países que ya tienen TLC como

Chile, México, y los países centroamericanos no tomarían ventaja ganando Colombia un espacio importante, sin el cual las exportaciones del país se reducirían considerablemente y los demás países sería más atractivos para la inversión. En tercer lugar, estamos obteniendo una herramienta importante para ganar competitividad y conquistar mercados antes que países como china e India lo hagan.

No podemos negar una realidad Estados Unidos es nuestro principal socio comercial: compró alrededor del 40% de las exportaciones del país y le compramos el 30% del total de nuestras importaciones. El gobierno apuesta que con el TLC las exportaciones aumenten en 1.700 millones de dólares y el comercio global en 3.500 millones de dólares.

El TLC es el complemento necesario de otras políticas gubernamentales orientadas al empleo y la disminución de la pobreza así mismo como el crecimiento económico del país; los estudios indican que el crecimiento de la economía podría estar hasta en un 4.2% como consecuencia de esta tratado y el empleo crecerá al menos 380.000 puestos de trabajo en un periodo de 5 años. Adicionalmente, un estudio del Banco de la República estima que entre el 2007 y 2010 los flujos de inversión crecerían en 2.135 millones de dólares como resultado del TLC.

El 27 de Febrero de 2006 Colombia cerró la negociación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, el cual le permitirá acceder con 7000 productos nacionales a dicho mercado. El texto del acuerdo quedó plasmado en 23 capítulos y varios anexos, que recogen aspectos que son similares a otros tratados comerciales, en donde se incluye disciplinas generales, así como elementos particulares acordados en la negociación. Los objetivos de Colombia en la negociación de bienes industriales se orientaron a obtener acceso preferencial permanente para todas las exportaciones del sector, que vienen registrando una dinámica notable en los años recientes y son importantes generadores de valor agregado en la economía. A diferencia del APTDEA el

TLC prevé mecanismos jurídicos de solución de controversias que le permiten a Colombia tener una mayor garantía de cumplimiento de las obligaciones de la contraparte. El 99.99% de los bienes industriales que produce Colombia y exporta a Estados Unidos tendrá acceso inmediato con cero por ciento de arancel a ese país, el restante 0,01% corresponden a 17 partidas arancelarias de calzado de caucho y 3 de atún enlatado las cuales se desgravan en un periodo de 10 años. En cambio, Estados Unidos tendrá acceso inmediato con cero arancel para el 81.8% del comercio de bienes industriales. En definitiva, un 6,89% de los productos que exporta ese país a Colombia tendrá un periodo de desgravación de 5 años, el 2-5 lo tendrá a 7 años, mientras que el 9.4% de los bienes un plazo de 10 años. El 7.5% restante está compuesto principalmente por mercancías de sectores que expresaron un interés claramente ofensivo (pesca, cuero- calzado, derivados del petróleo, productos químicos, abonos, extractos, tintas y pinturas) y que se consideran que están en condiciones de enfrentar la dinámica comercial en un espacio de eliminación total de aranceles. Esta composición de canasta muestra además que alrededor del 90% de lo ofrecido por Colombia en desgravación inmediata contiene bienes de capital y materia prima importantes para el aprovisionamiento del aparato industrial colombiano.

3.1. QUÉ SUCEDE CON EL SECTOR DE CALZADO

Al analizar las importaciones de Estados Unidos por país de origen, se observa que los cuatro principales proveedores de productos de la cadena cuero, calzado e industria marroquinera son China (58,4%), Italia (8,2%), Brasil (5%) e Indonesia (4,2%). Las importaciones provenientes de China tienen una participación importante en los eslabones de calzado de caucho o plástico y de calzado de textiles, ya que representan las dos terceras partes de las importaciones que realiza Estados Unidos. El más fuerte competidor de China en estos dos eslabones es Italia, aunque presenta una mayor participación en el eslabón de calzado de cuero. Las importaciones estadounidenses de cueros y pieles sólo representan 3,7% de las importaciones totales de la cadena y ninguno de los principales proveedores posee participaciones importantes. En el cuadro 12 se presentan las importaciones de Estados Unidos para la cadena según el área económica de origen. La participación de Colombia es reducida aunque supera la participación de los países de la Comunidad Andina (CAN). No obstante, se encuentra bastante lejos de la participación que tienen los países de MERCOSUR, los cuales tienen una participación importante en los eslabones de pieles curtidas de ganado vacuno, teñido y acabado, y calzado de cuero. Es de resaltar que la participación de los países del MERCOSUR es superior a la de Canadá y México, como podemos ver en el cuadro 13. Sin embargo, los resultados muestran que los países del Asia son los más fuertes competidores dentro del mercado norteamericano, en particular en los productos finales de la cadena.

Cuadro 12. Estados Unidos: Importación y principales proveedores de productos de la cadena. Promedio anual.

Eslabón	Importaciones totales (US\$ millones)	Origen (Participación %)				
		China	Italia	Brasil	Indonesia	Otros
Pieles de animales de caza sin curtir	51	0,0	0,0	0,0	0,1	99,8
Pieles de ganado vacuno sin curtir	108	0,4	2,2	4,1	0,0	93,3
Pieles de otras especies sin curtir	14	0,5	0,5	0,1	0,0	99,0
Carnaza cruda	3	0,2	4,5	0,5	0,0	94,8
Pieles curtidas de animales de caza	41	4,8	6,2	5,0	2,2	81,8
Pieles curtidas de ganado vacuno	660	1,2	29,4	7,8	0,0	61,6
Pieles curtidas de otras especies	9	0,2	12,5	0,4	0,5	86,4
Teñido y acabado	205	0,4	28,7	9,8	0,3	60,7
Artículos de carnaza y otros de cuero	163	32,7	7,4	1,7	0,3	57,9
Marroquinería y maletas	1090	50,6	15,9	0,2	0,5	32,9
Talabartería	152	27,3	1,5	0,1	0,1	71,0
Vestuario	2446	61,7	6,4	0,0	4,5	27,4
Marroquinería y maletas de plástico	3533	57,1	3,1	0,0	3,8	35,9
Partes para calzado	399	31,7	2,5	0,7	0,1	65,0
Calzado de cuero	9976	56,5	10,7	10,5	4,9	17,4
Calzado de textiles	1598	71,7	5,9	2,1	3,0	17,4
Calzado de caucho o plástico	3584	82,3	2,6	0,9	6,0	8,2
Total Cadena	24032	58,4	8,2	5,0	4,2	24,2

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección.

Cuadro 13. Estados Unidos: Importaciones de la cadena, otros orígenes.

Eslabón	Importaciones totales (US\$ millones)	Origen (Participación %)								
		Colombia	CAN sin Colombia	Centro - america	Mercosur	Nafta	Union Europea	Resto ALCA	Chile	Otros
Pieles de animales de caza sin curtir	51	0,99	0,02	0,00	0,16	48,52	47,55	0,00	0,00	2,77
Pieles de ganado vacuno sin curtir	108	0,46	0,13	0,09	7,41	81,81	6,99	0,42	0,05	2,64
Pieles de otras especies sin curtir	14	0,12	0,30	0,00	2,41	30,16	15,81	0,00	0,20	50,79
Carnaza cruda	3	0,00	0,00	0,00	1,33	92,79	4,87	0,00	0,00	1,22
Pieles curtidas de animales de caza	41	12,32	1,44	0,04	8,71	16,85	20,63	0,27	0,06	31,68
Pieles curtidas de ganado vacuno	660	0,17	0,02	0,09	45,59	3,54	41,80	0,21	0,03	6,57
Pieles curtidas de otras especies	9	0,00	0,37	0,00	1,27	0,90	38,04	18,83	0,00	40,59
Teñido y acabado	205	0,29	0,12	0,19	19,86	19,26	44,73	1,02	0,17	14,36
Articulos de carnaza y otros de cuero	163	0,96	1,46	0,12	7,59	18,25	14,34	0,50	0,00	56,78
Marroquineria y maletas	1090	2,17	0,07	1,87	0,28	0,85	24,47	0,57	0,00	67,72
Talabarteria	152	0,33	0,09	0,07	3,23	15,10	25,74	0,03	0,00	55,41
Vestuario	2446	0,05	0,02	0,61	0,81	4,96	8,71	0,05	0,00	84,79
Marroquineria y maletas de plastico	3533	0,03	0,01	0,32	0,01	3,60	5,98	0,59	0,00	89,45
Partes para calzado	399	0,31	0,02	1,50	1,65	20,03	5,32	33,31	0,00	37,81
Calzado de cuero	9976	0,03	0,00	0,11	10,56	2,36	17,11	0,42	0,01	69,40
Calzado de textiles	1598	0,01	0,00	0,04	2,08	4,25	10,34	1,56	0,00	81,71
Calzado de caucho o plastico	3584	0,01	0,00	0,00	0,85	0,61	3,46	0,01	0,00	95,05
Total Cadena	24032	0,17	0,03	0,28	6,32	3,86	13,32	0,98	0,01	75,05

Fuente: DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección.

Para observar la situación de los productos colombianos en el mercado americano, se tomó un estudio en donde se compara la tasa de crecimiento de

las exportaciones colombianas a Estados Unidos para los productos considerados en esta cadena, con la tasa de crecimiento de las importaciones totales estadounidenses de estos mismos. Los resultados se presentan en el gráfico 14, donde cada producto puede presentar una de cuatro situaciones: ³⁰

- Tasas de crecimiento positivas tanto en las importaciones totales de Estados Unidos como en las exportaciones que Colombia hace a ese mercado. Los ubicados en esta categoría son catalogados “productos competitivos”, en el sentido que el mercado objeto de estudio los ha demandado de forma creciente, y las exportaciones colombianas a ese mercado han crecido. En esta situación se encuentran los productos relacionados con los eslabones de calzado de cuero, calzado de caucho y calzado de textiles.

Un ejemplo es el producto calzado para deporte con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero en el cual las importaciones totales estadounidenses crecieron en promedio 100,7% y las provenientes de Colombia crecieron en promedio 158,4%.

- Tasas de crecimiento negativas en las importaciones de Estados Unidos pero positivas en las exportaciones de Colombia a ese mercado. Los ubicados en esta categoría son catalogados “productos vulnerables”, debido a que Estados Unidos ha reducido su demanda y sin embargo las exportaciones colombianas a ese mercado han crecido. Tal es el caso del producto cueros y pieles enteros, en bruto, de bovino o de equino, donde las exportaciones colombianas hacia el mercado estadounidense crecieron en promedio 24,7% y las importaciones totales de Estados Unidos decrecieron en promedio 38,6%.

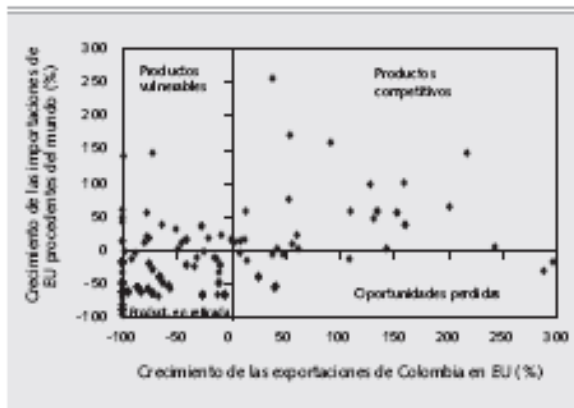
- Tasas de crecimiento negativas tanto en las importaciones totales de Estados Unidos como en las exportaciones de Colombia a ese mercado. Los ubicados en esta categoría son catalogados “productos en retirada”, debido a que

³⁰ DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección. Bogotá, Colombia: 2004. p 168.

Estados Unidos los ha demandando menos y a la vez las exportaciones colombianas a ese mercado han decrecido. Las importaciones totales estadounidenses del producto cueros y pieles de reptil curtidos o crust, incluso divididas pero sin otra preparación, por ejemplo, decrecieron en promedio 69,9% y las exportaciones de Colombia a ese país decrecieron en promedio 55,7%.

- Tasas de crecimiento positivas en las importaciones totales de Estados Unidos pero tasas negativas en las exportaciones colombianas a ese mercado. Los productos ubicados en esta categoría son catalogados “oportunidades perdidas”, dado que Estados Unidos está demandándolos en forma creciente, pero sus importaciones provenientes de Colombia están decreciendo. En esta categoría se encuentran productos de marroquinería como sacos de viaje y mochilas con superficie exterior de cuero natural, regenerado o charolado, para el cual las importaciones totales que hizo Estados Unidos crecieron en promedio 37,2%, mientras que las exportaciones realizadas por Colombia del mismo producto decrecieron en promedio 26,8%. Otro ejemplo es el producto bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas, con superficie exterior de hojas de plástico o material textil, para el cual las importaciones de Estados Unidos crecieron en promedio 145,9%, mientras que las exportaciones que realizó Colombia del mismo producto decrecieron en promedio 72,2%.

Gráfico 14. Situación de los productos de la cadena del cuero, calzado y manufacturas de cuero en el mercado de Estados Unidos.



Fuente: USITC (United States International Trade Commission).

Es importante conocer la posición del sector en el mercado americano frente a sus mas fuertes competidores, sin embargo Colombia tiene la oportunidad de entrada con el presente tratado, cabe resaltar que el sector de calzado y artículos de cuero, industria altamente compuesta por las pymes, consolidó y amplió las preferencias comerciales del ATPDEA. Además, incluye algunos tipos de calzado (calzado hecho con materias sinteticas) que habían sido excluidos y que producto del tratado podrán exportarse con cero arancel luego de finalizar el periodo de desgravación. Es una realidad que países como China y los países que conforman el MERCOSUR sean más fuertes en esta cadena como se mostró anteriormente en los cuadros, pero el acuerdo no permite que Colombia aunque con un poco de desventaja se quede afuera y es un gran reto para la industria de calzado en el país.

Las tablas de desgravación para los productos del sector tanto para Colombia y Estados Unidos se encuentran en el ANEXO E Y F, respectivamente. Pero, teniendo en cuenta la diferencias en las descripciones del calzado en las listas arancelarias, en el ANEXO D se encuentran especificadas a que partidas en Estados Unidos corresponden en Colombia.

Dicha desgravación y teniendo en cuenta las tablas para los productos del sector se dará de la siguiente manera, de cada una de las Partes de conformidad con el Artículo 2.3.2 del texto final del Tratado:

- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **A** en la Lista de una Parte deberán ser eliminados completamente y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor.
- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **B** en la Lista de una Parte deberán ser eliminados en cinco etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año cinco.
- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **C** en la Lista de una Parte deberán ser eliminados en diez etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigencia, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año diez.
- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **D** en la Lista de una Parte deberán ser eliminados en quince etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año quince.
- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **E** en la Lista de una Parte deberán mantenerse en su tasa base entre los años uno al diez. Comenzando el 1 de enero del año once, los aranceles deberán

ser eliminados en siete etapas anuales iguales, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año diecisiete.

- Las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **F** de la Lista de una Parte deberán continuar recibiendo un tratamiento libre de aranceles.
- Los aranceles sobre las mercancías originarias incluidas en las fracciones arancelarias en la categoría de desgravación **T** en la Lista de una Parte deberán ser eliminados en once etapas anuales iguales, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías deberán quedar libres de aranceles a partir del 1 de enero del año once.

Esto significa que los productos del sector es decir del capítulo 64 del Arancel, de acuerdo con las tarifas arancelarias ofrecidas por Estados Unidos a Colombia en su mayoría serán liberados tan pronto entre en vigor el tratado dado que pertenecen a la lista A y aquellos que ya gozaban de beneficios con el ATPDEA pueden conservarlos ya que pertenecen a la lista F, un bajo porcentaje de los productos pertenece a la lista C es decir que su desgravación deberá hacerse en 10 etapas y quedara totalmente libre en el año diez desde que entre en vigencia el Tratado, mientras tanto estos productos iniciaran con un arancel promedio de 30% (algunos alcanzan el nivel de 37,5%). Igualmente, los productos del sector de Estados Unidos serán liberados inmediatamente y desgravados a 10 años, pero hay que tener en cuenta que Colombia es más competitivo en el calzado de cuero, caucho y textiles y tiene desventaja en las pieles en las diferentes presentaciones. Lo cual para los fabricantes, exportadores y potenciales exportadores puede ser provechoso. Las puertas para el sector están abiertas, el reto es la competencia directa con grandes productores.

A pesar de estas cifras y de las ventajas que proporciona el tratado al sector permitiéndole mantener las preferencias de ATPDEA y un poco más con nuevos productos no tiene contentos a los empresarios del sector llegando a afirmar que el sector será un gran perdedor e incluso que desaparecería en el contexto del tratado, debido a que se amplían los efectos negativos del libre comercio causados por la apertura económica. Afirman que la asociatividad no es la única solución, dado que los problemas que hoy enfrenta el sector con la apertura económica superan las dificultades generadas en la cadena, pero consideran que si es necesaria para poder desarrollar las cadenas productivas que les permitirá competir y permanecer en el mercado ante la presencia de compañías internacionales, y adicional a esto los empresarios han caído en cuenta que las pymes que conforman el sector afrontan dificultades comunes y están en la búsqueda de trabajar sobre estos temas puntuales de beneficio colectivo.

Sin embargo, uno de estos problemas son la informalidad que a veces no permite el desarrollo de alianzas, y el contrabando, pues no hay como competir con productos que entran a bajo precio y el cual consideran que con la apertura se dará oportunidad a que continúen estos bajos precios de forma legal. Además, el TLC permitirá la importación de insumos para el calzado lo que generaría una producción desnacionalizada ya que para que sea tenido en cuenta como Made in Colombia debe estar compuesto en un 80% por insumos del país. Y el crecimiento inminente de China que con las salvaguardias puestas por el gobierno de los precios bases a las partidas arancelarias se ha podido contrarrestar un poco pero no es tan eficaz para detener las importaciones de productos de países asiáticos por que se presta para generar la triangulación.

Adicionalmente, los empresarios proponen que los inversores extranjeros deben tener normas de desempeño que los obliguen a asociarse con el capital nacional para traer tecnología y nuevas formas de producción, dándose así un proceso de aprendizaje, pues de lo contrario es propiciar la explotación del

mercado interno y crear un espejismo de falso desarrollo; y el gobierno nacional debe diseñar una política industrial, propia, no un modelo extranjero, que aproveche las experiencias internacionales, pero de cara al país. Es decir, que tome como base a las empresas existentes y al mercado interno, recupere el manejo cambiario, propicie la inversión extranjera a través de normas de desempeño, importe insumos y materias primas que no se produzcan en el país y realice acuerdos de libre comercio en situaciones de reciprocidad e igualdad.

Sin embargo existen opiniones que no ven del todo mal la negociación y posterior firma del TLC con los Estados Unidos en lo que se refiere al calzado y las manufacturas de cuero, abrirá una ventana de oportunidad para la industria en Colombia que, debido a su capacidad ociosa, podría reactivarse muy rápidamente, exportando al mercado de los Estados Unidos y generando un mayor nivel de empleo. Si se tiene en cuenta que el nivel de utilización de la capacidad instalada es en la actualidad de 70% en promedio, el incremento de las exportaciones a Estados Unidos como consecuencia de la firma del TLC, estimularía la producción hasta alcanzar niveles de utilización de la capacidad instalada del 90%, en turno de ocho horas que se podría ampliar a dos.

Los Estados Unidos importaron en 2003, más de US\$ 15.000 millones en calzado, cifra que representa más de 94% de su consumo de calzado, limitando su producción a 6% de sus necesidades. Además, 75% de las importaciones de calzado de los Estados Unidos tienen como único origen China; por consiguiente, el acceso preferencial al mercado norteamericano como resultado de la firma del TLC, no afectaría a los productores de Estados Unidos, ni sus puestos de trabajo, por cuanto las exportaciones colombianas tomarían sólo una porción de la altísima participación que tienen China y, en menor medida, Brasil y otros países asiáticos, en los Estados Unidos. Similar consideración es válida respecto de los US\$ 8.000 millones en importaciones de artículos de marroquinería y confecciones en cuero. La mayoría de estos

bienes los compra Estados Unidos de los países asiáticos y no existe una producción importante en ese país. Por lo tanto, las exportaciones nuestras competirán con los productos de terceros que se venden en el mercado norteamericano.

3.2. IMPACTO DEL TLC EN LA ECONOMÍA COLOMBIANA

Un estudio del Banco de la República sobre el impacto del TLC en la Balanza de Pagos de Colombia al año 2010 publicado en Enero de 2006, concluyó que el tratado significaría un cambio en el patrón del comercio del país, concentrándose aun más en el mercado estadounidense a costa de otros países. Esta dependencia excesiva del comercio en un solo mercado puede implicar dificultades como ha sucedido en el caso mexicano, por lo que recomienda que una vez terminado la negociación y firma de este acuerdo el país busque realizar tratados similares con otras naciones. Con ello se evitaría la conformación de un patrón de dependencia de un solo mercado y además eliminaría el efecto de desviación de comercio con los Estados Unidos. Veamos porqué.

El TLC tendrá un impacto relativamente importante sobre la economía colombiana, su sector externo y la balanza de pagos en los siguientes años, aún sin tener en cuenta su efecto de mediano y largo plazos. Desde el punto de vista del comercio, su impacto inicial sin tener en cuenta los efectos sobre la tasa de cambio, será un incremento de las exportaciones de US\$ 1.100 millones y un aumento de las importaciones de US\$ 646 millones. El comercio con los Estados Unidos también se verá incrementado sustancialmente, y de manera aún más significativa que el comercio global, ya que las ventas a ese país aumentarían en US\$ 1.016 millones (191 millones en el sector agropecuario y 826 en el sector industrial y minero) y las compras en US\$ 1.629 millones (571 millones de bienes del sector agropecuario y 1.058 de bienes industriales y comerciales). El comercio total con los Estados Unidos aumentaría entonces US\$ 2.645 millones, más de 2 puntos del PIB. Estos flujos implicarán una disminución del superávit comercial que tradicionalmente tiene Colombia con los Estados Unidos, de US\$ 613 millones. Entonces, el TLC

con este país también significará un aumento de la desviación del comercio de US\$ 931 millones, inicialmente³¹.

En definitiva, en los primeros cuatro años, a partir de la firma del TLC, el comercio con Estados Unidos se verá incrementado sustancialmente, pero esa desviación generada se dará como consecuencia de la mayor especialización de Colombia en el mercado de Estados Unidos a costa de otros países. Así las cosas, al cuantificar los impactos del tratado entre 2007 y 2010 (teniendo en cuenta que este pueda entrar en vigencia en el 2007), se concluye que mientras las exportaciones hacia Estados Unidos aumentarán 14%, las importaciones provenientes de esa nación lo harán en 35.6%, con lo que hoy el superavitario comercio con el país del norte se volverá deficitario en un corto periodo por cuenta del tratado. Sin embargo, con la terminación del ATPDEA no se prevé tenga efectos sobre la inversión extranjera directa ni sobre la deuda externa, el estudio advierte que el impacto estimado del TLC no considera creación de nuevas empresas sino ampliación de las ya existentes para atender una demanda esperada de exportaciones o de importaciones. Pero con el tratado se espera que la inversión extranjera directa sea superior en cerca de 13.5% (2.135 millones de dólares) esto supone que la inversión alcanzara un nivel equivalente al 3% del PIB en 2010.

Además, el estudio supone que por efecto del Tratado la economía colombiana podría registrar una tasa de crecimiento de 4.5% anual entre 2007 y 2010. Aún teniendo en cuenta los aspectos no tan positivos, este acuerdo le permitirá a la economía del país avanzar en el proceso de inserción en la economía mundial, aumentar su grado de apertura, redefinir su estructura productiva en mayor concordancia con sus ventajas comparativa, lograr ganancias de eficiencia y productividad, mejorar el bienestar de los colombianos a través de una

³¹ BANCO DE LA REPUBLICA. Reportes del Emisor: Investigación e información económica. Bogotá, D. C., enero de 2006 - No. 80

ampliación de sus opciones de escogencia como consumidores y de la adquisición de bienes y servicios de menores costos.

En general, el estudio anota que el TLC tendrá un impacto relativamente importante sobre la economía colombiana, su sector externo y la balanza de pagos en los siguientes años será tener en cuenta aún el efecto que pueda tener en el mediano y largo plazo. Y anota que uno de los aspectos más importantes del Acuerdo es la señal enviada a la comunidad internacional acerca del compromiso del gobierno hacia un mercado libre. Y al tiempo hace difícil que en tiempos de crisis futuros gobiernos reviertan a programas más populistas.

El reto de Colombia con la firma del TLC se basa en puntos clave: el mejoramiento de la logística, la protección al consumidor y para el sector de calzado la forma de diferenciación y el aumento del nivel de producción. Pero veamos porqué.

Una de las debilidades con las que cuenta el país para el TLC es la infraestructura vial, para el cual está contemplado en la agenda interna del gobierno el mejoramiento de la misma, pero esto no es suficiente, también es necesario mejorar la capacidad de los puertos. Al rápido crecimiento de nuestro comercio exterior no ha correspondido una expansión de los servicios portuarios y logísticos. Estos dos elementos se convierten en una herramienta básica para afrontar este Tratado ya que el éxito de la comercialización internacional y de la competitividad depende en gran parte de acelerada gestión logística de la distribución física. Iniciando por el mejoramiento de la eficiencia de la DIAN en lo que se refiere a los procesos aduaneros; el mejoramiento y dotación de infraestructura de transporte terrestre, férreo, aéreo, fluvial y sistemas de carga. Pero a su vez la empresa privada es llamada a diseñar e implementar sistemas de logística eficientes, que actualmente están un poco descuidados y que influyen igualmente de manera directa en el

precio y la respuesta al cliente. La agenda interna señala la necesidad de promover la infraestructura logística que fomente la intermodalidad mediante la construcción de diferentes centros de transferencia que estarían ubicados en Puerto Salgar y La Felisa, y en los pasos de la frontera de Cúcuta: San Antonio, Ureña y Rumichaca; así como la creación de zonas de actividades logísticas en Buenaventura y Santa Marta. También es importante mejorar la eficiencia en la operación de puertos y aeropuertos; diseñar un manual unificado de inspecciones, así como sistemas de información.

En lo que tiene que ver con regulación se debe facilitar las relaciones entre los diferentes agentes, mediante la definición de un marco regulatorio adecuado que incentive la creación de sistemas eficientes de prestación de servicios de transporte. Todos estos esfuerzos deben ir de la mano del desarrollo de corredores de comercio exterior y de la optimización en el mantenimiento de la red arterial. Los sectores de la economía en general, por su parte el sector de calzado especialmente se vería beneficiado con este mejoramiento de la red vial en aras de mejorar la logística comercial del país, el sector realiza la mayor parte de sus exportaciones vía terrestre a países vecinos como Venezuela y marítimo Norteamérica y parte de Europa y en menor cantidad aéreo.

Por eso es urgente reducir los costos para exportar, pues en éstos puede estar la clave de la competitividad. Citando un estudio del Banco Mundial, los costos de logística que pagan los países de América Latina para exportar a EE.UU. alcanzan un promedio de 8.3% del valor del producto, una cifra que ha llevado a muchos empresarios a plantearse la necesidad de repensar la logística. En Colombia se calcula que del total de los costos logísticos el 70% están relacionados con el transporte mientras que el porcentaje restante se va en administración y almacenamiento, concluyendo que los costos logísticos representan un 18,6% del valor del producto. El transporte ha ganado una participación muy importante pues a nivel mundial la tendencia de las

empresas hacia la reducción de inventarios es cada vez mayor, las cadenas de comercio quieren tener el producto “fresco y a tiempo”, lo que obliga a los proveedores a abastecer de manera permanente los requerimientos de sus clientes y es a lo que debe apuntarle la logística en Colombia para responder a esa necesidad de la industria exportadora Colombiana.

En el sector de calzado se pueden destacar tres tipos de empresas en el mercado interno: las que tratan desesperadamente de competir por precio, con una línea de negocio con escaso margen de maniobra para el futuro inmediato, otro segmento centrado en la moda y la calidad y un tipo de producto muy identificado con una imagen de marca, y por último industrias que han generado sus propios canales de distribución que son muy pocas, sin embargo para afrontar los retos que implica el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos debe tenerse en cuenta una sola estrategia. Teniendo en cuenta el tamaño de la empresa, mayoritariamente pymes, con menos de 10 trabajadores, hace que la gestión empresarial tenga una calidad relativamente baja, debido entre otras cosas a la escasa profesionalización de los cuadros directivos y de la gerencia, a lo que se suma una escasa tecnificación de los centros de trabajo. Junto a estas carencias destaca un escaso nivel formativo en todos los ámbitos, sobre todo en los puestos técnicos y en los de formación superior, debido a la ausencia de una ingeniería del calzado. La baja productividad de la mayoría de los centros de trabajo indica que el calzado está más de cinco puntos por debajo de la media en la utilización de la capacidad productiva y presenta una caída de más de 25 puntos en el primer trimestre del año 2005.

La base de la estrategia empresarial debería apoyarse en la diferenciación con la moda como línea estratégica para mantener un posicionamiento en los mercados. Debido a la rapidez con la que se producen los cambios es necesario estar atento siempre al comportamiento de sus competidores, a las tendencias y gustos del consumidor y a un control económico de su sistema

productivo que le permita mantenerse en el mercado. La globalización obliga al necesario reacomodamiento del sector hacia un modelo industrial distinto, la internacionalización económica de las empresas, la cooperación vertical y horizontal, el control de la distribución, el “made in Colombia”, la innovación, la marca, deben ser los ejes de toda actuación.

Después de una década de escasa actuación en estas líneas, los cambios vertiginosos obligan a cambios estructurales como una exigencia ineludible. Es preciso que se haga una labor de identificación, en el cluster del calzado, de los factores que van a marcar la senda del éxito: es preciso analizar la utilización de nuevos materiales, la externalización de algunas fases del proceso productivo, la agilidad frente a los cambios en el mercado, los proyectos de I+D, la cooperación empresarial, el control de la logística y la distribución, los proyectos conjuntos con industrias y actividades conexas.

El cambio en el calzado incide en el resto de componentes del sector, pero también, a través del impacto sobre el empleo y sus perspectivas, afecta al consumo de los hogares y a la inversión en vivienda. Las empresas de la industria manufacturera, para ser competitivas tienen que aportar a la gestión internacionalización, imagen, moda, formación de los recursos humanos, innovación, cooperación, aplicación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, logística, distribución y medio ambiente. La fuente básica del cambio en la industria del calzado se encuentra en su interior. La evolución futura dependerá de la capacidad de reacción de las empresas, de forma individual o sectorial para mejorar la competitividad, ante las oportunidades que les ofrezca el mercado.

Las industrias del calzado precisan alcanzar un mayor contenido tecnológico. Objetivo que se logrará incrementando la calidad, la gama y el valor del tipo de producto que ya se fabrica, antes que con un cambio radical de la actividad. Se trata de subir peldaños en la cadena de valor añadido de la producción.

Las empresas del calzado tienen todavía pendiente: la internacionalización de la empresa, que se enfrenta a su naturaleza principalmente familiar y de dimensión pyme. Todas las empresas se deberían plantear seriamente esta opción, aunque parezca inicialmente inviable. Los acuerdos de cooperación con distribuidores comerciales con quienes se mantiene una relación estable, puede ser vía de implantación en territorios para servir mejor a los diferentes mercados nacional e internacional.

¿Y qué pasa con la protección al consumidor? Quién es el mayor beneficiado?, Según el gobierno, los grandes ganadores del Tratado serán los 44 millones de habitantes que hay en el país, sin embargo la Confederación Colombiana de Consumidores (CCC) insistió en que ahora mas que nunca se debe tener en cuenta la creación de un defensor para que vele por los intereses del consumidor ante el TLC. El consumo de los colombianos se estima que podrá aumentar un 0,79%. Este significa otro reto para la confederación ya que busca advertir la ocurrencia de prácticas abusivas o acciones de competencia desleal que afecten los intereses del consumidor, y velar por el fortalecimiento de los niveles de consumo para que los consumidores adquieran bienes y contraten servicios de buena calidad y a los mejores precios. Paralelamente hay que realizar rápidas acciones defensivas del mercado, sobre todo establecer barreras anti-dumping con China y de salvaguardia en Vietnam y China. El objetivo es limitar el impacto de la importación masiva de algunos tipos de producto en la producción nacional y, en su caso, impulsar una prórroga de las cuotas en vigor si se comprueba que ha habido incumplimiento de los compromisos adquiridos con la entrada a la OMC.

El Banco Mundial y la Universidad de Stanford publicaron un interesante libro *Lessons from Nafta for Latinamerica and the Caribbean*, este libro es el estudio mas riguroso que se ha hecho sobre el impacto en México del gran acuerdo comercial que ese país inscribió con Estados Unidos y Canadá, vigente desde el primero de Enero de 1994. Dentro de las principales conclusiones de esta

investigación podemos destacar aquellas que son valiosas tener en cuenta que el TLC de Colombia con EE.UU. es todo un hecho. Sin embargo antes resaltan que no es fácil aislar el efecto de los acuerdos comerciales de los demás fenómenos económicos y el efecto de la liberación comercial varía de país a país, dependiendo de las condiciones existentes antes de dicha apertura.

La primera conclusión es que el Nafta si ayudó a México a cerrar la brecha en su nivel de desarrollo frente Canadá y EE.UU., concluyen que sin este acuerdo las exportaciones mexicanas hubiesen sido 50% menores, y la inversión extranjera en ese país hubiese sido 40% menor a la registrada. También hay evidencia de que el tiempo de adaptación tecnológica en el país azteca se redujo a la mitad. Y además se le puede dar al acuerdo un crédito parcial por la reducción de la pobreza y por el aumento en la cantidad y calidad del empleo en México. Estos elementos de juicio deben tenerse en cuenta en el intenso debate que existe en el país sobre los beneficios y la credibilidad del acuerdo con Colombia. Sin embargo y este es el mensaje clave “hay que hacer significativos cambios de políticas y de instituciones para aprovechar las oportunidades”. En concreto, como segunda conclusión, las reformas que deben adelantarse tendrán que lidiar con la disminución de la inestabilidad macroeconómica, la mejora del clima de inversión (reglas justas, claras y permanentes), el fortalecimiento de la gobernabilidad, la modernización de las instituciones, y la firma de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales para aprovechar al máximo las posibilidades que brinda la liberación, y para evitar los costos potenciales de las distorsionantes desviaciones del comercio. La tercera conclusión merece gran atención dos grandes preocupaciones: las deficiencias en los sistemas educativos y la innovación de los países latinoamericanos, factores que dificultan mucho el progreso social y económico. Lo que el caso mexicano enseña es que hay que asumir una actitud muy agresiva, en el buen sentido de la palabra, para mejorar estas dos fuentes claves de productividad. En cuanto a la educación, el énfasis debe ponerse en la cobertura de la educación secundaria y en general en la

elevación de la calidad. Y en lo relativo a la innovación, según los expertos, hay que multiplicar las inversiones en investigación y desarrollo por 2,5 veces, para que lleguen a un nivel aceptable del PIB.

De igual forma, Centroamérica es uno de los bloques económicos que ha firmado tratado de libre comercio con Estado Unidos de su experiencia y beneficios puede ser de ejemplo para nosotros, este bloque logró penetrar el mercado con el 100% de sus productos industriales libre de arancel y cuotas, libre acceso para los productos agrícolas con excepción de productos de alto contenido de azúcar y mediante la consolidación de los beneficios de la iniciativa de la Cuenca del Caribe y el Sistema general de preferencias, todos los productos que tiene preferencias las mantienen, similitud con nosotros por el ATPDEA. Los plazos de desgravación para los productos industriales es de 10 años y los productos que entran a Centroamérica provenientes de Estados Unidos deberán pagar impuestos por periodo de 10 a 15 años³². Ellos lograron la ampliación del portafolio de productos de la iniciativa de la Cuenca del Caribe, es así como hoy productos como el atún enlatado, joyeros, textiles y confecciones y calzado no pagarán aranceles, esto convierte a Centroamérica en uno de los competidores directos de Colombia en materia de calzado, dado que ellos también producen buen calzado y tiene el nivel de producción muy similar al colombiano, pero ambos están en condiciones ventajosas, Colombia por su parte ya ha podido posicionar un producto que antes a Centroamérica le costaba porque tenía que pagar impuestos, Colombia con la ampliación del portafolio de productos en el TLC también podrá llegar a mas nichos de mercado, el reto estará en diferenciar el producto como lo hemos venido mencionando y avanzar en tecnología para aumentar el nivel productivo y la calidad del producto. De igual manera Perú, firmo un tratado de libre comercio con Estados Unidos, obteniendo ventajas arancelarias y de acceso a mercado muy similares a los de Centroamérica, sin embargo , hay que esperar

³² LA REPUBLICA. ACERO, Manuel. Beneficios del acuerdo comercial de Centroamérica con Estados Unidos. En: Biblioteca Empresarial N°37, Mayo de 2006

que este en marcha este tratado para asumir posiciones frente a esta competencia.

4. IMPACTO COMERCIAL DE CHINA EN EL COMERCIO DE CALZADO

A continuación se analiza en detalle la penetración de China en el mundo, en especial en América Latina, para posteriormente mirar el impacto sobre la economía colombiana y en el sector de calzado.

El surgimiento de China como poder económico mundial ha constituido uno de los cambios más drásticos de las últimas décadas. Su impacto en las economías, en términos de las importaciones como de las exportaciones, ha transformado políticas económicas nacionales y regionales así como también prácticas empresariales. El emergente poder económico de China probablemente afectará las decisiones que tomen los encargados de elaborar políticas, las empresas y los consumidores.

De 1980 a 2004 la economía de China experimentó un crecimiento promedio del producto interno bruto real (PIB) del 9.5 por ciento, como puede observarse en el gráfico 15, convirtiéndose en la sexta economía más grande del mundo. La integración del país a la economía mundial se refleja principalmente en el rápido crecimiento de su papel en el comercio internacional, con un porcentaje total de participación en el comercio mundial que aumentó de uno por ciento en 1980 a casi un seis por ciento en 2003. Para 2004, China se había convertido en la tercera nación comercializadora más grande en términos del dólar, después de los Estados Unidos y Alemania y justo antes de Japón.

Grafico 15. Crecimiento económico de China



Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas de China

El rápido crecimiento económico ha logrado que un gran número de chinos pueda salir de la pobreza, sin embargo un gran porcentaje permanece aún sumido en ella. En 2004 el PIB per cápita de China (la proporción del PIB con respecto a la población) fue de \$1,100, de acuerdo con el Banco Mundial, mismo que clasifica al país como un "país de ingresos medianos bajos", a la par de Paraguay y debajo de países como Albania (\$1,740) y Guatemala (\$1,910). China continúa siendo más pobre que muchos de sus vecinos, incluyendo Corea del Sur (\$12,020) y Singapur (\$21,230).

La admisión de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) el 11 de diciembre de 2001, favoreció la continua integración del país a la economía mundial y demostró su perseverancia en convertirse en una economía basada en el mercado. Las autoridades chinas continúan bajando las tarifas y barreras comerciales para cumplir con los compromisos que tiene con la OMC. El mercado determina los precios cada vez más y los precios de los productos comercializados han convergido sustancialmente con los precios internacionales.

La economía de China continúa creciendo rápidamente, impulsada principalmente por las inversiones y las exportaciones. En 2004 las autoridades gubernamentales llevaron a cabo acciones para impedir que la economía se recalentara. Estas medidas incluyeron el aumento de los requerimientos de la reserva bancaria, lo que limitó los préstamos y restringió la inversión, y las restricciones a autorizaciones en el uso de la tierra a ciertas industrias (especialmente las industrias de bienes raíces, acero, cemento y aluminio). Sin embargo, el crecimiento del PIB real se mantuvo en el estimado 9.5 por ciento, la tasa más alta desde 1996. El pronóstico promedio de crecimiento económico chino apunta a expansiones de un 8 a un 8.5 por ciento en el PIB real en 2005 y 2006.

China es un mercado emergente, en periodo de adaptación a la economía de mercado, con prácticas competitivas, comerciales, administrativas e institucionales poco “ortodoxas” y no siempre conformes con el respeto a las reglas del libre comercio, que deben ir modificándose con el tiempo, a medida que cumpla con los compromisos adquiridos por su entrada en la Organización Mundial del Comercio.

En la actualidad China es el sexto exportador mundial de mercancías. En 1991 estaba ubicado en el puesto 12; las exportaciones chinas representaban el 4,3 % de las exportaciones mundiales y crecieron en la década de los 90s al 3,6 % promedio anual. En ese mismo orden de ideas, China se convirtió en el segundo proveedor de la Unión Europea y Japón, y en el cuarto de EE.UU. y Canadá.

La balanza comercial de China se ha mantenido en superávit durante los últimos años como se presenta en el cuadro 14 y en el grafico 16, teniendo como principales socios comerciales para sus importaciones a Japón, Corea del Sur, Taiwán y Estados Unidos, Colombia solo participa en un 0,02 por ciento, sin embargo en las exportaciones su principal socio es Estados Unidos y Hong Kong mientras que Colombia participa con un 0.12%, como se puede

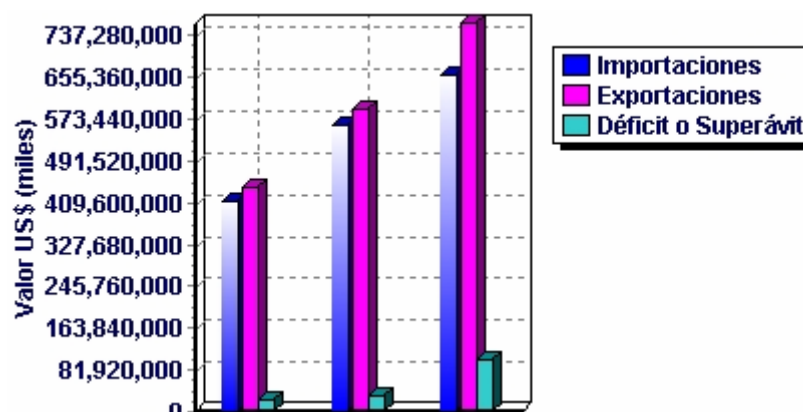
observar en el cuadro 15, mas adelante veremos en forma detallada el comercio bilateral con Colombia.

Cuadro 14. Balanza Comercial de China 2003 – 2005 (valor FOB en millones de dólares)

Comercio Exterior	2003 (US\$)	2004 (US\$)	2005 (US\$)
EXPORTACIONES	438,472	593,647	762,000
IMPORTACIONES	413,095	560,811	660,120
BALANZA COMERCIAL	25,376	32,835	101,880

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA, Inteligencia de Mercados por países. Pagina Web: www.proexport.com.co

Gráfico 16. Superávit comercial China 2003 - 2005



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA, Inteligencia de Mercados por países. Pagina Web: www.proexport.com.co

Cuadro 15. Principales Socios Comerciales de China en 2005. (Valor FOB en millones de dólares)

PRINCIPALES PROVEEDORES DE LAS IMPORTACIONES - 2005		
País	Valor CIF (US\$)	Particip. (%)
JAPON	100,451	15.22
COREA DEL SUR	76,822	11.64
TAIWAN	74,684	11.31
ESTADOS UNIDOS	48,726	7.38
ALEMANIA	30,724	4.65
MALASIA	20,096	3.04
SINGAPUR	16,516	2.50
AUSTRALIA	16,186	2.45
RUSIA	15,890	2.41
TAILANDIA	13,991	2.12
COLOMBIA	205	0.03
OTROS PAISES	245,824	37.24
TOTAL IMPORTACIONES	660,120	100

PRINCIPALES PAISES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES - 2005		
País	Valor (US\$)	Particip. (%)
ESTADOS UNIDOS	162,899	21.38
HONG KONG	124,481	16.34
JAPON	83,992	11.02
COREA DEL SUR	35,109	4.61
ALEMANIA	32,527	4.27
HOLANDA (PAISES BAJOS)	25,876	3.40
REINO UNIDO	18,977	2.49
SINGAPUR	16,632	2.18
TAIWAN	16,549	2.17
RUSIA	13,212	1.73
COLOMBIA	930	0.12
OTROS PAISES	230,811	30.29
TOTAL EXPORTACIONES	762,000	100

Fuente: Inteligencia de Mercados, Proexport Colombia.

De acuerdo con los compromisos adquiridos con la Organización Mundial del Comercio OMC comenzando desde el año 2.002, China anunció su nuevo programa de tarifas arancelarias de importación y exportación; las tarifas de importación de 5.332 posiciones arancelarias dentro de un total de 7.316 ítems serán reducidas gradualmente. Comparado con el año 2.001, el promedio de

tarifas arancelarias para bienes industriales bajarán del 14.7% al 11.6%, mientras que los productos agrícolas bajarán del 18.9% al 15.6%, representando decrecimientos de 23% y 17.5% respectivamente.

El nuevo programa arancelario entró en vigencia el 1 de enero de 2.002, y se entiende que incorpora las concesiones de tarifas arancelarias que China se obligó a implementar en el año 2.001 y 2.002. Como miembro de la OMC, China no tiene gran autonomía para imponer sus tarifas arancelarias, que están ahora dentro de unos niveles que solo pueden ir disminuyendo pero no aumentando en el futuro.

Algunos Miembros del Grupo de Trabajo de acceso de China a la OMC, expresan preocupación sobre algunos impuestos internos que se aplican a las importaciones, incluyendo el Impuesto de Valor Agregado (VAT) el cual no es administrado de acuerdo a los requerimientos del GATT 1.994. Parece que China permite la aplicación indiscriminada de impuestos internos y cargas a las importaciones de bienes y servicios.

En China existen tres grandes tipos de recaudo de impuestos en productos y servicios: El VAT que se aplica sobre bienes y servicios para procesamiento, mantenimiento y ensamble; El impuesto al consumo que se aplica a algunos productos de consumo y el impuesto de negocios que se aplica al suministro de servicios, transferencia de activos intangibles y ventas del Estado.

De acuerdo a la última información disponible, el impuesto de valor agregado (VAT) es del 17%, pero existen también tarifas más bajas del 13%; El impuesto al consumo se calcula de acuerdo al volumen o cantidad de la mercancía o por medio de una tasa fija del precio de venta, para el impuesto de negocios se aplica el 3% para transporte, comunicaciones, cultura y deportes y el 5% para finanzas, seguros, transferencias de bienes tangibles e intangibles. Además de esto, para entretenimiento el impuesto puede estar entre 5% y 20%.

China gradualmente ha estado eliminando las cuotas de importación y continúa en este proceso después de su acceso a la OMC. Entre los productos para los que se exigen cuotas de importación se encuentran los productos de aceites refinados, azúcar, máquinas electrónicas, productos electrónicos, entre otros.

En el caso de América Latina, China afecta de cuatro maneras a la región. En primer lugar, ha empezado a desplazar a los exportadores latinoamericanos que sustentan su competitividad en mano de obra de bajo costo, la irrupción en el escenario del comercio mundial de nuevos países con costes muy bajos no es nueva. El mejor ejemplo de esta situación se encuentra en el mercado norteamericano de textiles y confecciones. En segundo lugar, los mercados internos de los países de América Latina tienen una presencia de productos chinos cada vez mayor, desplazando la producción local. China es hoy en día uno de los principales proveedores de América. En tercer lugar, China está cambiando rápidamente su patrón exportador; está pasando de vender productos intensivos en mano de obra a productos intensivos en tecnología, lo que aumenta su ventaja en mercados desarrollados. Actualmente, las exportaciones de este país son básicamente productos como computadores y teléfonos celulares, cuando hace diez años eran solo calzado y juguetes.

Finalmente, China para seguir alimentando su vertiginoso crecimiento encontró un buen aliado en el rol histórico de América Latina como proveedor de materias primas.

Este último ha generado un impacto que ha sido dramático. El año pasado las economías latinoamericanas crecieron a su más alto ritmo desde la crisis de la deuda en la década de los 80, ayudadas en parte por la extraordinaria demanda china. El comercio de la región con China pasó de menos de US\$ 10.000 millones en 1993 a más de US\$ 50.000 millones en 2004.

Ejemplo de ello lo vemos reflejado en el crecimiento argentino que llegó a más de 8% en 2004 y muchos analistas coincidieron en señalar que uno de los

principales factores en la recuperación a la crisis que afectó al país suramericano hace tres años es la demanda china de soya.

Brasil tiene enormes cantidades de muchos de los productos que China quiere: hierro, soya, bauxita, madera, zinc y manganeso. China ha pasado a ocupar el segundo lugar en la lista de socios comerciales de Brasil y el intercambio entre los dos países se ha cuadruplicado en los últimos años. Durante un viaje a Brasil en noviembre de 2004 el presidente chino, Hu Jintao, dijo que su país invertiría US\$ 100 mil millones en América Latina en los próximos 10 años.

Sin embargo, no todo el mundo está contento con la creciente presencia china en la región. Los países centroamericanos, México y los países suramericanos temen, por ejemplo, que el bajo costo de los productos fabricados en China golpeen sus exportaciones al mercado estadounidense.

Un estudio publicado por el Centro de Desarrollo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) muestra cómo China compite con América Latina en Estados Unidos. En realidad no lo hace de forma directa, con la excepción de los países centroamericanos y México. Este último caso es, en este sentido, más la excepción que la regla. Este país dispone de una baza excepcional para afrontar el reto chino: la proximidad con EE UU, que absorbe el 85% de sus exportaciones, aunque éstas han ido perdiendo cuota de mercado en el vecino del Norte: entre 2002 y 2005 pasaron de un 11,6% a un 10,2%. Mientras, Pekín se convertía en el segundo proveedor de la superpotencia, por delante del país azteca, que no podrá competir en términos de costes laborales. Sin embargo tiene una ventaja masiva, la proximidad con los clientes finales estadounidenses, que es clave en los sectores industriales donde los gastos de almacenamiento y las necesidades de entrega en plazos breves son estratégicos. El reto futuro será cómo jugar esa baza que pasa por una mejora generalizada de sus infraestructuras, redes de carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos.

Empresarios mexicanos también argumentan que México está perdiendo ante China en la competencia por lograr inversiones estadounidenses. En 2003 la inversión extranjera directa en México llegó a su punto más bajo en cinco años, ubicándose en US\$ 11.000 millones. En China alcanzó casi US\$ 60.000 millones. Por otra parte ese mismo año China reemplazó a México como segundo mayor exportador de productos a Estados Unidos.

Empresarios mexicanos también argumentan que México está perdiendo ante China en la competencia por lograr inversiones estadounidenses. En 2003 la inversión extranjera directa en México llegó a su punto más bajo en cinco años, ubicándose en US\$ 11.000 millones. En China alcanzó casi US\$ 60.000 millones. Por otra parte ese mismo año China reemplazó a México como segundo mayor exportador de productos a Estados Unidos.

China juega también un papel central en la dinámica de la inversión directa extranjera (IDE). Así, entre 2000 y 2003, se convirtió en el principal receptor de IDE del mundo, lo que representa cerca del 50% del total recibido por las economías emergentes. En cambio y durante ese periodo, América Latina experimentó un retroceso inversor, lo que llevó a muchos expertos a preguntarse si había una competencia entre ambas regiones en este capítulo. En 2003, el subcontinente recibió, según la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), apenas 36.000 millones de IDE, una cantidad muy inferior a los casi 60.000 millones que obtuvo China ese año. Pese a ello, los datos son tozudos y no indican tal rivalidad. Es más, las cifras de 2004 y 2005 confirmaron una recuperación de la IDE hacia Latinoamérica, mientras los flujos hacia China alcanzaban los 72.000 millones de dólares en 2005, según la OCDE³³

Incluso se dio un fenómeno nuevo: las empresas chinas se han convertido en inversores directos importantes en América Latina, Asia y África, sobre todo en

³³ SANTISO, Javier. *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*, fuente on line: http://www.fp-es.org/images/oct_nov_2006/17_18_2_big.j Paris, Francia

los sectores vinculados a las materias primas. Según un informe realizado por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), China se coloca en el quinto lugar entre los principales inversores extranjeros, después de Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y Francia.

4.1 IMPACTO EN EL COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA.

El Gigante Asiático, cada vez tiene más presencia en Colombia. Para nadie es un secreto que las exportaciones totales de esa nación vienen creciendo a ritmos sorprendentes, al punto que en 2005 sus ventas al exterior se calcularon en 762.000 millones de dólares, un 30% más que el año anterior. Y Colombia no es la excepción, en 2005 el país les compró bienes a los chinos por 1.616 millones de dólares, un 51,4% más que en los 12 meses previos.

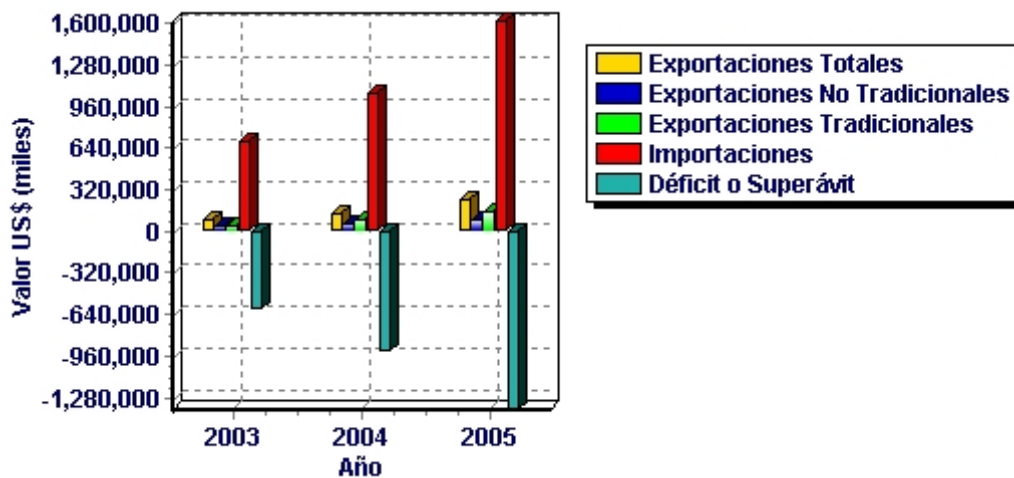
Aunque la brecha ha seguido creciendo en los últimos años como lo vemos en el cuadro 16 y en el gráfico 17 donde vemos claramente el déficit, hay quienes afirman que esta diferencia aún no es alarmante ya que China representa el 7,6% de las importaciones totales del país. No obstante, también es cierto que con ninguna otra nación existe un saldo en rojo tan elevado.

Cuadro 16. Balanza comercial Bilateral Colombia – China 2003 – 2005 (valores en millones de dólares)

Intercambio Bilateral	2003 (US\$)	2004 (US\$)	2005 (US\$)
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA CHINA, REPUBLICA POPULAR	82,6	137,5	236,7
Exportaciones Tradicional	40,1	86,4	147,4
Exportaciones No Tradicional	42,6	51,1	89,3
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE CHINA, REPUBLICA POPULAR	688,7	1,067	1,616
BALANZA BILATERAL	-606,1	-930,2	-1,380

Fuente: Inteligencia de Mercados, Proexport Colombia.

Gráfico 17. Déficit comercial Bilateral 2003 - 2005



Fuente: Inteligencia de Mercados, Proexport Colombia.

Como resultado de lo ocurrido, la balanza comercial con el país asiático viene inclinándose cada vez más a favor de los chinos. Mientras en 2000, el saldo en rojo para Colombia fue de 290 millones de dólares, en 2004 subió a 831 millones y para 2005, alcanzó los 1.226 millones. El comercio entre Colombia y China se moviliza esencialmente por vía marítima, considerando un total de "99%", siendo el tonelaje de importación mayor que el de exportación.

Frente a la presencia china tampoco se es coherente. Según diversos analistas, EEUU aún no logra decidir si China representa una amenaza o una oportunidad, y por eso las relaciones entre Washington y Beijing fluctúan entre la confusión y la tensión. En la Feria de calzado de Bogotá (IFLS), se ha propiciado la presencia de compañías del gigante asiático y se señalaba que es fundamental la presencia de estos inversionistas para el crecimiento del sector. China fue objeto de una gira del presidente Uribe en 2006, buscando acuerdos comerciales. Los dirigentes del sector enuncian que si se concreta la negociación del TLC con Estados Unidos, jugadores de otros países como Brasil, o incluso China, verían a Colombia como plataforma exportadora para ingresar al mercado estadounidense, cobijados con las preferencias arancelarias.

De acuerdo con cifras del DANE, los productos chinos más apetecidos por los colombianos han sido los aparatos de grabación e imágenes como televisores, reproductores de DVD y grabadoras cuyas importaciones sumaron 462 millones de dólares con una variación de 66,8% en el año, seguidos por máquinas y calderas con 257 millones, 55,4% más que en 2004. En tercer lugar se ubicaron los vehículos que hicieron su aparición en los concesionarios locales, con un aumento de más del 100%, mientras que otros artículos como juguetes y accesorios deportivos crecieron 45,6%.

Ahora, en el otro frente, en el frente de las inversiones, todo lo que tenemos es apertura para que lleguen las inversiones chinas. El país vio en algún momento que su inversión extranjera directa se cayó a 500 millones de dólares por año. El año pasado ya superó los 3 mil millones y se aspira a que en 2006 supere los 5 mil, con algo bien importante: está bastante diversificada y eso es bueno para la economía en general. Se ha visto en la industria, en la agroindustria, en la exploración minera, en el comercio, en el sector de hidrocarburos, etcétera.

El Gobierno de la República Popular China y de Colombia, cerraron negociaciones bilaterales en el marco de la aprobación de acceso de China a la OMC, ellos por lo tanto, vincularon para este fin un listado de productos para los cuales la República Popular China otorga preferencias a la República de Colombia³⁴. Entre los productos que tienen tratamiento preferencial, encontramos los siguientes: Flores cortadas, carne de bovino, banano, limones, café, piña, ácido cítrico, fungicidas, maletines en cuero, algodón, ferroniquel, entre otros.

Como en todo intercambio comercial, hay unos que pierden y otros que ganan. Por un lado están los productores de calzado, cuero y manufacturas, que han visto cómo los bienes chinos han inundado un mercado antes dominado por la industria nacional. De acuerdo con cifras de Acicam, las importaciones de ese

³⁴ .ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) Reporte del Grupo de Trabajo en el Acceso de China a la OMC y el National Trade Data Bank (NTDB). Febrero 2005.

país de artículos de marroquinería, aumentaron 63% en 2005 y sumaron 27,6 millones de dólares, mientras que las de calzado crecieron un 48% ubicándose en 78,8 millones de dólares. Con este crecimiento, China se convirtió en el primer proveedor de calzado de Colombia, por encima y muy lejos de Ecuador, desde donde se importan zapatos por 18,6 millones de dólares.

Colombia posee unos renglones que tienen que competir con la producción China en condiciones muy difíciles, como el renglón de textiles, el renglón de confecciones, el renglón de calzado y algunos bienes manufacturados, tal el caso de los electrodomésticos.

Si a eso se le suma la revaluación, los temores nuestros son fundados. Esos temores de que, por ejemplo, en el mes de noviembre y diciembre, la estantería del comercio esté abarrotada de productos chinos, en perjuicio de la producción nacional, son temores que no se pueden ignorar.

En el sector de calzado el volumen de producción para la exportación en China ocupa alrededor del 50% del volumen total de calzados producidos a nivel mundial, lo que convierte a China en el mayor productor de calzado en el mundo. En 2001, el volumen de exportación ascendió a unos 10,096 millones de yuanes RMB el cual representa 1.250.000 millones de Dólares, lo que supone un incremento del 2,48 por ciento respecto al año anterior.

Los analistas indican que las exorbitantes cifras de producción y exportación de calzado fabricado en China así como su importante puesto en el mercado mundial se, debe a diversos factores entre los que destaca su bajo precio, la velocidad de su la línea de producción y la competente calidad de sus productos.

La industria de calzado en China se destaca no tan solo por sus bajos precios, sino también por la calidad y el desarrollo de sus diseños y materiales empleados en su confección. La industria de calzado en China compite con

industrias tan competentes como las de Italia, Brasil, Corea del sur, Hong Kong y Vietnam entre otros.

La provincia de Cantón al sur de China es una de las provincias con mayor número de industrias especializadas en confección de calzado para exportación, y en ella se produjeron según cifras de la última estadística realizada en este sector en el año 2001, el volumen aproximado de 3.000 millones de calzado, el cual representa un tercio de la producción mundial.

China, el mayor competidor para los empresarios del calzado en la actualidad, además de unos costes laborales en términos de los salarios por hora trabajada mucho más bajos que los de las economías occidentales, mejora constantemente sus infraestructuras públicas, lo que le reserva de mano de obra de la que dispone y sus niveles de competitividad hacen suponer que en el futuro avanzarán en la producción intensiva de mano de obra, gracias a que combina la última tecnología con costes laborales muy bajos. Aparentemente, la principal ventaja es la mano de obra cuyo costo en China es de 15 dólares por semana por trabajador. En cualquier parte de América Latina, excepto en Haití, donde el costo semanal es 16 dólares, los salarios son 4 veces más altos. También entra a contar la disponibilidad de capital y la escala de los establecimientos de producción. En la China hay recursos financieros abundantes, provenientes de fuentes oficiales y de la inversión extranjera. Esto hace posible realizar grandes inversiones en poco tiempo, incorporando lo mejor de la tecnología y con escalas de producción que permiten grandes ahorros en costos unitarios. Esto provoca que una parte de la producción zapatera no sea rentable en Suramérica y que dado el caso deberá ser sustituida por otras actividades que puedan generar un producto o servicio cuyo precio soporte los costes salariales, medio ambientales y de transporte.

En cifras Colombia importó en materia de calzado de China en 2005 US\$ 49. 6 millones valor FOB, de los cuales los principales productos son los que

corresponde a la partida 6402, como se observa en el cuadro 17 las exportaciones china en este sector aumentaron considerablemente.

Cuadro 17. Productos importados por Colombia de origen Chino 2001 – 2004 (Valor CIF en dólares)

PARTIDA	2001	2002	2003	2004
6401-CALZADO IMPERM CON SUELA Y PARTE SUPER DE CAUCHO O PLASTIC, CUYA PARTE SUPERIOR NO	22.136	40.397	43.939	119.505
6402-LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO	24.886.372	18.413.592	24.472.258	33.103.601
6403-CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PA	7.707.350	8.826.868	9.570.992	11.305.705
6404-CALZADO CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PA	17.206.807	10.630.900	9.057.545	8.750.517
6405-LOS DEMAS CALZADOS	1.591.628	742.339	75.973	190.516
6406-PARTES DE CALZADO (INCL LAS SUPERIORES FIJADAS A LAS PALMILLAS DISTINTAS DE LA SUE	421.917	201.609	322.809	376.520
TOTAL	51.836.210	38.855.705	43.543.516	53.846.365

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de comercio exterior mundial.

A pesar de que es poco lo que se puede hacer contra la avalancha china, el Gobierno ha expedido una serie de medidas como imposición de salvaguardias, el establecimiento de precios promedio para evitar el ingreso de artículos por debajo del valor del mercado, la restricción del ingreso de importaciones por unos puertos específicos y la puesta en marcha de un registro de importadores para controlar la aparición de compañías fantasmas, y con ello, el contrabando y el lavado de activos. El sector privado está satisfecho con la adopción de estas medidas y aspira a que se conviertan en permanentes, en el caso de las salvaguardias. Pero el Gobierno se encuentra en el proceso de definir si se mantienen o se levantan.

Las normas que rigen son las siguientes:

- Resolución de la DIAN 05474 Expedida el 29 de junio de 2005, mediante la cual se fija los precios indicativos para calzado en términos FOB, país de origen o procedencia China o Panamá, ello con el fin de controlar el ingreso de calzado a precios muy bajos que deterioran la producción nacional.
- Resolución de la DIAN 05482 Expedida el 29 de junio de 2005, mediante la cual se indica que la Declaración de importación de algunas mercancías, entre ellas el calzado, originarias o procedentes de China o Panamá deberá presentarse en forma anticipada a su llegada al territorio aduanero con una anticipación no superior a 15 días e igualmente no podrán someterse al régimen de tránsito aduanero.
- Resolución DIAN 05796 Expedida el 7 de julio de 2005, que indica que las importaciones de calzado y sus partes, originarias de China y/o provenientes de Panamá deberán ingresar exclusivamente por la Administración Especial de Servicios Aduaneros del Aeropuerto El Dorado y la Aduana de Bogotá si se transporta por vía aérea; y por la Administración de Aduanas de Barranquilla si es por vía marítima. Rige hasta el 31 de diciembre de 2005.

De acuerdo con los fabricantes, aunque las medidas que aplica la DIAN para frenar el contrabando técnico, el contrabando físico sigue allí, aunque cambió de cara. Ya ese calzado no se vende en los andenes a sol y agua, sino en locales, ante la constante persecución de las autoridades, las medidas de la DIAN sólo han sido exitosas para atacar el contrabando técnico, el cual se ha reducido en un 12% desde mediados del 2005. Eso ha evitado la introducción al país de unos diez millones de pares de zapatos desde la China por el puerto de Buenaventura, cuyo puente desde el Asia es Panamá, pero todavía se observa mucho calzado de procedencia ilegal, pero ahora más camuflado. Esa informalidad, sigue golpeando al sector, dado que el costo de esos productos es inferior en un 60% frente al nacional, porque no paga aranceles ni IVA.

De acuerdo con informes de la DIAN, las aprehensiones de calzado alcanzaron los \$16.331 millones de pesos en 2005, representado por 1,13 millones de pares. Este monto resulta positivo si se tiene en cuenta que en 2004 las aprehensiones ascendieron a \$11.000 millones de pesos. Las acciones fueron implementadas en los principales puertos, aeropuertos, carreteras, ciudades y zonas de comercio formal.

Lo cierto es que dado el ritmo de crecimiento de China, todo parece indicar que el volumen de compras seguirá en ascenso. Incluso, hay quienes creen que esta es apenas la cuota inicial de un gigante que hace rato invadió el mundo y Colombia no es, ni será la excepción.

¿Qué hace que el calzado chino entre con ventajas de precios en los mercados de esta región? Un par de calzado chino en cuero y con una muy buena calidad tiene un valor comercial para los distribuidores de entre US\$ 6 y 8 dólares y puede ser menor aun si nos referimos a calzado sintético que se ofreció en la calle entre \$ 5.000 y 10.000 pesos colombianos, mientras que un producto de exportación colombiano se encuentra entre US\$ 10 en adelante y en el mercado nacional el precio mínimo de venta al público es de 15 mil pesos colombianos, ambos en cuero y en calidades similares que China puede superar por el uso de la tecnología y de los procesos estandarizados, este país ha tomado cierta ventaja porque se ha atrevido a avanzar en el uso de materias primas además de la convencional como el sintético o textiles, pero además en el uso del cuero que por mucho tiempo perteneció solo este eslabón a países tradicionales tales como Italia y España. Para este efecto de precios bajos se creó la norma de etiquetado solicitando precios indicativos (precio mínimo US\$ 3 y precios por partida arancelaria) para el calzado procedente de Panamá y China así como cláusulas de salvaguardia y limitar a un puerto de entrada (Barranquilla) el ingreso de estas mercancías.

La norma de etiquetado consiste en que a partir del primero de junio de 2005 y hasta el 1 de enero del 2008 se buscará que todo zapato que haya en bodegas

o en las fábricas deberá contar con las etiquetas de control, todo zapato que se exhiba en los almacenes detallistas debe llevar un rótulo con el nombre del fabricante, los materiales, y el número de registro ante la Superintendencia. La norma quiere obligar a que el productor esté debidamente registrado en todas las instituciones del Estado e impedir que el comerciante compre productos a los no inscritos. Sin embargo, algunos ven el etiquetado como una manera de confundir y dividir, sugiriendo que la ventaja existe porque todos no tributan en forma idéntica. Los importadores continuarán su acelerada presencia en el mercado nacional y la etiqueta convertirá en delincuentes a quienes se atreven a producir sin la legalidad impositiva requerida.

Otro inconveniente que tiene esta medida es impedir la copia de los estilos de mayor venta y vida comercial por medio de la identificación del fabricante, se corre el riesgo de dejar a la industria por fuera de la moda internacional debido a la posibilidad de demandas por plagio, impidiendo de paso el proceso natural de nacimiento de empresas, negando la experiencia internacional de países como China, Japón, India, etc. que convirtieron la imitación en una fuente de iniciación y desarrollo tecnológico.

Finalmente, a pesar de la problemática que significa la invasión del mercado Chino en nuestro país y en el mundo, esto es lo que se define como libre comercio, en esto consiste la apertura comercial, y las barreras impuestas a las importaciones de productos Chinos dentro de los que se encuentra el calzado se está desconociendo una realidad advirtiendo que las investigaciones por competencia desleal de las que es objeto, en sectores como textiles, discos y calzado, pueden perjudicar a los países que le suministran las materias primas. Por ejemplo, EEUU y la UE acusan a China de inundar sus mercados con excesivas exportaciones textiles de bajo precio desde la desaparición del sistema de cuotas, el 1ro de enero del 2005. Sin embargo, América del Norte fue en el 2004 la zona que más algodón vendió a China, con 1.9 millones de toneladas (un aumento anual del 107.8 por ciento) por un valor de \$3,194

millones, un 169 por ciento más que en el 2004, según las cifras oficiales chinas.

Un total de 1.06 millones de toneladas las vendió EEUU, líder mundial en ventas de algodón a China, seguido por Uzbekistán (197,836 toneladas) y Australia (102,753 toneladas). España, con 9,263 toneladas (el 95 por ciento cultivado en Andalucía) es el principal país exportador de algodón a China en la UE y Grecia el segundo, con 8,012 toneladas. Las exportaciones de América Latina (Paraguay, Brasil, México, Argentina y Uruguay) sumaron 54,683 toneladas (un aumento anual del 315 por ciento) y \$83 millones, precedidas por África (396,269 toneladas), Asia (348,457 toneladas) y Oceanía (103,183 toneladas).

5. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación realizada para el sector de calzado y como ha respondido este a la apertura comercial de Colombia al mercado internacional pueden destacarse los siguientes puntos:

La característica del sector se encuentra determinada por las 2400 empresas que lo conforman donde el 62% son microempresas con capacidad de producción de 50 a 500 pares diarios y algunas medianas que llegan a producir 2000 pares diarios, sin embargo el país alcanza una producción nacional de 45 millones de pares al año, este nivel de producción aporta el 4,5% de la industria manufacturera del país. El sector es altamente intensivo de mano de obra, lo que lo hace altamente sensible al volumen de empleo, genera alrededor de 60 mil puestos directos de trabajo.

La informalidad y el contrabando son la mayor problemática del sector en el mercado nacional, la informalidad asciende al 40% de los productos que se encuentran en el mercado, su razón se sustenta en la generación de empleo en el mediano y corto plazo, por lo cual el gobierno ha ejercido poco control a este.

Existen puntos en contra que deben mejorarse para alcanzar a ser competitivos en el mercado internacional, como son la falta de tecnificación en los procesos productivos, la alta penetración de importaciones del sector, baja asociatividad empresarial para alcanzar mayores volúmenes, la preferencia por los productos provenientes de países asiáticos por bajo costo y materiales flexibles, la identificación de una marca imagen del producto, la conquista de nuevos nichos en calzado y finalmente pero no menos importante el avance en los procesos de certificación de calidad según normas técnicas exigidas por los

países potenciales y adicional ser mas estricto en la aplicación de las normas de los países que actualmente compran el producto colombiano, ya que este certificado permite que sea aceptado de forma mas fácil y confiable.

En el mercado internacional este sector posee mínimas barreras de acceso en su mayoría arancelarias y requisitos del mercado.

La producción mundial de calzado asciende a 13 mil millones de pares, donde Asia participa con el 73% de la producción, Europa el 11%, América el 11% y el resto del mundo el 5%. Las compras de este calzado están concentradas en Estados Unidos quien compra un 28% de las exportaciones del mundo siendo sus principales socios China, Hong Kong y Brasil.

El sector de calzado en Colombia exportó 62 millones de dólares en 2005, aumentando un 40% con respecto al año anterior. Siendo las regiones mas exportadoras Valle del Cauca, Norte de Santander, Antioquia, Atlántico, Santander y Cundinamarca, para un total de 608 empresas exportadoras. Los principales destinos de exportación fueron Venezuela, Estados Unidos, Ecuador, México, España y Perú.

Colombia no es uno de los más grandes productores y exportadores de calzado pues en la mayoría de los mercados internacionales a diferencia de la comunidad andina, participa solo con el 1,5 % en promedio de las importaciones del sector en esos mercados.

Las importaciones de calzado en el país se incrementaron en 2004 a 95 millones de dólares, como principales proveedores se encuentra China, Ecuador y Brasil, generando un déficit comercial de 51 millones de dólares.

La política comercial de Colombia mediante la búsqueda de acuerdos comerciales permitirá al sector crecer en diferentes puntos uno en la inversión

porque el potencial de la industria es conocido por tradición, diseño y calidad y a su vez traerá consigo el aumento de las exportaciones y las participación en estos mercado y la conquista de nuevos nichos. Dentro de los principales acuerdos se encuentra la CAN, G3, Chile y próximamente el Tratado de Libre comercio con Estados Unidos; dentro de las preferencias ATPDEA y SGP andino con países de la Unión Europea.

El ATPDEA ha permitido la entrada de 5 millones de dólares en calzado a este mercado, un 1,5% del total importado por Estados Unidos, libre de aranceles que anteriormente se encontraba entre el 8 y 17%, incluyendo la entrada a Puerto Rico.

En la CAN, Colombia encuentra sus principales socios comerciales para este sector, exportando 32 millones de dólares en 2005 participa en promedio con el 17% de las importaciones de calzado de esta región, lo cual le permite mantener una balanza comercial positiva, a excepción de Ecuador donde Colombia compró un 30% mas de lo que exporto a este país.

En países como México y España el país aumento su participación gracias a las preferencia del G3 y el SGP Andino, sin embargo el sector aun no esta muy posicionado y representa en promedio el 1% de las importaciones de calzado de estos países.

El TLC con Estados Unidos, permitirá el sector mantener su libre acceso como esta contemplado en el ATPDEA y ampliara el portafolio a 10 años con la desgravación de los nuevos productos, que iniciaran con un arancel promedio del 30%. El impacto del TLC en la economía colombiana será positivo en el corto plazo pues incrementara las exportaciones en 1100 millones, mientras que las importaciones se incrementaran en 646 millones de dólares, sin embargo este aumento implica una disminución del superávit que Colombia tiene con Estados Unidos de 613 millones. Los beneficios que trae este Tratado

consigo es la inserción en la economía mundial, aumentar el grado de apertura, beneficio de los consumidores, ganancias en el logro de la competitividad, productividad y afirmación a la comunidad internacional del compromiso de Colombia hacia el libre comercio, además en materia de inversión extranjera indica que un acuerdo comercial de esa naturaleza es un complemento y no un sustituto de una buena política de estímulo a la inversión (doméstica y foránea).

China desde su ingreso a la OMC en el 2001 se ha fortalecido en el mercado mundial, gracias a sus ventajas tecnológicas, de mano de obra, de capital de inversión, entre otras que han sido destacadas a lo largo de este estudio, el crecimiento de la Republica China puede verse de dos maneras una positiva y una negativa. Desde el punto de vista de América latina y Colombia especialmente, en primer lugar es un mercado que ha abierto sus puertas al comercio es decir consume pero igualmente produce, la ventaja de los países suramericanos está en la primera, China es gran importador de materias primas para las cuales hay países fuertes como Argentina y Brasil, sin embargo en productos manufacturados poseemos gran desventaja debido a los bajos costos que tiene el país asiático y la alta productividad de sus industria lo que se ha visto reflejado en la invasión de productos chinos. Colombia ha visto su mayor debilidad en los textiles y confecciones y calzado, pero el gobierno nacional tiene muchas expectativas de que esta desventaja pueda disminuir en el marco del Tratado de Libre Comercio, sin embargo el país no cierra sus puertas ante este mercado, todo lo contrario considera que puede ser atractivo para la inversión de capital originario de China y fortalecer la industria adoptando el modelo de prácticas empresariales de este país.

Colombia actualmente está importando de este país 49 millones de dólares valor FOB en calzado, un 57% de las importaciones del país en este sector, la industria de calzado en Colombia muestra su debilidad en el costo de la mano de obra ya que es 4 veces mayor al costo por semana de un trabajador y el precio del producto no supera los 8 dólares, mientras que el producto

colombiano está por encima de este precio. Para contrarrestar este fenómeno el gobierno creó unas salvaguardias y cuotas a las importaciones para calzado provenientes de China y Panamá, medidas expedidas por la DIAN.

Finalmente, aunque existen empresarios pesimistas por la alta competencia que representa tener un mercado abierto para este sector, dado las debilidades internas como el contrabando y la informalidad y amenazas como China y el Tratado de Libre Comercio, sin embargo el gobierno busca direccionar la estrategia para el fortalecimiento del sector del calzado para que pueda conquistar nuevos mercados y no se deje menguar por las amenazas.

6. BIBLIOGRAFÍA

Estudio de mercado Sector de Calzado en Colombia - PROEXPORT COLOMBIA. www.proexport.com.co

PROEXPORT COLOMBIA. Informe de tendencia de las Exportaciones Noviembre de 2004 y 2005.

Pagina Web Proexport Colombia – Intelelexport de Bienes.

Pagina web DANE. www.dane.gov.co

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Cadenas Productivas: Estructura, comercio Internacional y protección. Bogota, Colombia: 2004. p 157.

Informes económicos y estadísticos Banco de la Republica y DANE. www.banrep.gov.co

CUESTAS, Luís F. El modelo monetarista de comercio exterior. Bogota D.C, 1986

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR ICEX. Notas Sectoriales. El Sector de Calzado en Colombia. Bogota, Marzo de 2005.

PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de exportaciones Colombianas 2003 – Enero 2006.

PROEXPORT COLOMBIA. Bodega de Datos Sistema de información estratégica, Análisis de comercio exterior mundial.

PONTONI, Alberto. El futuro del calzado. Un desafío nacional. Reporte del Club Marco. Argentina, Octubre 2003.

INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999.

INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. CUESTAS RODRÍGUEZ, Luís Francisco. Comercio Internacional 2 ed. Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander, 1999. p 80

BIBLIOTECA LUÍS ÁNGEL ARANGO.

<http://www.lablaa.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo89.htm>

KRUGMAN, Paúl y OBSTFELD, Maurice, *Economía internacional*, cuarta edición, McGraw Hill, España, 1999

SACHS, Jeffrey D. y LARRAÍN, Felipe B., *Macroeconomía en la economía mundial*, Prentice Hall, 1994.

Diccionario de comercio exterior, Editorial Cultural S.A.

VILLAR GÓMEZ, Leonardo ¿la economía colombiana se abrió o se cerró en la década de los noventa? Una nota sobre indicadores de apertura económica, Bogota, 2000

CERUTTI, Julia. Estudios sectoriales. Componente: Industria del calzado. Secretaría de Política Económica, Ministerio de Economía de la Nación. Argentina, 2003.

MINISTERIO DE DESARROLLO. Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI. Capítulo 4 La oferta de pieles en Colombia. Bogota, 2001.

AMADO, José. El calzado, perdedor con la apertura: desaparece con el TLC www.deslinde.org.co/Dsl38/dsl38_calzado.htm - 34k

ANIF, Informe Riesgo Industrial, Cuero y Marroquinería (Febrero 2006)

PROGRAMA COLOMBIA COMPITE. Perfil del Sector Cuero, Calzado, Manufacturas de Cuero. <http://www.colombiacompite.gov.co/site/redesf.asp?idsub=302>. Colombia, Marzo 2006.

BANCO DE LA REPUBLICA. Reportes del Emisor: Investigación e información económica. Bogotá, D. C., enero de 2006 - No. 80

REINA, Mauricio. A buscar asociatividad para enfrentar el TLC. En: La Republica. Bogota 24 de agosto de 2004.

PROEXPORT COLOMBIA y COINVERTIR, con la asesoría de ARAÚJO IBARRA & ASOCIADOS S.A. Comercio Exterior: Legal Framework - Marco Legal. Colombia 2005

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC) Reporte del Grupo de Trabajo en el Acceso de China a la OMC y el National Trade Data Bank (NTDB). Febrero 2005

SANTISO, Javier. *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*, *frente* *on* *line:* http://www.fp-es.org/images/oct_nov_2006/17_18_2_big.j Paris, Francia.

ANEXOS

ANEXO A. Descripción de posiciones arancelarias relacionadas al sector del calzado. Capítulo 64.

POSICION	DESCRIPCION
6401100000	Calzado con puntera metálica de protección con suela y parte superior de caucho o plástico
6401920000	Los dms calzados que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla con suela y parte superior De caucho.
6401920000	Los dms calzados que cubran el tobillo sin cubrir la rodilla con suela y parte superior De caucho
6401990000	Los dms calzados impermeables con suela y parte superior de caucho o plástico
6402190000	Dms calzado de deporte con suela y parte superior de caucho o plástico
6402200000	Calzado con la parte superior de tiras o bridas fijas a la suela por tetones (espigas)
6402300000	Dms calzados con puntera metálica de protección con suela y parte superior de caucho o plástico.
6402910000	Los dms calzados que cubran el tobillo. Con suela y parte superior de caucho o plástico.
6402990000	Los dms calzados con suela y parte superior de caucho o plástico.
6403190000	Dms calzado d deporte con suela d caucho plástico cuero natural o regenerado y parte de cuero natural
6403200000	Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasan por el empeine
6403400000	Los dms calzados con puntera metálica de protección. Con suela de caucho plástico
6403510000	Los dms calzado que cubran el tobillo. Con suela de cuero natural.
6403590000	Los dms calzados con suela de cuero natural.
6403910000	Los dms calzados que cubran el tobillo. Con suela d caucho o plástico.
6403990000	Los dms calzados con suela d caucho o plástico. Y parte superior d cuero natural.
6404110000	Calzado de deporte calzado de tenis- de baloncesto
6404111000	Calzado de deporte con suela de caucho o plástico.
6404112000	Calzado d tenis baloncesto gimnasia entretenimiento y calzados similares. Con suela d caucho o plástico
6404190000	Los dms calzados con suela de caucho o plástico. Y parte superior de material textil.
6404200000	Calzado con suela de cuero natural o regenerado. Y parte superior de materia textil.
6405100000	Los dms calzados con la parte superior de cuero natural o regenerado.
6405200000	Los dms calzados con la parte superior de material textil.
6405900000	Los dms calzados.

Fuente: Arancel Armonizado Colombiano.

**ANEXO B. Destino de las exportaciones de calzado (capítulo 64) de Colombia
2002 – 2005. (Valor FOB en dólares)**

	PAIS	2.002	2003	2004	2005	VARIACION 2004 - 2005
1	VENEZUELA	4.641.687,00	2.587.023,00	9.628.874,20	20.154.808,06	109,3%
2	ECUADOR	8.271.617,00	7.228.322,00	8.620.886,82	10.347.022,34	20,0%
3	ESTADOS UNIDOS	2.903.141,00	4.482.948,00	4.980.920,51	6.796.488,79	36,5%
4	MEXICO	807.434,00	2.661.619,00	4.873.683,90	5.602.173,83	14,9%
5	ESPAÑA	6.933,00	592.847,00	1.366.469,82	3.926.212,38	187,3%
6	ZONA FRANCA CUCUTA	1.912,00		941.793,45	2.399.971,50	154,8%
7	PANAMA	1.886.692,00	2.017.838,00	2.643.974,14	2.048.746,13	-22,5%
8	REPUBLICA DOMINICANA	830.235,00	339.845,00	909.209,00	1.696.316,87	86,6%
9	PERU	582.213,00	1.051.273,00	1.602.274,60	1.610.464,56	0,5%
10	PUERTO RICO	1.208.192,00	1.393.436,00	1.356.439,49	1.494.185,69	10,2%
11	BELGICA	9.011,00	401.851,00	1.681.796,49	1.481.436,95	-11,9%
12	COSTA RICA	1.266.606,00	1.212.187,00	1.140.415,68	1.270.959,17	11,4%
13	CANADA	54.717,00	44.585,00	254.290,99	340.899,47	34,1%
14	GUATEMALA	461.840,00	491.853,00	436.893,82	320.811,96	-26,6%
15	ARUBA	218.444,00	224.420,00	350.249,97	320.271,13	-8,6%
16	ANTILLAS HOLANDESAS	204.248,00	199.625,00	373.131,88	301.161,93	-19,3%
17	MARTINICA	62.137,00	68.034,00	204.580,02	225.118,92	10,0%
18	GUADALUPE	105.515,00	129.421,00	130.496,76	178.471,60	36,8%
19	AUSTRALIA	12.615,00	9.857,00	62.019,79	162.916,33	162,7%
20	REINO UNIDO	56.351,00	70.749,00	131.550,84	130.677,63	-0,7%
21	BOLIVIA	215.356,00	42.727,00	62.119,13	123.629,37	99,0%
22	PORTUGAL	20.187,00	116.959,00	653.578,92	107.563,02	-83,5%
23	BAHAMAS	68.821,00	55.279,00	47.037,19	97.083,54	106,4%
24	BARBADOS	60.465,00	102.114,00	116.106,55	95.327,10	-17,9%
25	TRINIDAD Y TOBAGO	48.258,00	4.434,00	42.394,34	92.751,47	118,8%
26	ISRAEL		38.880,00	81.806,00	86.662,25	5,9%
27	CHILE	128.907,00	100.258,00	94.299,60	68.385,28	-27,5%
28	JAMAICA	166.256,00	129.993,00	96.038,41	59.324,16	-38,2%
29	ALEMANIA	1.561.404,00	1.238.167,00	146.794,31	45.514,08	-69,0%
30	PAISES BAJOS	286.395,00	699.382,00	211.546,43	40.567,39	-80,8%
31	SANTA LUCIA	4.670,00	22.059,00	19.907,20	39.166,34	96,7%
32	EL SALVADOR	60.480,00	37.919,00	92.962,82	26.182,79	-71,8%
33	CUBA	120.064,00	75.073,00	25.373,04	24.684,71	-2,7%
34	NUEVA ZELANDA			3.889,40	23.288,87	498,8%
35	DOMINICA	8.652,00	2.508,00	11.881,00	20.500,18	72,5%
36	GRANADA	30.729,00	21.659,00	11.941,00	19.848,30	66,2%
37	ITALIA		37,00	268,34	17.884,30	6564,8%
38	HONDURAS	274.087,00	71.476,00	20.638,28	15.947,59	-22,7%
39	ANGUILLA	8.604,00		2.150,40	12.419,95	477,6%
40	LIBANO				12.360,85	
41	SINGAPUR				11.370,70	
42	VIRGENES. ISLAS (REINO UNIDO)	18.548,00	9.308,00	15.032,60	10.304,16	-31,5%
43	COCOS (KEELING). ISLAS				10.153,00	
44	FRANCIA	74.364,00	423.745,00	336.202,35	10.092,50	-97,0%
45	SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS	3.975,00	6.490,00	5.699,40	6.710,10	17,7%
46	GUAYANA FRANCESA		3.857,00	2.063,12	5.494,50	166,3%
47	VIRGENES. ISLAS (ESTADOS UNIDOS)			125,00	5.074,00	3959,2%

	UNIDO					
48	ANTIGUA Y BARBUDA	16.195,00	3.667,00	2.900,00	4.777,43	64,7%
49	EMIRATOS ARABES UNIDOS				3.912,70	
50	DINAMARCA	204.735,00	266.594,00	2.713,50	3.814,00	40,6%
51	ZONA FRANCA BARRANQUILLA		73.174,00	8.609,00	3.775,65	-56,1%
52	CAIMAN. ISLAS	9.082,00	8.945,00		3.641,10	
53	PAKISTAN				2.356,38	
54	NICARAGUA	31.091,00	41.337,00	31.114,83	1.151,00	-96,3%
55	ZONA FRANCA CARTAGENA				1.140,70	
56	SUECIA			2.252,65	1.013,08	-55,0%
57	SUIZA			283,76	981,20	245,8%
58	ARGENTINA		70,00		835,34	
59	AUSTRIA			1.383,00	765,50	-44,6%
60	PARAGUAY				527,68	
61	GUYANA				472,50	
62	JAPON			10.626,70	400,00	-96,2%
63	REPUBLICA CENTROAFRICANA				303,52	
64	POLONIA		1.521,00		230,00	
65	FILIPINAS				214,20	
66	GRECIA				162,00	
67	CHINA		135,00	14.669,00	17,90	-99,9%
68	RUSIA		266,00		12,00	
69	BRASIL	28.043,00	26.164,00	24.170,00	5,60	-100,0%
70	ANGOLA	6.403,00	18,00	671,40		-100,0%
71	COSTA DE MARFIL	5.715,00				
72	URUGUAY			17.393,80		-100,0%
73	BERMUDAS			51,00		-100,0%
74	HAITI	1.300,00				
75	ZONA FRANCA BOGOTA		386.407,00			
76	ZONA FRANCA RIONEGRO		994,00	1.432,08		-100,0%
77	MYANMAR			370,80		-100,0%
78	VIET NAM		4.994,00			
79	BULGARIA			13.442,00		-100,0%
80	CROACIA			31,00		-100,0%
81	GIBRALTAR			24.840,13		-100,0%
82	IRLANDA (EIRE)	33.600,00				
83	LUXEMBURGO		116.090,00			
84	NORUEGA			260,00		-100,0%
85	OTROS PAISES Y TERRITORIOS			2.247,72		-100,0%
86	MICRONESIA.ESTADOS FEDERA.DE			1.415,00		-100,0%
				TOTAL	61.927.915,22	

Fuente: Inteligencia de mercados, PROEXPORT COLOMBIA.

ANEXO C. Estrategias competitivas para que la visión de esta cadena para el año 2015, documento CONPES 3297 de 2004.

Estrategia Competitiva No. 1. “Internacionalización de la Cadena Productiva”

Fortalecer y garantizar la permanencia en el mercado nacional y motivar la penetración de nuevos mercados en el exterior, de los diferentes productos de la cadena aprovechando ventajas de la información. Es necesario fortalecer el área comercial y de mercadeo de las empresas de la cadena del cuero, sus manufacturas, prendas de vestir y el calzado. Se han propuesto dos acciones:

- a) Realizar un programa de investigación de mercados con dos enfoques; el primero, sobre el mercado externo y el segundo, sobre el mercado doméstico de cuero, artículos de marroquinería, prendas de vestir y calzado.
- b) A través de asistencia comercial, consultorías, asesorías e implementación de un programa de mercadeo estratégico que involucre a las empresas de la cadena de las distintas regiones del país, permita fortalecer las capacidades internas para la gestión comercial en mercados específicos con herramientas modernas de mercadeo estratégico y, elaboración de un plan de negocios de mediano y largo plazo para ampliar el mercado externo para los productos de cuero de Colombia

Estrategia Competitiva No.2. “Modernización Tecnológica de la Cadena Productiva”

Fortalecimiento de la producción y de la tecnología de las empresas de la cadena mediante la capacitación del recurso humano, la incorporación del diseño y desarrollo de producto en el proceso productivo y la reconversión tecnológica. Mejorar la capacidad competitiva de las empresas de la cadena. Para el cumplimiento de esta estrategia se propuso lo siguiente:

- a) Desarrollar un programa para la modernización tecnológica, el diseño, la innovación y la formación y vinculación del recurso humano altamente capacitado.
- b) Reforzar las capacidades del Centro de Desarrollo Tecnológico en ensayos físicos y químicos, biomecánica y de uso, consultoría, asesoría técnica, formación y capacitación de técnicos, vigilancia tecnológica, tecnología de diseño y confort y normalización técnica. Fortalecer el SENA, en capacitación de la mano de obra para la cadena del cuero especialmente en el área de diseño. Realizar estudios de factibilidad económica, financiera y técnica para el establecimiento de parques o distritos industriales especializados del sector en Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Cali, Medellín y eje cafetero.

Estrategia Competitiva No.3 “Fortalecimiento de la Industria de la proveeduría”

Identificar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas entre empresarios colombianos de la proveeduría y empresarios de países líderes en la

generación de tecnología y desarrollo de materiales, insumos, partes, componentes y herrajes, como Italia, Brasil y España.

Determinar el estándar internacional respecto de las empresas de la proveeduría de cuero y calzado líderes en el mundo y determinar las necesidades tecnológicas de las empresas colombianas.

Establecer un modelo de relaciones de compromiso y responsabilidad que permita a fabricantes y proveedores un desarrollo eficiente de sus actividades, para responder a las exigencias del mercado nacional e internacional. Es preciso mejorar la logística de transporte, distribución de los productos de la cadena del cuero, manufacturas de cuero y calzado.

Para el cumplimiento de esta estrategia se propuso lo siguiente:

- a) Realizar estudios sobre el nivel de tecnología de las empresas colombianas frente al estándar internacional.
- b) Desarrollar un programa integrado para mejorar la calidad del cuero (asistencia técnica, equipos, vacunación, estudios), materia prima básica de la cadena.
- c) Desarrollar un programa integrado para estimular los procesos de producción más limpia y llevar a las empresas de la cadena al cumplimiento de las normas ambientales. Fortalecer la asociatividad. Definir el proceso de gestión eficiente del agua, en términos de ahorro, recuperación de productos químicos y tratamiento, la dimensión de los equipos requeridos y elaboración de la propuesta de inversión.
- d) Diseñar e implementar un programa para el mejoramiento de la logística de transporte, distribución de los productos de la cadena.
- e) Adelantar, estudios jurídicos, técnicos y económicos para la constitución de las oficinas comerciales en los países objetivos.

Estrategia Competitiva No.4 “Combatir el contrabando y la informalidad”

Implementar un programa concertado entre el gobierno nacional y el sector privado que permita combatir el contrabando abierto, el contrabando técnico y la subfacturación de producto y la informalidad en el sector de cuero, manufacturas de cuero, prendas de vestir y calzado. Expedir un reglamento sobre etiquetado de calzado, que le permita a los compradores de calzado, identificar plenamente, los materiales con los cuales está construido el producto.

Para el cumplimiento de esta estrategia se propuso lo siguiente

- a) Adelantar un programa que permita formalizar el mayor número de empresas posible. Lograr que la aplicación del Plan Muisca contribuya a detectar los evasores de impuestos, los aportes parafiscales y las normas laborales. Construir estadísticas que reflejen la realidad del sector, por cuanto las actuales, subestiman el tamaño de esta industria.
- b) Implementar y vigilar la aplicación de la declaración anticipada, inspeccionar el 100% de las mercancías de calzado y dotar de equipos no invasivos a las aduanas.
- c) Expedición y aplicación del reglamento técnico para el etiquetado del calzado.

ANEXO D. Posiciones arancelarias de Estados Unidos y respectiva descripción y Posiciones arancelarias de Colombia que corresponden a dicha descripción y partida.

Posición Arancelaria Estados Unidos	Descripción Estados Unidos	Posición Arancelaria Colombia	Descripción Colombia
64019260	El calzado impermeable, <i>ensamblado</i> no mecánico., W/sobre 90% de ext. oleaje. área de suelas & PVC superior, cubriendo/tobillo pero no rodilla	640192	LOS DEMAS CALZADOS QUE CUBRA EL TOBILLO SIN CUBRIR LA RODILLA, IMPERMEABLE CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO
64021905	Los zapatos del golf con suelas exteriores de caucho o plásticos y superior > 90% de ext. caucho de superficie de área o plásticos	640219	LOS DEMAS CALZADOS DE DEPORTE, CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO
64021915	El calzado deportivo (de esquí & zapatos de golf), W/suelas exteriores de caucho o plásticos & superior >90% de ext. oleaje. caucho de área o plast		
64021950	El calzado deportivo con suelas exteriores y superior de caucho o plásticos, nesi, avaluado sobre \$3 pero no sobre \$6.50/pair		
64021970	El calzado deportivo con suelas exteriores y superior de caucho o plásticos, nesi, avaluado sobre \$6.50 pero no sobre \$12/pair		
64021990	El calzado deportivo con suelas exteriores y superior de caucho o plásticos, nesi, avaluado sobre \$12/pair		
64023030	Calzado con suelas de caucho o plástico con puntera metálica, con superficie exterior de caucho o plástico mayor al 90%	640230	LOS DEMAS CALZADOS, CON PUNTERA METALICA DE PROTECCION; CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO
64023060	Calzado con suelas exteriores y parte superior de caucho o plástico, con puntera de metal, diseñado como una protección valuado en menos de \$3/par		
64023090	Calzado con suelas exteriores y parte superior de caucho o plástico, con puntera de metal, no protector, avaluado sobre \$6.50 pero no sobre \$12/par		

64029140	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plástico, que cubra el tobillo, con ext, oleaje superior a 90% caucho o plásticos	640291	LOS DEMAS CALZADOS QUE CUBRAN EL TOBILLO; CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO		
64029160	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, tobillo que cubre, avaluada N/O \$3 pair.				
64029170	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, tobillo que cubre, avaluado sobre \$3 pero N/O \$6.50/pair				
64029905	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, N/cov. tobillo, W/ext. oleaje. superior O/90 % caucho/plásticos, con la base de madera	640299	LOS DEMAS DE DEMAS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLASTICO		
64029910	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, N/cov. tobillo, W/ext. oleaje. superior O/90 % caucho/plásticos, con la base de corcho				
64029914	Las sandalias con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, no cov. tobillo, producido en un pedazo moldeando				
64029918	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, N/cov. tobillo, con ext. oleaje. superior 90 % caucho o plásticos.				
64029930	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, no cubre el tobillo, con abre dedos o tacones				
64029960	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, N/cov. tobillo, avaluada N/O \$3/pair				
64029970	El calzado con suelas exteriores & superior de caucho o plásticos, N/cov. tobillo, avaluado o/\$3 pero N/O \$6.50/pair				
64031910	Los zapatos del golf, con caucho exterior de suelas/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, vira, para hombres/las juventudes/chicos			640319	LOS DEMAS CALZADOS DE DEPORTE, CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL
64031930	Los zapatos del golf, con caucho exterior de suelas/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, N/vira, para hombres/las juventudes/chicos				

64031940	El calzado deportivo, con caucho exterior de suelas/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, N/vira, para hombres/las juventudes/chicos		
64031950	Los zapatos del golf, con caucho exterior de suelas/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, para personas de otra manera que hombres/las juventudes/chicos		
64034030	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, W/puntera protectora de metal, vira	640340	LOS DEMAS CALZADOS, CON PUNTERA METALICA DE PROTECCION, CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL
64034060	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de cuero, W/puntera protectora de metal, N/vira		
64035130	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, cubriendo el tobillo, con vira	640351	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA DE CUERO NATURAL, QUE CUBRAN EL TOBILLO
64035160	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, cubriendo el tobillo, N/viran, para hombres, las juventudes y los chicos		
64035190	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, cubriendo el tobillo, N/vira, para personas de otra manera que hombres, las juventudes y los chicos		
64035915	Calzado con suelas exteriores y parte superior de cuero, no cubriendo el tobillo	640359	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA DE CUERO NATURAL QUE NO CUBRE EL TOBILLO
64035930	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, no cubriendo el tobillo,		
64035960	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, no cov. tobillo, N/vira, para hombres, jóvenes y los niños.		
64035990	El calzado con suelas exteriores y superior de cuero, no cov. tobillo, N/vira, para personas diferentes a hombres, jóvenes y niños.		
64039130	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/cuero de composición & superior de cuero, cubriendo el tobillo, vira	640391	LOS DEMAS CALZADOS, QUE CUBRAN EL TOBILLO, CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO
64039160	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/cuero de composición & superior de cuero, cubriendo el tobillo, sin vira, para hombres, jovenes		

	y niños.		NATURAL
64039190	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, cov. tobillo, N/vira, para personas distintas a hombres/jóvenes/niños.		
64039920	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, N/cov. tobillo, hecho en una madera despreciable		
64039940	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, N/cov. tobillo, vira,		
64039960	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, N/cov. tobillo, N/vira, para hombres, jóvenes y niños	640399	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO, PLASTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL
64039975	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, N/cov. tobillo, para mujeres, los jóvenes y los chicos/child./infants, val. N/O \$2.50/par		
64039990	El calzado con suelas exteriores de caucho/plásticos/comp. cuero & superior de cuero, N/cov. tobillo, para Mujeres/jóvenes/niñas, val. sobre \$2.50/par		
64041120	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plásticos & superior del textil, W/ext. oleaje. de superior sobre 50% de cuero	640411	CALZADO DE DEPORTE; CALZADO DE TENIS, BALONCESTO, GIMNASIA, ENTRENAMIENTO Y CALZADOS SIMILARES, CON SUELA DE CAUCHO O PLASTICO Y PARTE SUPERIOR DE MATERIA TEXTIL
64041140	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plásticos & superior del textil, val. N/O \$3/pair, W/suelas fijaron W/adhesivos W/foxing O		
64041150	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plástico & superior del textil, avaluada menos de \$3/par,		
64041160	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plástico & superior del textil, valuada sobre \$3 pero no sobre \$6.50/par, con suelas fijas, con adhesivos		
64041170	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plástico & superior del textil, avaluado sobre \$3 pero de no sobre \$6.50/par,		

64041180	Deportivo & calzado atlético con suelas exteriores de caucho/plástico & superior del textil, avaluado sobre \$6.50 pero no sobre \$12/par		
64041915	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & upp. de verdura. fibras, con abre dedos/tacones o tropiezo en el tipo, caucho de menos de 10%/plásticos por radiotelegrafía	640419	LOS DEMAS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO O PLASTICO
64041925	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & Upp. del textil, con abre dedos/tacones o tropiezo en el tipo, caucho de menos de 10%/plásticos por radiotelegrafía.		
64041930	El calzado con suelas exteriores de caucho/plástico & superior de textil, con abre dedos, con tacones con 10% o más de caucho/plástico		
64041935	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & upp. del textil, val. N/O \$3/pr, con suelas pusieron al upp. Con adhesivos & con foxing O		
64041940	El calzado con suelas exteriores de caucho/plástico & superior de textil, valuado no sobre \$3/par,		
64041950	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & upp. del textil, val. o/\$3 pero N/O \$6.50/pr, con suelas pusieron al upp. Con adhesivos & W/foxing O-		
64041960	El calzado con suelas exteriores de caucho/plástico & superior de textil, valuado. sobre\$3 pero no sobre \$6.50/par		
64041970	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & upp. del textil, val. O/\$6.50 pero N/O \$12/pr		
64041980	El calzado con suelas exteriores de frot. /plast. & upp. del textil, val. O/\$12/pr		
64041990	El calzado con suelas exteriores de cuero/comp. leath., N/O 50% por radiotelegrafía. frot. /plast. o frot. /plast./text. & 10% + por radiotelegrafía. frot. val /plast., N/O \$2.50/pr		
64042020	El calzado con suelas exteriores de cuero/comp. leath., N/O 50% por radiotelegrafía. frot. /plast. o frot. /plast./text. & 10% + por radiotelegrafía. frot. val /plast., O/\$2.50/pr	640420	CALZADO CON SUELA DE CUERO NATURAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE MATERIA TEXTIL
64042040	El calzado con suelas exteriores de cuero/comp. cuero & superior del textil,		

64042060	El calzado, con suelas exteriores de de otra manera que caucho/plástico/cuero/composición cuero & superior de cuero/cuero de composición,		
64051000	Calzado, con suelas exteriores diferentes de caucho/plástico/cuero/composición cuero & superior de cuero/composición de cuero,	640510	LOS DEMAS CALZADOS CON LA PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL O REGENERADO
64052030	Calzado, con suelas exteriores distintas a caucho/plástico/cuero/composición cuero & superior de fibras de verdura,	640520	LOS DEMAS CALZADOS CON LA PARTE SUPERIOR DE MATERIA TEXTIL
64052090	Calzado, con suela exterior de otra manera que caucho/plásticos/cuero/comp. cuero & superior de textil. Diferente a fibras vegetales. o lana		
64059090	Calzado, con suelas exteriores y superior distintos de caucho/plásticos/cuero/comp. cuero/materias textiles	640590	LOS DEMAS DE DEMAS CALZADOS
64061005	Partes superiores de calzado, de cuero, composición, para mujeres, jóvenes y niñas.	64061000	Partes superiores de calzado fijadas a las palmillas distintas de la suela y sus partes, excepto los contrafuertes y punteras duras.
64061010	partes superiores de calzado, de material textil, sin el 50% de superficie externa de cuero		
64061020	partes superiores de calzado, de material de textil, valorado no sobre US\$3/par		
64061025	partes superiores de calzado, de material de textil, valorado sobre US\$3/par pero no sobre US\$6,50/par		
64061030	partes superiores de calzado, de material de textil, valorado sobre US\$6,50/par pero no sobre US\$12/par		
64061035	partes superiores de calzado, de material de textil, valorado sobre US\$12/par		
64061040	partes superiores de calzado, de materiales con excepción de cuero, composición o textil, con más del 90% de parte superior exterior de caucho o plástico.		
64061045	partes superiores de calzado, de materiales con excepción de cuero, composición y textil,		
64061050	Partes superiores de calzado, de materiales con excepción de cuero, composición y textil,		

NOTA: El Certificado de Origen para los productos del capítulo 64 que no se encuentren en este listado deberán tramitarlo a través del Grupo de Origen del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

ANEXO E. Lista arancelaria de Estados Unidos. Tabla de desgravación.

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64019100	Waterproof footwear, not mechanically assembled, w/outer soles & uppers of rubber or plastics, covering the knee	37.5%	C
64019230	Waterproof ski boots & snowboard boots, not mechanically asmbld., w/outer sole and uppers of rubb. or plast., cover/ankle but not knee	Free	F
64019260	Waterproof footwear, not mechanically asmbld., w/over 90% of ext. surf. area of soles & uppers PVC, covering/ankle but not knee	4.6%	A
64019290	Waterproof footwear, not mechanically asmbld., w/outer soles and upper of rubber or plastics, nesoi, covering ankle but not knee	37.5%	C
64019930	Waterproof protect. footwear, not mechanically asmbld., w/outer soles and uppers of rubber or plastics, not cover ankle, w/o closures	25.0%	C
64019960	Waterproof protect. footwear, not mechanically asmbld., w/outer soles and uppers of rubber or plastics, not cover ankle, w/closures	37.5%	C
64019980	Waterproof footwear, not mechanically asmbld, w/outer soles and 90% of ext. surf. area of uppers of rubber or plastics, not cover ankle	Free	F
64019990	Waterproof footwear, not mechanically asmbld, w/outer soles and uppers of rubber or plastics, nesoi, not cover ankle	37.5%	C
64021200	Ski-boots, cross-country ski footwear and snowboard boots, w/outer soles and uppers of rubber or plastics	Free	F
64021905	Golf shoes w/outer soles of rubber or plastics and uppers > 90% of ext. surface area rubber or plastics	6.0%	A
64021915	Sports footwear (o/than ski fwear & golf shoes), w/outer soles of rubber or plastics & uppers >90% ext. surf. area rubber or plast.	5.1%	A
64021930	Sports footwear w/outer soles and uppers of rubber or plastics, nesi, valued not over \$3/pair	Free	F
64021950	Sports footwear w/outer soles and uppers of rubber or plastics, nesi, valued over \$3 but not over \$6.50/pair	76 cents/pr. + 32%	A
64021970	Sports footwear w/outer soles and uppers of rubber or plastics, nesi, valued over \$6.50 but not over \$12/pair	76 cents/pr. + 17%	A
64021990	Sports footwear w/outer soles and uppers of rubber or plastics, nesi, valued over \$12/pair	9.0%	A
64022000	Footwear w/outer soles & uppers of rubber/plastics, w/upper straps or thongs assembled to sole by means of plugs (zoris)	Free	F
64023030	Footwear w/outer soles of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, w/ext. surf. uppers o/90% rubber or plastics	6.0%	A

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64023050	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, designed as a protection against liquids, chemicals, weather	37.5%	C
64023060	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, not protective, valued n/o \$3/pair	24.0%	A
64023070	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, not protective, valued over \$3 but n/o \$6.50/pair	90 cents/pr. + 37.5%	C
64023080	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, not protective, valued o/\$6.50 but n/o \$12/pair	90 cents/pr. + 20%	C
64023090	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, w/metal toe-cap, not protective, valued over \$12/pair	20.0%	A
64029140	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, w/ext. surf. of uppers o/90% rubber or plastics	6.0%	A
64029150	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, designed as protection against liquids, chemicals, weather	37.5%	C
64029160	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, nesoi, valued n/o \$3/pair	48.0%	A
64029170	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, nesoi, valued over \$3 but n/o \$6.50/pair	90 cents/pr. + 37.5%	A
64029180	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, nesoi, valued o/\$6.50 but n/o \$12/pair	90 cents/pr. + 20%	C
64029190	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, covering ankle, nesoi, valued over \$12/pair	20.0%	C
64029905	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, w/ext. surf. uppers o/90% rubber/plastics, w/base of wood	8.0%	A
64029910	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, w/ext. surf. uppers o/90% rubber/plastics, w/base of cork	12.5%	A
64029914	Sandals w/outer soles & uppers of rubber or plastics, not cov. ankle, produced in one piece by molding	3.0%	A
64029918	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, w/ext. surf. of uppers o/90% rubber or plastics, nesoi	6.0%	A
64029920	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, nesoi, design. as protection against liquids/chemicals/weather	37.5%	C

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64029930	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, w/open toes or heels or of the slip-on type	37.5%	A
64029960	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, nesoi, valued n/o \$3/pair	48.0%	A
64029970	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, nesoi, valued o/\$3 but n/o \$6.50/pair	90 cents/pr. + 37.5%	A
64029980	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, nesoi, valued o/\$6.50 but n/o \$12/pair	90 cents/pr. + 20%	C
64029990	Footwear w/outer soles & uppers of rubber or plastics, nesoi, n/cov. ankle, nesoi, valued over \$12/pair	20.0%	C
64031230	Ski-boots,cross-country ski footwear and snowboard boots, w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, welt	Free	F
64031260	Ski-boots,cross-country ski footwear and snowboard boot, w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather &uppers of leather, n/welt	Free	F
64031910	Golf shoes, w/outer soles rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, welt, for men/youths/boys	5.0%	A
64031920	Sports footwear, nesoi, w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, welt, for men/youths/boys	Free	F
64031930	Golf shoes, w/outer soles rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, n/welt, for men/youths/boys	8.5%	A
64031940	Sports footwear, nesoi, w/outer soles rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, n/welt, for men/youths/boys	4.3%	A
64031950	Golf shoes, w/outer soles rubber/plastics/leather/comp. leather & upper of leather, for persons other than men/youths/boys	10.0%	A
64031970	Sports footwear, nesoi, w/outer soles rubber/plastics/leather/comp.leather & uppers of leather, for persons other than men/youths/boys	Free	F
64032000	Footwear w/outer soles leather and uppers consist. of leather straps across the instep and around the big toe	Free	F
64033000	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, nesoi, made on a base or platform of wood, w/o insole	Free	F

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64034030	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, w/protective metal toe-cap, welt	5.0%	A
64034060	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/leather/comp. leather & uppers of leather, w/protective metal toe-cap, n/welt	8.5%	A
64035130	Footwear w/outer soles and uppers of leather, nesoi, covering the ankle, welt	5.0%	A
64035160	Footwear w/outer soles and uppers of leather, nesoi, covering the ankle, n/welt, for men, youths and boys	8.5%	A
64035190	Footwear w/outer soles and uppers of leather, nesoi, covering the ankle, n/welt, for persons other than men, youths and boys	10.0%	A
64035915	Turn or turned footwear w/outer soles and uppers of leather, not covering the ankle	2.5%	A
64035930	Footwear w/outer soles and uppers of leather, not covering the ankle, welt, nesoi	5.0%	A
64035960	Footwear w/outer soles and uppers of leather, not cov. ankle, n/welt, for men, youths and boys	8.5%	A
64035990	Footwear w/outer soles and uppers of leather, not cov. ankle, n/welt, for persons other than men, youths and boys	10.0%	A
64039130	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/composition leather & uppers of leather, covering the ankle, welt	5.0%	A
64039160	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/composition leather & uppers of leather, covering the ankle, n/welt, for men,youths and boys	8.5%	A
64039190	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, cov. ankle, n/welt, for persons other than men/youths/boys	10.0%	A
64039920	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, n/cov. ankle, made on a base wood	8.0%	A
64039940	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, n/cov. ankle, welt, nesoi	5.0%	A
64039960	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, n/cov. ankle, n/welt, for men, youths and boys, nesoi	8.5%	A
64039975	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, n/cov. ankle, for women/child./infants, val.n/o \$2.50/pr	7.0%	A
64039990	Footwear w/outer soles of rubber/plastics/comp. leather & uppers of leather, n/cov. ankle, for women/child./infants, val. over \$2.50/pair	10.0%	A

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64041120	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, w/ext. surf. of uppers over 50% leather	10.5%	A
64041140	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, val. n/o \$3/pair, w/soles fixed w/adhesives w/o foxing	37.5%	A
64041150	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, valued n/o \$3/pair, nesoi	48.0%	A
64041160	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, val. o/\$3 but n/o \$6.50/pr, w/soles fixed w/adhesives	37.5%	A
64041170	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, valued o/\$3 but n/o \$6.50/pr, nesoi	90 cents/pr. + 37.5%	A
64041180	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, valued o/\$6.50 but n/o \$12/pair	90 cents/pr. + 20%	A
64041190	Sports & athletic footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, valued o/\$12/pair	20.0%	C
64041915	Footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, nesoi, w/ext. surf. of uppers over 50% leather	10.5%	A
64041920	Footwear w/outer soles of rubber/plastics & uppers of textile, nesoi, designed as a protection against liquids, chemicals & weather	37.5%	C
64041925	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of veg. fibers, nesoi, w/open toes/heels or slip-on type, less than 10% rubber/plastics by wt.	7.5%	A
64041930	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, w/open toes/heels or slip-on type, less than 10% rubber/plastics by wt.	12.5%	A
64041935	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, w/open toes/heels or slip-on type, 10% or more by wt. of rubb./plastic	37.5%	A
64041940	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. n/o \$3/pr, w/soles affixed to upp. w/adhesives & w/o foxing	37.5%	A
64041950	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. n/o \$3/pr, nesoi	48.0%	A
64041960	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. o/\$3 but n/o \$6.50/pr, w/soles affixed to upp. w/adhesives & w/o foxing	37.5%	A
64041970	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. o/\$3 but n/o \$6.50/pr, nesoi	90 cents/pr. + 37.5%	A
64041980	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. o/\$6.50 but n/o \$12/pr	90 cents/pr. + 20%	A

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64041990	Footwear w/outer soles of rub./plast. & upp. of textile, nesoi, val. o/\$12/pr	9.0%	A
64042020	Footwear w/outer soles of leather/comp. leath., n/o 50% by wt. rub./plast. or rub./plast./text. & 10%+ by wt. rub./plast., val. n/o \$2.50/pr	15.0%	A
64042040	Footwear w/outer soles of leather/comp. leath., n/o 50% by wt. rub./plast. or rub./plast./text. & 10%+ by wt. rub./plast., val. o/\$2.50/pr	10.0%	A
64042060	Footwear w/outer soles of leather/comp. leather & uppers of textile, nesoi	37.5%	A
64051000	Footwear, nesoi, w/outer soles of other than rubber/plastics/leather/comp.leather & uppers of leather/composition leather, nesoi	10.0%	A
64052030	Footwear, nesoi, w/outer soles of other than rubber/plastics/leather/comp.leather & uppers of vegetable fibers, nesoi	7.5%	A
64052060	Footwear, nesoi, with soles and uppers of wool felt	2.50%	A
64052090	Footwear, nesoi, w/outer sole other than rubber/plastics/leather/comp. leather & upper of text. material other than veg. fibers or wool felt	12.5%	A
64059020	Disposable footwear, nesoi, designed for one-time use	3.8%	A
64059090	Footwear, nesoi, w/outer soles and uppers other than of rubber/plastics/leather/comp. leather/textile materials	12.5%	A
64061005	Formed uppers for footwear, of leather/composition leather, for men, youths and boys	8.5%	A
64061010	Formed uppers for footwear, of leather/composition leather, for women, misses, children and infants	10.0%	A
64061020	Formed uppers for footwear, of textile materials, w/o 50% of external surface leather	10.5%	A
64061025	Formed uppers for footwear, of textile materials, nesoi, valued n/o \$3/pr	33.6%	A
64061030	Formed uppers for footwear, of textile materials, nesoi, valued o/\$3 but n/o \$8.50/pr	63 cents/pr. + 26.2%	A
64061035	Formed uppers for footwear, of textile materials, nesoi, valued o/\$8.50 but n/o \$12/pr	62 cents/pr. + 13.7%	A
64061040	Formed uppers for footwear, of textile materials, nesoi, valued o/\$12/pr	7.5%	A
64061045	Formed upper for footwear, of materials other than leather/comp.leather or textile, w/over 90% of ext. surf. rub./plast. not for fw w/foxing	6.0%	A
64061050	Formed uppers for footwear, of materials other than leather/comp.leather or textile materials, nesoi	26.2%	A
64061060	Uppers & pts. thereof for footwear, nesoi, of rubber or plastics	Free	F

HTS8	Description	Base Rate	US Tariff Elimination Offer to Colombia
64061065	Uppers & pts. thereof for footwear, nesoi, of leather	Free	F
64061070	Uppers & pts. thereof for footwear, nesoi, of textile materials w/external surface area over 50% leather	Free	F
64061072	Uppers for footwear, nesoi, of cotton, w/external surface area less than 50% textile materials	11.2%	A
64061077	Uppers & pts. thereof for footwear, nesoi, of cotton, w/external surface area 50% or more of textile materials	11.20%	A
64061085	Uppers for footwear, nesoi, of materials nesoi, w/external surface area less than 50% textile materials	4.5%	A
64061090	Uppers & pts. thereof for footwear, nesoi	4.50%	A
64062000	Outer soles and heels for footwear, of rubber or plastics	2.7%	A
64069100	Parts of footwear, nesoi, of wood	2.6%	A
64069915	Parts of footwear; removable insoles, heel cushions, etc; gaiters, leggings, etc, & pts. thereof; all the foregoing of textile materials	14.90%	A
64069930	Parts of footwear, nesoi; removable insoles,heel cushions, etc; gaiters, leggings, etc, & pts. thereof; all the foregoing of rub./plast.	5.3%	A
64069960	Parts of footwear; removable insoles, heel cushions, etc; gaiters, leggings, etc, & pts. thereof; all the foregoing of leather	Free	F
64069990	Parts of footwear, nesoi; removable insoles, heel cushions, etc; gaiters, leggings, etc, & pts thereof; all the foregoing of materials nesoi	Free	F

ANEXO F. Lista arancelaria de Colombia. Tabla de desgravación

MANDINA 2004	Descripción	Arancel Base	Categoría de Desgravación	Observaciones
6402120000	CALZADO DE ESQUÍ Y CALZADO PARA LA PRACTICA DE "SNOWBOARD" (TABLA PARA NIEVE) CON SUELA Y PARTE SUPERIOR DE CAUCHO O PLÁSTICO.	20	A	
6402190000	LOS DEMÁS CALZADOS PARA DEPORTES, CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO .	20	A	
6402200000	CALZADO DE CAUCHO O DE PLÁSTICO CON LA PARTE SUPERIOR DE TIRAS O BRIDAS FIJAS A LA SUELA POR TETONES (ESPIGAS).	20	A	
6402300000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, CON PUNTERA METÁLICA DE PROTECCIÓN.	20	C	
6402910000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, QUE CUBRAN EL TOBILLO.	20	C	
6402990000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO.	20	C	
6403120000	CALZADO DE ESQUÍ Y CALZADO PARA LA PRACTICA DE "SNOWBOARD" (TABLA PARA NIEVE) CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL.	20	A	
6403190000	LOS DEMÁS CALZADOS DE DEPORTES, CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CUERO NATURAL.	20	A	
6403200000	CALZADO CON SUELA DE CUERO NATURAL Y PARTE SUPERIOR DE TIRAS DE CUERO NATURAL QUE PASEN POR EL EMPEINE Y RODEEN EL DEDO GORDO.	20	A	
6403300000	CALZADO CON PALMILLA O PLATAFORMA DE MADERA, SIN PLANTILLA NI PUNTERA DE METÁLICA DE PROTECCIÓN.	20	A	
6403400000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CUERO NATURAL, CON PUNTERA DE METAL.	20	A	
6403510000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA DE CUERO NATURAL Y PARTE SUPERIOR DE CUERO NATURAL, QUE CUBRAN EL TOBILLO.	20	A	
6403590000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA DE CUERO NATURAL Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CUERO NATURAL.	20	A	
6403910000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CUERO NATURAL, QUE CUBRAN EL TOBILLO.	20	A	

NANDINA 2004	Descripción	Arañoel Base	Categoría de Desgravación	Observaciones
6403990000	LOS DEMÁS CALZADOS CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO, CUERO ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CUERO NATURAL.	20	A	
6404111000	CALZADO DE DEPORTE CON SUELA DE CAUCHO O DE PLÁSTICO.	20	C	
6404112000	CALZADO DE TENIS, BALONCESTO, GIMNASIA, ENTRETENIMIENTO Y CALZADOS SIMILARES, CON SUELA DE CAUCHO O DE PLÁSTICO.	20	C	
6404190000	LOS DEMÁS CALZADOS, CON SUELA DE CAUCHO, PLÁSTICO O CUERO NATURAL, ARTIFICIAL O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE MATERIA TEXTIL.	20	C	
6404200000	CALZADO CON SUELA DE CUERO NATURAL, O REGENERADO Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE MATERIA TEXTIL.	20	A	
6405100000	LOS DEMÁS CALZADOS CON LA PARTE SUPERIOR (EL CORTE) DE CUERO NATURAL, O REGENERADO.	20	A	
6405200000	LOS DEMÁS CALZADOS, CON LA PARTE SUPERIOR DE MATERIA TEXTIL.	20	A	
6405900000	LOS DEMÁS CALZADOS.	20	A	
6406100000	PARTES SUPERIORES DE CALZADO Y SUS PARTES, EXCEPTO LOS CONTRAFUERTES Y PUNTERAS DURAS.	15	A	
6406200000	SUELAS Y TACONES (TACOS), DE CAUCHO O DE PLÁSTICO.	15	A	
6406910000	LAS DEMÁS PARTES DE CALZADO, PLANTILLAS, TALONERAS Y ARTÍCULOS SIMILARES AMOVIBLES, DE MADERA.	15	A	
6406993000	PLANTILLAS (NTI) DE OTRA MATERIAS.	15	A	
6406999000	LAS DEMÁS PARTES DE CALZADO, PLANTILLAS, TALONERAS Y ARTÍCULOS SIMILARES, AMOVIBLES , DE OTRAS MATERIAS.	15	A	
6401100000	CALZADOS IMPERMEABLES CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, CON PUNTERA METÁLICA DE PROTECCIÓN.	20	C	
6401910000	LOS DEMÁS CALZADOS IMPERMEABLES CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, QUE CUBRAN LA RODILLA.	20	C	
6401920000	LOS DEMÁS CALZADOS IMPERMEABLES CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, QUE CUBRAN EL TOBILLO SIN CUBRIR LA RODILLA.	20	C	
6401990000	LOS DEMÁS CALZADOS IMPERMEABLES CON SUELA Y PARTE SUPERIOR (CORTE) DE CAUCHO O DE PLÁSTICO, CUYA PARTE SUPERIOR NO SE HAYA UNIDO A LA SUELA POR COSTURA O POR MEDIO DE REMACHES, CLAVOS, TORNILLOS, ESPIGAS O DISPOSITIVOS SIMILARES.	20	C	

GLOSARIO

ACICAM: Asociación de Industriales del Calzado, el Cuero y sus Manufacturas.

ACUERDOS COMERCIALES: Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales.

ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL Se refiere a los acuerdos comerciales que no abarcan a la totalidad del universo arancelario ni a todas las normas y disciplinas comerciales y que, por lo general, se refieren a un número reducido de países dentro de una agrupación comercial determinada, y operan de manera bilateral aunque pueden tener nóminas de productos comunes a un grupo.

APERTURA COMERCIAL Reducción o eliminación de barreras al comercio internacional.

ASOCIATIVIDAD Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

BANCO MUNDIAL: Organismo multilateral, es una de las principales fuentes de asistencia para el desarrollo del mundo. Su meta principal es ayudar a las personas y países más pobres. El Banco utiliza sus recursos financieros, su personal altamente especializado y su amplia base de conocimientos para

ayudar a los países en desarrollo en el camino hacia un crecimiento estable, sostenible y equitativo.

CADENAS PRODUCTIVAS: Se refieren a una integración vertical del conjunto de etapas por las cuales pasan o van siendo transformados y transferidos los diversos insumos, en ciclos de producción, distribución y comercialización de bienes y servicios. Implican división de trabajo, en la cual cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

CADIVI comisión de administración de divisas en Venezuela, control creado para protegerle ingreso y salida de divisas.

CAFTA Tratado regional de libre comercio entre los Estados Unidos y seis países de Centroamérica: Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica; La República Dominicana se hizo parte del pacto en marzo de 2004, después de que terminaron las negociaciones con los países Centroamericanos.

CBI Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries

CERTIFICACION DE CALIDAD: Reconocimiento de parte de terceros, (que tienen fe pública) los cuales garantizan que existen indicios fuertes de la capacidad de una empresa para desarrollar una organización que mide sus cotas de productividad, acepta la innovación y gesta capacidades de adaptación o flexibilidad.

CONTRABANDO TECNICO Y FISICO

DESGRAVACION Reducción de aranceles entre dos países que han logrado un acuerdo comercial en materia de acceso al mercado.

DESGRAVACION ASIMETRICA: Reducción de aranceles entre los países del acuerdo que se va dando de manera gradual a través del tiempo y que tiene su inicio en un arancel base y su desgravación es definida.

DESVIACION DEL COMERCIO: Implica un cambio en la pauta de origen de las importaciones (no un aumento de ellas) desde zonas de bajo costo situadas fuera de la región, hacia productores de alto costo situados dentro del área de preferencia que compiten en precios, en vez de hacerlo con base en costos, dadas la preferencias arancelarias que tienen los productores de la región frente a aquellos localizados fuera de ella, cuyos productos se encuentran sujetos a mayores aranceles

DIAN: Dirección de impuestos y aduanas nacionales

DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL: Conjunto de operaciones, gestiones y labores a realizarse para manipular y trasladar una mercancía desde el sitio de producción hasta el lugar en el extranjero.

GLOBALIZACIÓN: Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.

INICIATIVA DE LA CUENCA DEL CARIBE: es un programa del Gobierno de los Estados Unidos para promover el desarrollo económico de la región, a través de la entrada exenta del pago de impuestos arancelarios en territorio americano, de la mayoría de los productos procedentes de la región.

INTERMODALIDAD: es la cualidad (propiedad) de un desplazamiento (de viajeros o mercancías) de un punto a otro del sistema de transporte, consistente en realizarlo en distintos y sucesivos modos de transporte (dos o mas).

INVERSION EXTRANJERA: Capital extranjero (foráneo) invertido en empresas públicas o privadas de un país.

OMC: Organización Mundial del Comercio, quien es el encargado de regular el comercio, establecer y modificar las normas que lo rigen, servir de marco regulatorio para negociaciones internacionales y de foro para solucionar diferencias o conflictos entre sus países miembros.

POLITICAS COMERCIALES tiene como objetivo general definir e impulsar estrategias que contribuyan a perfeccionar el proceso de integración económica del país y a fortalecer sus flujos de comercio e inversión con el resto del mundo.

POLITICAS ECONOMICAS se dedica a gran variedad de aspectos, los impuestos, el tipo de cambio, el tipo de interés, la inflación... Todos bastante importantes para el desarrollo económico de cualquier nación y para el bienestar general de los pueblos.

PROTECCIONISMO Uso deliberado de restricciones a las importaciones, con el objetivo de permitir que productores nacionales relativamente ineficientes puedan competir con los productores extranjeros.

SALVAGUARDIA Restablecimiento transitorio de las barreras proteccionistas eliminadas, con el fin de limitar los daños causados por la liberalización comercial.

TRIANGULACION consiste en que los productos provenientes de un tercer país no miembro, sea importado a un país miembro con bajos aranceles externos con la finalidad de luego ser transferido a otros países miembros con mayores aranceles externos