
Impacto del acuerdo Can-Mercosur en las exportaciones del departamento del Valle Del Cauca-Colombia.*

Lya Paola Sierra**
lyap@javerianacali.edu.co

Recibido: 14/04/2008

Aprobado evaluador interno: 30/04/2008

Aprobado evaluador externo: 13/05/2008

Resumen

El presente trabajo busca identificar las oportunidades potenciales de los productos del Valle del Cauca ante la puesta en marcha del acuerdo de complementación CAN-MERCOSUR. Para ello se considera: la oferta potencial del Valle de Cauca, las condiciones de acceso derivadas del acuerdo y la demanda potencial de los socios comerciales. Los resultados permiten establecer que el Acuerdo CAN-MERCOSUR no generará un aumento inmediato en las exportaciones del departamento en la mayoría de sectores.

Palabras clave

Integración regional, acuerdos de libre comercio, CAN-MERCOSUR, flujos comerciales, Valle del Cauca.

Abstract

The present work measures the impact of the Agreement CAN- MERCOSUR on the exporter sectors in the Valle del Cauca- (Colombia) region. For this we analyze the potential supply of Valle del Cauca's producers, de tariff conditions of the agreement and the MERCOSUR potential demand. The results establish that the "Free Trade Agreement" CAN MERCOSUR will not have an important impact in the majority of the sectors.

Keywords

Regional trade, Free Trade Agreement, CAN-MERCOSUR, commercial flows, Valle del Cauca.

Este artículo es resultado del trabajo de investigación desarrollado por la autora en el marco del grupo de investigación IDEAS categoría A de Colciencias.

** Lya Paola Sierra es profesora asistente del departamento de Economía de la Pontificia Universidad Javeriana, Cali.

Introducción

El Acuerdo de Complementación Económica entre la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), entra en vigencia en Colombia a partir de enero de 2005, después de seis años de negociaciones y cinco años de trámites gubernamentales. La convergencia gradual entre estos dos bloques regionales sembraría las bases para la construcción de la Comunidad Suramericana de Naciones, respondiendo a la propuesta de los presidentes de catorce naciones suramericanas en diciembre de 2004 en Cusco, Perú.

Sin embargo, llama la atención el hecho de que la firma y posterior entrada en vigencia de este acuerdo de complementación CAN-MERCOSUR pasa casi inadvertida para la opinión pública en Colombia, debido en parte a la atención creciente requerida por las negociaciones del tratado de libre comercio (TLC) con Estados Unidos y fundamentalmente a la baja participación que tiene el MERCOSUR en las relaciones comerciales Colombianas. Es así como entre el año 1994 y el 2005, en promedio Colombia exportó al Mercado Común del Sur solo el 1.6% del total de sus exportaciones, mientras que a Estados Unidos envió el 40%.

Las relaciones comerciales entre nuestro país y el bloque sur son escasas y poco diversificadas, es así como solo diez partidas arancelarias

representan el 63% de las ventas de Colombia al MERCOSUR, de las cuales cuatro sectores, el editorial, el plástico, los textiles y el petróleo y sus derivados concentran el 80% de ellas. Ahora, si se mira por el lado de la balanza comercial, el déficit de Colombia con este grupo económico no solo ha permanecido, sino que ha venido creciendo a un promedio de 20% entre el año 2000 y el 2004.

Al analizar los flujos comerciales externos del departamento del Valle del Cauca se percibe, de una parte, un alto grado de concentración de sus líneas de productos exportados y de otra, un reducido número de países clientes de las ventas al exterior del departamento.

El grado de concentración, anteriormente señalado, se evidencia en el bajo número de productos competitivos, en el año 2000 el 78% del valor total de las exportaciones correspondían a solo once (11) grupos de productos y el reducido número de países de destino, cuando se establece que en el año 2003, el 63% de las exportaciones eran adquiridas por tres países, en su orden, Venezuela, Ecuador y Estados Unidos.

Mientras tanto, por el lado de las importaciones, la situación es bien distinta, pues los bienes comprados por el departamento del Valle al mundo, están representados en una variada gama de productos y presentan un alto grado de dispersión con respecto a los países de origen.

Este panorama pone de relieve claros indicios respecto de la necesidad, cada vez más latente, de ampliar el número de socios comerciales, sobre todo si se considera el grado de incertidumbre que tienen el manejo de los asuntos políticos y el comportamiento de las demandas internas de algunos de los principales socios comerciales del Valle del Cauca, como es el caso de los países andinos, concretamente Venezuela y Ecuador.

Contribuir a este propósito de diversificar líneas de productos y ampliar los mercados de destino, es el objetivo del presente trabajo que se propone identificar las oportunidades comerciales potenciales para el Valle del Cauca en los mercados de los países miembros del MERCOSUR, a raíz de la puesta en marcha del acuerdo de complementación económica CAN-MERCOSUR, en lo referente a la producción y las exportaciones del departamento.

Este estudio busca reconocer las posibilidades reales de expansión de las exportaciones del departamento a los países del MERCOSUR, para ello, se parte de la descripción metodológica utilizada; para pasar, en una segunda sección, a la realización de un análisis del estado actual del comercio en el Valle del Cauca y de sus relaciones comerciales con el merca-

do común del sur; continuando, en una tercera sección, con un somero recuento de las características generales del acuerdo de complementación económica CAN-MERCOSUR y terminar con el resultado del análisis de las oportunidades comerciales derivadas de las mejoras en el acceso del departamento en el MERCOSUR.

Es importante aclarar que si bien es cierto, el presente trabajo abarca un análisis del comercio existente del Valle del Cauca con el MERCOSUR, del acuerdo mismo de complementación CAN-MERCOSUR y de algunas ventajas del acceso al mercado, no aborda aspectos importantes que impactan la economía como el empleo y el ingreso de otros productos (por fuera de la oferta exportable actual) en la participación de los beneficios del acuerdo. Tampoco se considera la competencia de productos provenientes de los socios de la CAN. Estos son temas cuyo estudio se puede derivar del presente trabajo y pueden contribuir al análisis de los impactos del acuerdo en un horizonte más amplio ¹.

Además, si se tiene en cuenta que todo acuerdo de integración económica tiene la finalidad de procurar la ampliación de los mercados tanto para vender como para com-

1. El acuerdo de complementación Económica CAN-MERCOSUR, también considera objetivos adicionales con respecto a acciones de desarrollo, complementación y cooperación en otros sectores económicos de interés mutuo. La naturaleza del acuerdo trasciende la simple liberalización comercial de bienes. Estos aspectos no están incluidos en el presente trabajo

prar productos, con todos los demás beneficios que de esto se derivan, se hace también indispensable aclarar que en este trabajo, en lo referente al análisis de oportunidades comerciales, aborda esta temática solo desde la óptica de las exportaciones del departamento.

1. Metodología

Las oportunidades comerciales del Valle del Cauca en el marco del acuerdo CAN-MERCOSUR, se definen como las posibilidades que tiene el departamento de expandir sus exportaciones a los países del bloque sur. Siguiendo a la metodología de Terra (2006) y ALADI ².

En la realización de éste análisis se tuvo en cuenta, tanto la oferta potencial del Valle del Cauca, como las condiciones de acceso derivadas del acuerdo y la demanda potencial del socio comercial. Para realizar la exploración de cada uno de los anteriores aspectos, se seleccionó un grupo de productos, llamados oferta exportable, representativos de las ventas del departamento a cada país del MERCOSUR.

En cuanto la identificación de la oferta exportable del Valle del Cauca se consideraron las exportaciones del departamento definidas por subpartidas del sistema arancelario armonizado a seis dígitos con destino a los

diferentes países del MERCOSUR de la siguiente manera:

- Se seleccionaron treinta (30) posiciones arancelarias que cubren el 91.12% del monto exportado hacia Argentina en el periodo comprendido entre los años 1996 – 2005.

- Se seleccionaron treinta (30) posiciones arancelarias que cubren el 94.89% del monto exportado hacia Brasil en el periodo comprendido entre los años 1996 – 2005.

- Se seleccionaron veinte (20) posiciones arancelarias que cubren el 96.40% del monto exportado hacia Uruguay en el periodo comprendido entre los años 1996 – 2005.

- Se seleccionaron veintidós (22) posiciones arancelarias que cubren el 96.34% del monto exportado hacia Paraguay en el periodo comprendido entre los años 1996 – 2005.

Después de identificar las posiciones arancelarias exportadas por el departamento al MERCOSUR, se observó la oferta potencial del Valle del Cauca, representada en el valor de las exportaciones por segmento económico y la tasa de crecimiento de éstas en lo últimos años.

Se espera que una mayor reacción, ante oportunidades comerciales

2. Terra, I y ALADI. "Análisis del Impacto del Acuerdo CAN- MERCOSUR sobre la producción y las exportaciones de Paraguay". Publicación No 19/2005, Departamento de apoyo a los PMDER. Julio 2006, Montevideo.

derivadas de la reducción de aranceles se encuentre en los segmentos en donde, tanto el valor de las ventas, como el crecimiento de las exportaciones sea alto. Las posibilidades de expansión de la oferta exportable también dependen de las condiciones de acceso derivadas del acuerdo. Los factores que se tuvieron en cuenta para dicho análisis son:

- **Arancel Residual:** Se refiere al arancel vigente justo antes de entrar en vigencia el acuerdo. Cabe esperar que entre mayor sea el arancel residual mayor va a ser el impacto de la liberación comercial.
- **Plazo para la liberación:** Se obtiene del Programa de Liberación Comercial del acuerdo, específicamente de los cronogramas de desgravación. Se espera que entre menor plazo de liberación mayor impacto inmediato.

En síntesis, se puede concluir que las condiciones de acceso que representan un mayor impacto en la producción y exportaciones vallecaucanas se encuentran en un arancel residual alto y un plazo de desgravación corto.

La demanda potencial de cada uno de los países del MERCOSUR es crucial para analizar el deseo de los consumidores por los productos que exporta el Valle del Cauca. Para

explorarla se utiliza el valor de las importaciones de cada socio comercial y la tasa de crecimiento de éstas.

2. Análisis de las relaciones comerciales del Valle del Cauca con el MERCOSUR

2.1. Exportaciones del Valle del Cauca

Las exportaciones del Valle del Cauca al mundo han tenido una tendencia creciente en su evolución durante los últimos años³. Sin embargo, en su estructura, como se puede ver en el cuadro No.1, las ventas al exterior del departamento se han concentrado en unos pocos clientes. Al examinar los principales destinos de las exportaciones del Valle del Cauca se observa que tres países miembros de la Comunidad Andina de Naciones, Venezuela (15,96%), Ecuador (13,47%) y Perú (8,93), representan el 38,4%; que sumado Estados Unidos de Norte América (18,07%), alcanzan el 56,4%; y al considerar también el 5º socio comercial más importante para las exportaciones del Valle, México (4,73%); es claro que los cinco principales destinos representan casi el 62% del total de exportaciones.

Aún más, si se consideran únicamente los tres principales socios comerciales, Estados Unidos de Norte América (18,07%), Venezuela (15,96%) y Ecuador (13,47%). En

3. Las ventas al exterior tuvieron un aumento promedio de 8,6% en el periodo comprendido entre 1996 y 2005.

su orden, se observa que alcanzan el 48,2%, prácticamente la mitad de las exportaciones del Valle del Cauca. En el último año Estados Unidos pasa a ser el principal socio comercial del Valle del Cauca tanto en el valor de las exportaciones como en la variedad de productos exportados.

Respecto de la diversificación de las exportaciones, tomando en con-

sideración el número de posiciones arancelarias, en el año 2005 el departamento exportó, a sus tres principales socios comerciales, 652 productos a Estados Unidos de Norte América, 456 a Venezuela y 687 a Ecuador, lo cual modifica su orden de importancia respecto del valor en dólares, pues en este aspecto Ecuador es el 1º, Estados Unidos 2º y Venezuela 3º.

Cuadro No. 1
Exportaciones totales según país de destino. Valle del Cauca*
Años 2004-2005. Valores F.O.B en dólares

País	Exportaciones			No de Posiciones Arancelarias		
	2004 Millones de dólares	2005 Millones de dólares	Participación %	2004	2005	Variación %
Venezuela	231	259	15,96%	456	459	0,7%
Estados Unidos	222	294	18,07%	671	652	-2,8%
Ecuador	188	219	13,47%	687	640	-6,8%
Perú	95	145	8,93%	386	387	0,3%
México	68	77	4,73%	263	242	-8,0%
Panamá	32	29	1,79%	648	528	-18,5%
Puerto Rico	30	36	2,22%	167	174	4,2%
Haití	26	24	1,50%	31	20	-35,5%
Brasil	18	23	1,44%	55	40	-27,3%
Costa Rica	17	17	1,04%	326	295	-9,5%
Guatemala	17	16	0,99%	230	230	0,0%
Bolivia	14	11	0,70%	125	116	-7,2%
Argentina	6	6	0,44%	27	37	37,0%
Paraguay	0,940	0,237	0,05%	10	5	-50,0%
Uruguay	0,58	1,4	0,08%	20	17	-15,0%
Otros	303	335	11,55%	2.870	2.691	-6,2%

*Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE

A pesar de que en el 2005 se presenta un aumento generalizado en el valor de las ventas al exterior del departamento, no ocurre lo mismo con el número de posiciones arancelarias, las cuales bajaron en la mayoría de los países. Las exportaciones a Paraguay, por ejemplo, aumentaron de 18 millones en el año 2004 a 23 millones de dólares en el 2005, sin embargo, el número de productos exportados se redujo a la mitad. Igualmente, Uruguay y Brasil registraron reducciones del 15% y 27% en el número de posiciones arancelarias vendidas a esos países.

Mirando los países involucrados dentro del acuerdo de complementación materia de este estudio, se nota que la participación de los países del MERCOSUR en el total de exportaciones del departamento ha sido muy baja, Brasil con apenas 1,44% es el destino más importante de las ventas del Valle y Paraguay es el menos importante con 0,05% del total de exportaciones para el año 2005. Además, si se mira el periodo comprendido entre 1996 y 2005 se encuentra que la participación del MERCOSUR como destino de las exportaciones totales del Valle, ha venido decreciendo, así como el número de posiciones arancelarias.

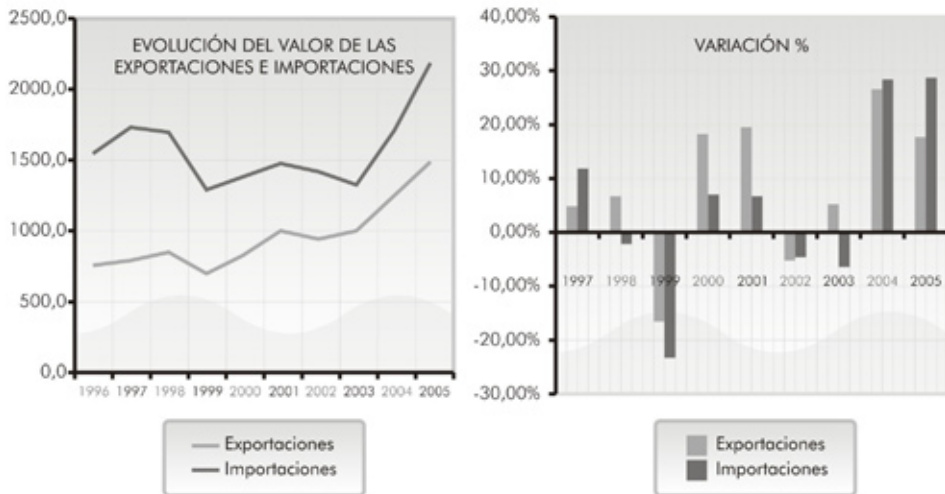
La poca importancia del bloque sur como cliente del Valle del Cauca es tal que mientras en el año 2000 las ventas a Brasil representaban el 4,2% de las exportaciones, su participación

se redujo hasta aproximadamente a 1,5% en el 2004. Algo similar ocurrió con Argentina que redujo su participación de 1,6% en 1999 a 0,4% en el 2005. En promedio el Valle del Cauca solo exporta a los países del MERCOSUR el 3.13% del total de sus exportaciones.

2.2. Importaciones del Valle del Cauca

En el periodo de tiempo comprendido entre los años 1996 y 2005, las importaciones del Valle del Cauca han tenido un aumento de 5,1% en promedio. El crecimiento de las importaciones tuvo un comportamiento más acentuado a partir del año 2003, las cifras comparadas del 2004 y 2005, reportan un incremento anual de 28,5%. Estos incrementos presentados en las importaciones en los últimos años, son comparables a los registrados a inicios de los años noventa y también se ha dado en las exportaciones aunque en una menor medida. (Ver gráfico 1). El valor de las importaciones anuales ha estado significativamente por encima de las exportaciones desde mitad de los años noventa. Sin embargo en el año 2003, como se puede ver en el gráfico 1, se presentó un gran acercamiento entre estos valores debido a la reducción de las importaciones acompañada de un aumento de las exportaciones (ver gráfico de la variación) a causa probablemente de la revaluación del tipo de cambio.

Gráfico 1
Exportaciones e Importaciones del Valle del Cauca. 1996-2005*



*Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE

A diferencia de lo presentado en las exportaciones, las compras por importaciones del departamento son muy variadas y los proveedores están dispersos por todo el mundo. Sin embargo, Estados Unidos con 394 millones de dólares y China con 155 millones de dólares, son los principales proveedores de bienes para el Valle del Cauca participando con un 29,7% y 10,4% respectivamente. El sesenta por ciento de las importaciones restantes provienen de una gran cantidad de países que participan solo con un dígito en las importacio-

nes totales del departamento. (Ver cuadro No.2)

Una mirada al comportamiento de las importaciones entre el año 2004 y 2005, muestra que los países de mayor incremento en sus ventas al Valle del Cauca fueron Singapur, Panamá y la India con 160%, 127% y 108% respectivamente. Países de Asia como China, Japón, Corea del Sur e Indonesia registraron incrementos en sus exportaciones al Valle del Cauca superiores al 25%. Las compras a Perú y Brasil aumentaron 51% y 24% respectivamente.

Cuadro No. 2
Importaciones totales según país de origen. Valle del Cauca*
Años 2004-2005. Valores F.O.B en dólares

País	Importaciones			No de posiciones arancelarias		
	2004 Millones de dólares	2005 Millones de dólares	% del Total	2004	2005	Variación %
Estados Unidos	377	394	29,7%	2187	2152	-1,6%
China	115	155	10,4%	1685	1826	8,4%
Perú	80	120	7,7%	165	216	30,9%
Venezuela	78	75	5,9%	162	169	4,3%
Chile	73	85	6,1%	216	241	11,6%
México	72	72	6,1%	570	613	7,5%
Argentina	67	72	5,4%	302	367	21,5%
Brasil	80	99	6,9%	812	840	3,4%
Canadá	52	53	4,1%	250	236	-5,6%
Japón	45	58	4,0%	567	551	-2,8%
Ecuador	45	42	3,4%	153	110	-28,1%
Alemania	38	40	3,0%	733	698	-4,8%
Corea del Sur	38	68	4,1%	416	418	0,5%
India	28	58	3,3%	295	341	15,6%
Francia	27	26	2,0%	390	416	6,7%
Indonesia	25	33	2,2%	136	124	-8,8%
Italia	22	20	1,6%	671	658	-1,9%
España	21	24	1,7%	627	660	5,3%
Taiwán	16	19	1,4%	542	632	16,6%
Reino Unido	11	9	0,8%	288	300	4,2%
Austria	11	8	0,7%	109	116	6,4%
Paraguay	9	2	0,4%	9	4	-55,6%
Tailandia	8	8	0,6%	183	235	28,4%
Países Bajos	8	12	0,8%	143	148	3,5%
Suiza	6	5	0,4%	242	217	-10,3%
Bélgica	6	6	0,5%	88	121	37,5%
Uruguay	6	6	0,4%	33	45	36,4%
Suecia	5	5	0,4%	119	106	-10,9%
Panamá	4	9	0,5%	173	588	239,9%
Hong Kong	4	5	0,3%	277	367	32,5%
Dinamarca	3	3	0,2%	88	99	12,5%
Malasia	2	2,71	0,2%	62	91	46,8%
Singapur	1	3	0,2%	64	56	-12,5%
Otros	303	335	11,55%	2.870	2.691	-6,2%

Tanto el valor de las importaciones del Valle del Cauca como la variedad de productos comprados al exterior se ha venido incrementado a partir del 2003. En los últimos dos años el número de posiciones arancelarias compradas al mundo ha aumentado alrededor del 22%. Así por ejemplo, las compras a Perú, aumentaron de US\$80 a US\$120 millones, en el 2005, y la cantidad de posiciones arancelarias tuvo un incremento de 31%.

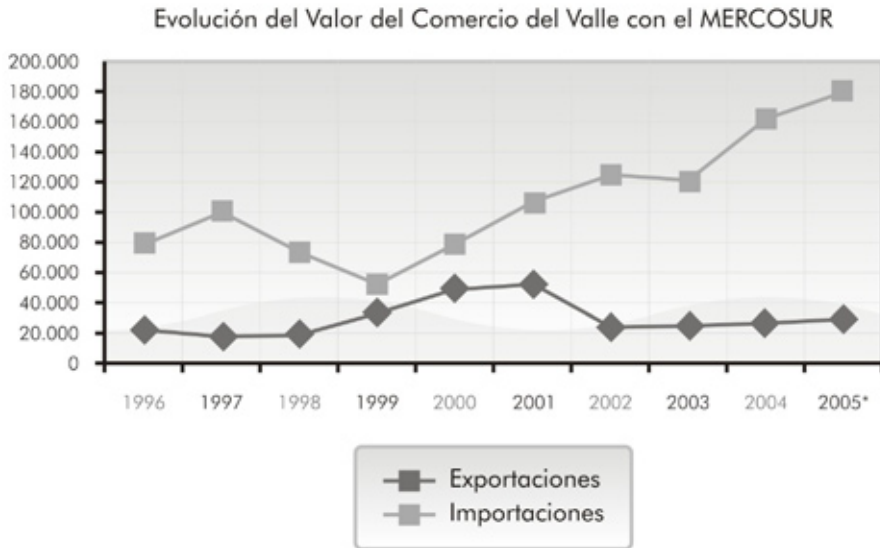
Las importaciones originarias de Argentina y Brasil presentaron aumentos tanto en valor de US\$147 a US\$171 millones – 16% – como en cantidad de posiciones arancelarias, de 1114 a 1207. Uruguay mantuvo estable su valor en US\$6 millones, pero incrementó las posiciones arancelarias de 33 a 45. Y Paraguay, por el contrario, reporta reducciones tanto en el valor de importaciones del orden de 77% como en las posiciones negociadas del 55%. Entre las importaciones provenientes del MERCOSUR, Brasil con 7% seguido de Argentina con 5%, del total importado, tienen la mayor contribución en las compras del departamento.

Contrario al comportamiento de las exportaciones, las compras del departamento al MERCOSUR han venido en aumento a partir de 1999, al igual que el grado de importancia como proveedor. En el año 1999, el Valle del Cauca efectuaba compras al bloque sur por un valor de 53 mi-

llones de dólares que representaban el 4,3% del total de importaciones y en el 2005 las compras aumentaron a 162 millones de dólares que contribuyen con un 10,3% del total. En promedio el bloque de países del MERCOSUR tiene una participación del 7,43% del total de importaciones del Valle del Cauca para el periodo comprendido entre los años 1996 y 2005. Respecto de la evolución del valor del comercio del Valle del Cauca con el MERCOSUR, en la parte superior del gráfico 2 se puede ver claramente el aumento considerable del valor de las importaciones provenientes del bloque sur, contrario a la tendencia de las exportaciones del departamento a esa misma región a partir del 2001.

En cuanto a la evolución de la participación del comercio del Valle con el MERCOSUR, se puede observar (gráfico 2) el aumento en la brecha entre la importancia que tiene el MERCOSUR como socio comercial del Valle del Cauca; el bloque sur ha perdido importancia como cliente del departamento –la participación de éste en las exportaciones totales del Valle disminuye considerablemente – y ha ganado importancia como proveedor de bienes –la participación de las importaciones originarias de estos países aumenta – en la década del 2000.

Gráfico 2
Relación Comercial del Valle del Cauca con el MERCOSUR*



3. Características generales del acuerdo de complementación económica CAN - MERCOSUR

El acuerdo de complementación económica entre los dos bloques, radicado como ACE59, fue suscrito el 28 de octubre de 2004 y entró en vigencia en Colombia a partir de enero del 2005, luego de la expedición del Decreto Ley 141 del mismo año. Contiene aspectos puramente comerciales como el Programa de liberación de bienes tendiente a alcanzar una zona de libre comercio, así como una normatividad referente al régimen de origen; salvaguardias; medidas especiales para productos agrícolas; subvenciones; normas técnicas; medidas sanitarias y fitosanitarias; y solución de controversias.

Adicionalmente, el acuerdo contiene otros aspectos de integración importantes entre la región, tales como disposiciones sobre materias complementarias y acciones de desarrollo; complementación y cooperación en otros sectores económicos de interés mutuo; entre otras. Ejemplos de lo dicho son las disposiciones para la promoción de inversiones recípro-

cas y el mejoramiento de la infraestructura en cuanto al transporte a través de los países participantes en el acuerdo.

Como se advirtió en la introducción, este trabajo se centra en el programa de liberación comercial establecido en el acuerdo de complementación y específicamente sobre la desgravación arancelaria consecuencia de éste. Las desgravaciones son anuales, progresivas y se aplican sobre el arancel vigente a terceros países ⁴. Por lo tanto, a medida que pasa el tiempo los márgenes de preferencia arancelaria van aumentando hasta alcanzar el 100%. Así mismo, los cronogramas de desgravación tienen en cuenta las asimetrías entre los países, por lo que están diferenciados de acuerdo al nivel de inicio, ritmo de desgravación y plazo. Algunos de los tipos de cronogramas utilizados son: General, Patrimonio Histórico ⁵, Sensible ⁶ e Inmediato. En el cuadro No.3 se pueden ver las preferencias iniciales que cada país del MERCOSUR le concede a Colombia y viceversa, así como el plazo de liberación y el año de liberación total del comercio.

4. A excepción de algunos productos agrícolas sujetos al Mecanismo de Estabilización de Precios (MEP). A estos productos se aplicará la desgravación de acuerdo a los aranceles consignados en el Anexo I del acuerdo que representa el componente fijo del arancel.

5. Los ítems que hacen parte del Patrimonio Histórico son los que se habían negociado ya en acuerdos de alcance parcial entre los países suscritos con anterioridad al ACE59. a saber, AAP No 28, 30, 39, 48, 18, 21, 23, 25 etc. Se tomó como punto de partida estos acuerdos para profundizar la liberación entre los bloques.

6. Son aquellos productos que fueron negociados con algunas condiciones iniciales por tratarse de sectores estratégicos para el desarrollo regional. Estas mercancías tienen cupos con preferencias arancelarias estáticas y varias observaciones al respecto.

Cuadro No.3
Programa de Liberación comercial entre Colombia y el MERCOSUR*

Tipo de Cronograma	Argentina otorga a Colombia			Colombia otorga a Argentina		
	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación
General	2	35%	5	240	20%	6
General	3.759	30%	10	3.887	15%	12
P. Histórico	1.588	15 a 100%	8	1.059	10 a 100%	10
Sensible	68	15%	12	565	7%	15
Sensible	315	10%	15	0	0	0
Sensible PH	0	10%	15	35	10 a 100%	15
Inmediata	775	100%	0	696	100%	0

Tipo de Cronograma	Brasil otorga a Colombia			Colombia otorga a Brasil		
	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación
General	500	35%	5	976	20%	6
General	3.218	45%	10	2.462	15%	12
P. Histórico	1.401	40 a 100%	8	1.039	10 a 100%	10
Sensible	109	15%	12	309	7%	15
Sensible PH	27	10%	15	64	10 a 100%	15
Inmediata	1.266	100%	0	1.645	100%	0

Tipo de Cronograma	Paraguay otorga a Colombia			Colombia otorga a Paraguay		
	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación
General	30	15%	6	992	35%	6
General	4.644	15%	12	3.686	35%	10
P. Histórico	24	10 a 100%	10	34	10 a 100%	10
Sensible	835	0%	15	385	7%	15
Sensible PH	9	10 a 100%	15	8	10 a 100%	15
Inmediata	979	100%	0	1.393	100%	0

Tipo de Cronograma	Uruguay otorga a Colombia			Colombia otorga a Uruguay		
	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación	No de Ítems	Preferencia Inicial	Plazo años liberación
General	712	25%	6	958	25%	6
General	3.550	25%	12	2.251	25%	12
P. Histórico	1.024	10 a 100%	10	1.220	10 a 100%	10
Sensible	343	7%	15	428	7%	15
Sensible PH	42	10 a 100%	15	41	10 a 100%	15
Inmediata	851	100%	0	1.583	100%	0

*Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE

Como primera medida, Brasil es el país del MERCOSUR que otorga preferencias arancelarias más inmediatas; 1.266 mercancías tienen acceso inmediato, 500 más en los cinco años siguientes y 3.218 ítems adicionales tendrán una preferencia del 100% en 10 años.

Argentina, otorga entrada inmediata a 775 productos colombianos y es el segundo país del bloque sur que brinda mejores tratamientos arancelarios para Colombia seguido por Uruguay y Paraguay.

Sin embargo, se puede apreciar que Colombia fue mucho más laxo al otorgar preferencias inmediatas de lo que fueron las naciones del MERCOSUR con Colombia. Por ejemplo, otorga desgravación inmediata a 1.645 ítems provenientes de Brasil, a 1.393 provenientes de Paraguay y a 1.585 mercancías importadas de Uruguay; mientras que Colombia tiene libre entrada inmediata a Brasil solo con 1.266 ítems, a Paraguay con 979 y a Uruguay con 851 ítems. Argentina es la excepción en lo referentes a número de mercancías con desgravación inmediata, pero solo otorga a 2 ítems desgravación a 5 años, mientras que Colombia le brinda la entrada de 240 de sus productos en seis años.

A pesar de lo anterior, tanto Argentina como Brasil liberan más rápidamente sus mercados que Colombia; nuestro país otorga un número mayor de mercancías con desgravación arancelaria a 15 años, mientras

que los dos países del sur ya nos han liberado la mayoría de bienes para ese periodo. Este hecho refleja el grado de asimetrías entre las naciones y la oportunidad que se da a Colombia, en términos de tiempo, para invertir en acelerar su competitividad en estos sectores.

4. Oportunidades derivadas de las mejoras en el acceso del Valle del Cauca en los mercados del MERCOSUR

4.1. Resumen de los segmentos beneficiados en el acuerdo

A continuación se hace una breve reseña de los principales segmentos que resultaron beneficiados por indicador. A saber: Oferta Exportable, Crecimiento de las Exportaciones, Condiciones de Acceso y Demanda potencial del socio comercial. El análisis se realizará para cada país destino en el MERCOSUR.

En el cuadro 4, se muestran los productos que resultan favorecidos con respecto a los análisis de oferta exportable, crecimiento de la oferta exportable, condiciones de acceso derivados del AC59 y demanda potencial para Brasil. Con respecto a las condiciones de acceso el acuerdo de complementación se da mayores ventajas a varios segmentos entre los que se encuentra las llantas y neumáticos, el cual también posee una favorable demanda potencial por parte de Brasil.

Cuadro No. 4
Resumen de productos de la oferta exportable a
Brasil favorecidos en el análisis de oportunidades*

Oferta Potencial*	Crecimiento de las Exportaciones	Condiciones de Acceso	Demanda Potencial de Brasil
* Partes, Repuestos y piezas para automóviles de tipo familiar y de turismo.	* Instrumentos y aparatos médicos	* Partes, Repuestos y piezas para automóviles de tipo familiar y de turismo.	* Artículos para el hogar. Artículos de vidrio para beber (vasos, copas, etc.)
*Partes, repuestos y piezas para automóviles de tipo autobuses y camiones	* Libros	*Conductores eléctricos	*Llantas y neumáticos
*Productos farmacéuticos.	* Cartones	* Cuadernos	
*Chocolate blanco	*Cascos sin forma ni acabados	*Cepillos de dientes	
*Instrumentos y aparatos médicos		*Llantas y neumáticos	
*Libros			
*Chicles y demás gomas de mascar			
Artes gráficas			

*Oferta potencial: Valor de las exportaciones del departamento por segmento económico que superan un millón de dólares durante el periodo.

Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE, TRADEMAP y ALADI.

Las exportaciones a Argentina tienen una evolución positiva en algunos de los segmentos de la oferta exportable que denota se está ganando mercado. Los cepillos de dientes y los artículos de oficina tienen grandes ventajas en cuanto a desgravaciones en el acuerdo de complementación (ver cuadro No.5). El primero, tiene claras oportunidades,

pues también hace parte de la oferta potencial, y ha venido creciendo positivamente en los últimos años. Las llantas y neumáticos, aunque arroja oportunidades en la demanda potencial de Argentina, las condiciones de acceso no podrían ser peores. Este segmento hace parte de los productos sensibles de ese país, por lo que tiene 13 años de plazo de desgravación.

Cuadro No. 5
Resumen de productos de la oferta exportable a
Argentina favorecidos en el análisis de oportunidades*

Oferta Potencial*	Crecimiento de las Exportaciones	Condiciones de Acceso	Demanda Potencial de Argentina
* Partes, Repuestos y piezas para automóviles de tipo familiar y de turismo.	* Partes, Repuestos y piezas para automóviles de tipo familiar y de turismo.	*Cepillos de dientes	*Instrumentos y aparatos de telecomunicaciones
*Partes, repuestos y piezas para automóviles de tipo autobuses y camiones	* Todos los productos Editoriales (libros,, álbumes, cuadernos, etc.)	*Artículos de oficina	* Productos farmacéuticos
*Libros	*Cepillos de dientes	* Materiales de construcción	*Editorial (Hojas y bolígrafos)
*Chicles y demás gomas de mascar	*Compresa y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos higiénicos similares.		* Llantas y neumáticos
*Cepillos de dientes			
*Chocolate blanco			
* Productos editoriales (los demás)			

*Oferta potencial: Valor de las exportaciones del departamento por segmento económico que superan un millón de dólares durante el periodo.

Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE, TRADEMAP y ALADI.

En cuanto a las oportunidades detectadas para las exportaciones con destino Uruguay, (ver cuadro No.6), es importante resaltar que aunque existen solo dos segmentos que participan en la oferta potencial, las condiciones de acceso que brinda el acuerdo son favorables para tres

segmentos: cosméticos y productos de aseo como el jabón; artículos de vidrio para beber (vasos, copas) y cepillos de dientes. Los dos primeros también resultan favorecidos con una demanda potencial de Uruguay positiva.

Cuadro No. 6
Resumen de productos de la oferta exportable a
Uruguay favorecidos en el análisis de oportunidades*

Oferta Potencial*	Crecimiento de las Exportaciones	Condiciones de Acceso	Demanda Potencial de Uruguay
*Productos farmacéuticos (para uso humano)	*Telecomunicaciones y sonido	*Cosméticos y productos de aseo (jabón)	*Cosméticos y productos de aseo (jabón)
*Chicles y demás gomas de mascar	* Artes gráficas	*Artículos para el hogar. Artículos de vidrio para beber (vasos, copas, etc.)	*Artículos para el hogar. Artículos de vidrio para beber (vasos, copas, etc.)
*Libros	*Cepillos de dientes	* Materiales de construcción	*Editorial (Hojas y bolígrafos)
	*Cosméticos y productos de aseo (jabón)	*Cepillos de dientes	* Artes gráficas

*Oferta potencial: Valor de las exportaciones del departamento por segmento económico que superan un millón de dólares durante el periodo.

Fuente: elaboración propia en base a datos del DANE, TRADEMAP y ALADI.

El acuerdo no ofrece ninguna oportunidad comercial para el Valle del Cauca a Paraguay. Los productos de la oferta exportable del departamento son en su mayoría productos sensibles para ese país, por lo que los cronogramas de desgravación son de 13 años. Así mismo el ninguno de los segmentos tiene una oferta potencial mayor a un millón de dólares durante

el periodo. Tal vez lo único a resaltar es el gran dinamismo de las exportaciones vallecaucanas en el sector de telecomunicaciones y sonido, a Paraguay al igual que en Uruguay. Se puede esperar que este aumento esté representado por el gran avance que ha tenido en los últimos años el departamento en este segmento.

Conclusiones

Las relaciones comerciales del Valle del Cauca con el MERCOSUR son muy precarias y han venido perdiendo mucho valor. Las razones por las cuales se puede afirmar lo anterior son las siguientes:

1. La participación de los países del MERCOSUR en el total de las exportaciones del Valle del Cauca ha disminuido en los últimos años, así como el número de posiciones arancelarias que reportaron ventas a estos países a excepción de Argentina. La variedad de productos exportados a este país aumentó un 37% del 2004 al 2005.

2. Las exportaciones a los países del bloque sur por parte del departamento están muy concentradas en unos pocos segmentos. Solo se registran exportaciones a los cuatro países en chocolate blanco, cuadernos, libros, chicles y demás gomas de mascar, cepillos de dientes y algunos productos farmacéuticos.

3. Las importaciones del Valle del Cauca desde el MERCOSUR van en aumento, tanto en valor como en variedad a excepción de las compras desde Paraguay que presentaron disminuciones en

estos dos aspectos en los últimos años.

4. El déficit comercial del departamento con los países del MERCOSUR ha aumentado significativamente a partir del 2001.

Con respecto al AC59, Brasil otorga preferencias arancelarias más inmediatas seguido de Argentina, Uruguay y por último Paraguay.

En cuanto a la oferta potencial, el valle del cauca tiene ya una estructura bien formada de exportaciones para Brasil y Argentina. La oferta potencial del Valle para Brasil que supera el millón de dólares durante el periodo 1996-2005 está representada en ocho (8) segmentos y para Argentina en seis (6). Las exportaciones a Uruguay y a Paraguay son todavía precarias; solo los productos farmacéuticos y los chicles y demás gomas de mascar presentaron ventas a Uruguay por más de un millón de dólares durante el periodo; Paraguay no presenta ningún segmento que supere este valor.

En cuanto al crecimiento de la oferta exportable del Valle del Cauca, las ventas a Brasil tienen mucho más segmentos con tasas negativas con respecto al resto de países. Esta situación evidencia que el departamento está perdiendo mercado sobre todo en los segmentos de autopartes, repuestos y piezas de automóvil, chocolate blanco y pañales, toallas

tampones higiénicos y artículos similares.

Se puede concluir que el acuerdo de complementación CAN-MERCOSUR brinda oportunidades para la expansión de las exportaciones del Valle del Cauca solo en unos contados segmentos. Sin embargo, es importante aprovechar los cronogramas de desgravación más laxos a la entrada de productos colombianos a Brasil en una mayor variedad de productos. Así mismo, es importante seguir aprovechando el crecimiento dinámico que han tenido algunos de los productos del Valle en Argentina y Uruguay.

Como se puede ver las condiciones de acceso del AC59 no van a hacer que crezcan inmediatamente las exportaciones, sin embargo, el acuerdo es el comienzo y brinda una pauta para revitalizar los flujos comerciales entre los bloques. Se espera también, que con las políticas públicas que contempla el acuerdo se logre una integración mucho mayor en toda Latinoamérica que la de un simple tratado de libre comercio.

Bibliografía

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), (2005) “Análisis descriptivo del Acuerdo de Complementación Económica N° 59 suscrito entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, estados partes del mercosur y Colombia, Ecuador y Venezuela países miembros de la Comunidad Andina”, Montevideo, ALADI/SEC/di 1891.
- _____ (2004). “El impacto del ALCA en el sector industrial de los países miembros de la ALADI: resultados del análisis sectorial”, ALADI/SEC/dt 458.
- _____ (2006). “Impacto del Acuerdo CAN-MERCOSUR sobre la producción y las exportaciones del Paraguay”, Departamento de apoyo a los PMDER, publicación núm.19/05.
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) [en línea], disponible en: www.aladi.org
- Comunidad Andina de Naciones (CAN), [en línea], disponible en: www.comuniadandina.org
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) [en línea], disponible en: <http://www.dane.gov.co/>
- Proexport [en línea], disponible en: www.proexport.com

Trade statistics for international business development (TRADEMAP) [en línea], disponible en: www.trademap.org