



**Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo  
República de Colombia**



# **La política comercial de Colombia como factor para el crecimiento**

**Sergio Díaz-Granados G.  
Ministro de Comercio, Industria y Turismo**



Ibagué, 17 de septiembre de 2012

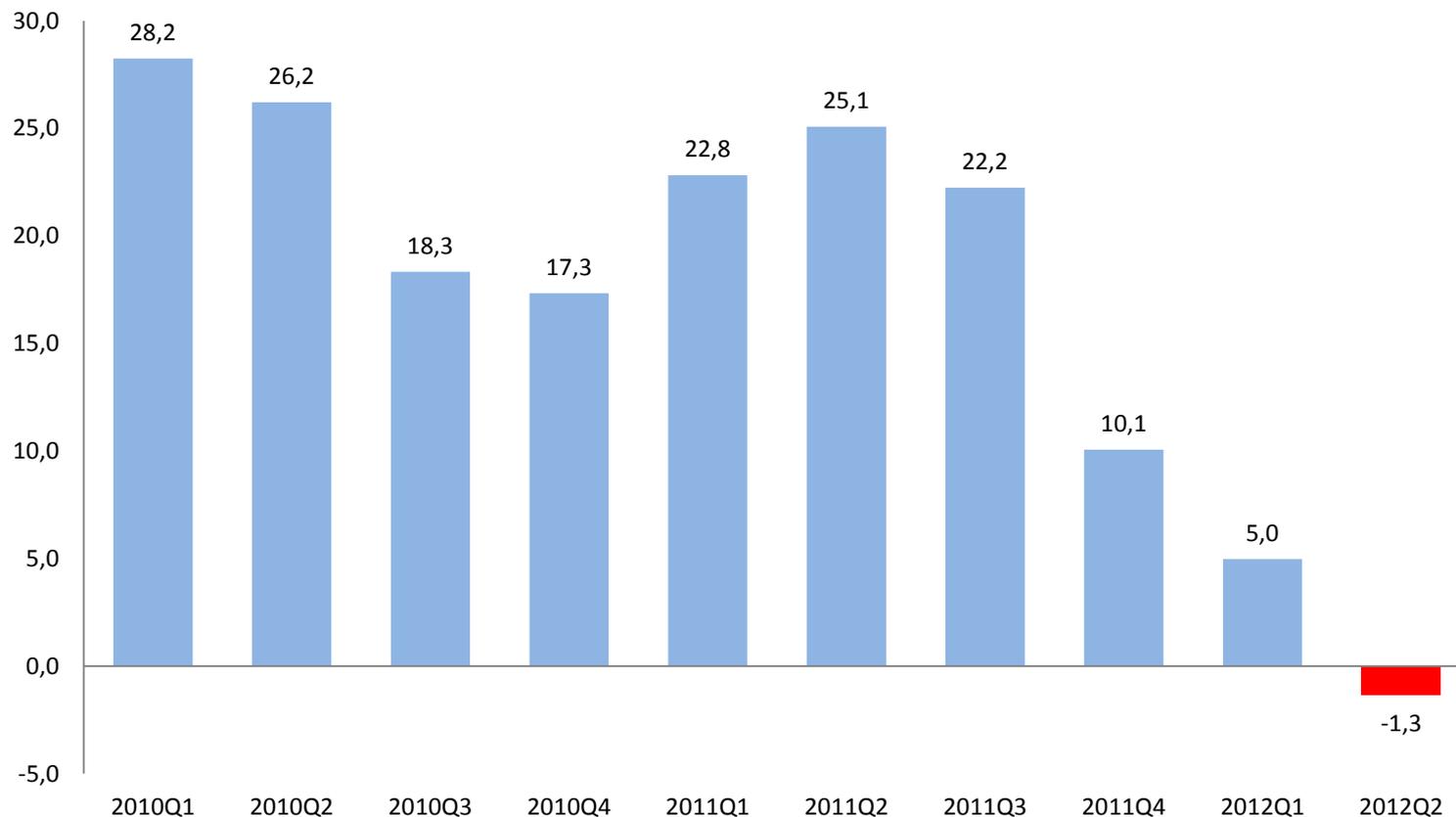


- ENTORNO GLOBAL DE INCERTIDUMBRE**
- LAS METAS QUE NOS HEMOS TRAZADO
- COMERCIO: MITOS Y REALIDADES

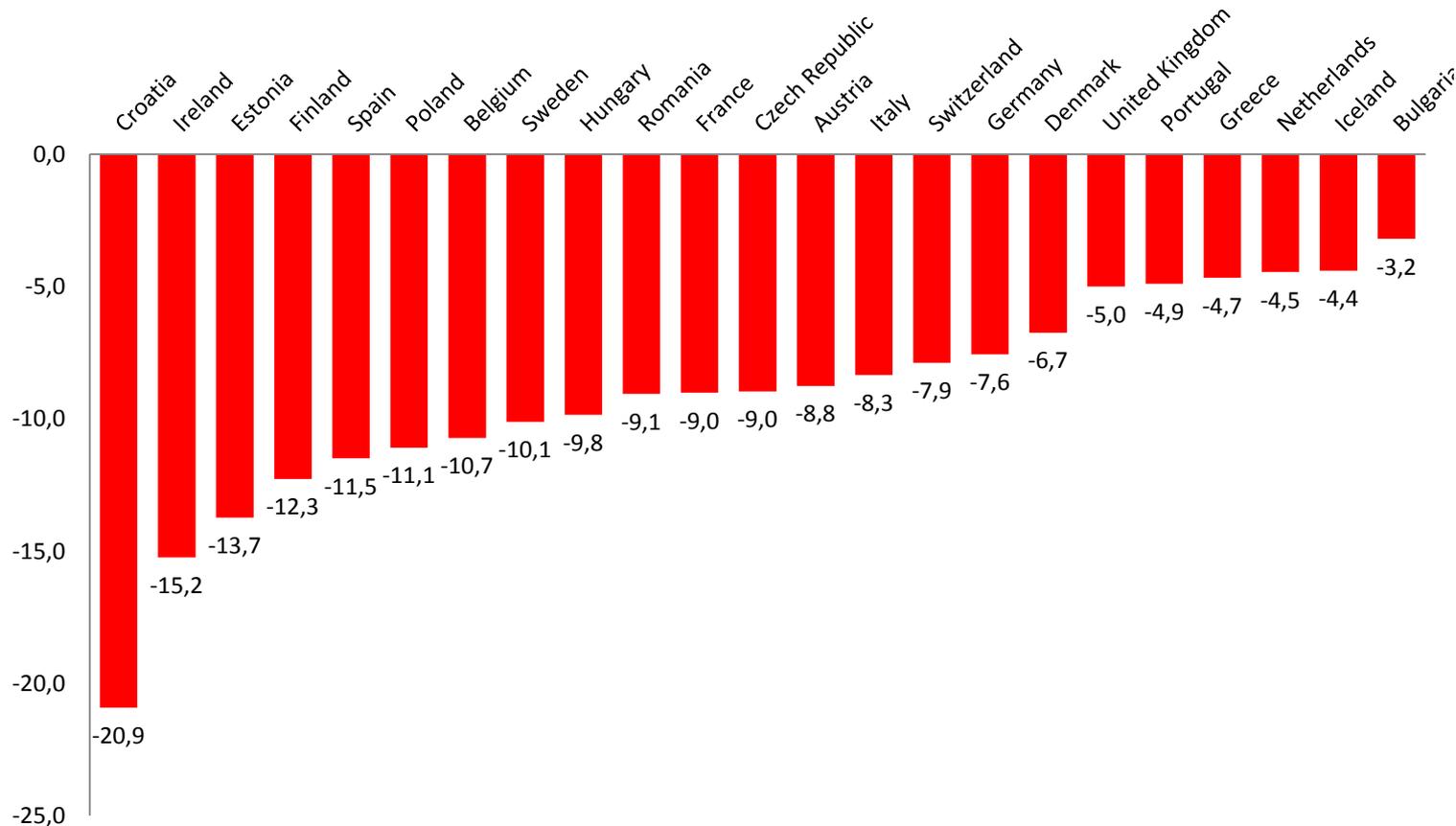
# A pesar de los “ruegos”, el problema económico global sigue sin solución



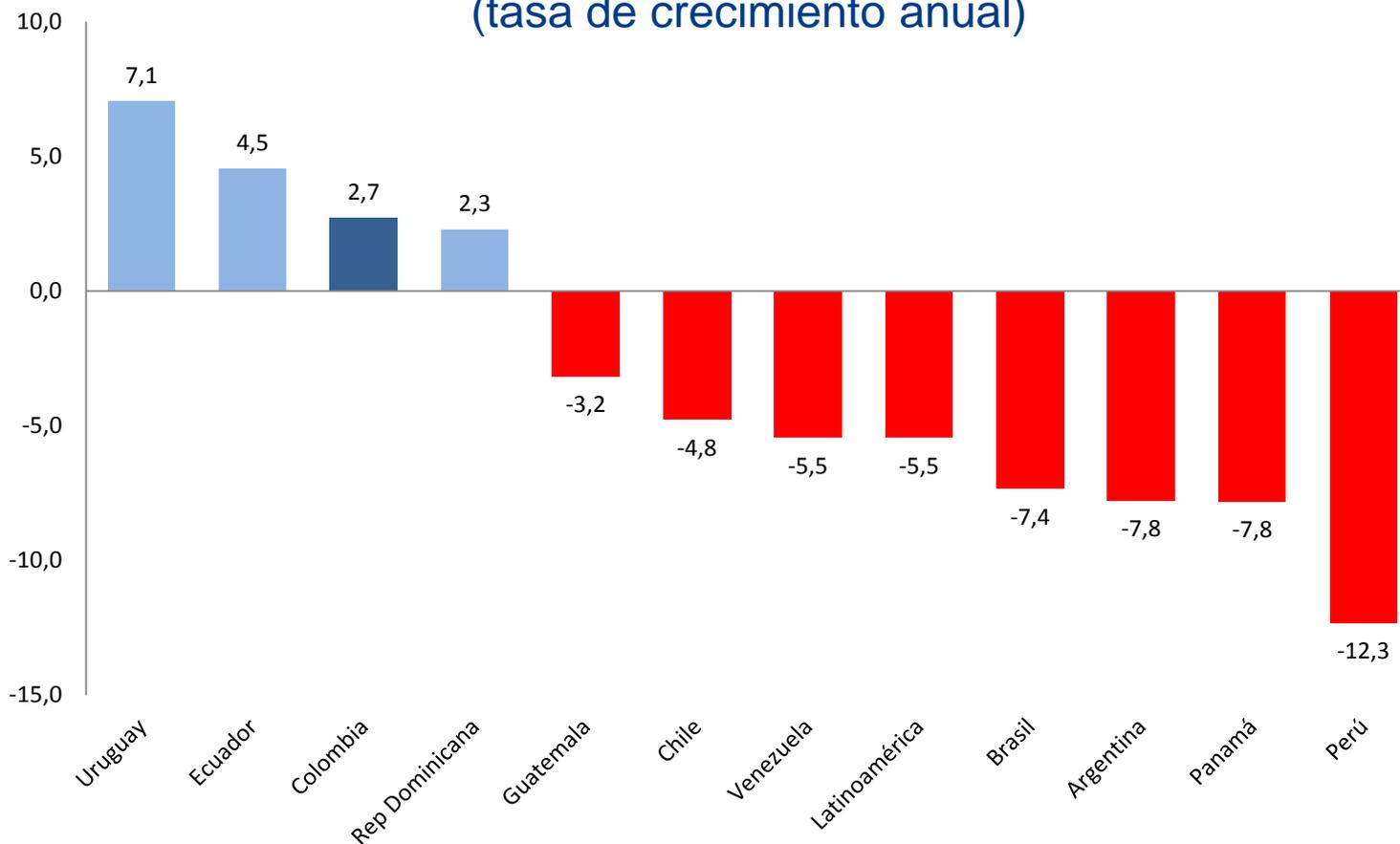
## Evolución de las exportaciones mundiales (tasa de crecimiento anual de cada trimestre)



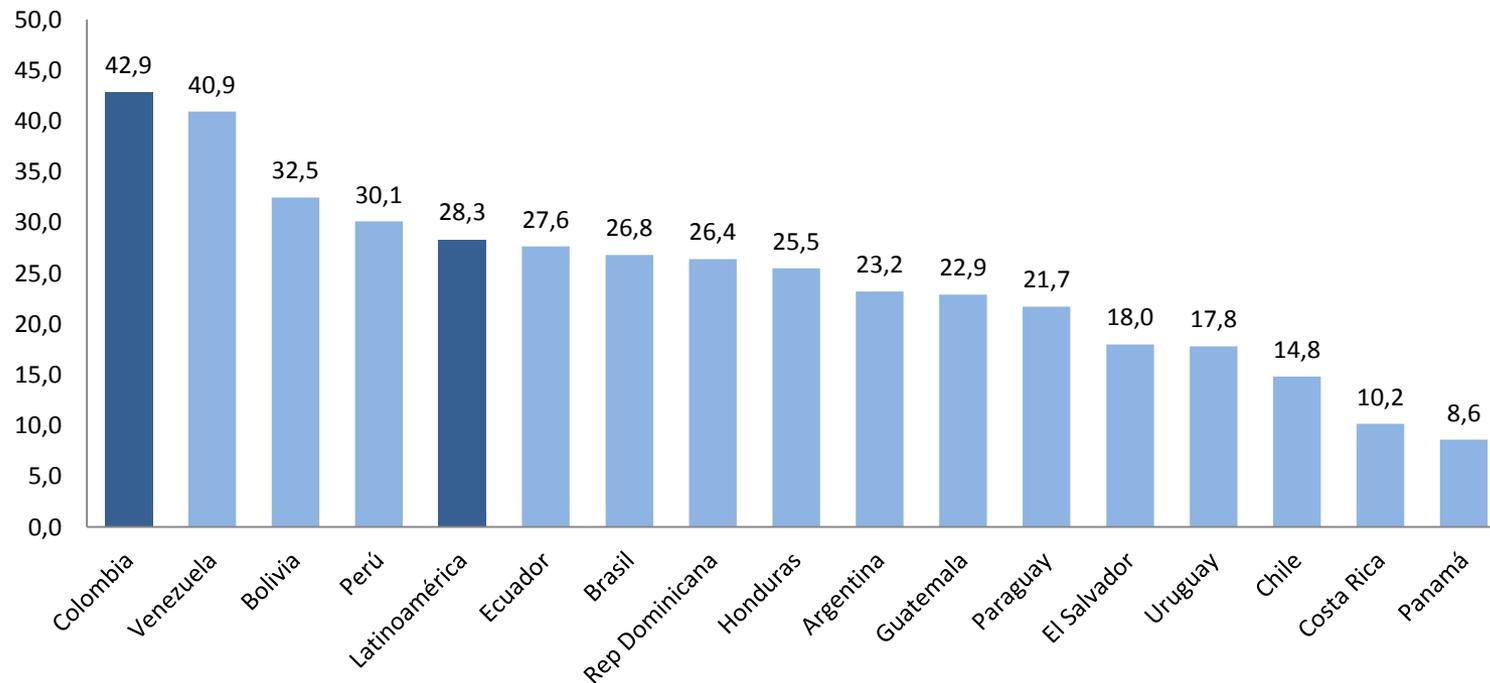
## Crecimiento de las exportaciones de economías de Europa en el segundo trimestre de 2012 (tasa de crecimiento anual)

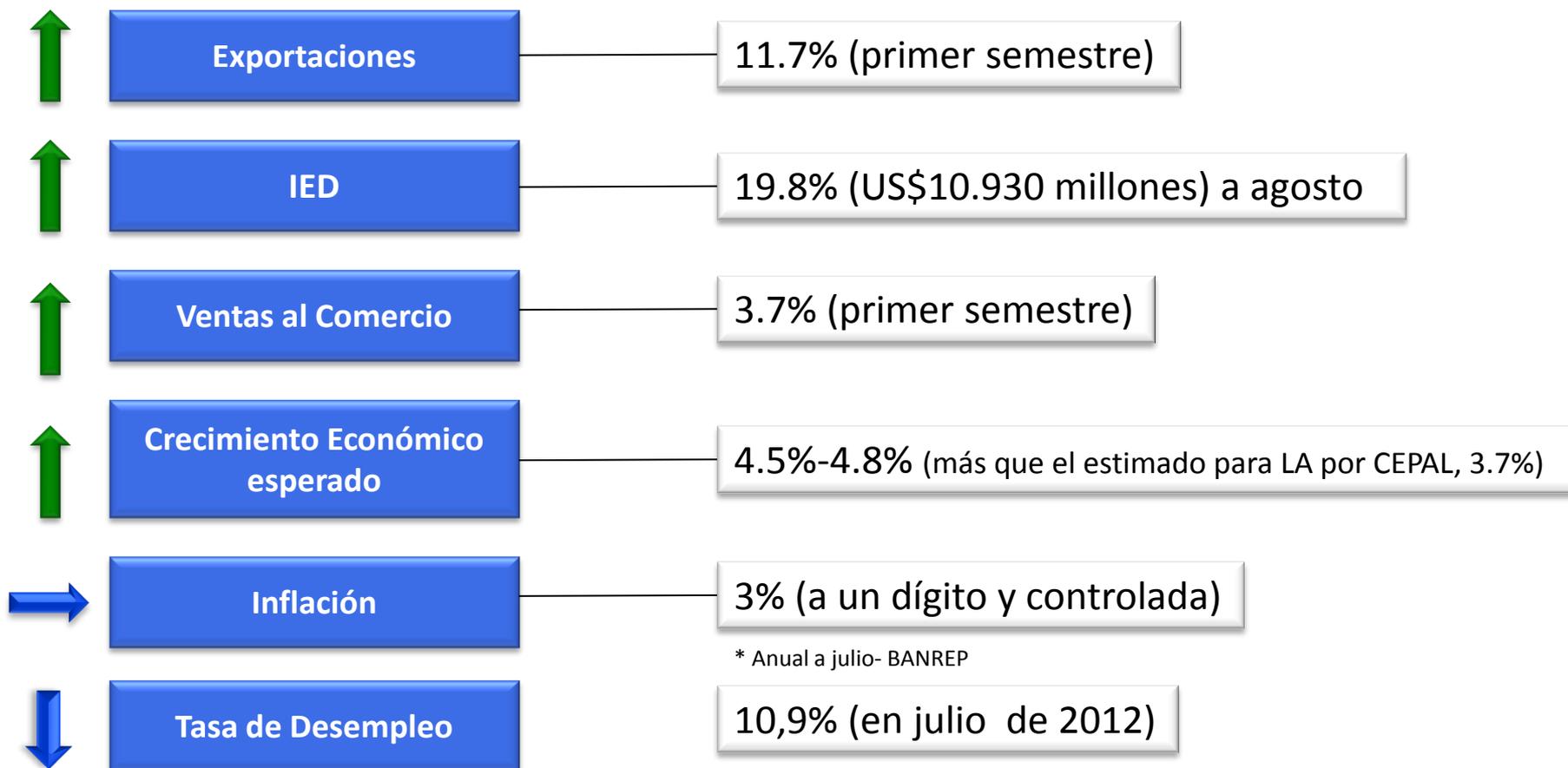


## Crecimiento de las exportaciones de economías de América Latina en el segundo trimestre de 2012 (tasa de crecimiento anual)



## Crecimiento de las exportaciones de economías de América Latina en 2011 (tasa de crecimiento anual)







- Colombia pasó de tener exportaciones per cápita de 200USD a 1.204 USD en 2011
- De tener acuerdos con el 0,6% de la población a 29% en 2012
- De recibir IED por 200 mill de USD a más de 13.000 mill en 2011
- De recibir alrededor de 1.2 millones de visitantes a más de 3 millones en 2012



- ENTORNO GLOBAL DE INCERTIDUMBRE
- LAS METAS QUE NOS HEMOS TRAZADO**
- COMERCIO: MITOS Y REALIDADES

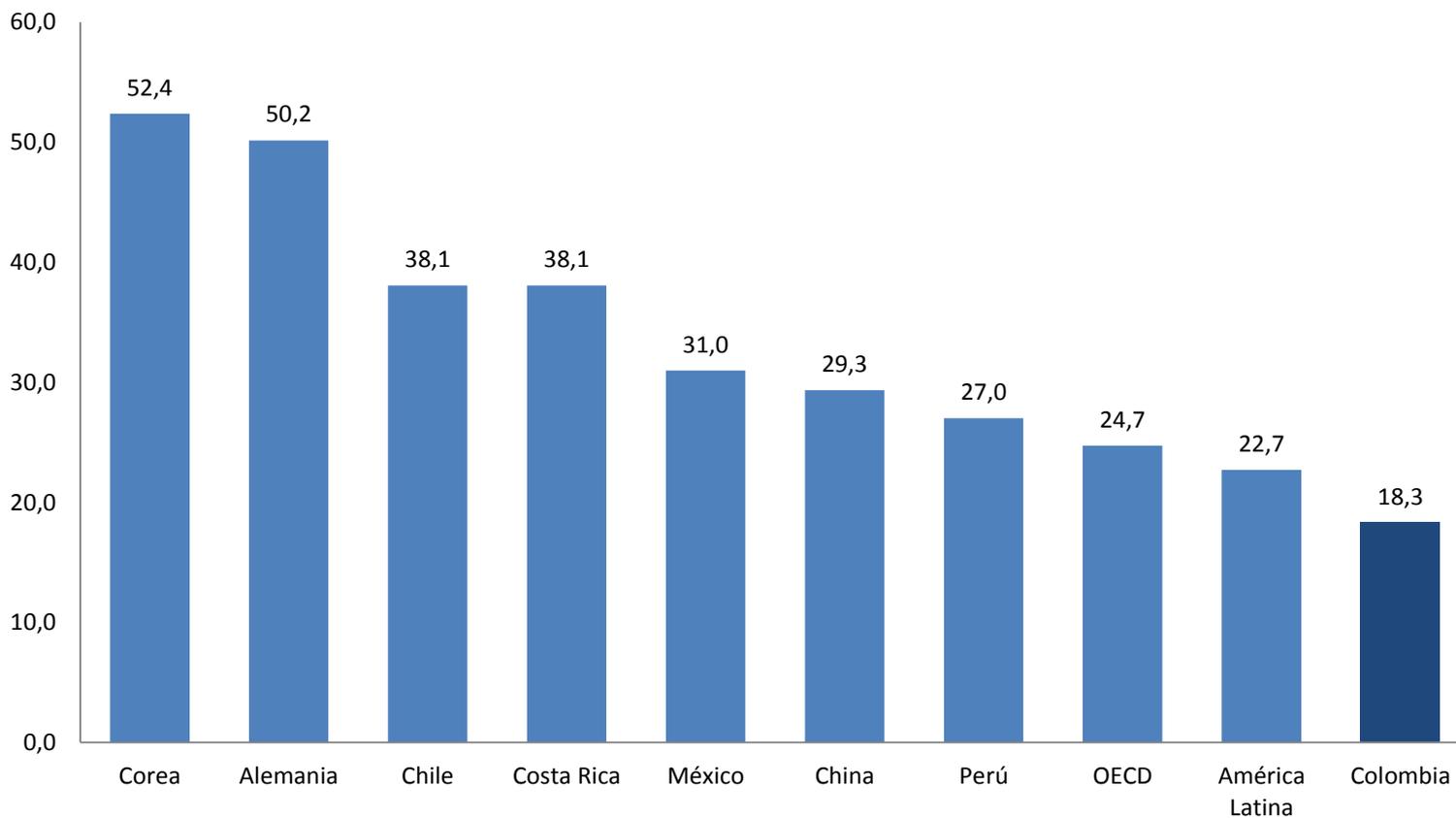
## **Colombia tiene retos en Comercio Exterior:**

- Bajas exportaciones per cápita
- Concentración en socios comerciales
- Concentración en productos
- Concentración de empresas

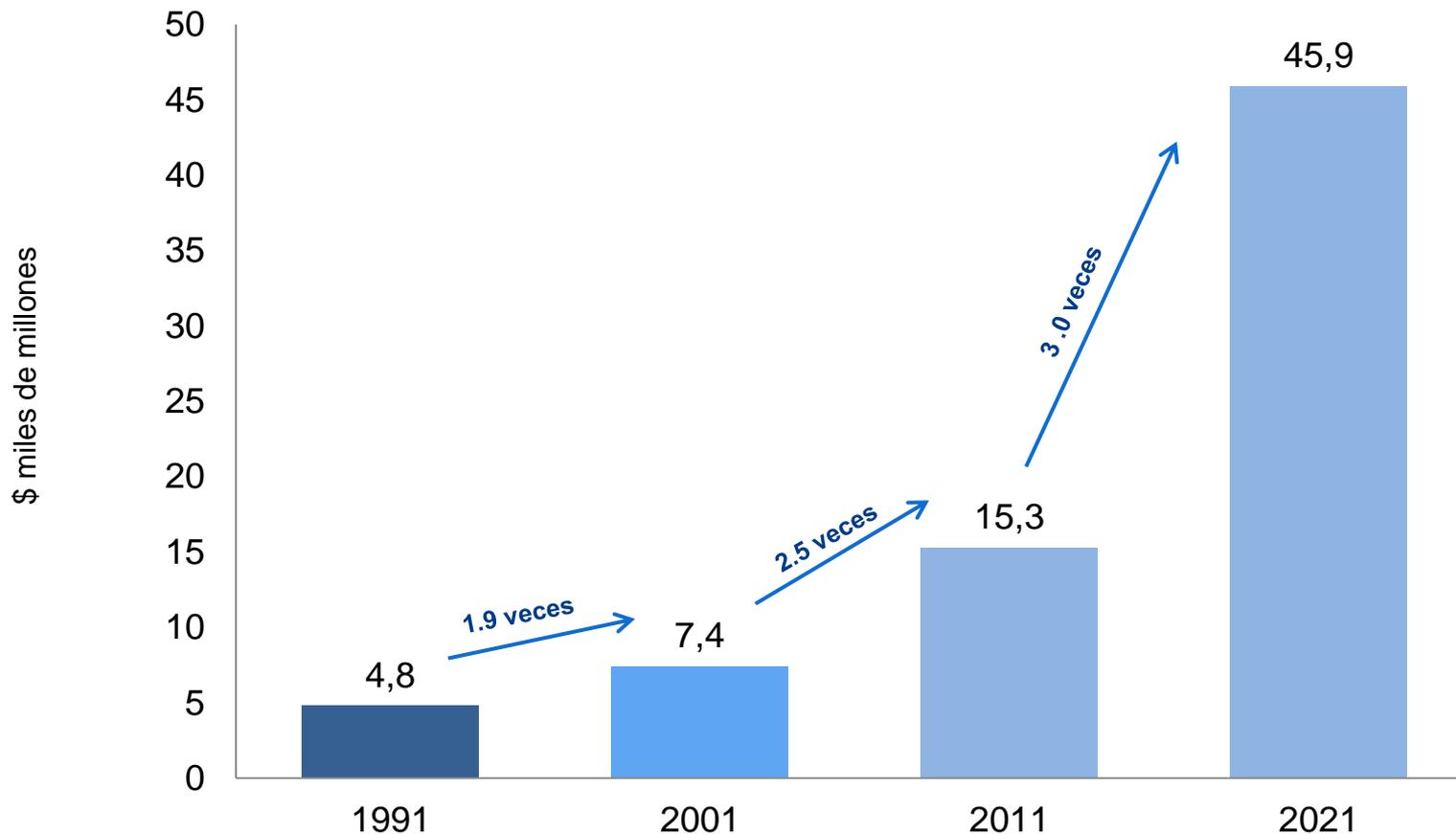
## **Lo cual nos expone a :**

- Menor crecimiento económico
- Más volatilidad en las exportaciones
- Vulnerabilidad a riesgos de nuestros socios

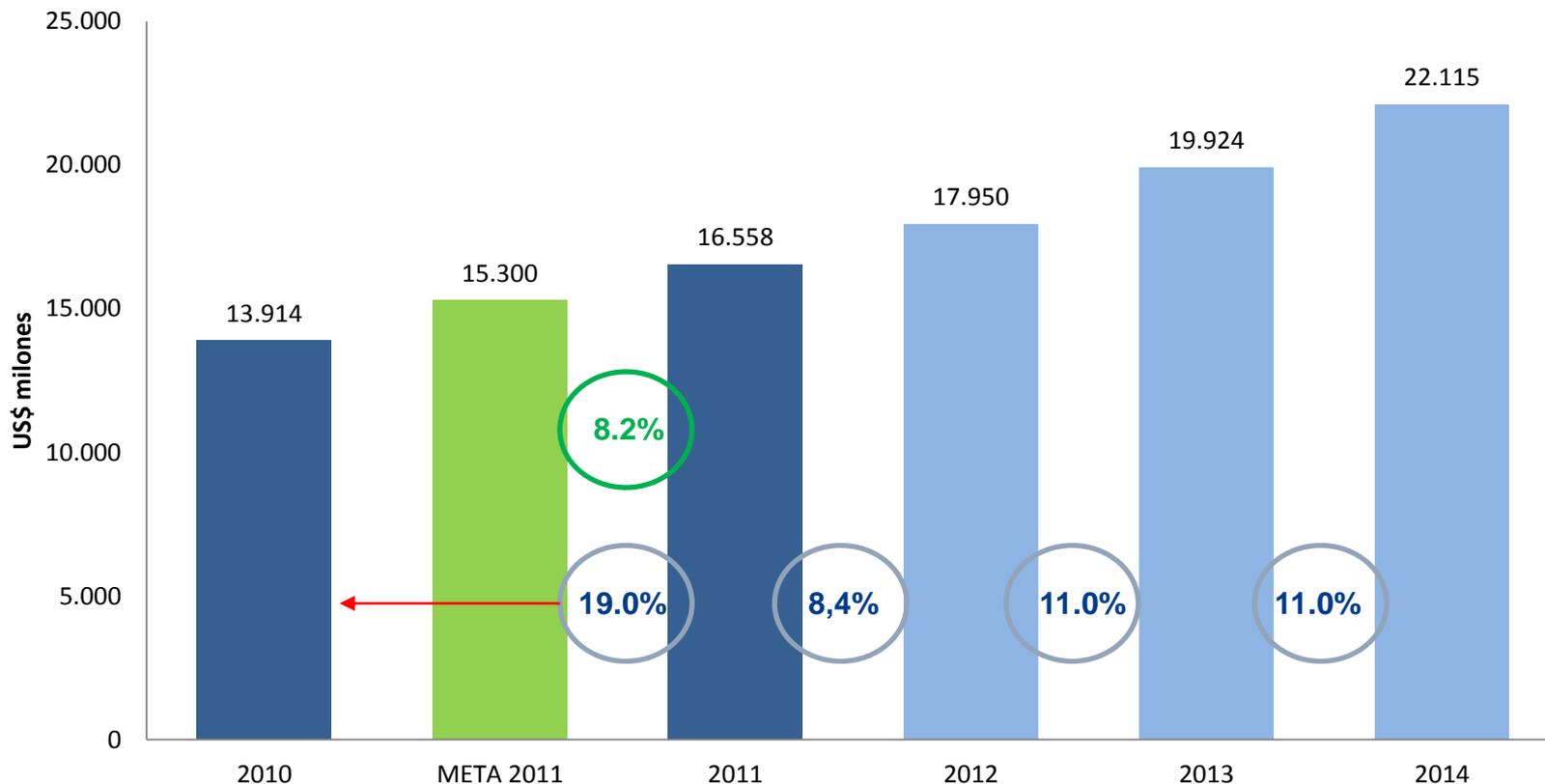
## Exportaciones de bienes y servicios como porcentaje del PIB - 2011



## Exportaciones no minero energéticas (us\$ millones)



## Meta de exportaciones no minero energéticas 2010-2014 (US\$ millones)



x% Crecimiento estimado con relación a la meta SISMEG



x% Crecimiento anual

## **Por ello nuestra estrategia está orientada a:**

-  Aumentar la calidad de nuestro acceso comercial
-  Generar más oferta exportable
-  Vincular más empresas al comercio
-  Hacer que el Gobierno facilite lo más posible el comercio



**¿Cómo alcanzar la meta de triplicar las exportaciones no mineras en esta década?**

- ① Incrementando el acceso a nuestros socios comerciales**
- ② Ampliando la presencia comercial de Colombia**
- ③ Impulsando la oferta exportable**



**Colombia está generando  
certidumbre para la  
exportaciones a través de  
una sofisticada red de  
acuerdos comerciales**

## Colombia se rezagó con relación a otros países de la región

### Acuerdos Comerciales Vigentes

2000



## Acuerdos Comerciales Vigentes

2012



**Colombia**

- CAN
- Venezuela
- Mexico
- Mercosur
- Chile
- Triángulo Norte
- Canadá
- Suiza y Liechtenstein
- EEUU



**Perú**

- CAN
- Cuba
- Mercosur
- EEUU
- Chile
- Singapur
- Canadá
- China
- Suiza
- Islandia
- Corea
- Noruega
- México
- Japón
- Panamá



**México**

- Nafta
- Colombia
- Costa Rica
- Nicaragua
- Chile
- Triangulo Norte
- Israel
- UE
- AELC
- Argentina
- Brasil
- Uruguay
- Japón
- Bolivia
- Perú



**Chile**

- Bolivia
- Venezuela
- Mercosur
- Canadá
- México
- Costa Rica
- El Salvador
- UE
- AELC
- Corea del Sur
- EEUU
- China
- P4\*
- India
- Japón
- Honduras
- Panamá
- Australia
- Colombia
- Cuba
- Perú
- Ecuador
- Guatemala
- Turquía
- Malasia

## Acuerdos Comerciales Vigentes

2014



**Colombia**

- CAN
- Venezuela
- México
- Mercosur
- Chile
- Triángulo Norte
- Canadá
- AELC
- EEUU
- Unión Europea
- Panamá
- Corea del Sur
- Israel
- Costa Rica
- Rep. Dominicana
- Japón \*
- Australia \*



**Perú**

- CAN
- Cuba
- Mercosur
- EEUU
- Chile
- Singapur
- Canadá
- China
- Suiza
- Islandia
- Corea
- Noruega
- México
- Japón
- Panamá



**México**

- Nafta
- Colombia
- Costa Rica
- Nicaragua
- Chile
- Triangulo Norte
- Israel
- UE
- AELC
- Argentina
- Brasil
- Uruguay
- Japón
- Bolivia
- Perú



**Chile**

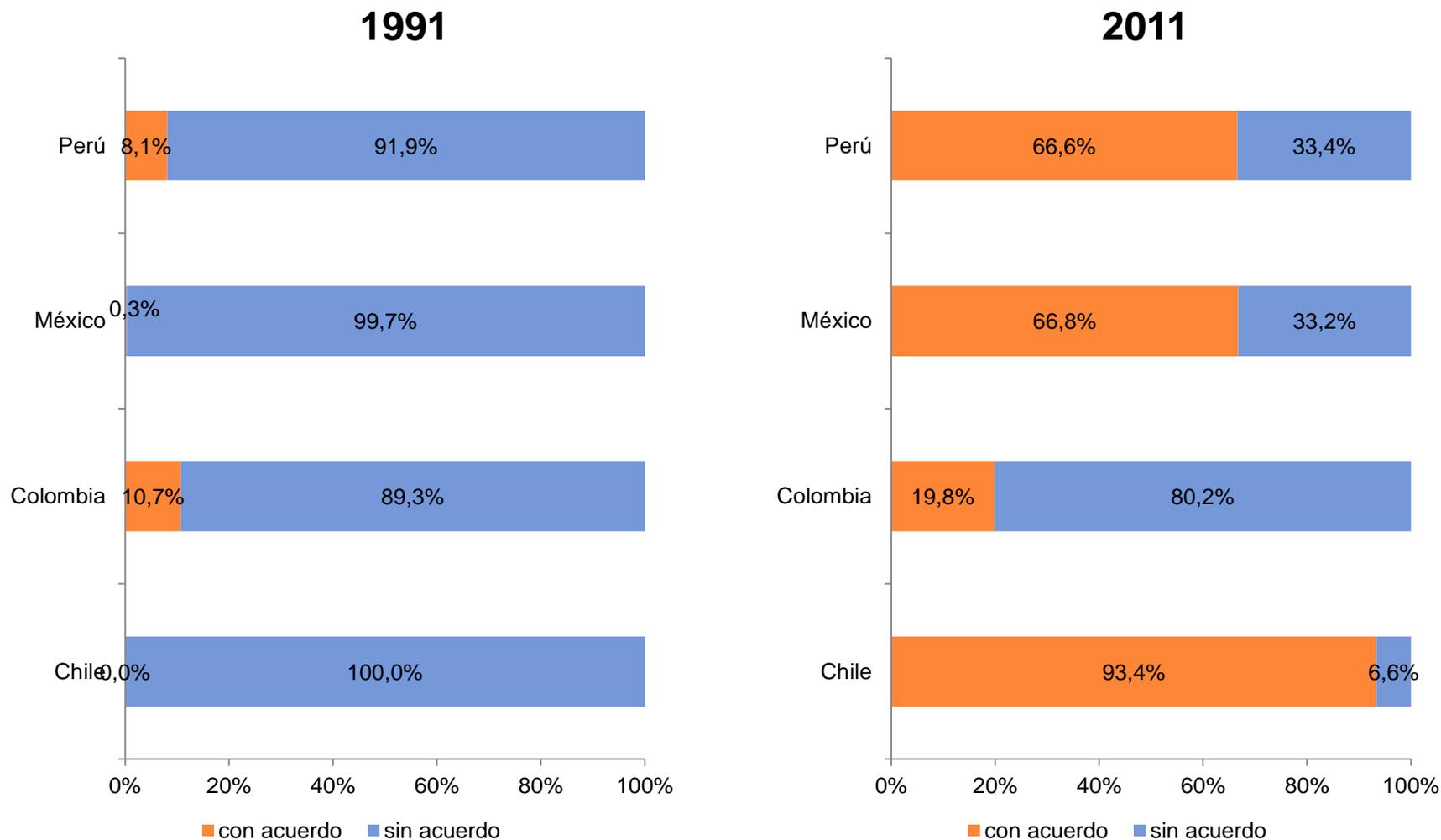
- Bolivia
- Venezuela
- Mercosur
- Canadá
- México
- Costa Rica
- El Salvador
- UE
- AELC
- Corea del Sur
- EEUU
- China
- P4\*
- India
- Japón
- Honduras
- Panamá
- Australia
- Colombia
- Cuba
- Perú
- Ecuador
- Guatemala
- Turquía
- Malasia

\* En proceso de ratificación

## Acceso preferencial de Colombia

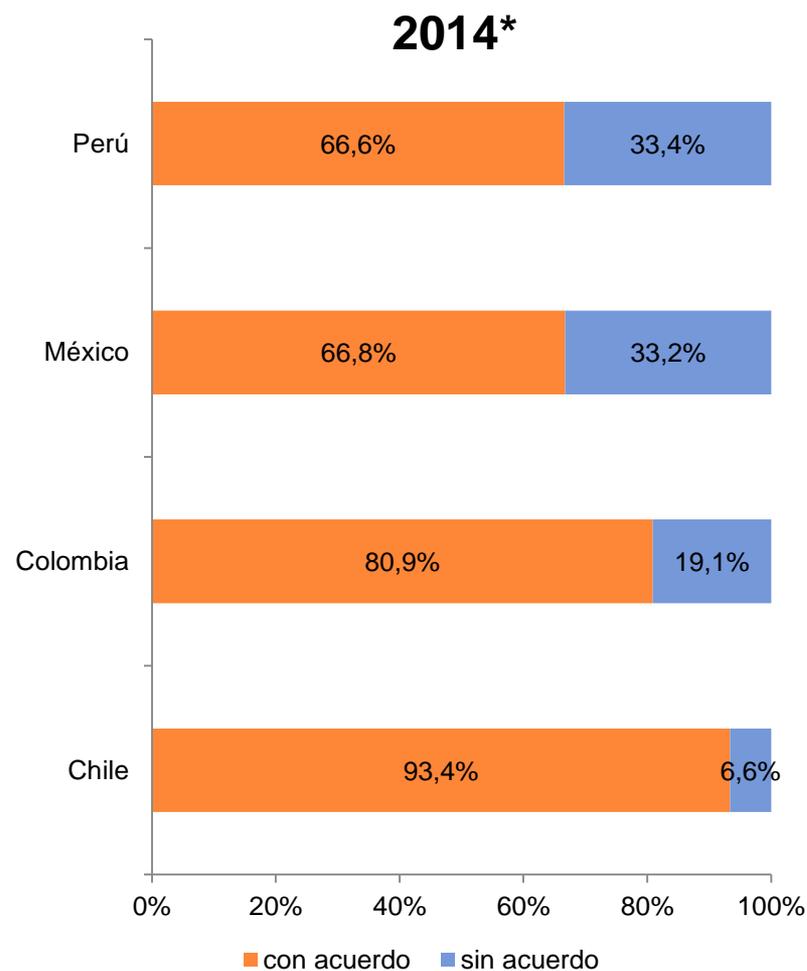
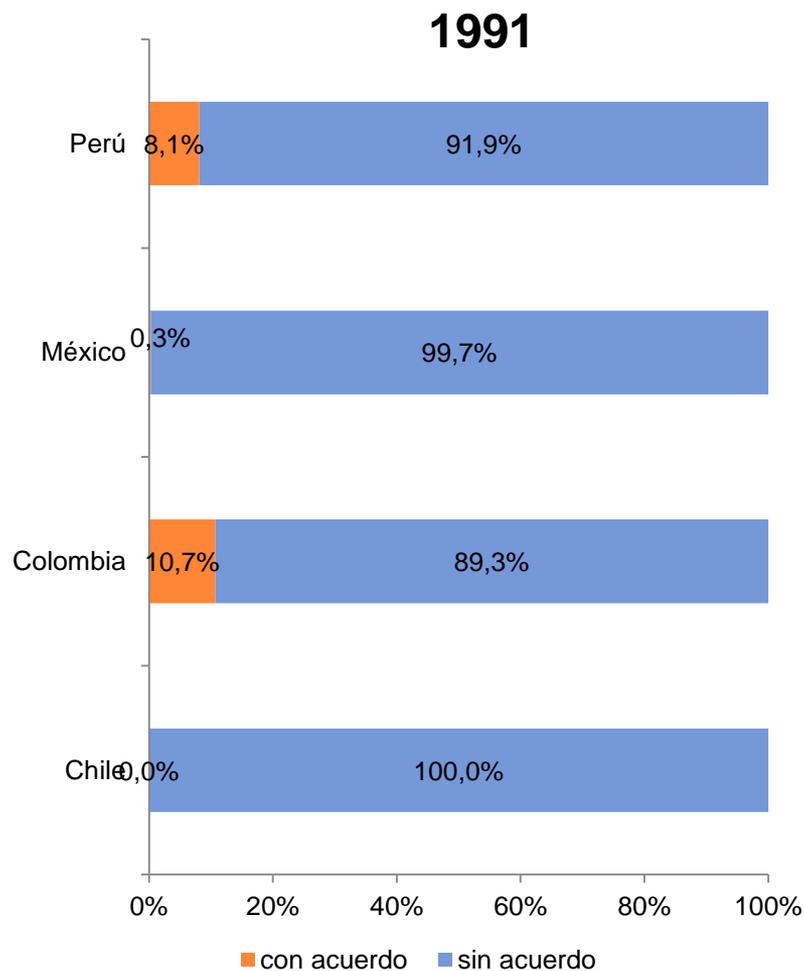
PAÍSES CON ACUERDOS	POBLACIÓN			
	millones de personas			
	2011	2012	2013	2014
<b>TOTAL</b>				
Comunidad Andina	55,6	56,5	57,4	58,4
Venezuela →	29,8	30,4	31,0	31,6
Mercosur	245,7	247,9	249,9	251,9
Chile	17,4	17,6	17,8	18,0
México	109,7	110,8	111,9	113,0
Triangulo Norte	28,8	29,4	29,9	30,5
Canadá →	34,4	34,7	34,9	35,2
Suiza y Liechtenstein →	7,8	7,9	7,9	8,0
Noruega →		5,0	5,1	5,1
Estados Unidos →		315,9	318,9	321,9
Unión Europea →			502,7	503,7
Panamá →			3,7	3,7
Islandia			0,3	0,3
Corea del Sur →				49,3
Turquía →				73,8
Israel →				7,9
<b>Total con Acuerdos vigentes</b>	<b>529,3</b>	<b>856,0</b>	<b>1.371,5</b>	<b>1.512,3</b>

## Participación de las exportaciones con acuerdos y sin acuerdos



Con los acuerdos con EEUU, UE, AELC, Panamá, Corea del Sur, Costa Rica e Israel, la proporción llegaría a 81% para Colombia.

### Participación de las exportaciones con acuerdos y sin acuerdos



La mayor parte de nuestra oferta exportable actual tiene competidores en América Latina y los exportan a los mismos destinos



Superficie: 21.041 km<sup>2</sup>

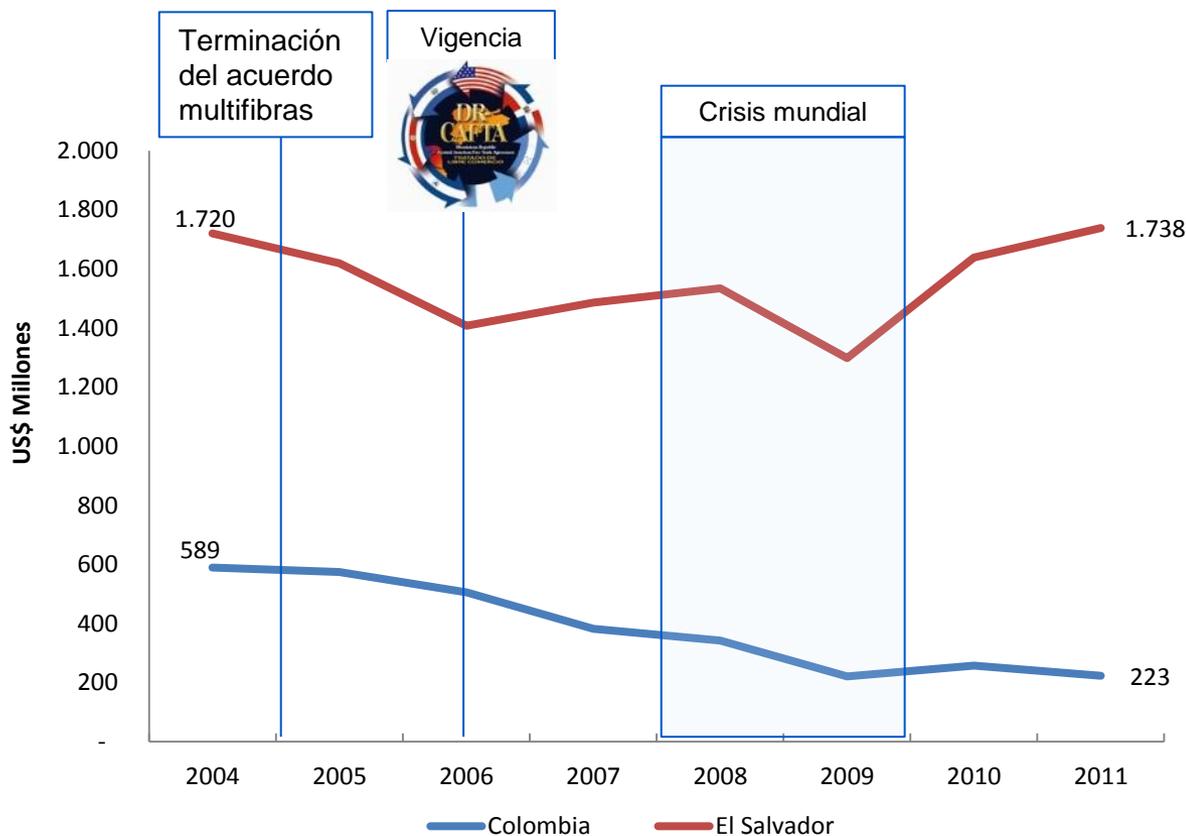


Superficie: 23.562 km<sup>2</sup>

Este país, con un territorio similar al del Departamento de Tolima, es un gran competidor de las confecciones de Colombia

Aun cuando Colombia tenía acceso con ATPDEA, ha perdido participación en el mercado de EEUU. ¿Qué habría pasado sin ATPDEA y sin TLC?

### Exportaciones de confecciones de Colombia y El Salvador a Estados Unidos (US\$ millones)

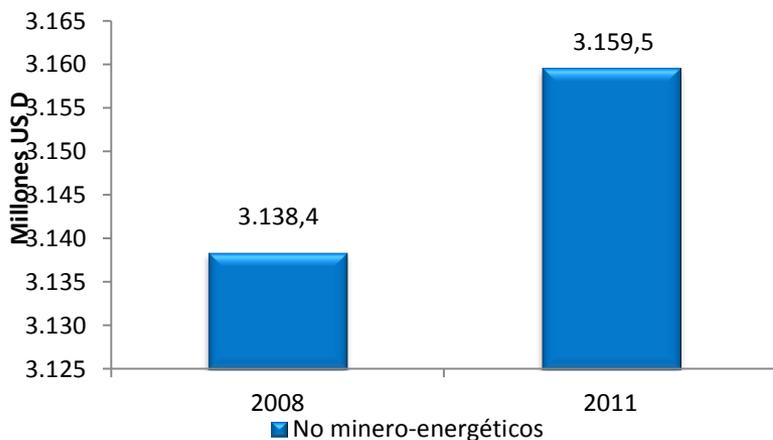




**La experiencia de nuestros socios comerciales nos confirma que los TLC, bien usados e implementados, sí estimulan un mayor crecimiento y diversificación de la oferta exportable**

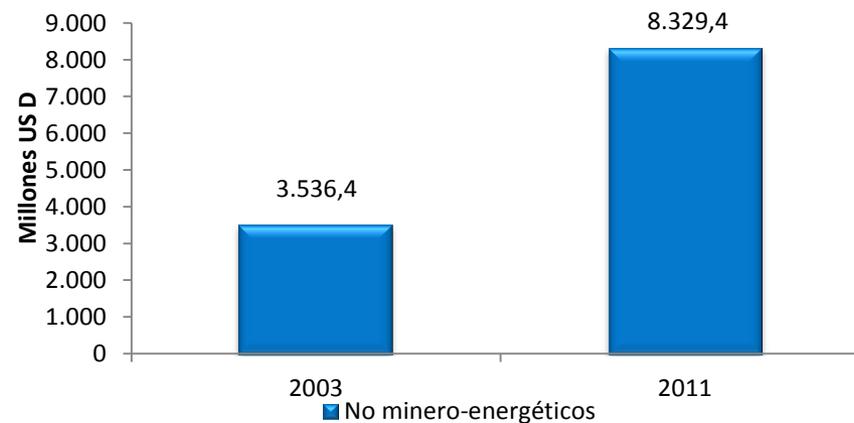
Aunque crecieron las exportaciones a EEUU de minero-energéticos, los mayores  
crecimientos fueron de productos no minero-energéticos

## Perú



En dos años de acuerdo comercial

## Chile



En nueve años de acuerdo comercial

## Resultados



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Según Mincetur, entre 2009 y 2011 se registraron los siguientes efectos del TLC con EEUU:

- “Se registran 418 nuevos productos exportados, de los cuales 16 son tradicionales y 402 son no tradicionales”.

“Se registran 1,312 nuevas empresas exportadoras, de las cuales 1,021 son micro empresas, 236 son pequeñas empresas, 52 son medianas empresas y 3 son empresas grandes”.

- “Se registran 20 sub-partidas cuyos costos de importación se han reducido”.

- ① Incrementando el acceso a nuestros socios comerciales
- ② **Ampliando la presencia comercial de Colombia**
- ③ Impulsando la oferta exportable



**Consecuente con nuestra agenda de integración comercial reforzamos Proexport, incrementando su presupuesto en más de 50% en estos dos años...y también elevamos las metas de la entidad**

Hemos incrementado en un 50% el presupuesto en dos años





- Hoy hace presencia en 33 países,
- Se han atendido 11 mil personas de 30 ciudades diferentes de Colombia,
- Más de 12.000 oportunidades de exportación generadas; un 70% han sido Mipymes.
- 2.247 empresas colombianas informaron haber realizado negocios por US\$ 2.777 millones con 5.365 compradores de 104 países
- Acompañamiento a más de 200 inversionistas extranjeros, de los cuales 123 ya han iniciado sus proyectos de inversión por un monto de US\$3.596 millones y esperan generar 45.883 empleos.

- ① Incrementar el acceso a nuestros socios comerciales
- ② Ampliar presencia comercial de Colombia
- ③ **Impulsar oferta exportable**



**En los últimos dos años  
hemos creado programas  
para lograr que desde las  
regiones se consolide una  
mayor posibilidad  
exportadora. Todas las  
exportaciones son locales !**

El Gobierno Nacional ha puesto en marcha iNNpulsa Colombia, una unidad para promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico y de alto impacto como catalizadores de la prosperidad y el desarrollo.

iNNpulsa Colombia dinamiza la locomotora de la innovación como palanca para el crecimiento acelerado que contribuye a la competitividad.





### Desarrollo de sectores de clase mundial

#### SECTORES SERVICIOS



Tercerización de  
Procesos de Negocios  
BPO&O

Software y Tecnologías  
de la Información

Turismo de Salud

Turismo de Naturaleza

Energía Eléctrica  
Bienes y Servicios  
Conexos

#### SECTORES MANUFACTUREROS



Industria Editorial y de  
la Comunicación  
Gráfica

Sistema Moda

Industria de Autopartes  
y Vehículos

Cosméticos y Aseo

Metalmecánico,  
Siderúrgico y Astillero

#### SECTORES AGRO



Chocolatería, Confitería  
y Materias Primas

Carne Bovina

Palma, Aceites, Grasas  
Vegetales y  
Biocombustibles

Camaronicultura

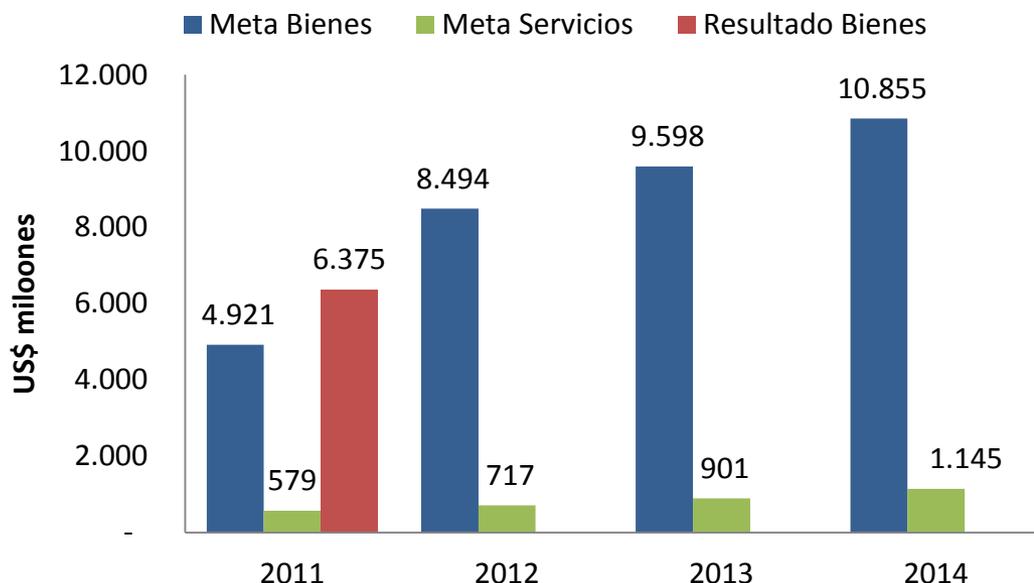
Lácteo

Hortofrutícola



**Meta PTP:** crecer las exportaciones de bienes y servicios de los sectores vinculados al programa de US\$ 6.954 millones en 2011 a más de US\$ 12.000 millones en 2014.

Metas de exportaciones del PTP

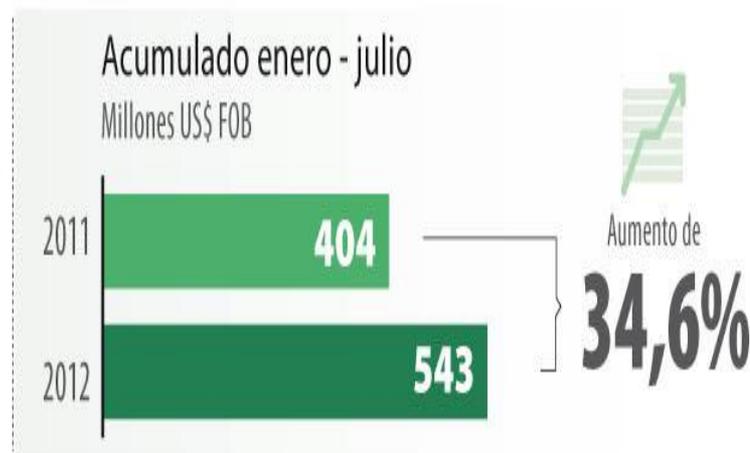
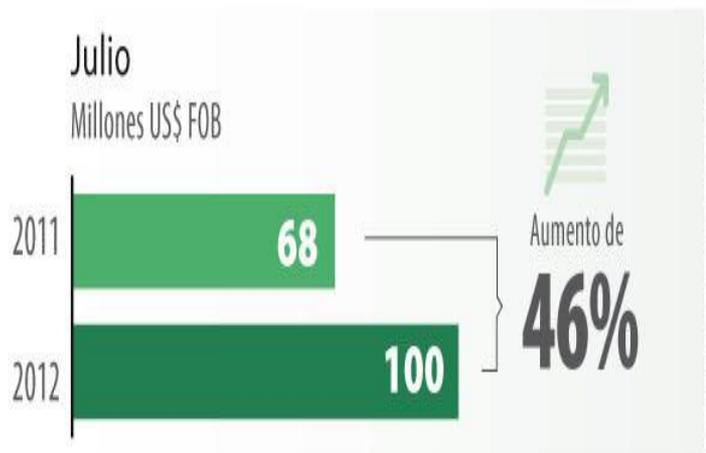


Sector PTP	2011	2014
Agro	688	995
Manufacturas	3.572	5.154
Servicios	579	1.145
Nuevos	2.114	4.705

**En 2011 las exportaciones de bienes de los sectores del PTP fueron superiores en 29,5% a la meta**

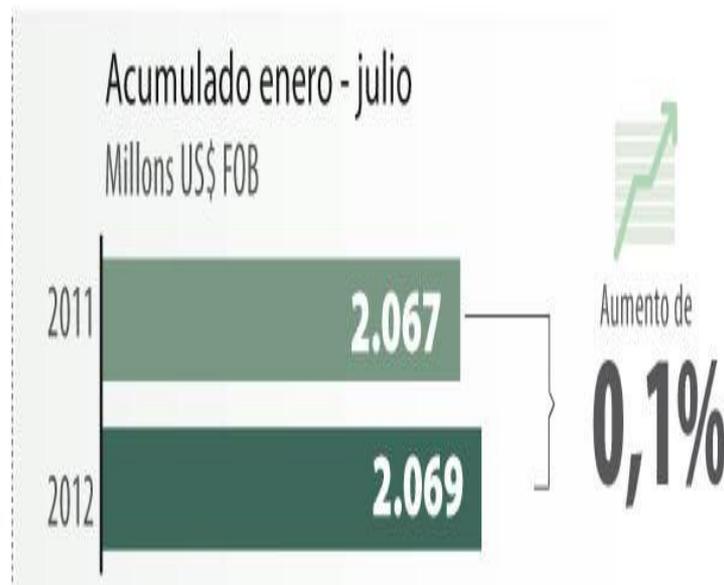
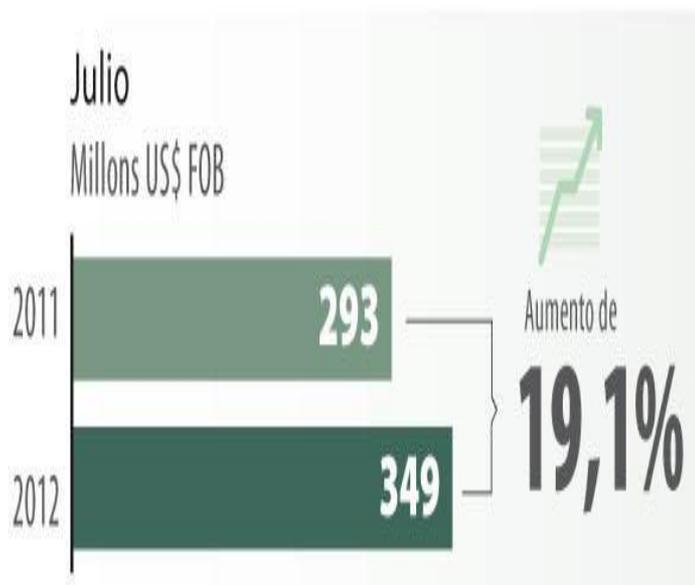
## Los sectores agro muestran altas tasas de crecimiento tanto en julio como en los primeros siete meses de 2012

### Sector Agro



## Las exportaciones manufactureras mantienen una dinámica destacada en julio de 2012

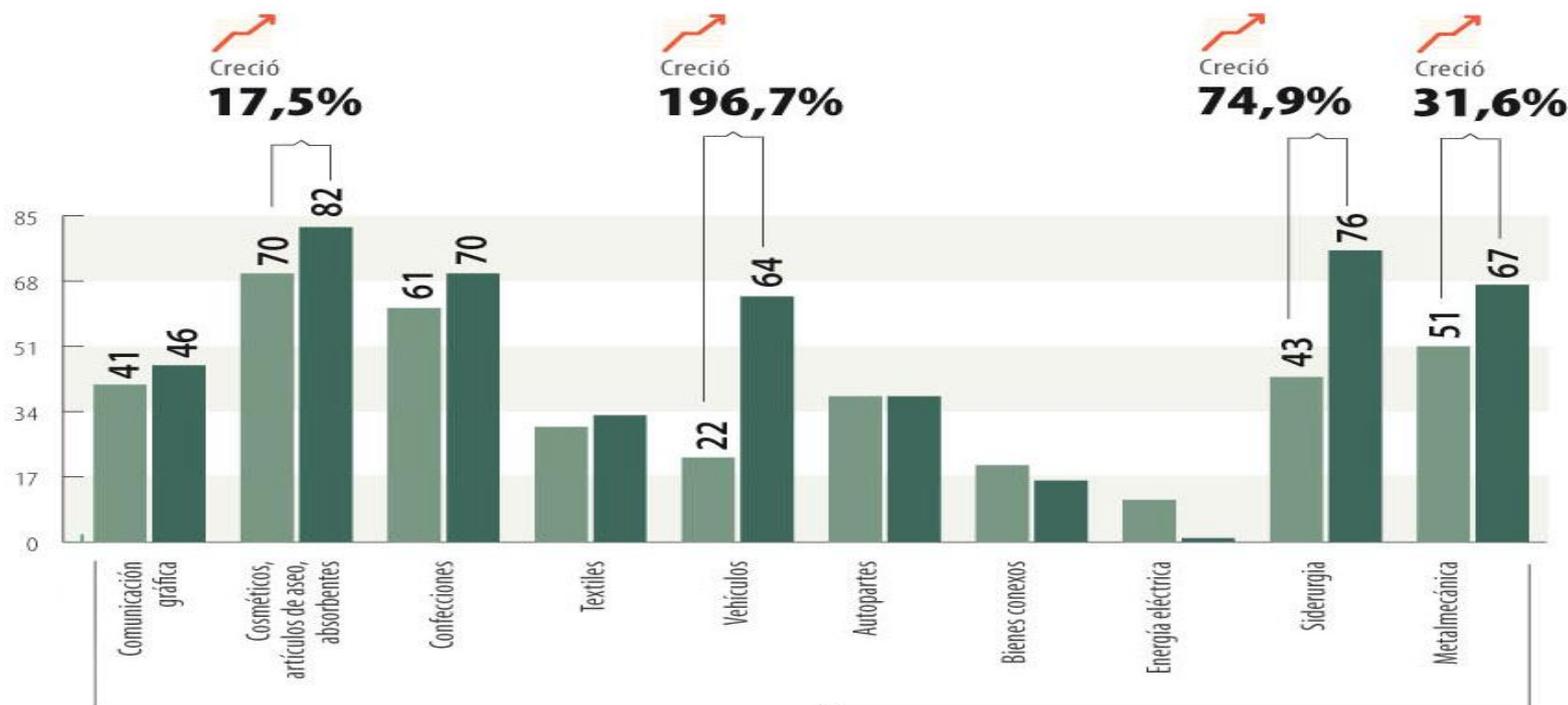
### Sector Manufacturero



## Las exportaciones de sectores como vehículos y autopartes, siderúrgica y metalmecánica presentan una importante dinámica

### Evolución de los sectores

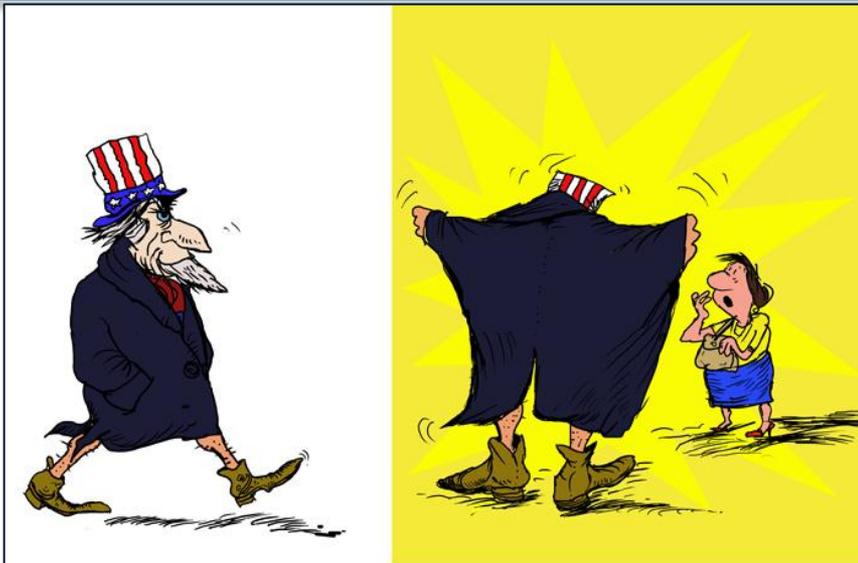
Julio - Millones US\$ FOB



Crecimiento total  
**Sector Manufacturero**  
**19,1%**



“Pero aun nos queda como norte un proceso de integración que nos colocaría ahí sí definitivamente en las ligas mayores: el NAFTA. Será un largo proceso de muy compleja negociación pero de llegar a feliz término consolidaría la integración continental y nos insertaría en un mercado libre de más de 500 millones de personas. Este debe ser un objetivo fundamental en el futuro”



 Acceso a un mercado de 312 millones de personas.

 Es la economía más grande del mundo (su PIB a PPP es 1.5 veces mayor que el de China) y aporta el 19% del PIB mundial (China el 13%).

 Con alto poder adquisitivo US\$47.184 a PPP en 2010 (Colombia US\$9.392).

 Es el segundo exportador mundial de bienes (8.4% en 2010), después de China (10.4%).

🇺🇸 Primer importador mundial de bienes (12.9% en 2010); China es el segundo (9.1%).

🇺🇸 La balanza comercial de bienes en 2011 fue deficitaria en US\$738 billones (cerca de 4,9% del PIB) y se incrementó US\$92 billones, respecto al año anterior.

🇺🇸 Primer exportador e importador mundial de servicios (14.4% y 11.4%, respectivamente, en 2010).

🇺🇸 Primer “exportador” de inversión extranjera directa en el mundo con 18% del stock mundial y 25% del flujo en 2010.

Estados Unidos es nuestro principal socio comercial; por eso es importante contar con acceso preferencial permanente para nuestras exportaciones de bienes y servicios

El TLC se negoció con los objetivos de eliminar:

- las barreras arancelarias
- las barreras no arancelarias
- los obstáculos al comercio de servicios



## Barreras arancelarias

Los aranceles distorsionan los precios del mercado e imponen cargas onerosas a los consumidores

-Un arancel es un impuesto a la importación, que encarece nuestros productos en Estados Unidos y nos quita competitividad frente a los países que ya tienen TLC.



- Además encarece las importaciones que el país realiza desde Estados Unidos, imponiendo mayores costos a los consumidores.

## Barreras arancelarias

La eliminación de los aranceles se hace gradualmente en función de las características de la estructura productiva

- Durante la negociación cada país busca que sus productos queden en canastas de desgravación determinadas.
- Para definir las canastas es básico el diálogo con el sector privado.



Una CANASTA DE DESGRAVACIÓN define un conjunto de productos a los que se reducirá el arancel en un plazo determinado y siguiendo una pauta igual (por ejemplo, lineal)

## Barreras arancelarias

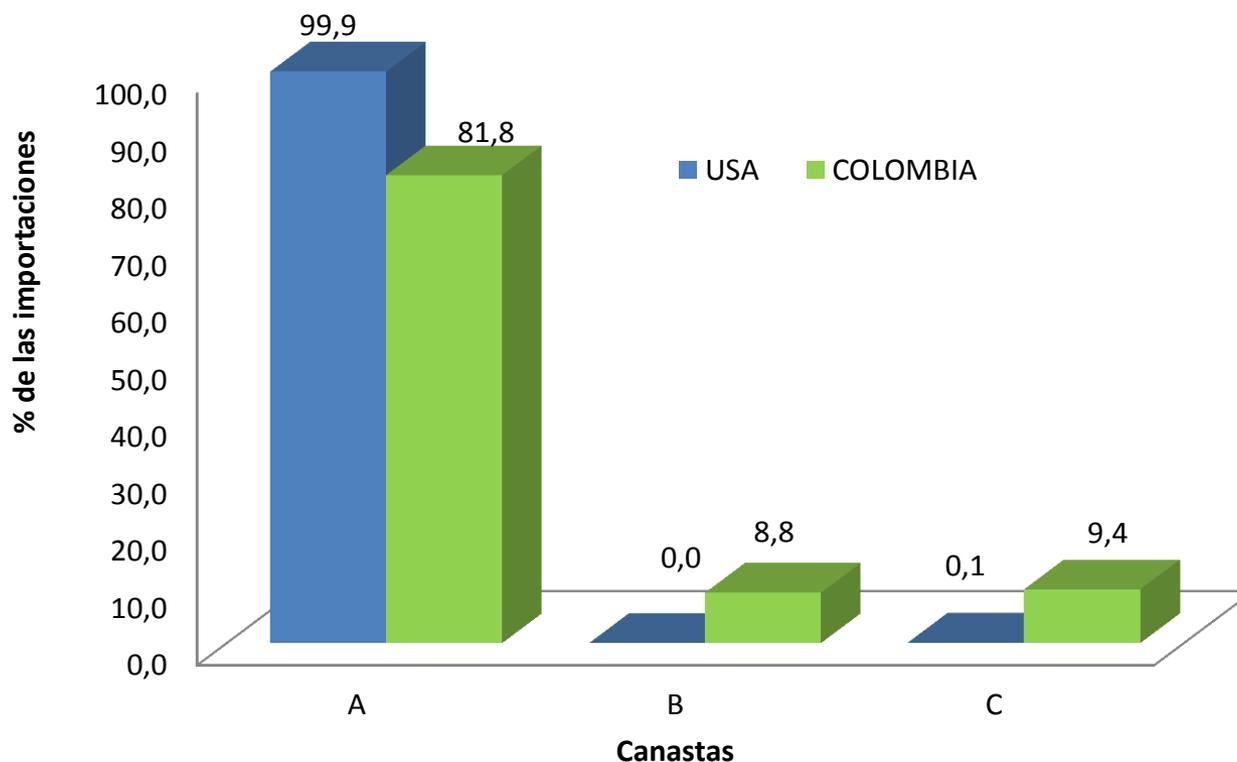
La eliminación de los aranceles se hace gradualmente en función de las características de la estructura productiva

- Hay diferentes canastas de desgravación y se identifican con las letras del abecedario. Las más utilizadas son:

- A** = inmediata (aranceles a cero al entrar en vigencia el TLC)
- B** = 5 años (aranceles bajan proporcionalmente cada año, hasta cero en el año 5).
- C** = 10 años (aranceles bajan proporcionalmente cada año, hasta cero en el año 10).
- D** = más de 10 años (aranceles bajan proporcionalmente cada año, hasta cero en el año que corresponda a cada producto).

En industria se utilizan con frecuencia las tres primeras canastas

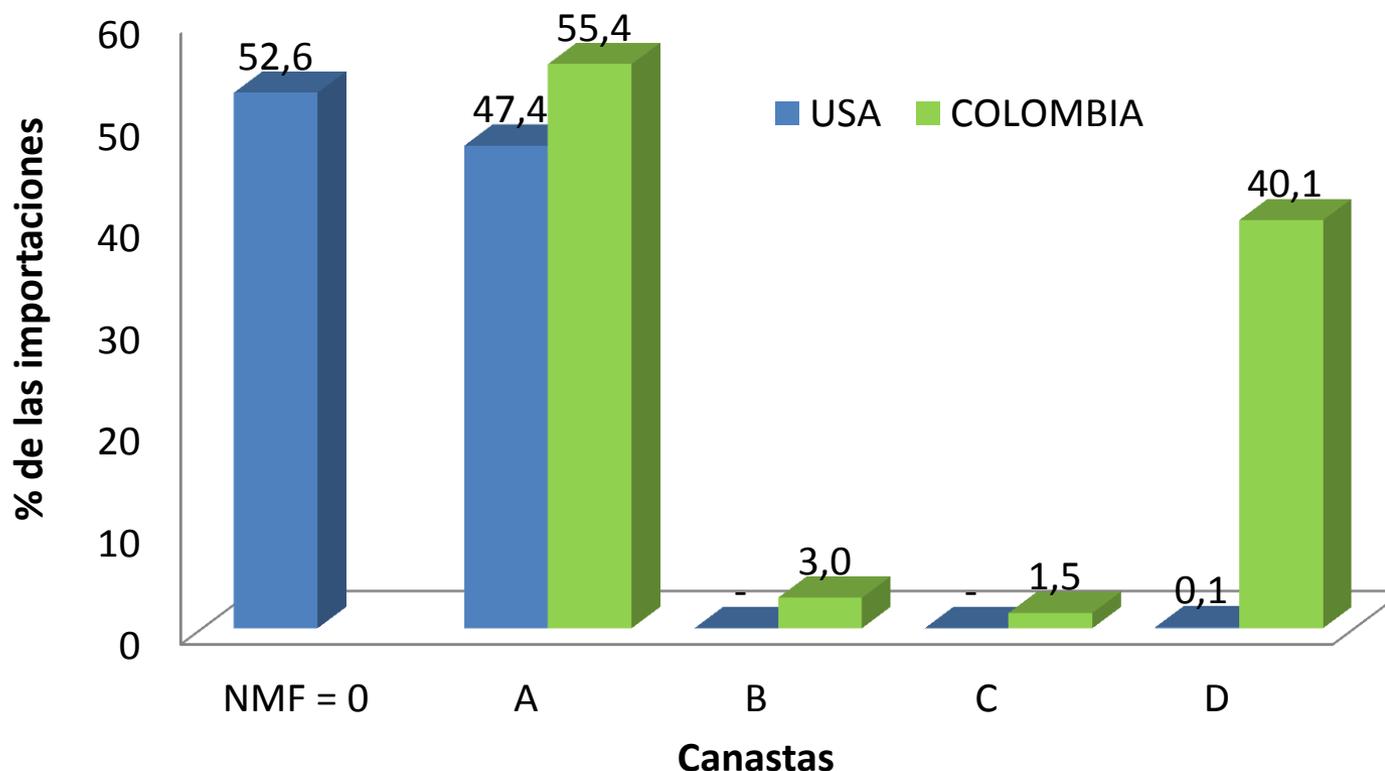
## Canastas de desgravación en Industria sin textiles y confecciones



Este gráfico resume la negociación por el porcentaje de productos importados en el periodo tomado como referencia en la negociación.

En agricultura también se utiliza la canasta D, por la sensibilidad de este sector

### Canastas de desgravación agricultura



NMF = 0 indica que hay un grupo de productos para los que Estados Unidos aplica arancel cero a todos los países miembros de la OMC

## Barreras arancelarias

Colombia tiene ya acceso preferencial permanente para todos los productos que tenían beneficios del ATPDEA (flores, hortalizas, frutas, especias, confitería y chocolatería)

Adicionalmente logró acceso inmediato para:

- Etanol
- Grasas vegetales y margarinas
- Algodón

Los lácteos y cárnicos se desgravarán a 11 y 10 años, respectivamente.

## Barreras arancelarias

Además de las canastas de desgravación de los aranceles, en la negociación se pactan contingentes

Un CONTINGENTE es un cupo de importación de una cantidad definida de un producto, que se otorga con un arancel preferencial.

Su objetivo es dar acceso preferencial parcial al otro país.

Tiene la ventaja de graduar la exposición a la competencia a los productores nacionales.

Habitualmente se establecen las cantidades beneficiadas, un crecimiento anual de las cantidades y unas reglas de administración.

## Trabajo sobre admisibilidad sanitaria

Para los productos agropecuarios es necesario un trámite que certifique el cumplimiento de las normas sanitarias y fitosanitarias del otro mercado

### Productos colombianos con acceso aprobado a Estados Unidos

- Colombia tiene aprobada la admisibilidad sanitaria de APHIS para apio, espinacas, uchuva, acelga, aguacate, granadilla, pimientos, tomate, cantalupo, pepino, sandía, Naranjilla o lulo, calabaza, calabacín, mango, tomate de árbol, limonaria, salvia (salvia) y feijoa.



### Productos en proceso de admisibilidad ante APHIS

- Colombia viene desarrollando las gestiones para obtener admisibilidad sanitaria de APHIS para Alcachofas, espárragos, plátano, mora, zanahoria y berenjena, entre otros.



## Trabajo sobre admisibilidad sanitaria

Actualmente se hacen gestiones con relación a la carne de bovino

### Estados Unidos

- APHIS realizará una tercera visita de auditoria con el fin de finalizar la revisión y operación del programa de fiebre aftosa.
- Se está revisando con las autoridades sanitarias los requerimientos de ese país en los temas del plan nacional de residuos y el sistema de trazabilidad.



## Servicios

En el comercio internacional de servicios no hay barreras arancelarias, pero sí operan medidas o regulaciones discriminatorias. El TLC elimina ese tipo de obstáculo

### Compromisos asumidos por las partes

- En acceso a mercados: no discriminar mediante limitaciones a
  - número de proveedores
  - valor de los activos o de las transacciones
  - número total de operaciones
  - número de personas naturales que pueden emplearse
  - imposición de formas jurídicas
- No exigir presencia local
- Transparencia en el desarrollo y aplicación de regulaciones



## Inversión

El mismo tipo de objetivo aplica para la inversión

**Objetivo:** Establecer un marco jurídico justo y transparente que promueva la inversión a través e la creación de un ambiente estable y previsible que proteja al inversionista, su inversión y los flujos relacionados.

### Temas

- Disciplinas de no discriminación y no barreras
- Compromisos de Transparencia
- Mecanismo de solución de controversias Inversionista-Estado.
- Excepciones a las disciplinas (medidas disconformes; ejemplos: reserva cultural, minorías étnicas, sociedades anónimas en sector financiero)

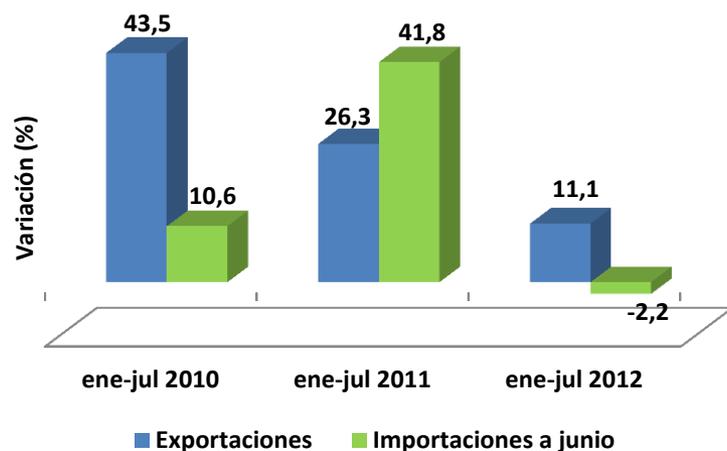


# **Resultados desde la vigencia del TLC con Estados Unidos**

El comercio bilateral de Colombia con Estados Unidos registra una desaceleración, pero es mayor en las importaciones que en las exportaciones; por ello, la balanza comercial es superavitaria y creciente.

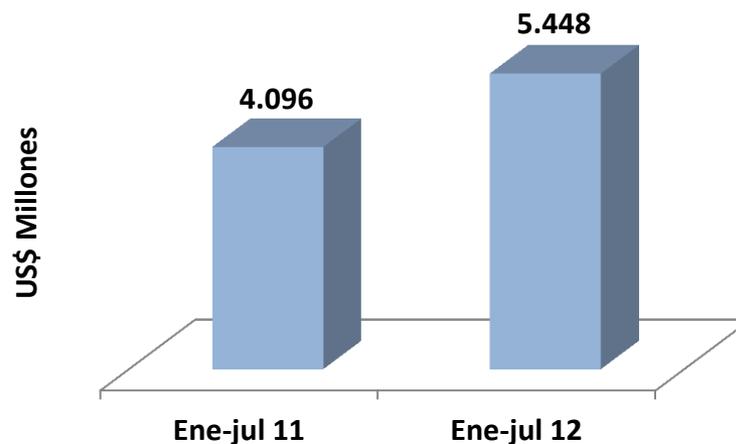
## Comercio bilateral

Variación respecto a igual período del año anterior



## Balanza comercial de Colombia con Estados Unidos

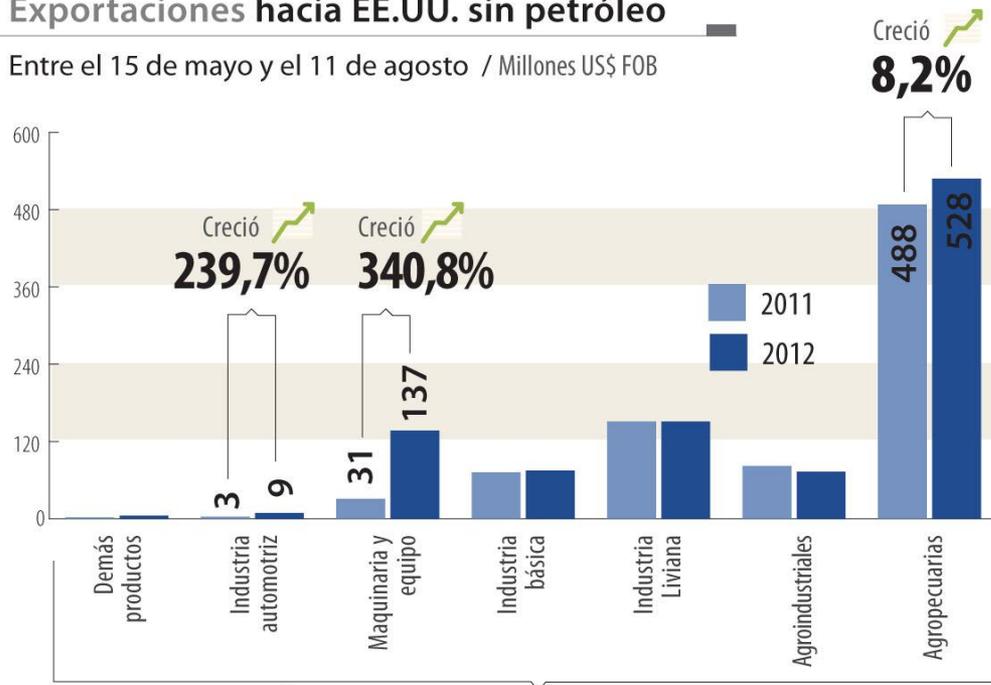
Enero-julio 2011 y 2012



Los datos de la DIAN indican que para el período comprendido entre el 15 de mayo y 11 de agosto de 2012, las exportaciones a Estados Unidos crecen el 19,7%

## Exportaciones hacia EE.UU. sin petróleo

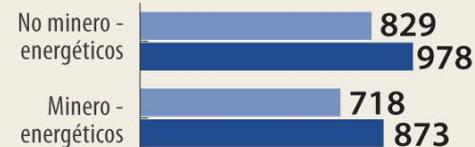
Entre el 15 de mayo y el 11 de agosto / Millones US\$ FOB



Exportaciones no minero - energéticos

Fuente: Dane - Dian / OEE Mincomercio

Entre el 15 de mayo y el 11 de agosto  
Millones US\$ FOB



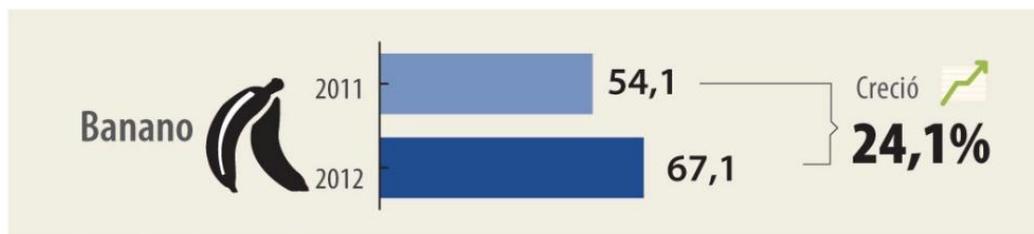
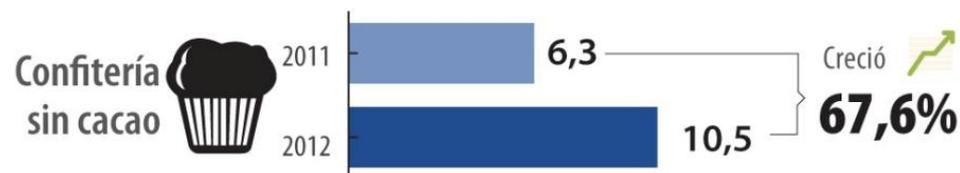
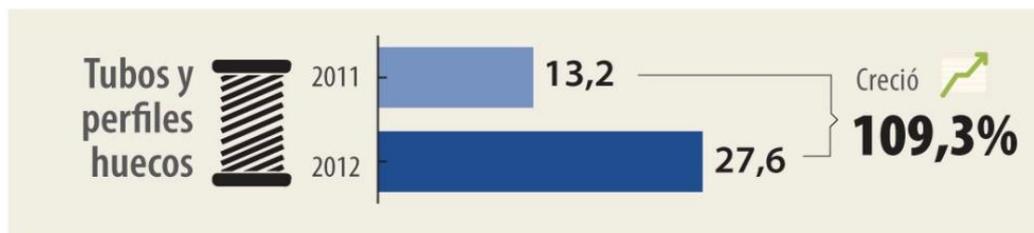
Exportaciones totales



Las estadísticas mensuales del DANE para el período mayo-julio de 2012, indican que además de los productos primarios, se destaca la dinámica de algunos no minero-energéticos como banano, confitería y tubos.

## Principales productos exportados hacia EE.UU.

Mayo - julio / Millones US\$ FOB



Fuente: Dane - Dian / OEE Mincomercio

En el período mayo-julio de 2012, sobresalieron otras exportaciones de productos no minero-energéticos con importantes tasas de crecimiento

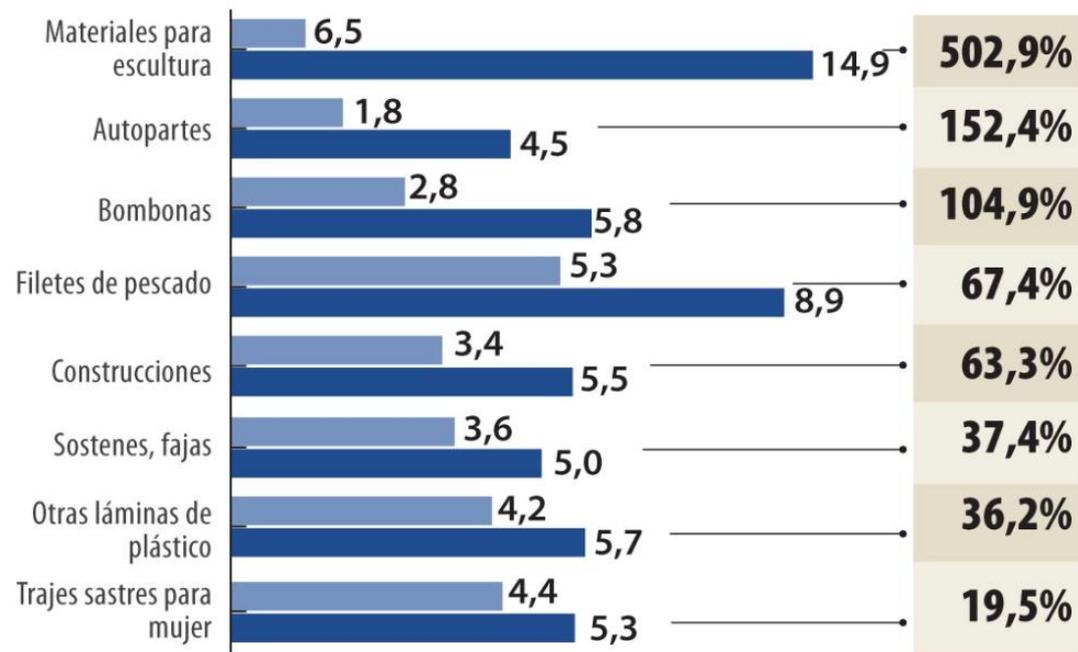


## Otros productos no minero - energéticos exportados hacia EE.UU.

Mayo - julio / Millones US\$ FOB

■ 2011 ■ 2012

Var. % 



Fuente: Dane - Dian / OEE Mincomercio



# Reflexión final



**Para seguir una senda de mayor crecimiento es vital el aprovechamiento de la demanda externa con los tratados comerciales**



**Los Acuerdos también ayudan a orientar la IED y la Nacional hacia sectores competitivos.**



**La experiencia de países latinoamericanos como México, Chile y recientemente Perú es altamente positiva con la entrada en vigencia del TLC con Estados Unidos.**



**Los resultados en los primeros meses de vigencia del TLC con Estados Unidos muestran una importante dinámica comercial, a pesar de los problemas de desaceleración de su economía.**