

Impacto del acuerdo de integración Alianza del Pacífico sobre el comercio exterior del Valle del Cauca

Impact of the Alianza Pacífico integration agreement on Valle del Cauca foreign trade

COLCIENCIAS TIPO 2. ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

RECIBIDO: DICIEMBRE 2, 2014; ACEPTADO: ENERO 15, 2015

Amanda Ortega Jansasoy
Jessica Lorena García Herrera
publica@usc.edu.co

Universidad Santiago de Cali, Colombia

Resumen

Esta investigación desarrolla un análisis del acuerdo de integración de la Alianza del Pacífico desde la perspectiva del comercio exterior del Valle del Cauca (Colombia). La Alianza del Pacífico es el proceso de integración económica, articulación política y cooperación entre México, Colombia, Chile y Perú. Es el proceso más importante de América Latina, profundiza vínculos económicos entre esos países para fortalecer la competitividad de este bloque en el mercado mundial, específicamente en la región Asia-Pacífico. Los departamentos de Antioquia y el Valle del Cauca, y la ciudad de Bogotá registraron las mayores participaciones en el total de ventas externas hacia los países de la Alianza (17,6%, 12,1% y 11,2%, respectivamente). El mayor beneficio comercial del acuerdo es el aprovechamiento de la ubicación geoestacionaria del Pacífico y la exploración de nuevos segmentos de negocio; a nivel económico, la generación de empleo, divisas e inversión; y la creación de comercio y la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio.

Palabras Clave

Libre comercio; integración regional; TLC; comercio exterior.

Abstract

This research develops an analysis of Alianza Pacífico, the process of economic integration, political coordination and cooperation between Mexico, Colombia, Chile and Peru, from the perspective of Valle del Cauca. This agreement, the most important in Latin America, will deepen the economic ties between these countries, to strengthen their competitiveness, as a block, in the global markets, specifically in Asia-Pacific region. Antioquia, Valle del Cauca and Bogotá recorded the largest shares in total exports to those destinations: 17.6%, 12.1% and 11.2%, respectively. The largest commercial benefit agreement the Pacific Alliance is the use of the geostationary location of the Pacific region and exploring new business segments; in economic matters, the benefits will be: employment generation and growing of foreign exchange and foreign investments, as by the creation of trade flows and the elimination of barriers to trade (by duties or others).

Keywords

Free trade; regional integration; FTA.

I. INTRODUCCIÓN

La Alianza del Pacífico es el proceso de integración económica, articulación política y cooperación entre México, Colombia, Chile y Perú. Es la alianza más importante de América Latina. En ese sentido, es de vital importancia conocer los beneficios económicos, comerciales, empresariales y sociales para el Valle del Cauca, tras la firma del acuerdo.

La ubicación geográfica del Valle del Cauca y la operación del puerto con mayor capacidad de movimiento de carga del país (Buenaventura), permiten afirmar que el acceso preferencial de los productos colombianos a los mercados de Chile, Perú y México representa una oportunidad para las empresas del departamento.

Harold Éder (citado por Cárdenas, 2013), presidente del Ingenio Manuelita, dice que la Alianza del Pacífico significa para el Valle del Cauca una gran oportunidad para atraer inversión e impulsar el comercio: “El Valle del Cauca es la puerta de Colombia a los mercados americanos y asiáticos de la cuenca del Pacífico”.

En 2013 las exportaciones del Valle del Cauca hacia los países de la Alianza del Pacífico fueron de 449 millones de dólares. En el contexto nacional las exportaciones del Valle del Cauca hacia la Alianza del Pacífico son una de las más diversificadas. Las ventas externas de azúcar a Chile, México y Perú representan el 13,9% de sus exportaciones a este bloque comercial. Los productos que más exportó el Valle del Cauca hacia la Alianza en 2012 fueron: a Perú, azúcar por US\$ 69 millones, papel y cartón por US\$ 20 millones, y confitería por US\$14 millones; a Chile, azúcar por US\$ 89 millones, pistones eléctricos por US\$12 millones, y confitería por US\$12 millones; a México, neumáticos por US\$ 13 millones, azúcar por US\$ 13 millones y minerales de cobre por US\$ 8 millones.

El análisis de los beneficios que ofrece la Alianza del Pacífico es el objetivo primordial de esta investigación.

A. Marco teórico

Con base en las ventajas absolutas un país puede desarrollar su comercio internacional aprovechando las diferencias en la dotación de sus factores, pero vale la pena preguntarse: si dos o más países poseen la misma dotación de recursos, ¿es posible que se puedan establecer relaciones comerciales entre ellos? La respuesta es sí, pues aunque sean regiones similares, pueden ser diferentes a partir de las formas de producir. Una región puede

fundamentar su comercio internacional en la *ventaja comparativa* si se dedica a producir lo que la hace relativamente mejor, aprovechando las ventajas que le genera el tipo de tecnología que utiliza para elaborar sus productos. Este concepto pone de manifiesto que las compañías pueden tener ventajas en los mercados si manejan mejores precios obtenidos mediante la reducción de costos a través de un aumento progresivo en los niveles de productividad.

La política comercial consiste en un conjunto de normas que utiliza un país para regular sus relaciones comerciales con el exterior. De forma general, los países diseñan y ponen en práctica medidas de política comercial con el objetivo de incidir sobre la orientación, estructura y volumen de su comercio exterior. Existe un amplio número de instrumentos y medidas con que pueden contar los gobiernos para controlar sus relaciones comerciales con el resto de los países. De manera general, se pueden clasificar en dos grandes grupos, Medidas Arancelarias [MA] y Medidas No Arancelarias [MNA].

Dicho lo anterior, las medidas o barreras arancelarias persiguen dos objetivos fundamentales: proteger la industria nacional de la competencia extranjera y contribuir a incrementar los ingresos fiscales del país. Las medidas no arancelarias se refieren a toda intervención del gobierno en la producción y el comercio, con excepción de los aranceles, que pueda afectar a los precios relativos, las estructuras de mercado y las corrientes comerciales internacionales (Laguardia, 2014).

En 1954, el Premio Nobel de Economía Jan Tinbergen, identificó a la integración internacional con el libre comercio mundial en productos, tanto industriales, como agropecuarios. Quizá la definición más conocida es la de Bela Balassa (citado por Arnaud, 1996, p.13), para quien “es el proceso o estado de cosas por las cuales diferentes naciones deciden formar un grupo regional”. Es decir, se define de dos maneras, como “proceso” y como un “estado de cosas”.

La integración de varios países constituye un proceso complejo, que conlleva, no solo implicaciones económicas, sino también políticas, jurídicas y sociales de gran alcance. Podemos definir la integración económica como un proceso mediante el cual, un grupo de países elimina determinadas barreras económicas entre ellos. Detrás de la decisión de un país de incorporarse a un proceso integrador existen diversas motivaciones. Por una parte,

espera obtener una serie de ventajas que le proporcionen un mayor nivel de bienestar. Estas constituyen las razones económicas de la integración y estrechamente ligadas a los efectos positivos generados por la misma. Pero, por otra parte, también concurren razones extraeconómicas, ya que los procesos integradores poseen implicaciones, no solo económicas, sino también sociales, políticas o estratégicas.

B. Razones económicas

Las razones económicas de los procesos de integración están asociadas con:

- las ganancias del libre cambio, pues con la ampliación del mercado, las industrias tendrán un mayor espacio económico para realizar sus ejercicios exportadores, pues la intención es intensificar el comercio entre los países socios;
- una mejor asignación de recursos en los países implicados, ya que es de suponer que los países deberían buscar especializarse en los productos en los que son relativamente mejores;
- un mejor ritmo de crecimiento económico, ya que la intensificación de las actividades comerciales intrarregionales provocará una mayor dinámica de la economía entre los asociados;
- mejoras en el bienestar de la sociedad, partiendo de la premisa de que el crecimiento económico debe reflejarse en bienestar para los ciudadanos.

Además, estos procesos están apoyados en la cláusula de la *nación más favorecida*, por lo que los países de mayor desempeño deben tratar de ayudar a los países más pobres de la unión

C. Creación de comercio

La producción se desplaza a productores más eficientes debido a la ventaja comparativa, permitiendo a los consumidores el acceso a más bienes a un precio más bajo de lo que hubiera sido posible sin la integración. Las empresas que están protegidas en sus mercados domésticos enfrentan problemas graves cuando al caer las barreras intentan competir con productores más eficientes.

La implicación estratégica es que las empresas que no hubieran podido exportar a otro país (aunque hubieran sido más eficientes que los productores del mismo), cuando las barreras caen, tienen la posibilidad de hacerlo. Así que existe más demanda para los productos más eficientes y cae la demanda de los productos protegidos y

menos eficientes. El desmonte de las barreras comerciales, como los aranceles, permite ofrecer mejores precios.

Se pueden identificar cinco etapas o estadios por las cuales atraviesa los procesos de integración económica:

- zona de libre comercio,
- unión aduanera,
- mercado común,
- unión económica y monetaria, e
- integración política y social.

La zona de libre comercio se verifica cuando los países que la integran reducen a cero las tarifas entre sí, pero cada uno conserva las tarifas respecto de las importaciones de extrazona.

Existe un inconveniente asociado con las zonas de libre comercio: los productos de importación podrán entrar en el área a través del miembro con aranceles más bajos frente al exterior para después circular libremente entre los países del área. Este problema puede evitarse con la imposición de reglas de origen que establecen un requisito mínimo de contenido nacional, garantizando así que la liberalización solo beneficia a los productos originarios de otro país miembro.

Además de eliminar los aranceles entre miembros, los países de una Unión Aduanera gravan las importaciones de países no miembros con un arancel externo común. Esto implica que los países que la integran deben establecer políticas comerciales comunes frente al resto del mundo.

Cumplidos los procesos del área de libre comercio y la unión aduanera, la siguiente fase es conformar un mercado común generado a partir, no solo de la libre movilización de productos, sino de la libre movilización de los factores de producción: fuerza de trabajo y capital. Es de esperarse que, a través de este proceso, la conformación del mercado común permita una mejor reasignación del capital, la mano de obra y la tecnología, para favorecer la entrega eficiente de bienes y servicios a todos los ciudadanos de la comunidad, entendiendo la comunidad como la población conformada por la sumatoria de las poblaciones de todos los países miembros.

En esta fase los países asociados unifican una serie de criterios para el manejo de la política económica, monetaria y fiscal, de tal manera que las directrices quedan en manos de todo el grupo; por tanto, los gobiernos asociados deben implementar políticas internas que permitan cumplir las políticas comunitarias.

Consolidado el proceso de integración económica se puede avanzar hacia una integración en la que todas las políticas económicas y sociales están unificadas y existe un gobierno central, generalmente de tipo federal, que representa a la comunidad, por lo cual cada Estado pierde autonomía en el manejo político de la región, para seguir ejecutando políticas acordes con las de la comunidad.

Las relaciones económicas internacionales son un vasto y complejo campo de estudio de las diferentes esferas de las relaciones entre las naciones, basadas en las políticas frente a los otros Estados, de carácter institucional y público, pero también particular o privado. En la actualidad, se entiende por relaciones internacionales, no sólo a aquellas relaciones de política y diplomacia o militares, sino también a las económicas, comerciales, culturales y geopolíticas, entre otras, y no solamente a cargo o en cabeza del Estado Nacional o de los gobiernos o parlamentos, sino también de los agentes económicos y sociales, como unidades domésticas, corporaciones privadas, compañías multinacionales y entidades multilaterales o supranacionales.

Las relaciones internacionales tienen un núcleo de componentes jurídicos, políticos y económicos, así como diplomáticos, sociales y culturales, e incluso deben contemplarse los elementos de carácter religioso, ideológico, axiológico e idiosincrásico.

II. MÉTODO

Este trabajo de investigación es descriptivo, ya que se basa en información real de: las importaciones y las exportaciones que realiza el Valle del Cauca y la evolución del comercio exterior y la situación de la balanza comercial con Chile, Perú y México. Además, analiza los sectores ganadores y perdedores con la firma del acuerdo.

Se emplea además el método de observación, por ejemplo, el comportamiento del comercio exterior entre el Valle del Cauca y los países integrantes de la Alianza, antes y después de la firma del Acuerdo, y su impacto en la economía y las empresas, y a nivel social, en la región.

Se utilizan fuentes secundarias de información, estadísticas de los países que conforman la Alianza del Pacífico y textos publicados en bases de datos. También se utilizan fuentes primarias de información, a través de encuestas aplicadas a personas relacionadas con empresas públicas y privadas vinculadas al comercio exterior y a la academia de la región.

Colombia tiene un gran tamaño de mercado pues es la tercera población más numerosa de Latinoamérica. No obstante, aproximadamente el 33% de la población tiene un poder adquisitivo muy bajo (bajo la línea de pobreza).

Colombia ha tenido tradicionalmente un comercio minorista altamente competitivo, resultado, en gran parte, de la segmentación geográfica del interior del país. Sin embargo, mantiene como característica distintiva que, aun cuando el avance de los supermercados e hipermercados ha sido muy importante en los últimos años, el canal tradicional de distribución (tiendas de barrio) captura todavía el 40% del mercado.

Respecto de la estructura general del sector comercial, se pueden deducir dos características: la conforman unidades de negocios de pequeño tamaño, con predominio de la actividad unipersonal; y existe una alta rotación, la estabilidad de los negocios es reducida.

Teniendo en cuenta la estructura y dinámica de las exportaciones colombianas, a partir de los resultados de enero de 2012, se eliminó la agregación de las exportaciones en tradicionales y no tradicionales, y se implementó la de grupos de productos definidos por la Organización Mundial de Comercio [OMC], con base en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional [CUCI] (CEPAL, 2008)

Las estadísticas de exportaciones colombianas, en consecuencia, se agregaron en cuatro grandes grupos:

- agropecuario, alimentos y bebidas, que incluye café, flores, banano, productos alimenticios, animales vivos, bebidas y tabaco, entre otros productos;
- combustibles y productos de industrias extractivas, que incluye petróleo crudo, sus derivados y carbón, entre otros;
- manufacturas, que contiene ferróníquel, productos químicos, maquinaria y equipo de transporte, entre otros; y
- otros sectores, que incluye oro no monetario y productos no clasificados en las anteriores agrupaciones.

La disminución en las exportaciones del Valle del Cauca entre 2012 y 2013, obedeció al decrecimiento de tres de estos cuatro grupos: manufactura (-1,7%), agropecuarios, alimentos y bebidas (-10%), y otros sectores (-51,1%).

III. SECTORES QUE GANAN CON EL ACUERDO

En un análisis, tanto de las importaciones, como de las demandas y tendencias de los mercados: chileno, mexicano y peruano, Proexport, la entidad a cargo de la promoción de las exportaciones colombianas, identificó 63 posibilidades de exportación para los empresarios vallecaucanos, con productos no minero energéticos, en los sectores de manufactura, prendas de vestir, agroindustria y servicios. Según la oferta exportable de Valle del Cauca, productos como aceites y grasas, azúcares y mieles, de panadería y molinería, derivados de café, y bebidas alcohólicas y no alcohólicas, son algunos de los de mayor potencial en los mercados de los tres países.

En manufacturas hay oportunidad con: aparatos eléctricos, artículos del hogar, maquinaria industrial, conductores eléctricos, cosméticos y productos de aseo, extractos, pigmentos y pinturas, muebles, autopartes, envases y empaques, herramientas, llantas y neumáticos, y manufacturas de hierro o acero. Los exportadores de prendas de vestir tienen posibilidad con: calzado, ropa en tela de jean, manufacturas de cuero, ropa de control, ropa interior y vestidos de baño. El sector de servicios tiene potencial con: ingeniería, software y BPO, entre otros.

En cuanto a inversión, el Valle del Cauca ofrece oportunidades para el desarrollo del sector de agroindustria, específicamente en: camaronicultura, cacao, hortofrutícola, forestal y cereales. Asimismo, en manufactura se tiene identificado al sector automotriz como potencial, tanto para el ensamble de vehículos, como para la fabricación de autopartes. De la misma manera, cosméticos y artículos de aseo, materiales de construcción, BPO, software y servicios TI, infraestructura hotelera y turística, y prendas de vestir, son sectores que ofrecen posibilidades para la inversión extranjera.

IV. SECTORES QUE PIERDEN CON EL ACUERDO

El presidente de la Sociedad de Agricultores de Colombia, Rafael Mejía (Pros y contras..., 2008, p.7):

(...) argumenta que para Colombia sólo representa pérdidas comerciales, el incremento en el déficit de la balanza comercial con México hoy de US-\$5.300 millones y el deterioro de la balanza comercial con Chile, hoy superavitaria gracias al petróleo y deficitaria en agricultura. El gobierno se ha vuelto un experto en disfrazar

las cifras para mostrar indicadores positivos cuando la realidad comercial del país es que sólo la extracción minera básica y la agricultura generan resultados positivos a la balanza comercial.

Agrega Mejía (p. 8):

(...) se sienta un precedente perverso para la obtención de mercados internacionales de parte de Colombia en agricultura, pues al hacer y recibir concesiones arancelarias en las que sólo los socios comerciales tendrán beneficios, el país se verá como una nación que no defiende su producción nacional y que está dispuesto a entregarlo todo para lograr la suscripción de un acuerdo.

(...) el gremio ha sentido que el sector agropecuario puede quedar desprotegido frente a productos que son muy fuertes en Chile y en México porque todos los tratados de libre comercio tienen unos sectores que se benefician mucho más que otros, pero argumenta que el sector agropecuario no puede suponer que se siente golpeado con esta alianza sino que por el contrario hay una gran oportunidad con las inversiones que va hacer el gobierno desde el ministerio de agricultura porque en últimas las dificultades con los sectores agropecuarios no parten de la libertad y la apertura en los mercados sino del contrabando.

La nómina de 223 productos que constituye el ámbito de bienes sensibles está compuesta por 179 sub-partidas arancelarias pertenecientes al Sistema Andino de Franjas de Precios y 44 sub-partidas de productos sensibles diversos, entre los que se destacan: los de la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas y sus derivados, franjas de la soya, el aceite crudo de palma y el aceite crudo de soya; los cereales sensibles, franjas del maíz y el arroz; el azúcar y los sustitutos del azúcar, franjas del azúcar crudo y el azúcar blanco; la leche y los derivados lácteos, franja de la leche en polvo; los productos cárnicos, franjas de la carne de cerdo y de los cuartos traseros de pollo; el fríjol como producto de economía campesina, los productos y despojos del cerdo no incluidos en las franjas, los productos como el etanol y las preparaciones alimenticias diversas que son sustitutos de bienes como el azúcar.

De este marco, Colombia cuenta con diez sub-partidas pertenecientes al SAFP que pueden pasar al programa de desgravación de Alianza Pacífico, nueve de ellas en desgravación inmediata; para una, pastas alimenticias, la industria ha solicitado la asignación de un plazo de desgravación más prolongado.

V. OPORTUNIDADES

La Alianza del Pacífico representa un gran potencial de mercado, toda vez que es la octava economía mundial y la séptima potencia exportadora. Según la CEPAL, este bloque económico representa el 36% del PIB de América Latina, concentra el 50% del comercio total de la región y atrae el 41% de la inversión extranjera directa. La integración comercial entre los cuatro países de la Alianza comprende la desgravación del 92% del universo arancelario, y la desgravación gradual del 8% restante en un plazo máximo de diecisiete años. Ese 8% incluye los productos denominados "agrícolas sensibles", como maíz, trigo, banano, café, frijol y papa. El azúcar, producto de gran importancia para la economía regional, fue excluido por solicitud de los países miembro, dadas las grandes distorsiones del mercado internacional de este producto.

El acuerdo comercial y de integración profunda de la Alianza del Pacífico representa una gran oportunidad de crecimiento para las empresas del Valle del Cauca. Igualmente, debido a su dinámica económica y a la diversidad de las economías que la conforman, el acuerdo también constituye un gran desafío para los empresarios de la región.

Cabe resaltar el potencial de crecimiento económico de los países de la Alianza y el gran poder de compra que han adquirido los consumidores, toda vez que su población de clase media ha crecido considerablemente. En la medida en que la clase media se amplía y el ingreso de sus consumidores aumenta, los hábitos de consumo se hacen más exigentes y variados. Por lo tanto, los empresarios deben tener una canasta exportable más diversa y sofisticada, enfocada en los nuevos nichos de mercado que se puedan formar en los mercados de la Alianza.

En efecto, según cifras del Banco mundial, el ingreso diario per cápita de los trabajadores de clase media en Chile (US\$ 33,2) es el mayor entre los países de la alianza. Por su parte, los trabajadores de clase media en Colombia reportan el menor ingreso diario per cápita (US\$ 17,1) en este grupo. Este indicador en México (US\$ 19,9) y Perú (

US\$ 18,1) se aproxima mucho más al registro de Colombia que al de Chile.

En este contexto, en 2013 el consumo per cápita de productos vallecaucanos por parte de los consumidores de México, Perú y Chile fue de apenas US\$ 2,2. En contraste, ese mismo año, este indicador entre los consumidores ecuatorianos fue de US\$ 25.

Las empresas del Valle del Cauca deben explorar las oportunidades que representan las dinámicas economías de Chile y Perú, así como el gran mercado interno de México. Además, deben avanzar en el conocimiento de las plataformas comerciales que pueden desplegarse a partir de los acuerdos comerciales que han firmado los demás miembros de la Alianza, y así lograr la inserción a cadenas productivas articuladas a mercados más complejos y exigentes, como los de algunos países asiáticos.

Respecto del primer punto, los países que conforman la Alianza tienen importantes demandas de productos en los cuales, en promedio, las empresas del Valle del Cauca tienen altos estándares de productividad y cuentan con experiencia exportadora. Por ejemplo, las ventas externas de chicles desde el Valle del Cauca a Perú durante 2012 representaron 76,2% del total de las importaciones de este producto en ese país. De igual forma, en confitería y preparaciones alimenticias de harina, la participación de los productos vallecaucanos en las importaciones peruanas es destacable.

Por el contrario, mientras Perú importó US\$ 294 millones en medicamentos, las empresas del Valle del Cauca exportaron a ese país sólo US\$ 12 millones, es decir, el 4,0% del total. Algo similar ocurrió con las ventas de conductores eléctricos de las empresas vallecaucanas al mercado inca, pues su participación en 2012 fue del 16%.

Por su parte, los registros de importaciones de Chile permiten identificar grandes oportunidades para las empresas del Valle del Cauca. Mientras el valor total de las importaciones chilenas de medicamentos y neumáticos en 2012 fue US\$ 455 millones y US\$ 602 millones, respectivamente, la participación de las empresas del Valle del Cauca fue de apenas 1,0% y 1,2%, respectivamente. En 2012, las empresas del Valle del Cauca tuvieron una participación de 31,7%, 32,8% y 28,1% en el total de importaciones chilenas de azúcar, confitería y envases de vidrio, respectivamente.

Finalmente, en el mercado mexicano las empresas del departamento tienen grandes oportunidades, pues su

participación es reducida en comparación con los mercados de Chile y Perú. Por ejemplo, mientras el valor de las importaciones mexicanas de neumáticos en 2012 fue de US\$ 1.349 millones, el valor de las exportaciones vallecaucanas de estos productos a México fue de US\$ 13 millones, es decir, el 1,0%. Asimismo, las empresas del Departamento tuvieron una participación de apenas 0,2% en el total de las importaciones mexicanas de medicamentos.

VI. CONCLUSIONES

La Alianza del Pacífico representa una gran oportunidad para el Valle del Cauca. El mayor beneficio comercial del acuerdo es el aprovechamiento de la ubicación geoestacionaria del Pacífico y la exploración de nuevos segmentos de negocio.

La generación de empleo y divisas, los flujos de capital hacia adentro y fuera del país, la inversión y el ahorro serán el mayor beneficio económico para la región, seguidos de la creación de comercio y la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio.

Las empresas de la región deben aprovechar las oportunidades comerciales que ofrecen los países de la Alianza del Pacífico, a través de la exploración de nuevos segmentos de mercado, especialmente en Perú y Chile, con el apoyo de Proexport.

Los entes municipales y departamentales del Valle del Cauca deben crear incentivos para atraer inversión, nacional y extranjera, adicional a los beneficios arancelarios, tributarios, cambiarios y de comercio exterior que ya existen.

La Alcaldía de Cali y la Gobernación del Valle del Cauca deben crear programas de innovación y desarrollo tecnológico para las empresas de la región con vocación exportadora.

El Gobierno Nacional, con el fin de facilitar el acceso de las pymes a los beneficios de la Alianza debe crear una agencia para financiar, tanto capital de trabajo, como bienes de capital, con intereses por debajo de los del mercado financiero tradicional, para sus proyectos de exportación dirigidos a los países que conforman la Alianza. Este es el mayor beneficio que se podría ofrecer al Valle del Cauca, desde el sector Gobierno.

El sector privado, el sector público y la academia de la región, deben crear programas para la articulación y puesta

en marcha de proyectos conjuntos de exportación entre empresas de un mismo sector con presencia o con potencial exportador en los países de la alianza del Pacífico.

El beneficio preponderante para las empresas de la región con la puesta en marcha del acuerdo, es la mayor innovación y el mayor desarrollo tecnológico, seguidos de la obtención de ventajas competitivas en costo y diferenciación.

El beneficio social de la Alianza es el acceso a una mayor variedad de la oferta de bienes, con menores precios, y una mejora en la calidad de vida de los habitantes de la región.

Las oportunidades de negocios por desarrollar en Cali y en el Valle del Cauca, como consecuencia de la Alianza del Pacífico, están relacionados con los servicios de consultoría empresarial y de comercio exterior; los servicios logísticos, y los servicios tecnológicos (telecomunicaciones y software).

Según la oferta exportable de Valle del Cauca, productos como aceites y grasas, azúcares y mieles, de panadería y molinería, derivados de café, bebidas alcohólicas y no alcohólicas son algunos de los de mayor potencial en los tres países que conforman la alianza. El Valle del Cauca ofrece oportunidades para el desarrollo de la agroindustria (camarón, cacao, hortofrutícola, forestal y cereales).

Algunos de los beneficios sociales de la Alianza del Pacífico para la región son: la posibilidad de aprovechar intercambios académicos de niveles medio y superior, la libre movilidad de los colombianos (que podrán viajar sin visado a México) y el otorgamiento de becas de pregrado y posgrado a estudiantes y profesores. Adicionalmente, en aspectos económicos, como efecto de la alianza se espera la reducción de la tasa de desempleo en 0,2% y la generación de 44.000 puestos de trabajo.

VII. REFERENCIAS

- Arnaud, G. (1996). *Mercosur, Unión Europea, Cafta y los procesos de integración regional*. Buenos Aires, Argentina: Abeledo Perrot.
- Cárdenas, A. (2013, mayo 23). *Valle del Cauca, región llamada a aprovechar la Alianza Pacífico* [el.pais.com.co]. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/elpais/valle/noticias/valle-cauca-region-llamada-aprovechar-alianza-pacifico>
- Comisión Económica para la América Latina y El Caribe [CEPAL]. (2008). *Clasificaciones estadísticas internacionales incorporadas en el Banco de Datos del Comercio Exterior de América Latina*

Ortega, A. & García, J. (2015).

el Caribe de la CEPAL (Revisión 3) [Cuadernos Estadísticos N° 36]. Santiago de Chile: CEPAL.

Laguardia, J. (2014). *Instrumentos de la política comercial*.

Recuperado de:

<http://www.monografias.com/trabajos97/instrumentos-politica-comercial/instrumentos-politica-comercial.shtml>

Pros y contras de la Alianza Pacífico. (2013). *Poder legislativo*, 19, 6-8.

Timbergen, J. (1954/1968). *Integración económica internacional* [A. Viñas, Trad.]. Barcelona, España: Sagitario.