

ESTUDIO DEL MERCADO DE LA PANELA EN COLOMBIA Y EL MUNDO.

1. IMPORTANCIA SOCIAL Y ECONOMICA DE LA PANELA EN COLOMBIA

La producción de panela es una de las agroindustrias rurales de mayor tradición en Colombia. En contraste a la industria azucarera, la producción de panela se realiza en pequeñas explotaciones campesinas mediante procesos artesanales en los que prevalece una alta intensidad de trabajo familiar y muy bajas tasas de introducción de tecnología.

En el año 2006 la caña panelera contribuyó con el 3.02 % en la participación en el PIB agrícola, <http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector%20Panelero%20Colombiano.pdf>

Figura 1.

Figura 1

Puesto	Cultivo	Valor (millones \$ 1994)	Participación
1	Café	1,165,392	17.42%
2	Frutales	879,241	13.14%
3	Plátano	630,999	9.43%
4	Arroz	596,759	8.92%
5	Flores	511,158	7.64%
6	Hortalizas	495,261	7.40%
7	Papa	414,552	6.20%
8	Banano exportación	337,511	5.04%
9	Caña de azúcar	305,717	4.57%
10	Palma africana	283,705	4.24%
11	Yuca	258,025	3.86%
12	Caña panelera	201,773	3.02%
13	Maíz	187,099	2.80%
	Otros cultivos	423,112	6.32%
	Total cultivos	6,690,302	100.00%

Elaborado con base en Minagricultura, 2007

La panela es producida en economía campesina y se produce en casi todo el país durante todo el año; además, constituye la economía básica de 236 municipios, en doce

departamentos. Trabajan alrededor de 350,000 personas, es decir el 12% de la población rural económicamente activa, siendo así el segundo renglón generador de empleo después del café. En la medida en que es un edulcorante de bajo costo con importantes aportes de minerales y trazas de vitaminas, se presenta un alto consumo principalmente en estratos populares. El consumo de panela representa el 2.18% del gasto en alimento de los colombianos y en algunos departamentos alcanza a representar hasta el 9% del gasto en alimentos en los sectores de bajos ingresos. A nivel mundial los colombianos son los mayores consumidores de panela en el mundo con más de 34.2 Kg./Hab. En esta perspectiva, la producción de panela es considerada la segunda agroindustria rural después del café, gracias al número de establecimientos productivos, el área sembrada y la mano de obra que vincula

La figura 2 muestra la tabla de producción en toneladas de caña y de panela para el año 2010 (FEDEPANELA). Esta muestra que en el año 2010 se produjeron 1,274,733 toneladas de panela en Colombia.

Figura 2

CAÑA PARA PANELA ESTIMADOS 2010							
SI	DEPARTAMENTO	AREA SEMBRADA HA	AREA CONEJADA HA	PRODUCCION TON	RENDIMIENTO TON	PRODUCTORES ENP (Inscritos Nacional Panelera) (00%)	TRAPICHES (INVIMA)
1	Amazonas	108	91	330	3,63		2
2	Antioquia	45.051	37.862	157.093	4,15	2.400	3.102
3	Arauca	1.171	986	3.418	3,47	.8	9
4	Bolívar	1.122	945	7.316	7,74		5
5	Bolívar	17.353	14.549	212.353	14,60	2.382	715
6	Caldas	16.038	13.498	76.274	5,65	3.052	1.383
7	Caqueta	1.672	1.404	8.165	5,82	1.296	193
8	Casanare	259	218	886	4,07		32
9	Cauca	15.881	13.319	64.920	4,87	7.303	3.121
10	Cesar	4.070	3.427	14.968	4,37		160
11	Chicó	2.048	1.724	3.346	1,94		57
12	Córdoba	327	275	1.027	3,74		16
13	Cundinamarca	48.001	40.379	175.904	4,36	8.094	3.598
14	Guaviare						6
15	Guaviare	5.964	4.905	49.109	10,01	2.938	931
16	La Guajira	39	33	198	6,00		
17	Magdalena	n	0	0	0,00		
18	Nariño	2.683	2.257	15.299	6,78		22
19	Nariño	13.184	10.907	73.928	6,78	5.223	446
20	Norte de Santander	11.272	9.484	42.226	4,45	1.043	720
21	Putumayo	2.540	2.117	5.388	2,54		13
22	Quindío	326	274	2.327	8,48		17
23	Risaralda	4.827	4.058	26.901	6,63	1.667	414
24	Santander	22.355	18.783	226.915	12,08	2.308	1.032
25	Sucre	353	297	1.439	4,85		302
26	Tolima	16.335	13.649	71.024	5,20	1.905	1.252
27	Valle del Cauca	7.438	6.256	33.979	5,43	342	335
	TOTALES	240.418	201.695	1.274.733	6,32	39.961	17.883

Fuente: Minagricultura, Fondo de Fomento Panelero, Fedepanela e INVIMA

17,814 trapiches productores de panela se inscribieron oficialmente ante el INVIMA y hacen parte hoy del primer censo oficial del sector panelero del país. Cundinamarca,

Antioquia y Cauca concentran la mayor cantidad de trapiches paneleros (55.4% del total nacional en estos tres departamentos),

Del total de trapiches inscritos, sólo 56 establecimientos realizan exportaciones, estos se encuentran ubicados principalmente en los departamentos de Cundinamarca, Tolima y Huila, Antioquia, lo cual muestra que aunque la panela es un producto de alto consumo en el mercado interno su exportación es muy baja. Respecto a su tamaño, Fedepanela estima que cerca del 83% de las unidades productoras se sitúan en el rango de “pequeñas” (capacidad instalada menor a 100 Kg / hora), 15% en el rango de “medianas” (capacidad instalada menor a 150 a 250 Kg / hora) y tan solo 2% se clasifican como unidades productoras “grandes” (capacidad instalada superior a 250 Kg/ hora), Mini agricultura, 2007

1.1 COSTOS DE PRODUCCION EN COLOMBIA.

Estudios sobre los costos de producción evidencian que la estructura cambia conforme a la zona productora, los rendimientos de la caña y el tipo de tecnología empleada, tradicional ó tecnificada. En Cundinamarca, explotaciones caracterizadas por bajos rendimientos y uso de tecnología tradicional, el 53% de los costos corresponde al cultivo, mientras que el 47% son atribuibles al procesamiento de la panela. Por su parte en la Hoya del Río Suárez, región con rendimientos altos y uso de tecnología mejorada, los mayores costos son de procesamiento, con un 53% del costo total. Tanto en cultivo como en procesamiento, el mayor aporte lo hace el factor trabajo. Por tanto, producir un kilo de panela en Cundinamarca cuesta \$631 y en la Hoya del Río Suárez \$505 pesos colombianos.
<http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector%20Panelero%20Colombiano.pdf>.

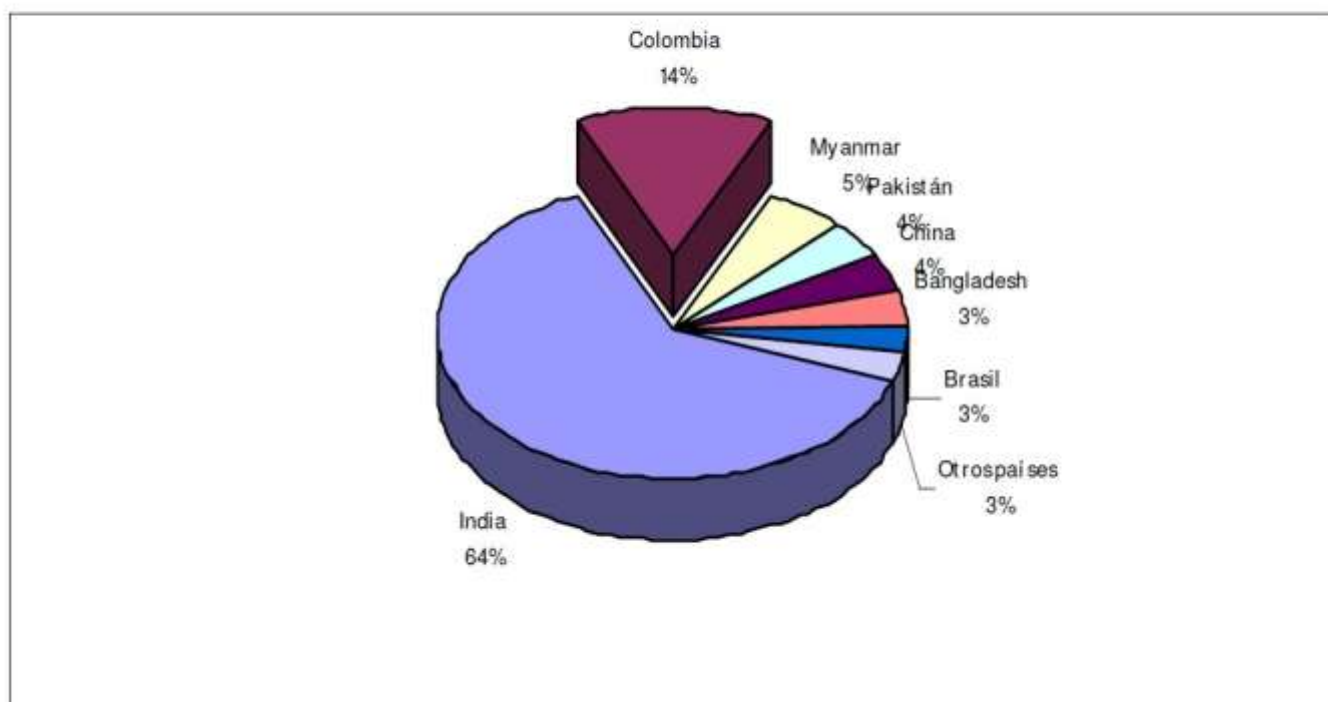
1.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO PANELERO COLOMBIANO http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/ags/publications/AGSF_WD6s.pdf

La producción de panela se destina casi en su totalidad al mercado nacional para su consumo directo. Se estima que de la producción panelera, menos del 1 por ciento se utiliza como insumo en procesos industriales y cerca del 0,4 por ciento se destina a la exportación.

Al considerar los canales de distribución de la panela, se destacan dos entre los más frecuentes: el primero, que corresponde a la zonas planas del Valle del Cauca y de Risaralda, en donde los productores despachan la panela directamente a los supermercados o a las plazas de mercado local para ser vendida al consumidor; y el segundo y más predominante

corresponde al resto de regiones paneleras del país típicas de pequeños y medianos productores, en el que interviene una cadena más larga de agentes comercializadores.

Distribución mundial de la producción de panela (2003)



Elaborado con base en FAO, 2003

FIGURA 3

En este segundo tipo de canal los agentes comercializadores más frecuentes son el acopiador, el mayorista y el minorista o detallista. Como es lógico, se presentan variantes en esta cadena con la intervención de otros intermediarios de diversa escala o, en algunas regiones, de cooperativas de productores.

La producción panelera y sus precios presentan variaciones estacionales y variaciones cíclicas. Figura 4.



FIGURA 4

Las variaciones estacionales en la producción generalmente están asociadas a factores climáticos, de lluvias, y a algunos factores económicos debido a la competitividad en el uso de mano de obra entre la elaboración de panela y otras actividades agrícolas, los cuales afectan los precios en el corto plazo. De esta forma, en los meses de lluvia, normalmente hay una tendencia a realizar las siembras de caña, incrementándose en forma relativa la oferta de panela y disminuyendo los precios.

De otro lado, debido a que el cultivo de la caña panelera coincide muy frecuentemente con las zonas cafeteras, se ha observado que en épocas de cosecha cafetera disminuye el número de molineras por el desplazamiento de trabajadores a la recolección del grano, disminuyendo simultáneamente la oferta de panela y aumentando su precio.

Las variaciones cíclicas de la producción y de los precios son debidas a factores climáticos y a otros de carácter eminentemente económico. Dentro de los factores climáticos el de mayor incidencia es el fenómeno del Niño el cual provoca con periodicidad irregular la presencia de años muy secos, con baja producción de caña y altos precios, y de años muy lluviosos, con alta producción y bajos precios.

La incidencia de los factores económicos resultan más complejos en su explicación. Ante todo, se debe considerar que la panela y el azúcar son bienes competitivos o sustitutos tanto en la producción como en el consumo, por provenir de la misma especie vegetal (caña) y por ser ambos edulcorantes de uso cotidiano. Estas características hacen que el comportamiento de la oferta y el mercado azucarero tengan una incidencia directa sobre la producción y los precios de la panela.

La estructura de la industria azucarera está basada en el uso intensivo del capital, en tanto que la panelera hace un uso intensivo del trabajo. El azúcar es producido con tecnología sofisticada que permite obtener rendimientos de caña y azúcar que triplican los equivalentes en el caso panelero. La producción azucarera se destina en gran parte a la exportación y por tanto sus precios están influidos por las condiciones del mercado internacional. De otro lado, el mercado mundial del azúcar, establece cuotas a los diferentes países proveedores.

De esta forma, ante una disminución de la cuota de exportación o una disminución en los precios internacionales del azúcar los productores nacionales tienen que destinar el azúcar al mercado interno, provocando una caída en los precios. Ante unos precios relativamente más altos de la panela, se vuelve atractivo destinar la caña a la producción de panela o convertir el azúcar en panela. Esta situación provoca entonces un exceso de oferta panelera y por tanto una caída de su precio, con graves efectos especialmente sobre los productores menos eficientes, quienes, al mantenerse esta situación durante un período largo, no logran competir en costos y se ven avocados a salir del mercado. En forma contraria, cuando las condiciones del mercado azucarero internacional mejoran, los cañicultores de las zonas planas destinan su producción a los ingenios y se provoca una disminución en la oferta panelera y un incremento en los precios de la panela.

La caída de precios de la panela a niveles poco rentables ocasiona un desestimulo a la siembra de nuevas áreas de cultivo y/o que los cultivos de caña para panela no sean mantenidos en forma adecuada, provocando la disminución del rendimiento y de la producción. La oferta de panela decrece entonces hasta un nivel en que los precios reaccionan y hace nuevamente atractiva la siembra y el mantenimiento adecuado de los cañaverales, iniciándose así un nuevo ciclo de producción y de precios. Estos ciclos alternos tienen una duración bastante irregular pues su comportamiento está influido tanto por los factores del mercado azucarero como por los propios del mercado panelero.

La correlación directa de los precios del azúcar y la panela hacen que las políticas que se dicten en materia azucarera y los controles de precios en este producto tengan un impacto en la producción panelera.

De otra parte, el mercado de la panela se desarrolla a través de un sinnúmero de intermediarios, lo que genera una gran dispersión e ineficiencia y costos adicionales de transacción a favor de los mayoristas que abastecen los mercados urbanos en detrimento del precio.

1.3 PRECIOS DE LA PANELA EN COLOMBIA

El mercado de la panela se despliega a través de múltiples intermediaciones que configuran un sistema comercial disperso y de poca eficiencia. En este sistema, entre más distancia se toma del espacio local hacia los mercados regionales y al mercado nacional, la captura de rentas se hace muy importante concentrándose en los grandes mayoristas que abastecen los mercados urbanos. Esto sucede a pesar de que en ese recorrido es muy escasa la agregación de valor al producto. La diferencia entre los precios pagados al productor y al consumidor de panela, en el lapso enero 1991 a julio de 2004, ha sido en promedio de un 102% con una tendencia ascendente en todo el período. En julio de 2003 esta diferencia fue del 118% y a julio de 2004 fue de 132%. (Fedepanela, oct. 20011).

Los precios de la panela en el mercado nacional presentan un marcado patrón estacional, figura 4 desde enero de cada año los precios al productor y al consumidor, ascienden aceleradamente hasta mayo y a partir de ese mes comienzan a descender, con una leve recuperación en noviembre y enero, meses desde los cuales comienza nuevamente el comportamiento estacional. Podemos entonces inferir que existen dos momentos en los precios al productor en Colombia durante un año: entre enero y julio los precios son altos (se encuentran por encima de su media), y desde agosto hasta diciembre los precios se deprimen (y se encuentran por debajo de su media).

No obstante, existen diferencias que tienen que ver con los gustos del consumidor, las formas de presentación, la calidad y el peso, entre otras, que hacen muy poco homogénea la curva de precios. Igualmente, existe un comportamiento cíclico en los precios de panela que obedece al período vegetativo de la caña panelera pero también al efecto sustitución entre panela y azúcar. La figura 5 muestra los precios promedios de la panela hasta 2012 e indica que la tendencia del precio de la panela está subiendo.

2- CONTEXTO MUNDIAL

Según cifras de la FAO, 26 países en el mundo producen panela (aproximadamente 11,000 toneladas por año) y Colombia es el segundo productor después de la India, con un volumen que representa el 12.1% de la producción mundial en 2003, Figura 3. Sin embargo, en términos de consumo por habitante, Colombia ocupa el primer lugar con un consumo de 34.2 Kg de panela por habitante al año, cifra que supera de lejos al promedio mundial de 2 Kg./Hab

y del mayor productor mundial, la India, cuyo consumo fue de 7.9 Kg./Hab. El comercio internacional de panela es muy poco y casi toda la oferta se dirige al mercado interno.

2.1 MICROECONOMIA DE LA PANELA Y EL AZUCAR

La panela y el azúcar se consideran bienes sustitutos en la medida en que ambos son edulcorantes de uso diario, lo que conlleva a que el comportamiento del precio de uno incida de manera directa sobre el otro.

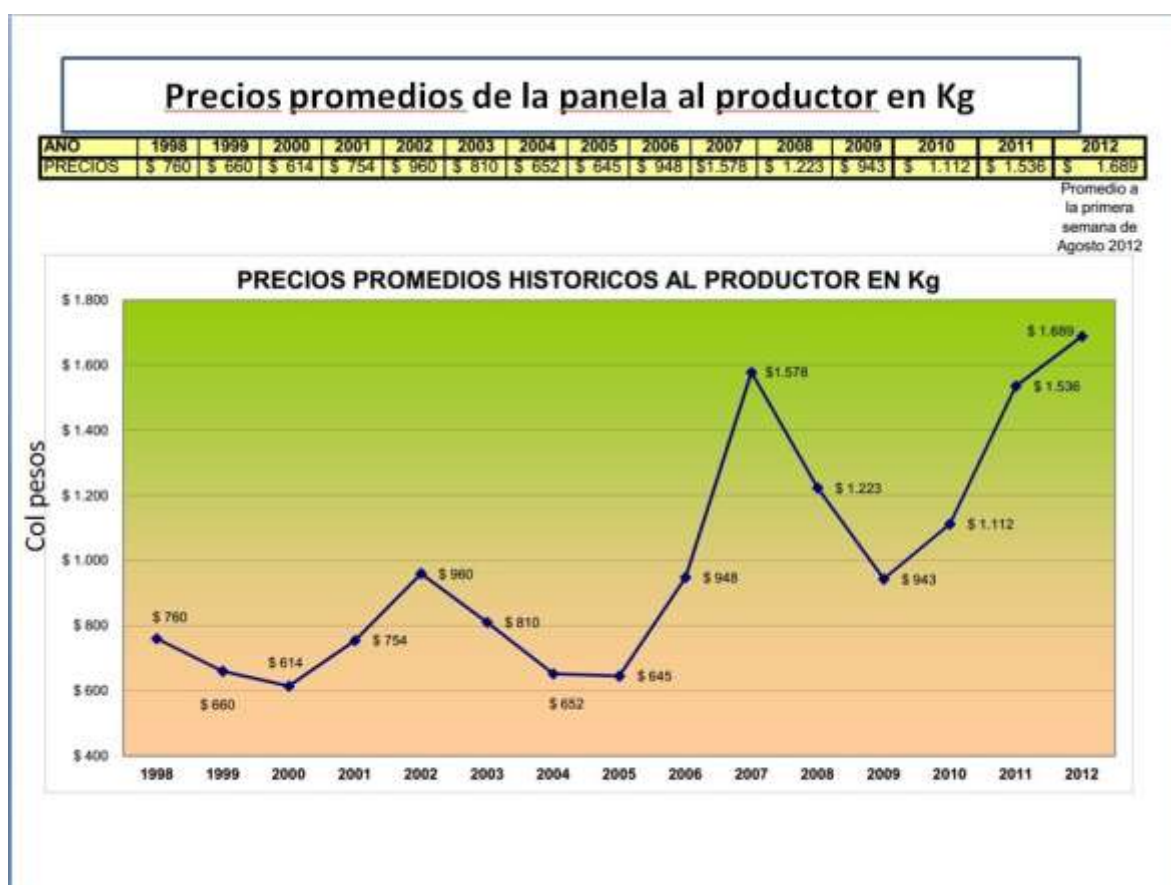


FIGURA 5

En el periodo comprendido entre junio de 1999 y diciembre del 2005 el coeficiente de correlación del IPP de la panela y del azúcar indica que un 62.96% de las variaciones en el precio de la panela obedecen a cambios en el precio del azúcar. Adicionalmente, diferentes estudios realizados por el Observatorio Agrocaldas, Fedesarrollo y Asocaña con series de tiempo, demostraron que existe una sustitución estadísticamente significativa entre el

consumo de azúcar y panela en el mercado interno. Normalmente los precios del azúcar se ubican por encima de los de la panela. Sin embargo, en algunas coyunturas el precio de la panela se acerca o incluso, sobrepasa el del azúcar, coyunturas en las cuales se hace atractivo derretir azúcar o emplear mieles en la elaboración de panela fraudulenta. <http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector%20Panelero%20Colombiano.pdf>

2.2 EL MERCADO INTERNACIONAL DEL AZUCAR PRINCIPAL COMPETIDOR DE LA PANELA.

http://www.terrafair.org/fileadmin/user_upload/terrafair/Projekte-Anlaesse/Lehrmittel/fairtrade_layout_frz_sucrer.pdf

En el mundo hay más de 100 países productores de azúcar. Cuatro productores, sin embargo, cubren más del 50% de la producción de azúcar, a saber, Brasil, India, China y la UE. Estos cuatro productores son también los mayores consumidores. Figura 6.



FIGURA 6

La producción mundial de azúcar para el período 2011/2012, se proyecta en 168.5 millones de toneladas métricas (TM), valor crudo, lo que representa un crecimiento de 4.7% (7.5 millones de TM), respecto a la producción estimada del período 2010/11; mientras el consumo se proyectó por 162.2 millones de TM, superior en 1.7% (2.6 millones TM), al registrado el período anterior. Brasil, China e India, concentran aproximadamente el 50% de la producción

mundial. Se proyectan las mayores tasas de crecimiento de producción de azúcar en China, India y Rusia,

El azúcar se extrae de la caña de azúcar o de la remolacha azucarera. El azúcar tiene esta característica, ya que se produce tanto en los países desarrollados que en los emergentes. Se diferencia en este respecto de otros alimentos tales como cacao o café. La estructura del precio del azúcar varía en función de los países de producción (remolacha azucarera en el norte de la caña de azúcar en el sur) y el modo de producción.

En los países industrializados y en países en desarrollo, aproximadamente el 80% de la producción de azúcar se utiliza en la preparación de productos acabados y por lo tanto no es directamente diseñado como tal para el consumidor. El azúcar se utiliza especialmente en la fabricación de productos alimenticios, tales como en las panaderías, industria dulces y durante el procesamiento de frutas y verduras, para endulzar y conservación. La industria farmacéutica y de bebida también utiliza azúcar como materia prima. La remolacha azucarera pertenece a la familia de Amaranthaceae. Nació a finales de Siglo 18 a partir de la remolacha. Es una planta exigente que tiene un tiempo de vegetación de 26 a 30 semanas. Se siembra a finales de marzo / principios de abril y se cosecha generalmente en noviembre.

Para asegurar un alto rendimiento, la remolacha requiere temperaturas medias, mucha luz y agua, así como fertilización e irrigación. Es necesario proporcionar importantes entradas de nutrientes para la fertilización. Los cultivos de remolacha azucarera sólo es posible en las regiones templadas: Europa Central (por ex. Suiza, Francia, Bélgica, Italia), Estados Unidos, Canadá y Asia. En la cosecha, las remolachas son lavadas y limpiadas de arena y piedras, luego se corta en tiras delgadas se extra luego un jugo crudo con agua hirviendo. Este jugo se filtra y se espesa después por evaporación. La cristalización del jugo extraído dará el azúcar. La pulpa es prensada de nuevo y transformada en gránulos, La melaza producida se utiliza también como comida para los animales o en la industria alimentaria farmacéutica.

2.3 EL CONSUMO MUNDIAL

El fuerte crecimiento en el consumo de azúcar desde los años 60 se debió al significativo crecimiento mundial de la población y el fuerte aumento en el nivel de vida en países en desarrollo y de reciente industrialización. . Entre 1998 y 2008, el consumo de azúcar en China aumentó en un 90%, y el de la India 45%. .En 2006, el consumo mundial de azúcar fue de 20

kilos por persona al año. En comparación, cada habitante de Suiza consume 42,3 kilos. En la UE el consumo llegó a 36,1 kilos, América del Norte 29,6 kilos en Estados Unidos 44,7, en Latín América 14, kilos en Asia 14,4 y África 14,4 kilos. Figura 7.

FIGURA 7



http://www.terrafair.org/fileadmin/user_upload/terrafair/Projekte-Anlaesse/Lehrmittel/fairtrade_layout_frz_sucre.pdf

2.4 PRODUCCION MUNDIAL DE AZUCAR.

El consumo de azúcar es cada vez mayor en el mundo. En 2008, fue de 160 millones de toneladas. El azúcar extraído de la remolacha azucarera tiende a disminuir, a diferencia de la producida a partir de caña de azúcar. En 2008, la Unión Europea sólo produjo 12 millones de toneladas de azúcar. Esto es un 34% menos que en 2004. La Unión Europea no se ha beneficiado del crecimiento de la demanda e incluso ha disminuido las superficies de cultivo. Brasil, en cambio, ha duplicado su producción en los últimos 5 años se convirtió en un exportador de la caña de azúcar barata.

2.5 PRODUCCION SUIZA

Es la Confederación que regula la política azucarera federal de Suiza, controla la producción, importación y exportación, así como el suministro a la población en tiempos de crisis. En Suiza, el azúcar se produce exclusivamente a partir de la remolacha. Los agricultores suizos producen actualmente casi el 85% de la demanda de los suizos. El resto se importa, principalmente de la Unión Europea (en primer lugar, Alemania). Las siguientes listas muestran las cantidades de azúcar en toneladas importada en Suiza por país y los productos que Suiza importó. En la actualidad esta cifra está en aumento.

Suisse (quantités produites dans les sucreries)	250'857 tonnes
Allemagne	110'232 tonnes
Brésil	84'356 tonnes
France	37'199 tonnes
Italie	18'211 tonnes
Guatemala	9'257 tonnes
Costa Rica	7'790 tonnes
Belgique/Luxembourg	3'204 tonnes
Ile Maurice	2'731 tonnes
Algérie	1'800 tonnes
Grande Bretagne	1'533 tonnes
Divers	37'416 tonnes
Total (2007)	313'729 tonnes

En 2007, la Suisse a importé les produits suivants:

Sucre brut de canne à sucre	7'542 tonnes
Sucre brut de betterave	17 tonnes
Sucre de canne et de betterave additionné d'arômes ou de colorants	194 tonnes
Sucre candi	166 tonnes
Sucre de canne et de betterave ainsi que saccharose chimiquement pure	305'451 tonnes
Total	313'370 tonnes

*Sucreries Aarberg + Frauenfeld AG, 2008 et
Administration fédérale des douanes AFD, 2008*

2.6 LA REGULACION EUROPEA DEL MERCADO DEL AZUCAR.

El mercado del azúcar es, al igual que muchos otros mercados de materias primas agrícolas, un mercado altamente competitivo a nivel internacional. Los jugadores dominantes en este mercado han sido durante mucho tiempo la Unión Europea y los Estados Unidos. La liberalización se implementó gradualmente en el marco de varias rondas de negociaciones del GATT / OMC. En 1968, la UE presentó su primera regulación del mercado del azúcar. Era un conjunto de derechos de aduana, subvenciones para proteger los puestos de trabajo local y tendiente a limitar la dependencia de productores extranjeros. Los cultivos para la

exportación se hicieron atractivos por las subvenciones y la importación estaba con impuestos muy altos. Es por eso que la unión europea de importadora pasó a exportadora.

En 2003, Brasil, Australia y Tailandia protestaron contra las disposiciones de la UE a las importaciones y sobre todo contra los altos aranceles, y se quejaron ante la OMC en Ginebra. La denuncia fue aceptada y por reglamentos tuvo que ser modificada.

La normativa vigente es válida desde 2006/2007 y permanecerá en vigor hasta 2014/2015. La UE se vio obligada limitar sus exportaciones de azúcar a 1,4 millones de toneladas por año. Además, la importación se ha liberalizado para los exportadores más pobres a fin de apoyar su desarrollo. Esto condujo a una disminución de 39% de la producción anual de la Unión Europea hasta 2007/2008 de 20 millones a 12 millones de toneladas. A partir de 2013, las subvenciones a la exportación están prohibidas en todo el mundo. Hasta esta fecha, los agricultores de la Unión Europea tendrán que conformarse con menos dinero. En los próximos años se verán las consecuencias de estos cambios en el mercado mundial sobre todo del azúcar. Se trata en todo caso de una nueva era en el comercio internacional del azúcar.

2.7 PRECIOS EN UE Y SUIZA

Los costos de producción de azúcar en la UE son muy altos. En 2006, una tonelada de azúcar fue de 1.200 euros en Alemania, 120 euros en Brasil, 180 euros en África. En el mercado mundial la tonelada se cotizaba en torno a 300 euros. A pesar de un precio subvencionado alto (agricultores recibieron subvenciones financieras de la Unión Europea), la UE produjo más que lo que consumía. La exportación también ha contado con el apoyo financiero. La Unión Europea también subvenciona las exportaciones a la cantidad máxima permitida, 1.4 millones de toneladas. Por encima de esta cantidad, el azúcar debe ser vendidas a precios de mercado mundial, en lugar de los altos precios vigentes en la UE.

En 2006/2007, la liberalización cambio fundamentalmente la práctica y las cantidades producidas se redujeron drásticamente. La situación cambio también en Suiza. Desde la entrada en vigor de las modificaciones de la regulación europea del mercado del azúcar y de los acuerdos de libre comercio agrícola con la Unión Europea, la producción nacional ya no puede ser protegida, que por derechos de importación

En junio de 2007, el Departamento Federal de Economía (DFE) aumentó en CHF 3 el arancel aplicado al azúcar, con 30 CHF por 100 kilos. El descenso de los precios en el mercado mundial y los precios estables en la UE han dado lugar a la necesidad de adaptación, de modo que el precio del azúcar que entra en la composición de los productos transformados cubiertos por el Protocolo n° 2 se mantiene en el mismo nivel en la UE y Suiza.

3. TLC COLOMBIA SUIZA (PROEXPORT 2012)

Los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio AELC (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein) no hacen parte de la Unión Europea, pero establecieron su propia área de libre comercio en 1960.

El Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC (EFTA), se suscribió el 25 de noviembre de 2008 y fue aprobado mediante Ley 1372 del 7 de enero de 2010.

El primero de julio de 2011 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y dos de los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio –AELC- o EFTA, Suiza y Liechtenstein. Si bien la negociación se desarrolló en conjunto con los cuatro Estados miembros de la AELC (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia), la puesta en marcha del Tratado exige la ratificación por parte del Parlamento de cada país. Esta condición ha generado avances diferentes en cada país. Suiza ratificó el tratado el 29 de octubre y Liechtenstein el 26 de noviembre de 2009, y Noruega e Islandia aún no han comenzado el procedimiento, por lo que para esos dos países el Acuerdo entrará en vigor después de que se notifique a Colombia la culminación del proceso de ratificación.

La AELC tiene tratados de libre comercio con 21 naciones, incluidos México y Chile, y pretende iniciar negociaciones con el Consejo para la Cooperación del Golfo (Bahrein, Kuwait, Omán, Qatar, Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos), India, Indonesia, Tailandia, Malasia, Canadá, Colombia y Perú, tan pronto como sea posible. Este TLC tendrá mayor profundidad que los actuales acuerdos de la OMC y resultará en la imposición de un nivel todavía mayor de liberalización económica.

¿Qué obtuvo Colombia en materia agrícola?. En el caso de bienes agrícolas las exportaciones colombianas de banano, café en grano y procesado, gelatinas, quesos, jugos tropicales, algunos productos de panadería y galletería, algunas preparaciones de frutas y hortalizas, cigarrillos y tabaco, entre otros tendrán acceso libre inmediato al mercado de Suiza. Complementariamente nuestras exportaciones de productos agroindustriales, tales como productos de confitería, chocolatería, algunas preparaciones de frutas y hortalizas, algunos productos de panadería y galletería, tendrán concesiones parciales del componente industrial del arancel. **Y finalmente se preserva el Sistema Generalizado de Preferencias (preferencias arancelarias unilaterales) vigente para el azúcar y el alcohol etílico sin desnaturalizar.**

Por su parte, las concesiones de Colombia en materia agrícola son limitadas para los Estados de la AELC, preservan mecanismos como el del Sistema de Franjas de Precios y se excluyeron del programa de desgravación de los productos más sensibles.

La importancia de tener un acuerdo comercial con estos países se basa principalmente en el hecho de que sus economías ocupan un lugar destacado, tanto en materia de flujos de comercio e inversión, como en indicadores macroeconómicos y de productividad, pues representan un PIB superior a los USD 600 mil millones, y su población supera los 13 millones de habitantes, de los cuales 7,8 millones son suizos, destacó.

Al hacer un balance del comercio bilateral, el Ministro señaló que este ascendió a USD 1.415 millones en 2011, en tanto que la balanza comercial ha sido favorable para nuestro país en los últimos seis años. Con respecto a 2011, entre enero y julio las exportaciones colombianas no mineras (sin café) a ese destino, mostraron un crecimiento de 37% frente al mismo periodo del año anterior, pasando de USD 10 millones a USD 13 millones.

Este comportamiento se atribuye principalmente a las ventas de manufacturas, que pasaron de USD 2,8 millones a US\$8,6 millones entre un año y otro, correspondiendo las mayores variaciones a productos farmacéuticos, telecomunicaciones y herramientas.

Otro de los sectores que presentó una dinámica importante durante el periodo evaluado fue prendas de vestir, ya que las exportaciones aumentaron 38% al ubicarse en USD 703 mil 700 frente a USD 509 mil 800 en enero y julio de 2011.

Dicho crecimiento se debe principalmente al desempeño de las exportaciones de confecciones, las cuales aumentaron 48%, con amplia participación de suéteres, pullovers y similares de fibras sintéticas, lo mismo que de pantalones de punto de fibras sintéticas para hombre.

Por su parte, otros rubros que registraron variaciones positivas dentro del sector fueron orfebrería, con participación del 10% y un crecimiento de más de 17 veces; y manufacturas de cuero, con participación de 8% y crecimiento de 7%.

En términos generales, durante los primeros siete meses del año en curso, 55 empresas colombianas lograron poner sus productos en el mercado suizo por montos superiores a USD 10 mil, de las cuales 22 pertenecen a agroindustria, 16 a manufacturas y 12 a prendas de vestir.

Al hacer este balance, el Ministro Díaz-Granados también destacó la dinámica observada en materia de inversión, ya que durante 2011 el país europeo inyectó capital en Colombia por valor de USD 107,1 millones para un incremento de 125,4% frente al año anterior, siendo los mayores receptores, sectores como inmobiliario, comercio y transporte. Por su parte, la inversión colombiana en Suiza se acercó a USD 270 millones en igual lapso.

Por último, subrayó que el turismo también muestra cifras en ascenso, toda vez que el año pasado llegaron a Colombia 11.512 visitantes procedentes de Suiza, en tanto que 5.077 colombianos hicieron lo propio a ese destino en Europa.

(CHE) Edición: Lucy Samper, OFICINA DE COMUNICACIONES

<http://www.alianzaexportaciones.com/productos/panela-pulverizada/>

Qué logros adicionales se obtuvieron en la negociación?

El Tratado con los países de la AELC, (Asociación Europea de libre Comercio) y por lo tanto el que entrará a regir con Suiza, reconoce las diferencias en los niveles de desarrollo y el tamaño de las economías de los sus Estados y Colombia, así como la importancia de crear oportunidades para el desarrollo económico. Los objetivos propuestos por el Tratado se enmarcan bajo el precepto que el comercio entre los países genera bienestar mutuo. De esta manera, el instrumento propende por el desarrollo integral, la protección del medio ambiente y de los derechos de los trabajadores, y la superación de la pobreza, entre otros objetivos. **En**

este contexto, el Tratado amplía el espectro de la integración de lo netamente económico a temas como el desarrollo sostenible y el bienestar colectivo de los ciudadanos de ambas naciones

Cuál otro logro hubo en esta materia?

En el contexto de las negociaciones se consiguió que Colombia fuese considerado nuevamente como país prioritario de cooperación por parte de la SECO (Secretaría de Estado Suizo para asuntos económicos) Suiza decidió limitar su cooperación bilateral y reducir de 12 a 7 los países prioritarios de cooperación (Egipto, Ghana, Indonesia, Perú, Sudáfrica y Vietnam son los demás países).

Esta es una excelente noticia para Colombia, ya que nuestro país nuevamente es parte de los programas de cooperación de **SECO**, los cuales estarán enfocados a aumentar la competitividad y la diversificación del comercio de los países en desarrollo, movilizar las inversiones domésticas y extranjeras, mejorar la infraestructura básica y favorecer la estabilidad de las condiciones económicas. (PROEXPORT 2012)

3.1 Los TLC abren las puertas al sector panelero colombiano

<http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/los-tlc-abren-puertas-sector-panelero-colombiano/160301>

La panela puede ingresar, con cero aranceles a Estados Unidos, Canadá, Suiza y próximamente a la Unión Europea.

El viceministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Ricardo Sánchez, dice que es vital que el sector inicie un proceso de asociatividad y reconversión de su infraestructura para la producción.

El viceministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Ricardo Sánchez, formuló hoy un llamado a los productores de panela para que adelanten la reconversión de su estructura productiva y aprovechen los TLC para ampliar mercados.

“El sector panelero colombiano es uno al que se le abren oportunidades para el ingreso de su producto a los mercados internacionales”, señaló el viceministro en el XVI Congreso Nacional Panelero que se realizó en la capital del país.

Al mercado de los Estados Unidos, tradicionalmente destino de las exportaciones colombianas de panela, el alimento puede ingresar con cero aranceles a través del contingente OMCX conformado por 25 mil toneladas que se comparten con el azúcar.

Una segunda opción es la utilización del contingente de 50 mil toneladas logrado en la negociación del TLC, también compartido con azúcar.

Con Canadá, la panela puede ingresar libre de arancel sin ningún tipo de límite en términos de cantidad. Una vez entre en vigencia el tratado suscrito con la Unión Europea, la panela también podrá ingresar libre de arancel a ese importante mercado participando en un contingente de 62.000 toneladas compartidas con el azúcar, las que se incrementarán anualmente en 1.800 toneladas.

El funcionario hizo un llamado respetuoso a los productores paneleros para que aprovechen las oportunidades comerciales que los tratados negociados abren para su actividad, convirtiendo este canal de comercialización en uno que les permita colocar el producto en el exterior, profundizando una opción comercial hasta el momento ha sido desaprovechada.

“La agroindustria panelera, es una de las principales actividades agrícolas de la economía nacional, por la generación de empleo e ingresos para los agricultores, procesadores y demás eslabones vinculados a esta Cadena Productiva, por la superficie dedicada al cultivo de la caña, por el número de establecimientos productivos que agrega y por su indiscutido arraigo dentro de la dieta de los Colombianos, aspecto por supuesto que queremos afianzar y potenciar, por el bien de las miles de familias que derivan su ingreso de este renglón productivo”, agregó el vice de la cartera agropecuaria.