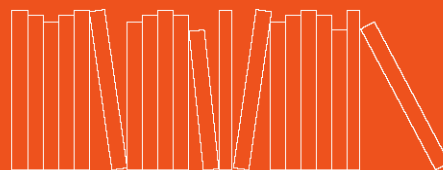


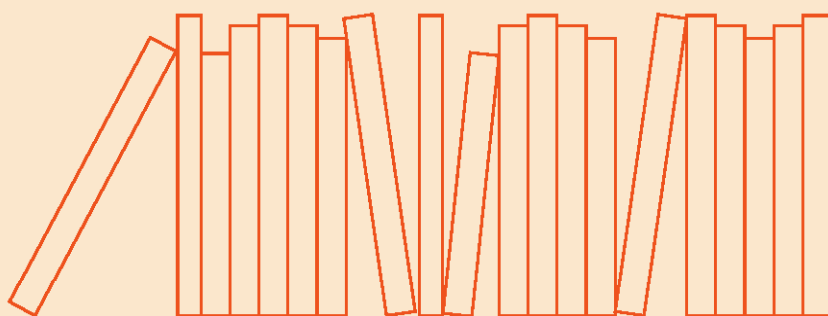
Comisión Económica para América Latina y el Caribe

**SEDE SUBREGIONAL EN MÉXICO**



# **El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) y sus implicaciones para Centroamérica en materia textil-confección**

Martha Cordero



NACIONES UNIDAS

CEPAL





NACIONES UNIDAS

CEPAL

SEDE SUBREGIONAL EN MÉXICO

---

# **El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) y sus implicaciones para Centroamérica en materia textil-confección**

Martha Cordero

Este documento fue preparado por Martha Cordero, funcionaria de la Unidad de Comercio Internacional e Industria (UCII) de la Sede Subregional de la CEPAL en México, bajo la supervisión de Jorge Mario Martínez Piva, Jefe de dicha Unidad.

Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial formal, son de exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

---

LC/MEX/L.1217

Copyright © 2016, Naciones Unidas. Todos los derechos reservados

Impreso en Naciones Unidas • Ciudad de México • Septiembre de 2016 • 2016-023

---

## ÍNDICE

Resumen .....	9
Abstract .....	9
Introducción .....	11
I. El TPP y sus implicaciones para la competitividad en el mercado estadounidense.....	13
A. Aspectos generales del TPP.....	13
B. El comercio en el mercado estadounidense.....	17
C. Comercio de textiles y confección en el mercado estadounidense.....	24
II. Negociaciones sobre textiles y confección en el TPP y sus alcances para Viet Nam en el mercado estadounidense.....	31
A. Negociaciones sobre textiles y confección en el TPP .....	31
B. Negociaciones de apertura de los Estados Unidos para los bienes de confección.....	37
III. Análisis de competitividad de Viet Nam en el mercado de los Estados Unidos: Implicaciones para las exportaciones de textil y confección centroamericanas.....	41
A. El comercio centroamericano de textiles y confección .....	41
B. Implicaciones del TPP .....	44
C. Análisis de competitividad exportadora .....	49
IV. Conclusiones .....	61
Bibliografía .....	67
Anexo I Estados Unidos: Arancel promedio ad-valórem para las prendas y complementos de vestir de punto (capítulo 61) y no de punto (capítulo 62).....	69

### Cuadros

Cuadro 1	TPP: Tratados de libre comercio existentes e índice de intensidad de comercio bilateral entre los países miembros, 2015 .....	15
Cuadro 2	Estados Unidos: Cuotas de mercado de los países del TPP en los sectores de mayor participación, 2015 .....	19
Cuadro 3	Estados Unidos: Aranceles aplicados a los países del TPP en los sectores de mayor participación, circa 2014.....	23
Cuadro 4	Estados Unidos: Aranceles aplicados a los países del TPP, textiles y confección, 2014.....	27
Cuadro 5	Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica: Resumen de las reglas de origen específicas por capítulo para textiles y confección.....	33
Cuadro 6	Productos textiles sensibles: Principales exportadores mundiales, 2014.....	35
Cuadro 7	Estados Unidos: Plazos de desgravación para los bienes de confección (capítulos 61 a 63) establecidos en el TPP.....	38

Cuadro 8	Estados Unidos: principales importaciones de artículos de confección desde Centroamérica y su relación con las importaciones desde Viet Nam, 2015 .....	43
Cuadro 9	Viet Nam y países seleccionados de Centroamérica: Principal proveedor de textiles, 2014 .....	46
Cuadro 10	Viet Nam y países seleccionados de Centroamérica: Principal proveedor de textiles considerados sensibles, 2014 .....	47
Cuadro 11	Centroamérica y Viet Nam: Cambios en la participación de producto y de mercado en los 10 principales productos de exportación centroamericanos, 2006 y 2015 .....	54
Cuadro 12	Centroamérica y Viet Nam: Cambios en el valor unitario de los diez principales productos de exportación centroamericanos, 2006 y 2015 .....	57
 <b>Diagramas</b>		
Diagrama 1	Matriz de competitividad exportadora .....	50
 <b>Gráficos</b>		
Gráfico 1	TPP: Exportaciones a los Estados Unidos, China y mercados regionales, 2015 .....	17
Gráfico 2	Estados Unidos: Cuota de mercado en el mercado estadounidense, 2006 y 2015.....	18
Gráfico 3	Estados Unidos: Importaciones de textiles y confección de los países del TPP y tasas de crecimiento, 2006-2015.....	24
Gráfico 4	Estados Unidos: Cuota de mercado de los países del TPP en las importaciones de textiles y confección, 2006 y 2015 .....	25
Gráfico 5	Estados Unidos: Exportaciones de bienes textiles (capítulos 50 al 60) a principales destinos, 2006 y 2015 .....	28
Gráfico 6	Estados Unidos: Programa de desgravación arancelaria a los productos de confección (61-63 SA).....	39
Gráfico 7	Estados Unidos: Programa de desgravación arancelaria a los productos de confección de Viet Nam (61-63 SA) .....	39
Gráfico 8	Estados Unidos: Programa de desgravación arancelaria para Viet Nam en los principales productos de confección centroamericanos de acuerdo con el TPP .....	45
Gráfico 9	Centroamérica: Importaciones de insumos textiles (capítulos 50-60 SA) desde los Estados Unidos y China, 2005-2016 .....	48
Gráfico 10	Estados Unidos: Comercio de textiles y confección con Centroamérica y Viet Nam, 2006-2015 .....	48
Gráfico 11	Centroamérica y Viet Nam: Matriz de competitividad para los diez principales productos de exportación de confección centroamericanos, 2006-2015 .....	51

**Mapas**

Mapa 1	Estados miembros del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP).....	14
--------	--	----

**Recuadros**

Recuadro 1	Importancia y evolución de las exportaciones de confección de Haití, México y la República Dominicana.....	29
------------	--	----





## RESUMEN

En este trabajo se analizan las potenciales consecuencias en materia de acceso a mercados que la puesta en marcha del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) traería para los países centroamericanos en uno de sus principales sectores de exportación: el textil y confección.

El documento parte de un análisis de los aspectos generales del Acuerdo y del comercio entre los 12 países firmantes y muestra que su comercio se concentra en los Estados Unidos, principalmente en 14 sectores de exportación (entre ellos, el de confección) y que Viet Nam ha sido el país más dinámico dentro del mercado estadounidense.

Posteriormente, se identifican y analizan las principales estipulaciones jurídicas del TPP en materia de comercio de textiles y confección y se comparan con lo acordado por los Estados Unidos en otros tratados, principalmente el DR-CAFTA. En el documento se evidencia la similitud en los convenios, y se muestra que Viet Nam tendrá una reducción del 50% en sus aranceles aplicados al sector confección en el primer día en que entre en vigor el Acuerdo.

Finalmente, se analizan los acuerdos alcanzados y la desgravación arancelaria que darían los Estados Unidos a Viet Nam, teniendo como referencia los principales productos de exportación centroamericanos en materia textil-confección. Mediante este ejercicio, el documento muestra la similitud exportadora de Centroamérica con Viet Nam, su concentración de mercado y productos, la mayor competitividad de Viet Nam frente a Centroamérica, así como las implicaciones que tendría la aplicación del acuerdo en cada uno de sus principales productos de exportación de confección.

## ABSTRACT

This document analyses the possible market access outcomes that the Trans-Pacific Partnership (TPP) could induce in the textile and apparel sector, one of the most important goods exports for Central America.

The document begins with an analysis of the key aspects of the Agreement as well as the current trade patterns among the 12 signatory countries. The examination highlights trade concentration in the United States market in 14 export sectors (one of them the textile and apparel). It also makes evident Viet Nam's dynamism in the United States market.

Afterwards, the document contains a study on the main TPP's provisions for the textile and apparel sector. They are then compared against others agreements signed by the United States, especially the DR-CAFTA. The document makes evident the similarity between the different agreements. It also shows that Viet Nam would reduce its apparel goods tariffs by 50% on the day of the entry into force of the Partnership.

Finally, a study of the United States tariff elimination schedule with Viet Nam is conducted in order to visualize the effects on each of the main apparel goods exports of Central America. This study also shows the export similarity and concentration of markets and products between Central America and Viet Nam, as well as the larger export competitiveness of the latter.



## INTRODUCCIÓN

Los Estados Unidos, el mayor mercado de importación mundial y principal destino de las exportaciones centroamericanas, dieron inicio, en 2008, a un proyecto para la creación de un Área de Libre Comercio del Asia Pacífico, bajo la firma de un acuerdo comercial. Ese mismo año, 12 países de la Cuenca del Pacífico: Australia, Brunei Darussalam, el Canadá, Chile, los Estados Unidos, Malasia, México, el Japón, Nueva Zelandia, el Perú, Singapur y Viet Nam, iniciaron negociaciones. Ocho años después, en febrero de 2016, dichos países firmaron el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (conocido por sus siglas en inglés TPP, *Trans-Pacific Partnership*), el cual podría entrar en vigor en los próximos dos años, una vez que sea ratificado por los países firmantes.

La puesta en marcha del TPP ha generado preocupaciones entre los socios comerciales de los Estados Unidos. Si bien este país ha firmado diversos acuerdos comerciales con países del Asia Pacífico, aún no tenía acuerdos con países como el Japón, Malasia o Viet Nam. La entrada en vigor del TPP daría mejor acceso al mercado estadounidense a los bienes y servicios de esos países, favoreciendo su competitividad y desafiando la competitividad de otros socios, como los países centroamericanos.

Una de las mayores preocupaciones en la región centroamericana es el alcance que la aplicación del TPP podría tener en sus exportaciones textiles y de confección hacia los Estados Unidos, sobre todo considerando que Viet Nam, uno de sus principales competidores en ese mercado, recibiría importantes beneficios, una vez que el acuerdo entre en vigor.

Tomando en consideración los hechos anteriores, el objetivo principal de este documento es analizar las potenciales consecuencias que el TPP tendría en el comercio de Centroamérica hacia los Estados Unidos, principalmente en el sector textil y de confección.<sup>1</sup> Para ello, el documento dedica el primer capítulo “El TPP y sus implicaciones en la competitividad en el mercado estadounidense” a analizar los aspectos generales del Acuerdo; a determinar la importancia del mercado estadounidense para los países firmantes; y a identificar los sectores en los que la competencia será mayor tanto entre los países firmantes, como con Centroamérica. En el capítulo se muestra la creciente competitividad de Viet Nam en los Estados Unidos, sobre todo en lo que al sector confección se refiere. En este trabajo se examina la competitividad exportadora *ex post*, entendida como la capacidad de un mercado para competir en mercados externos mediante el aumento y/o mantenimiento de sus cuotas de mercado frente a otros competidores y a través de su posicionamiento en sectores de importación dinámicos, es decir, con incremento en su demanda en el mercado destino. El principal indicador de la competitividad exportadora es la evolución de la cuota de mercado del producto estudiado en un país concreto.

En el segundo capítulo “Negociaciones sobre textiles y confección en el TPP y sus alcances para Viet Nam en el mercado estadounidense”, se identifican y analizan las principales estipulaciones que los países firmantes del TPP acordaron en materia de comercio de bienes textiles y del vestido, para determinar los beneficios que recibiría Viet Nam en comparación con los que los Estados Unidos ha otorgado en otros acuerdos comerciales que tiene en vigor. En este capítulo se evidencia la similitud de los convenios alcanzados en materia textil y confección en el TPP con los otros acuerdos que han firmado los Estados Unidos. Así también, se muestra que de acuerdo con la lista de desgravación estadounidense, el

---

<sup>1</sup> Este documento no examina los cambios en las regulaciones comerciales como la propiedad intelectual, las empresas estatales, los servicios financieros, las compras gubernamentales, los temas laborales, de protección al medio ambiente, entre otros, que constituyen cambios relevantes con potenciales complicaciones para futuros acuerdos comerciales.

72% de los productos de confección podría entrar libre de arancel desde el primer día que entre en vigor el TPP, y el resto tendría disminuciones paulatinas en un lapso de 13 años.

En el tercer capítulo “Análisis de competitividad de Viet Nam en el mercado de los Estados Unidos: Implicaciones para las exportaciones de textil y confección centroamericanas” se indagan las consecuencias que tendría la aplicación del TPP en los principales productos de exportación de Centroamérica hacia el mercado de los Estados Unidos. También se desarrolla un ejercicio de competitividad exportadora para comparar el desempeño de Viet Nam y Centroamérica en los principales productos de exportación centroamericanos durante la última década (2006-2015). En el capítulo se muestra la concentración exportadora centroamericana en pocos productos del sector confección, los cuales enfrentan la creciente competencia de Viet Nam. Así también, se evidencia la prominencia competitiva de Viet Nam y el desafío que enfrentaría Centroamérica con la implementación del Acuerdo.

Para la elaboración del análisis de competitividad de este capítulo se utilizó el programa “Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional” (MAGIC Plus, por sus siglas en inglés). Éste es un programa desarrollado por la Sede Subregional de la CEPAL en México, diseñado originalmente para analizar la competitividad *ex post* de las exportaciones de los países en el mercado de los Estados Unidos. El MAGIC Plus se basa en la información de importaciones y exportaciones que proporciona el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, el cual abarca incluso los datos de la industria maquiladora. Sobre la base de esta información, el MAGIC automatiza una serie de cálculos para el análisis de la competitividad de productos y países en el comercio internacional. El programa ofrece una visión de la evolución de la participación de mercado de productos específicos, identifica los principales competidores en el mercado, clasifica los productos en función de su nivel de competitividad y dinamismo, y permite comparar las condiciones arancelarias bajo las cuales ingresa el mismo producto, provenientes de distintos países, al mismo mercado de destino, además de otros cálculos e indicadores de competitividad.

Finalmente, en las conclusiones se hace un resumen de los hallazgos encontrados a lo largo del documento, enfatizando en la importancia de que Centroamérica incremente el valor agregado de sus productos de confección y diversifique su oferta exportadora para poder fortalecer su competitividad en el mercado estadounidense. Para procurar una mayor especialización y capitalizar la cercanía geográfica con los Estados Unidos, se recomienda que Centroamérica fortalezca sus servicios personalizados en los que el factor tiempo de entrega es una clave determinante.

## **I. EL TPP Y SUS IMPLICACIONES PARA LA COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE**

En este capítulo se tiene como objetivo ofrecer un panorama general de los principales aspectos del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés). Para ello se describen las principales áreas que abarcan el comercio y los acuerdos existentes entre los países firmantes, así como la importancia del mercado estadounidense para los miembros del acuerdo. En este último tema se dedica un apartado a analizar la competencia entre los países del TPP dentro del mercado estadounidense. En él se identifican los sectores de mayor importancia, destacando el sector de confección como uno de los que tendrá mayores implicaciones tanto para los países del TPP como para otros socios comerciales de los Estados Unidos, como Centroamérica. En el capítulo también se enfatiza la mayor competitividad de Viet Nam en diferentes sectores, pero especialmente en el sector confección.

### **A. ASPECTOS GENERALES DEL TPP**

El TPP es un tratado comercial firmado por 12 países de la Cuenca del Pacífico: Australia, Brunei Darussalam, el Canadá, Chile, los Estados Unidos, Malasia, México, el Japón, Nueva Zelanda, el Perú, Singapur y Viet Nam. El acuerdo fue impulsado por los Estados Unidos desde 2008 y negociado durante siete años, hasta octubre de 2015. El 4 de febrero de 2016 los representantes de cada nación, una vez revisado legalmente, firmaron el texto del acuerdo, y se espera que sea ratificado por los órganos legislativos de cada país y puesto en vigor en un plazo máximo de dos años. El Acuerdo se instituye como la base de una futura Área de Libre Comercio del Asia Pacífico, por lo que está abierto a la adhesión de nuevos miembros.

Los objetivos del TPP establecidos en su preámbulo son promover la integración económica, el crecimiento económico, el desarrollo y la generación de empleo de los países miembros mediante la mejora de la competitividad, la promoción de oportunidades para los negocios, el fortalecimiento de las cadenas regionales de suministro y la promoción de procedimientos aduaneros eficientes y transparentes. Todo ello reconociendo las diferencias en los niveles de desarrollo y diversidad de las economías implicadas.

El TPP se clasifica como un mega acuerdo de comercio regional, tanto por su amplia extensión —en él participan países que en 2014 representaron el 36% del PIB mundial, el 25% del comercio mundial, el 28% de la captación de inversión extranjera directa y el 11% de la población mundial— como por sus agendas temáticas, que son más amplias y complejas de lo que han sido tradicionalmente, incluido un número importante de áreas no abordadas por los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio (OMC), así como por su creación de un espacio económico de vasto alcance, el cual supera la lógica bilateral de los acuerdos regionales (CEPAL, 2013 y 2016). Las áreas que abarca el acuerdo incluyen temas que no habían figurado prominentemente en acuerdos comerciales previos, como la convergencia regulatoria, los flujos transfronterizos de datos, nuevos servicios financieros, reglas sobre las empresas del Estado, profundización de normas de propiedad intelectual, medio ambiente y asuntos laborales. Estos temas ponen un estándar para los futuros acuerdos comerciales y retan a las normas multilaterales de comercio de la OMC que no contemplan estos temas con la misma profundidad.

Este acuerdo fija un alto estándar para la gobernanza de las relaciones comerciales y de inversión en el contexto de las cadenas de valor. Este acuerdo tiene vocación de crear un gran espacio comercial, por lo que ha quedado abierto a la incorporación de nuevos miembros de la cuenca del Pacífico.

Este mega acuerdo apunta a crear un espacio económico amplio cuyo punto en común es su situación geográfica: la zona del Océano Pacífico, como se observa en el mapa 1 y que supera la lógica

esencialmente bilateral de la mayoría de los acuerdos regionales previos. Esta nueva lógica facilita la creación de redes de producción transpacíficas (por ejemplo, la automotriz, la aeronáutica, la electrónica y la del vestuario), en la que cada vez más los bienes finales no se producen en un solo país y se profundiza la tendencia en determinados sectores, como el textil y confección, en los que más que especializarse en la producción íntegra de bienes finales, los países comienzan a especializarse en determinadas tareas o segmentos del proceso productivo (CEPAL, 2013). En este sentido, el TPP es parte importante de la agenda comercial estratégica de los Estados Unidos para aumentar su presencia en la región de Asia y el Pacífico y fortalecer los procesos productivos globales de algunos de sus sectores estratégicos.

**MAPA 1**  
**ESTADOS MIEMBROS DEL ACUERDO TRANSPACÍFICO**  
**DE COOPERACIÓN ECONÓMICA (TPP)<sup>a</sup>**



Fuente: Elaboración propia.

<sup>a</sup> Los límites y los nombres que figuran en este mapa no implican su apoyo o aceptación oficial por las Naciones Unidas.

Algunos países miembros ya tienen acuerdos firmados entre ellos mismos, por lo que el TPP viene a ampliar y/o reforzar algunos de los temas cubiertos en los antiguos tratados con temas como acceso a mercados, propiedad intelectual, comercio de servicios, comercio digital, medio ambiente, laboral, mecanismos de resolución de controversias, entre otros. En el cuadro 1 se puede observar que entre casi todos los miembros del TPP ya existe un acuerdo comercial previamente firmado, por lo que se estima que la creación de comercio entre algunos de ellos será mínima, aun cuando la profundización de las reglas comerciales es muy relevante. Chile es el país que ya tiene libre comercio con todos los países miembros. Singapur también tiene acuerdos vigentes con todos ellos, con la excepción del Canadá y México. Entre los países localizados en el Pacífico asiático existen acuerdos vigentes entre ellos, excepto el Japón y Nueva Zelanda, que están en proceso de negociación de un acuerdo comercial bilateral. Por parte de los países del Pacífico americano existen acuerdos comerciales vigentes en todos los casos.

**CUADRO 1**  
**TPP: TRATADOS DE LIBRE COMERCIO EXISTENTES E ÍNDICE DE INTENSIDAD**  
**DE COMERCIO BILATERAL ENTRE LOS PAÍSES MIEMBROS, 2015 <sup>a</sup>**  
*(Acuerdos vigentes en azul)*

	AUS	BRN	CAN	CHL	EU	JPN	MYS	MEX	NZL	PRY	SIN	VNM
AUS		60	22	33	40	496	161	9	1 602	15	164	125
BRN*	631		1	0,1	1	1 147	324	0	2 263	0	259	611
CAN	31	2		39	574	59	13	51	42	75	17	11
CHL	58	1	71		98	269	21	86	59	1 175	8	38
EU	141	28	671	266		130	72	638	116	267	115	42
JPN	174	62	45	69	151		170	68	162	58	192	181
MYS	304	1 103	14	28	71	296		33	247	21	839	201
MEX	23	2	100	125	608	25	3		13	197	8	4
NZL	1 440	31	49	71	88	189	170	30		121	133	96
PRY	25	0,1	250	825	113	105	8	67	51		2	20
SIN	280	714	8	4	50	963	963	17	240	7		315
VNM**	233	91	56	98	161	284	221	34	104	61	112	

Fuente: Elaboración propia a partir de una investigación de los acuerdos y de los datos del *World Integrated Trade Solution (WITS)* para el índice de intensidad de comercio.

<sup>a</sup> AUS: Australia; BRN: Brunei Darussalam; CAN: el Canadá; EU: los Estados Unidos; JPN: el Japón; MYS: Malasia; MEX: México; NZL: Nueva Zelandia; PRY: el Perú; SIN: Singapur; VNM: Viet Nam.

\* 2013 \*\* Datos de exportaciones de 2014.

Nota: El índice de intensidad de comercio compara el porcentaje de exportaciones del país exportador con el porcentaje mundial que el país receptor significa para las exportaciones mundiales. El valor puede ir desde cero hasta infinito. Cuando el valor es menor a 100 significa que el porcentaje de las ventas del país exportador es menor al de las exportaciones que el país receptor recibe a nivel mundial. Cuando el valor es igual a 100, los porcentajes son similares. Cuando el valor es mayor a 100, las ventas del país exportador, en términos relativos, son mayores que el porcentaje de exportaciones mundiales que recibe el país receptor. En el cuadro se ha destacado en azul los casos en que el porcentaje de ventas del país exportador (columna izquierda) es menor a 100 y existe un acuerdo bilateral. En verde se destacan los casos en que el índice es mayor a 100 y existe un acuerdo. En amarillo se destacan los casos en que el porcentaje de exportaciones es diez veces mayor a las exportaciones mundiales que recibe y existe un acuerdo. Finalmente, en blanco se han dejado los casos en donde no existe un acuerdo bilateral entre los miembros.

Matemáticamente, la fórmula para el índice de intensidad de comercio es la siguiente:

$$IIC = 100 * \left[ \frac{x_{ijk} / X_{ik}}{x_{wjk} / X_{wk}} \right]$$

donde  $x$  es el valor de las exportaciones del producto  $k$  del país de origen  $i$  al destino  $j$ , y  $X$  es el total de las exportaciones de  $i$  del producto  $k$ ;  $w$  indica el mundo como origen.

El comercio intrarregional entre los 12 países firmantes es relativamente bajo en la mayoría de los casos. Los países con mayores exportaciones intrarregionales en el área del TPP fueron México (85% del total de sus exportaciones), Canadá (81%) y Brunei Darussalam (59%), en 2014. Sin embargo, en el caso de los dos primeros, el alto porcentaje se debe a la concentración de sus exportaciones en el mercado de los Estados Unidos. Eliminando las exportaciones a los Estados Unidos, el comercio intrarregional de México y el Canadá con el resto de los países del TPP fue de 5% y 4%, respectivamente, en 2014. En el caso de Brunei Darussalam, la mayoría de sus exportaciones intrarregionales se concentran en los países del Pacífico asiático, dado que el mercado de los Estados Unidos sólo representó el 0,2% de sus ventas mundiales en el año referido. Para el resto de los países, las exportaciones intrarregionales al TPP significan menos del 50%. El país con el mayor porcentaje son los Estados Unidos, que destinó el 45% de sus exportaciones a esta área, seguido por Nueva Zelandia (44%), Malasia (42%), Viet Nam (39%), el Perú

(35%), el Japón (33%), Australia (32%), Chile (30%) y Singapur (30%). De estos países, Chile y el Japón destinaron más de la mitad de sus exportaciones intrarregionales al mercado estadounidense (83% y 58%, respectivamente), mientras que Viet Nam y el Perú destinaron 48% y 46% de estas ventas. Para el resto de los países asiáticos y para los Estados Unidos, sus socios de mayor importancia son los que están localizados geográficamente próximos.

Los flujos comerciales antes descritos sugieren que el mayor crecimiento comercial tendrá lugar entre los países del Pacífico-asiático y del Pacífico-americano. No obstante, en términos comerciales el mayor interés de los socios se percibe en el acceso al mercado estadounidense. Países como Brunei Darussalam, el Japón, Malasia, Nueva Zelanda y Viet Nam,<sup>2</sup> que no tenían un acuerdo comercial firmado con los Estados Unidos, se beneficiarán de una reducción en sus aranceles aduaneros. Se estima que esta reducción arancelaria podría fomentar una desviación de comercio, no sólo de los países miembros del TPP, sino también de otros socios del mercado estadounidense como son los países centroamericanos.

El comercio en el mercado estadounidense es importante para los miembros del TPP, como se observa en el gráfico 1, aunque también lo es el comercio con China para algunos de los miembros. Para Australia, los Estados Unidos representaron su cuarto destino de exportación (5,3% de sus exportaciones totales), aunque su principal mercado fue China (32,5% de sus exportaciones) y el 40,5% de sus exportaciones dentro de sus diez primeros mercados se dirigieron a países de la región del Asia-Pacífico, en 2015. Para Brunei Darussalam, los Estados Unidos representaron su decimotercer mercado de exportación (0,8% de sus ventas totales), sus diez principales mercados son países de su región y suman el 91,4% de sus exportaciones, siendo el Japón su primer mercado (37%). En el caso del Canadá, los Estados Unidos son su primer destino exportador (76,7%), a China envían el 3,9% y dentro de sus principales diez mercados regionales sus exportaciones suman el 1,3%. Para Chile, los Estados Unidos significa su segundo principal destino (13%), luego de China que ocupa el primer sitio (26,3%). En el caso del Japón, los Estados Unidos son su primer destino de exportación (20,2% de sus ventas totales). Para Malasia, los Estados Unidos representan su cuarto destino de exportación (9,5%), siendo el primero Singapur (13,9%). Para México, los Estados Unidos son su primer destino de exportación, a los que enviaron 81,2% de sus bienes. En el caso de Nueva Zelanda, los Estados Unidos son su tercer socio comercial (11,8%), luego de China (17,6%) y Australia (17%). Para el Perú, los Estados Unidos representan su segundo mercado (15,1%), luego de China (22,1%). En el caso de Singapur, los Estados Unidos son su quinto destino de exportación (6,7%), siendo su primer destino China (13,9%). Finalmente, para Viet Nam, el mercado estadounidense representa el primer destino de exportación (22,1%), seguido por China (14%).

En estas cifras destaca la presencia de China como uno de sus principales socios comerciales, en casi todos los países firmantes del TPP. En muchos casos, China no sólo es un importante destino de exportación, sino también un importante proveedor de insumos. Aun cuando China fue invitada a formar parte del TPP, este país declinó dicha invitación debido a que algunas disposiciones del TPP serían incompatibles con su actual sistema económico (Agencia EFE, 2015 y Magnier y Obe, 2015). Su ausencia podría generar desviaciones de comercio en búsqueda de nuevas fuentes de insumos para poder cumplir con las reglas de origen acordadas y beneficiarse de las reducciones arancelarias negociadas. No obstante,

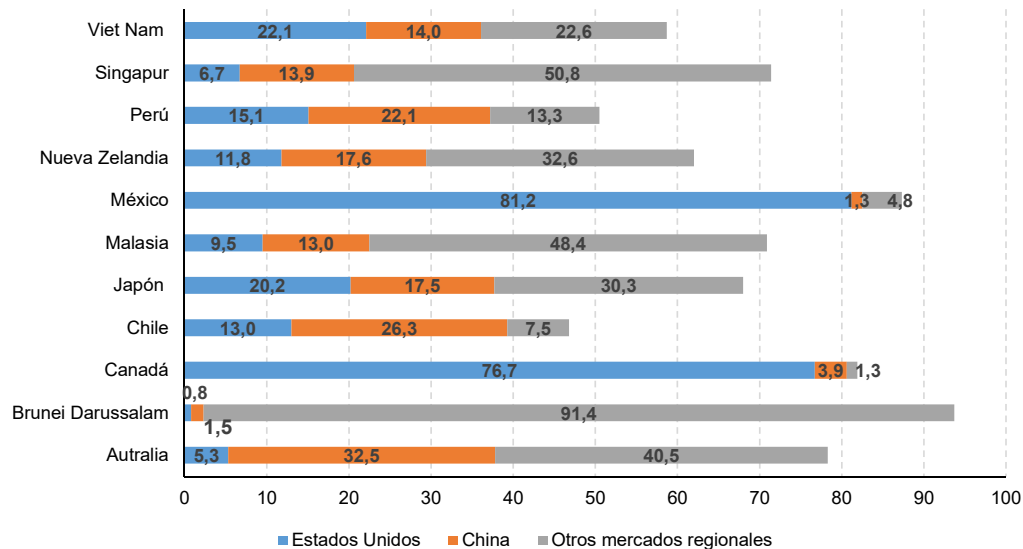
---

<sup>2</sup> Viet Nam ha firmado un acuerdo comercial bilateral con los Estados Unidos en 2000, el cual entró en vigor en 2001. Si bien este documento contiene acuerdos en materia de comercio de bienes, propiedad intelectual, comercio de servicios, protección de inversiones, facilitación de negocios y transparencia, el comercio de textiles está excluido del mismo. En palabras de la embajadora de los Estados Unidos en Viet Nam, el acuerdo es sobre todo un compromiso de ambas partes para crear las condiciones necesarias para competir en ambos mercados.



hay que recordar que el acuerdo quedará abierto a cualquier país del área del Pacífico que quiera ingresar, por lo que el ingreso de China al TPP podría ocurrir en un futuro.

**GRÁFICO 1**  
**TPP: EXPORTACIONES A LOS ESTADOS UNIDOS, CHINA**  
**Y MERCADOS REGIONALES <sup>a</sup>, 2015**  
*(En porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de TradeMap.

<sup>a</sup> Por mercados regionales se refiere a los países del continente asiático para los países localizados en el Pacífico Asiático y a los países del continente americano para los países localizados en el Pacífico americano. En porcentajes sólo considera aquellos mercados que se encuentren dentro de los diez principales socios comerciales de cada país.

## B. EL COMERCIO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

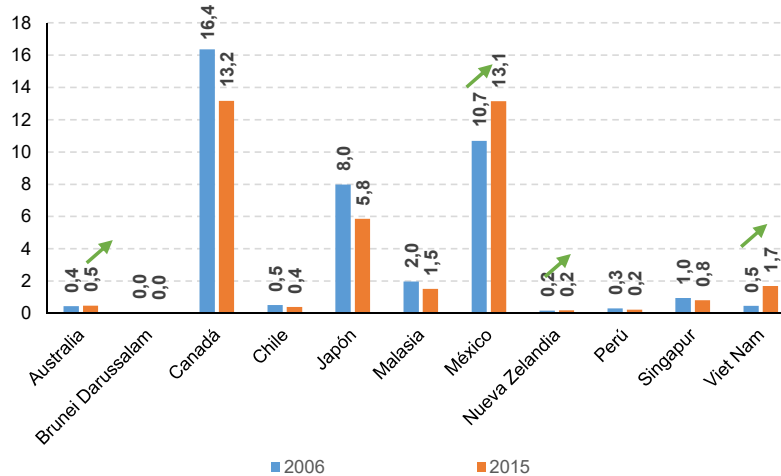
Para los Estados Unidos también China es su principal proveedor. En 2015 importó de ese mercado el 21% del total de sus compras. Canadá y México figuraron como su segundo y tercer mercado de importación con el 13,2% y el 13,1% de sus importaciones totales, respectivamente. Del resto de los países del TPP, sus mayores proveedores son el Japón (5,8%), Viet Nam (1,7%), Malasia (1,5%) y Singapur (0,8%), como se observa en el gráfico 2. En tanto que Australia, Brunei Darussalam, Chile, Nueva Zelanda y el Perú proveen menos del 1%, cada uno, de las compras mundiales estadounidenses. En conjunto, los Estados Unidos importaron en 2014 de los países del TPP el 37,5% de sus compras totales, cifra altamente influida por el comercio de los socios del TLCAN. Esto es casi el doble de lo importado desde China.

A pesar de que para algunos de estos países los Estados Unidos constituyen uno de sus principales destinos de exportación, su cuota de mercado <sup>3</sup> sigue siendo aún pequeña, comparada con sus grandes socios comerciales como China, Canadá o México. Este es el caso de países como Chile, el Japón, el Perú o Viet Nam, cuya cuota es menor al 6%. Sin embargo, en casos como el de Viet Nam se observa un crecimiento

<sup>3</sup> Se refiere al porcentaje de las importaciones desde cada país respecto al total de las importaciones de los Estados Unidos del mundo.

considerable de su cuota entre 2006 y 2015 (véase el gráfico 2). De hecho, Viet Nam fue uno de los cuatro países que aumentaron su cuota de mercado en los Estados Unidos dentro de todos los países del TPP. Los otros tres fueron Australia, Nueva Zelandia y México. El resto disminuyó su cuota en ese mercado.

**GRÁFICO 2**  
**ESTADOS UNIDOS: CUOTA DE MERCADO EN EL MERCADO**  
**ESTADOUNIDENSE, 2006 Y 2015**  
*(En porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Magic Plus.

Durante el período 2006-2015, las importaciones que los Estados Unidos realizaron desde los países del TPP crecieron a una tasa promedio anual de 1,3%, tasa inferior a la de las importaciones chinas (5,1%), su principal proveedor y a la de sus importaciones globales (1,9%). Dentro de los países del TPP, Viet Nam mostró la tasa más elevada de crecimiento (13,9% durante el mismo período), seguido de México (2,1%), Nueva Zelandia (1,3%) y Australia (0,4%). El resto de los países del TPP reportaron reducciones en sus cuotas de mercado, en el mismo período, como se observa en el gráfico 2.

Las exportaciones de los países del TPP a los Estados Unidos se concentran básicamente en 14 sectores (los cuales representan el 65% de sus ventas a ese mercado): pescados y crustáceos (capítulo 03 del sistema armonizado SA), plantas y hortalizas (07), frutas y frutos comestibles (08), café y té (09), bebidas (22), plástico y sus manufacturas (39), prendas de vestir de punto (61), prendas de vestir no de punto (62), perlas, piedras y bisutería (71), máquinas y aparatos mecánicos (84), máquinas eléctricas (85), vehículos (87), óptica, fotografía y aparatos médicos (90), artículos en clasificación especial (98). En el cuadro 2 se puede ver que los países con las mayores cuotas de estos productos en el mercado estadounidense son: Canadá, México y Viet Nam.

La mayor competitividad de Canadá está en los sectores de pescados y mariscos; plásticos y sus manufacturas; perlas finas y preciosas; y, artículos de clasificación especial (en que regularmente se clasifican los productos reexportados por reparación) (véase el cuadro 2). En el período 2006-2015 Canadá ha aumentado su cuota de mercado en todos estos sectores, a excepción del plástico y sus manufacturas donde registró una contracción de 3,3% anual. La mayor competencia de Canadá en el sector de pescado y crustáceos dentro del TPP corresponde a Chile, México y Viet Nam. El Perú tiene una baja cuota en este sector (1,4%) pero fue el país que más aumentó su cuota de mercado en el período estudiado, a un ritmo

promedio anual de 10,7%. Otros países que también han aumentado su cuota en este sector fueron el Japón y Viet Nam.

En plásticos y sus manufacturas la mayor competencia de Canadá dentro de los países del TPP son México y el Japón, como se observa en el cuadro 2. Sin embargo, el Perú vuelve a aparecer como el país con el mayor crecimiento de su cuota de mercado en los Estados Unidos (14,7% anual entre 2006 y 2015). También Malasia, México, Nueva Zelandia, y Viet Nam han aumentado su cuota de mercado en este sector en el período señalado.

**CUADRO 2**  
**ESTADOS UNIDOS: CUOTAS DE MERCADO DE LOS PAÍSES DEL TPP EN**  
**LOS SECTORES DE MAYOR PARTICIPACIÓN, 2015 <sup>a</sup>**  
*(En porcentajes para cada sector)*

	AUS	BRN	CAN	CHL	JPN	MYS	MEX	NZL	PRY	SIN	VNM
03 Pescados y crustáceos	0,31	0,01	17,60	8,99	1,72	0,59	3,68	0,80	1,36	0,12	6,21
07 Hortalizas y plantas	0,11	0,00	17,56	0,24	0,12	0,01	61,30	0,09	4,44	0,01	0,05
08 Frutas y frutos comestibles	0,51	0,00	3,09	13,35	0,00	0,00	36,79	0,77	4,01	0,00	5,72
09 Café, té, yerba mate	0,01	0,00	5,81	0,01	0,49	0,04	4,48	0,09	3,02	0,02	8,43
22 Bebidas, líquidos alcohólicos	2,09	0,00	3,35	1,36	0,49	0,06	19,65	1,76	0,03	0,00	0,03
39 Plásticos y sus manufacturas	0,12	0,00	22,37	0,04	4,60	0,58	9,84	0,07	0,12	0,54	0,51
61 Prendas y complementos de vestir de punto	0,02	0,01	0,43	0,00	0,05	0,78	2,74	0,00	1,16	0,03	13,15
62 Prendas y complementos de vestir, excepto de punto	0,03	0,00	0,99	0,02	0,09	0,46	6,12	0,00	0,07	0,09	11,01
71 Perlas finas, piedras preciosas	1,16	0,00	10,63	0,22	0,55	0,01	8,57	0,01	1,65	0,55	0,26
84 Máquinas y artefactos mecánicos	0,15	0,00	6,19	0,02	9,02	1,18	15,14	0,09	0,01	1,05	0,79
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico	0,06	0,00	2,29	0,02	5,02	6,53	19,13	0,03	0,00	0,78	2,54

(continúa)

CUADRO 2 (Conclusión)

	AUS	BRN	CAN	CHL	JPN	MYS	MEX	NZL	PRY	SIN	VNM
87 Vehículos automotores, tractores	0,11	0,00	19,84	0,01	16,50	0,03	26,67	0,00	0,00	0,02	0,08
90 Instrumentos médicos, de óptica, fotografía	0,93	0,00	3,87	0,00	8,44	2,46	15,79	0,22	0,00	3,27	0,39
98 Artículos en clasificación especial	1,04	0,01	20,32	0,37	3,74	0,66	9,95	0,27	0,19	3,66	0,09

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Magic Plus.

<sup>a</sup> AUS: Australia; BRN: Brunei Darussalam; CAN: el Canadá; EU: los Estados Unidos; JPN: Japón; MYS: Malasia; MEX: México; NZL: Nueva Zelanda; PRY: el Perú; SIN: Singapur; VNM: Viet Nam.

Nota: En verde se destacan los países con la cuota de mercado más alta en el mercado estadounidense, dentro de los países firmantes del TPP.

En el sector de piedras preciosas y bisutería, la cuota del Canadá en los Estados Unidos aumentó a una tasa promedio anual de 4,9% entre 2006-2015, la mayor tasa registrada de los cuatro sectores más competitivos del país. Sus mayores competidores en este sector dentro del TPP son México, Australia y el Perú, aunque sólo los dos primeros crecieron en su cuota de mercado durante 2006-2015. Singapur y Viet Nam tienen cuotas de mercado menores al 1%, pero son los que mayor dinamismo mostraron durante el período señalado, registrando tasas de crecimiento promedio anual de 19% y 17%, respectivamente.

En los artículos de clasificación especial, el Canadá mantuvo en 2015 una cuota de mercado de 20,3% en el mercado estadounidense. Sus principales competidores dentro de los países del TPP en este rubro son México, el Japón y Singapur, aunque con cuotas inferiores al 10%, como se observa en el cuadro 2, pese a que sólo el último país mostró una tasa de crecimiento positiva en su cuota del 1,8% promedio anual. Este crecimiento fue superior al del Canadá de 0,2% anual durante el mismo período de 2006-2015.

En el caso de México, su mayor competitividad <sup>4</sup> se encuentra en los capítulos de hortalizas y plantas; frutas y frutos comestibles; bebidas y líquidos alcohólicos; máquinas y artefactos mecánicos, máquinas, aparatos y material eléctrico; vehículos automotores, e instrumentos médicos, de óptica y fotografía. En todos estos sectores México aumentó su cuota en el mercado estadounidense, con excepción del sector de máquinas, aparatos y material eléctrico.

En hortalizas y plantas, la tasa de crecimiento promedio anual de México fue de 0,9% durante el período 2006-2015, llegando a una cuota de mercado de 61,3% en el último año. Sus mayores competidores en este sector son el Canadá y el Perú, con cuotas de mercado menores al 18%, como se observa en el cuadro 2. En ambos países se registraron disminuciones en sus cuotas durante el período de estudio, contrariamente a Singapur, Malasia o Australia cuyas cuotas de mercado son menores al 1%, pero cuyo crecimiento ha sido del 23%, 17% y 13%, respectivamente, en promedio anual, durante el período de análisis.

<sup>4</sup> Como se mencionó en la introducción, este documento se aboca a la competitividad exportadora, entendida como la capacidad de un mercado para competir en mercados externos mediante el aumento y/o mantenimiento de sus cuotas de mercado frente a otros competidores y a través de su posicionamiento en sectores de importación dinámicos, es decir, con incremento en su demanda en el mercado destino.

En frutos y comestibles, México tuvo una cuota de 36,8% en 2015 en el mercado estadounidense. Su mayor competidor en este sector es Chile, con una cuota de 13,4% en el mismo año. En este sector sólo México, el Perú y Viet Nam mostraron tasas de crecimiento positivas en sus cuotas. El Perú con una tasa de crecimiento promedio anual del 13%, Viet Nam del 10% y México del 6%. La cuota de mercado de Viet Nam pasó de 2,2% en 2006, a 6% en 2015, aun sin contar con un acuerdo comercial que reduzca los aranceles a los niveles de sus competidores.

En bebidas y líquidos alcohólicos México tiene una cuota de 19,7% en el mercado estadounidense. Sus mayores competidores dentro de los países del TPP son Canadá y Australia con porcentajes de mercado menores al 4%, como se observa en el cuadro 2. Ambos países muestran una disminución en sus cuotas. En tanto, el resto de los países firmantes del TPP mostraron crecimientos positivos en sus cuotas de mercado, incluido México. Viet Nam fue el país con la mayor tasa de crecimiento anual en el período 2006-2015 (16%), seguido por Nueva Zelandia (9%) y Malasia (4%).

En máquinas y aparatos mecánicos, México tiene una cuota de mercado de 15%, la cual tuvo un crecimiento promedio anual de 5% durante el período 2006-2015. Sus mayores competidores en este sector son el Japón (9% del mercado) y el Canadá (6%), como se observa en el cuadro 2. Ambos países registraron una reducción en su participación durante el período estudiado. Mientras que Viet Nam con una cuota del 0,79% en 2015, registró una tasa de crecimiento promedio anual de 24% durante dicho período, la mayor de todos los países del TPP.

El sector de máquinas eléctricas fue el único en el que México disminuyó su cuota de mercado entre 2006 y 2015, a un ritmo del 0,6% anual. Sus mayores competidores dentro de los países del TPP son Malasia y el Japón, como se observa en el cuadro 2. Viet Nam, a pesar de haber iniciado con una cuota del 0,10% en 2006, para 2015 incrementó dicho porcentaje a 2,5%, desplazando en ese mismo lapso a competidores como el Canadá y Singapur.

En vehículos, México tiene una cuota de mercado de 26,7% en 2015, como se observa en el cuadro 2. Sus principales competidores en este sector son el Canadá (con una cuota de 19,8%) y el Japón (16,5%). De estos tres países, sólo México aumentó su participación entre 2006 y 2015 a un ritmo de 5,7% anual. Los otros dos países la disminuyeron. Sin embargo, Viet Nam y Chile, con cuotas de mercado menores a 1% en 2015, mostraron un mayor dinamismo con tasas de crecimiento promedio anual de 21% y 12%, respectivamente, durante el mismo período estudiado.

En aparatos de óptica, fotografía y médicos, los Estados Unidos importaron el 16% de todas sus compras desde México. Sus mayores competidores de los países del TPP en el sector son el Japón y el Canadá, con 8,4% y 3,9% del mercado, como se observa en el cuadro 2. De estos tres países, México fue el único que elevó su cuota a una tasa promedio anual de 1,8%. El resto la disminuyó durante el período analizado. Viet Nam sobresale de nueva cuenta en este sector por el mayor dinamismo de entre todos los países del TPP (crecimiento promedio anual de 37%) en el mercado estadounidense, a pesar de su cuota de mercado de 0,4% en 2015.

El buen desempeño competitivo de Viet Nam en el mercado estadounidense se observa en todos los principales rubros, como se ha visto en los párrafos anteriores. Pero se advierte con mayor fuerza en los capítulos en los que se ya se ha ubicado como el principal proveedor de entre los países del TPP. Estos rubros son el café y té, así como las prendas y complementos de vestir (capítulos 61 y 62, los que se observan a seis dígitos de desagregación en el anexo 1).

En el primer sector: café y té, la cuota de mercado de Viet Nam pasó de 6,5%, en 2006, a 8,4% en 2015, es decir, un crecimiento promedio anual de 2,6%. Los mayores competidores dentro de los países del TPP para Viet Nam en el rubro son México (4,5% del mercado), el Canadá (5,8%) y el Perú (3%), como se observa en el cuadro 2. De estos tres países, sólo el Canadá incrementó su cuota de mercado en el período analizado a un ritmo anual de 6%, tasa superior a la de Viet Nam.

En el caso de las prendas y complementos de vestir de punto (capítulo 61), Viet Nam es el único país del TPP con un aumento de su cuota de mercado en los Estados Unidos. En 2006 la cuota del país era de 3,4% y para 2015 se incrementó a 13,2%, desplazando a México, su principal competidor dentro del TPP. Este crecimiento también desplazó a otros competidores como el Perú, el Canadá y Malasia.

En las prendas y complementos de vestir no de punto, Viet Nam también muestra la mayor cuota de mercado dentro de los países del TPP en los Estados Unidos (11% en 2015). Su principal competidor en este sector dentro de los países del TPP es México con el 6,1% del mercado, como se observa en el cuadro 2. Viet Nam mostró una tasa de crecimiento promedio anual de su cuota del orden de 8,8% entre 2006 y 2015, tasa inferior a la de Singapur (18% anual) y ligeramente superior a la de Australia (7% anual), países cuyas cuotas en el mercado estadounidense son bajas (0,09% y 0,03%, respectivamente, en 2015). El resto de los países del TPP registraron disminuciones en sus cuotas de mercado.

En la actualidad, los aranceles a los que se enfrentan los países que no cuentan con un acuerdo comercial vigente con los Estados Unidos, como Brunei Darussalam, el Japón, Malasia, Nueva Zelandia y Viet Nam,<sup>5</sup> son más altos que los aranceles del resto de los países miembros del TPP que sí cuentan con un acuerdo comercial (véase el cuadro 3). Esto implica que la competitividad de estos países puede incrementarse una vez que entre en vigor el acuerdo, especialmente la de Viet Nam. Los países que tienen acuerdos vigentes con los Estados Unidos, como el Canadá, Chile, México, el Perú y Singapur gozan prácticamente de libre acceso a ese mercado, debiendo sólo enfrentarse al cumplimiento de las reglas de origen y otras reglas como sanitarias y fitosanitarias impuestas de acuerdo con el producto. También Australia, que ha firmado un acuerdo comercial con los Estados Unidos, enfrenta aranceles mayores, en comparación con los países que tienen acuerdos vigentes.

En el cuadro 3 se observa que los sectores con los mayores aranceles para entrar al mercado estadounidense son las prendas y complementos de vestir (capítulos 61 y 62), los cuales son superiores al 10% ad valorem en promedio. Otros dos sectores con un arancel importante son las hortalizas y plantas, así como los plásticos y sus manufacturas, con un arancel del 5% y 4,4% ad valorem en promedio, respectivamente, para los países que no tienen acuerdo comercial vigente con los Estados Unidos. De forma proporcional, Australia también enfrenta los mayores aranceles en los mismos sectores.

El análisis anterior muestra que uno de los temas más sensibles a la entrada en vigor del TPP será el acceso al mercado estadounidense en los sectores de prendas y complementos de vestir, tema que no sólo afectará la competitividad entre los países del TPP, sino también la de otros socios de los Estados Unidos, como son los países centroamericanos. Para estos países, el sector confección representa cerca de 15% de sus exportaciones totales y su principal mercado de destino son los Estados Unidos.

Hoy en día, el mayor proveedor del sector de confección, al mercado estadounidense es China, país que ostentaba el 36% del mercado en 2015. Viet Nam es su segundo socio comercial con 12% del mercado, seguido por Bangladesh (6,1%), Indonesia (5,8%), la India (4,3%) y México (4,2%). La cuota de mercado de Centroamérica es de 8,8%, por lo que en conjunto sería el tercer socio comercial de los Estados Unidos en este sector. De estos seis países y la región centroamericana, sólo Viet Nam y México están incluidos en

---

<sup>5</sup> El acuerdo firmado entre los Estados Unidos y Viet Nam no contempla calendarios de desgravación arancelaria.

el TPP. Centroamérica cuenta con un acuerdo comercial vigente con los Estados Unidos y los otros cuatros países no cuentan con un acuerdo comercial con ese país.

**CUADRO 3**  
**ESTADOS UNIDOS: ARANCELES APLICADOS A LOS PAÍSES DEL TPP**  
**EN LOS SECTORES DE MAYOR PARTICIPACIÓN, CIRCA 2014 <sup>a</sup>**

*(Arancel promedio ad valorem para cada sector)*

	AUS	BRN	CAN	CHL	JPN	MYS	MEX	NZL	PRY	SIN	VNM
03 Pescados y crustáceos	0,00	0,28	0,00	0,00	0,28	0,28	0,00	0,29	0,00	0,00	0,28
07 Hortalizas y plantas	0,56	5,00	0,00	0,90	5,00	5,00	0,00	5,00	0,00	0,00	5,00
08 Frutas y frutos comestibles	0,17	1,87	0,00	0,18	1,87	1,87	0,00	1,87	0,00	0,00	1,87
09 Café, té, yerba mate	0,00	0,11	0,00	0,00	0,11	0,11	0,00	0,11	0,00	0,00	0,11
22 Bebidas, líquidos alcohólicos	0,66	1,94	0,20	0,20	1,94	1,94	0,00	1,94	0,12	0,00	1,94
39 Plástico y sus manufacturas	0,00	4,35	0,00	0,00	4,35	4,35	0,00	4,35	0,00	0,00	4,35
61 Prendas y complementos de vestir de punto	6,63	14,33	0,00	0,00	14,33	14,33	0,00	14,33	0,00	0,00	14,33
62 Prendas y complementos de vestir, excepto de punto	5,74	10,81	0,00	0,00	10,81	10,81	0,00	10,81	0,00	0,00	10,81
71 Perlas finas, piedras preciosas	0,00	1,44	0,00	0,00	1,44	1,44	0,00	1,44	0,00	0,00	1,44
84 Máquinas y artefactos mecánicos	0,00	0,63	0,00	0,00	0,63	0,63	0,00	0,63	0,00	0,00	0,63
85 Máquinas, aparatos y material eléctrico	0,00	0,68	0,00	0,00	0,68	0,68	0,00	0,68	0,00	0,00	0,68
87 Vehículos automotores, tractores	0,00	1,84	0,00	0,00	1,84	1,84	0,00	1,84	0,00	0,00	1,84
90 Instrumentos médicos, de óptica, fotografía	0,00	1,46	0,00	0,00	1,46	1,46	0,00	1,46	0,00	0,00	1,46
98 Artículos en clasificación especial	0,00	0,28	0,00	0,00	0,28	0,28	0,00	0,29	0,00	0,00	0,28

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Magic Plus basados en las cifras de la Oficina del Censo de los Estados Unidos.

<sup>a</sup> AUS: Australia; BRN: Brunei Darussalam; CAN: el Canadá; EU: los Estados Unidos; JPN: el Japón; MYS: Malasia; MEX: México; NZL: Nueva Zelandia; PRY: el Perú; SIN: Singapur; VNM: Viet Nam.

De los seis países y la región centroamericana, Viet Nam es el país que mostró el mayor dinamismo en ese sector en el mercado estadounidense. En el período 2006-2015, las importaciones estadounidenses de artículos de confección desde Viet Nam crecieron a un ritmo promedio anual de 12,5%, Bangladesh fue el segundo con el mayor dinamismo con un tasa del 6,1%, seguido por China (4,4%), Indonesia (2,9%) y la India (1,1%). México disminuyó su participación y Centroamérica creció a un ritmo anual promedio de 0,9%. Viet Nam, por tanto, representa la mayor competencia para Centroamérica, sobre todo una vez que entre en vigor el TPP.

### C. COMERCIO DE TEXTILES Y CONFECCIÓN EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

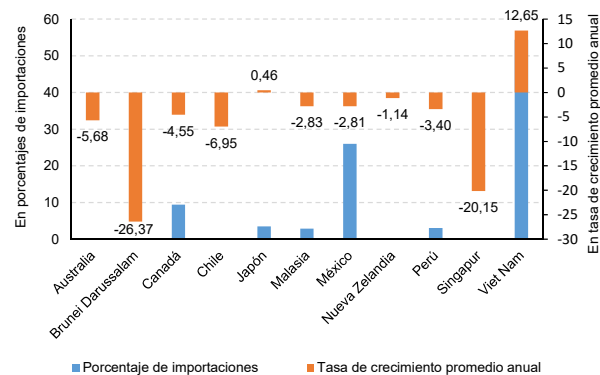
Los Estados Unidos son el mayor importador de textiles y vestuario <sup>6</sup> del mundo. En 2014 adquirieron el 15,1% del total comercializado a nivel mundial, por delante de Alemania (7,4%), el Japón (5,3%), el Reino Unido (5%) y China (4,9%). Sin embargo, su ritmo importador en el período 2005-2014 (1,3% promedio anual) fue menor al crecimiento de las importaciones mundiales (3,9%) y al mostrado por el resto de los principales importadores. China fue el mercado que mayor dinamismo registró, con una tasa del 4,4% promedio anual, superior al promedio global.

Los principales mercados de importación de los Estados Unidos en textiles y confección en 2015 fueron China (37,2% de sus importaciones totales), Viet Nam (9,4%), la India (6,7%), Bangladesh (4,8%) e Indonesia (4,5%). De estos cinco países, el mercado más dinámico fue Viet Nam, con una tasa de crecimiento promedio anual de 12,7%, durante el período 2006-2015, mientras que el de menor dinamismo fue Indonesia con una tasa del 2,7%, en el mismo período.

De los 11 países firmantes del TPP, los Estados Unidos importaron el 17% del total de textiles y confección en 2015, es decir, que Viet Nam aportó un poco más de la mitad del total importado (9,4%). Estas importaciones crecieron a una tasa promedio de 2,3% anual, por debajo de la tasa de Indonesia, en el período 2006-2015. El 54,3% de estas compras provino de Viet Nam. México fue su segundo mercado proveedor con 26%, seguido por el Canadá (9,5%), el Japón (3,5%), el Perú (3,1%), Malasia (2,9%), Australia (0,3%), Nueva Zelandia (0,2%), Chile (0,09%), Singapur (0,08%) y Brunei Darussalam (0,03%). Es decir, las importaciones de los Estados Unidos de este tipo de productos provienen principalmente de dos mercados: Viet Nam y México, los cuales proveen el 80,4% de las compras estadounidense de estos productos, en el marco del TPP. En términos de dinamismo, sólo Viet Nam y el Japón mostraron tasas de crecimiento positivas durante el período 2006-2015, como se observa en el gráfico 3. La tasa de crecimiento promedio anual del Japón fue de 0,5%, casi 28 veces menos que la registrada por Viet Nam (12,7%).

**GRÁFICO 3**  
**ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN DE LOS PAÍSES DEL TPP Y TASAS DE CRECIMIENTO, 2006-2015**

(En porcentajes y tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Magic Plus y del Trade Map.

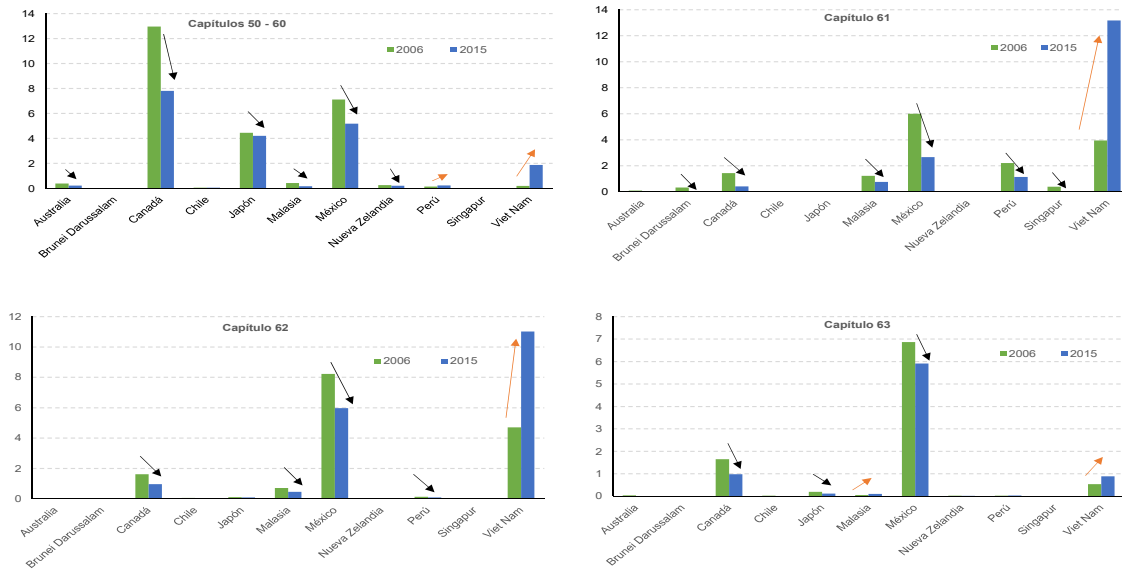
<sup>6</sup> Considerando los capítulos del 50 al 63 del Sistema Armonizado.



El 40,5% de las importaciones totales estadounidenses de textiles y confección fue de prendas y complementos de vestir de punto (capítulo 61 del SA). En 2015 su principal proveedor fue China (34,9% del total de las compras), seguido por Viet Nam (13,2%), Indonesia (5,7%), Honduras (4,8%) y Camboya (4%). Entre los principales productos en esta categoría se encuentran los suéteres, los trajes sastre, las camisetas, la ropa interior y los abrigos. La demanda estadounidense de este tipo de productos creció a una tasa promedio anual de 2,7% entre 2006 y 2015. En tanto, las importaciones desde Viet Nam se expandieron a una tasa anual de 15,8%, en el mismo período. Viet Nam fue el mercado de importación más dinámico dentro de los cinco principales mercados mencionados con anterioridad.

Al interior de los países del TPP, en 2015 las importaciones estadounidenses desde Viet Nam representaron el 72,1% del total de sus compras del capítulo 61. De México adquirió el 14,6%, siguiéndole el Perú (6,3%), Malasia (4,2%) y el Canadá (2,3%). Del resto de los países del TPP se importó el 0,5% restante. Dentro de todos los países del TPP, sólo Viet Nam reportó una tasa de crecimiento de 15,8%, en el período 2006-2015, mientras que los otros 10 miembros del TPP vieron reducir el ritmo de crecimiento de sus exportaciones a los Estados Unidos (véase el gráfico 4).

**GRÁFICO 4**  
**ESTADOS UNIDOS: CUOTA DE MERCADO DE LOS PAÍSES DEL TPP EN LAS**  
**IMPORTACIONES DE TEXTILES Y CONFECCIÓN, 2006 Y 2015**  
*(En porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Magic Plus y del Trade Map.

El segundo producto de mayor importancia en las compras estadounidenses de textiles y confección fueron las prendas y complementos de vestir no de punto (capítulo 62 del SA), las cuales representaron el 33,9% de sus compras mundiales de textiles y confección, en 2015. Sus principales proveedores en este tipo de producto fueron China (37,8%), Viet Nam (11%), Bangladesh (9,7%), México (6%) e Indonesia (5,9%). Los productos incluidos en esta categoría son similares al del capítulo 61, pero de un hilado que no incluye el tejido de punto. La demanda del mercado estadounidense de estos productos creció a un ritmo promedio anual de 0,2% durante el período 2006-2015, un dinamismo casi 14 veces menor al mostrado por el primer tipo de productos (capítulo 61). Tanto el capítulo 61 como el 62 del SA se presentan desagregados a seis dígitos en el anexo 1.

Al interior de los países del TPP se observa una concentración de las importaciones desde Viet Nam y México en prendas y complementos de vestir (91% de las compras estadounidenses). De Viet Nam adquirió el 59% de las mismas. Casi todos los países del TPP contrajeron sus tasas de crecimiento en las importaciones desde el mercado estadounidense, con excepción de Viet Nam (9,1% promedio anual), Australia (7,8%) y Brunei Darussalam (6,5%) durante 2006–2015 (gráfico 4).

El tercer tipo de producto de textil y confección de mayor importación por los Estados Unidos son los artículos textiles confeccionados (capítulo 63 del SA), los cuales representaron el 12,5% de total de estas importaciones en 2015. Sus principales proveedores fueron China (54,7% de las importaciones totales), la India (16,5%), Pakistán (9,6%), México (5,9%) y Turquía (1,6%). Estos cinco países sumaron el 88,4% de dichas compras. La demanda en estos artículos tuvo un crecimiento promedio anual de 3,4% durante 2006–2015, tasa inferior sólo al crecimiento mostrado por China (5,1%) y la India (7,6%), en el mismo período. Este es el único de los tres principales productos de importación estadounidense donde Viet Nam no figura dentro de sus principales proveedores.

Al interior del TPP México ostenta el 73% de la cuota de mercado de este grupo de productos en los Estados Unidos, seguido por el Canadá (12,1%) y Viet Nam (11%). De estos tres países el más dinámico fue Viet Nam con una tasa de crecimiento promedio de 8,7%, seguido por México (1,9%) y el Canadá (-1,8%), durante el período 2006-2015. Malasia también presentó una tasa positiva de 10,7% en el período señalado, con una cuota de mercado de 1,4% (gráfico 4). El resto de los países del TPP sumaron una cuota de mercado de 2,5%. Entre los principales productos en esta categoría se encuentra la ropa de cama, mesa y cocina, las cortinas, las mantas, los artículos de tapicería, los sacos y las bolsas para envasar, las carpas y las velas para embarcaciones, los artículos de prendería, entre otros.

El resto de los bienes del sector textil y confección (capítulos 50 al 60) representaron 13,1% de las importaciones de los Estados Unidos del sector textil y confección. Estos productos son fundamentalmente textiles utilizados regularmente como insumos para la fabricación de las prendas, complementos de vestir y otros artículos confeccionados. Los principales proveedores de estos productos al mercado estadounidense son China (26,4% de las importaciones totales), la India (10,6%), el Canadá (7,8%), la República de Corea (6,7%) y México (5,2%). Las cuotas de mercado están más distribuidas entre los diversos proveedores de estos productos, en comparación con los anteriores. Los cinco principales proveedores sumaron el 56,6% de las compras estadounidenses. La demanda de estos textiles en los Estados Unidos fue la tercera más dinámica del sector textil y confección, después de los capítulos 63 y 61. Entre 2006 y 2015 su tasa promedio anual de crecimiento fue de 1,4%. Los mercados de exportación más dinámicos en las importaciones estadounidenses fueron China y la India, con tasas anuales de 7,1% y 4%, respectivamente. El resto de los principales proveedores redujeron sus tasas de crecimiento.

Al interior del TPP, fueron el Canadá, México y el Japón los que tuvieron la mayor cuota de mercado en la importación de textiles en el mercado de los Estados Unidos (39,1%, 25,9% y 21,1%, respectivamente en 2015). Sin embargo, sólo el Japón mostró una tasa de crecimiento positiva de 0,8% en el período estudiado. La cuota de mercado de Viet Nam fue de 9,3% en 2015, con un crecimiento promedio anual de 26,8% entre 2006 y 2015, el mayor de todos los países del TPP. El Perú, por su parte, tuvo una cuota de mercado de 1,2% y un crecimiento de 6,2%. El resto de los países del TPP sumó el 3,4% restante de las importaciones del mercado estadounidense (gráfico 4).

En resumen, se constata el fortalecimiento de las exportaciones de Viet Nam en el mercado estadounidense durante la última década, sobre todo en lo que a los capítulos 61 y 62 concierne. No obstante, también en los capítulos de textiles (50 al 60) y de confección (63) Viet Nam es uno de los

exportadores más dinámicos. Los exportadores tradicionales como el Canadá y México han ido perdiendo mercado en todo el sector textil y confección.

La importancia de los artículos de confección con relación a los bienes textiles se observa también en los aranceles aplicados por los Estados Unidos, como se puede ver en el cuadro 4. A los artículos de vestuario y otros artículos confeccionados provenientes de Brunei Darussalam, el Japón, Malasia, Nueva Zelandia y Viet Nam se les aplica un arancel promedio de 11% ad valorem. En tanto, a los textiles provenientes de estos mismos países se les asigna un arancel promedio de 5,4% ad valorem. Los bienes textiles con los mayores aranceles son los filamentos sintéticos y artificiales.

**CUADRO 4**  
**ESTADOS UNIDOS: ARANCELES APLICADOS A LOS PAÍSES DEL TPP,**  
**TEXTILES Y CONFECCIÓN, 2014 <sup>a</sup>**  
*(Arancel ad valorem para cada sector)*

	AUS	BRN	CAN	CHL	JPN	MYS	MEX	NZL	PRY	SIN	VNM
50 Seda	0	0,27	0	0	0,27	0,27	0	0,27	0	0	0,27
51 Tejidos de crin	0,72	6,06	0	0	5,86	6,06	0	5,86	0	0	6,06
52 Algodón	2,00	7,68	2,08	0,17	7,68	7,68	0	7,68	0	0	7,68
53 Otros textiles	0	0,69	0	0	0,69	0,69	0	0,69	0	0	0,69
54 Filamentos sintéticos y artificiales	1,06	9,88	0	0	9,88	9,88	0	9,88	0	0	9,88
55 Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	0,83	8,46	0	0	8,46	8,46	0	8,46	0	0	8,46
56 Guata, fieltro y telas sin tejer	0,27	1,66	0	0	1,66	1,66	0	1,66	0	0	1,66
57 Alfombras	0,93	2,38	0	0	2,38	2,38	0	2,38	0	0	2,38
58 Tejidos especiales	1,96	7,56	0	0	7,56	7,56	0	7,56	0	0	7,56
59 Telas impregnadas y revestidas	0,79	3,47	0	0	3,47	3,47	0	3,47	0	0	3,47
60 Tejidos de punto	2,95	11,06	0	0	11,06	11,06	0	11,06	0	0	11,06
61 Prendas y complementos de vestir de punto	6,63	14,33	0	0	14,33	14,33	0	14,33	0	0	14,33
62 Prendas y complementos de vestir no de punto	5,74	10,81	0	0	10,81	10,81	0	10,81	0	0	10,81
63 Demás artículos textiles	3,83	7,89	0	0	7,89	7,89	0	7,89	0	0	7,89

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Market Access Map.

<sup>a</sup> AUS: Australia; BRN: Brunei Darussalam; CAN: el Canadá; EU: los Estados Unidos; JPN: el Japón; MYS: Malasia; MEX: México; NZL: Nueva Zelandia; PRY: el Perú; SIN: Singapur; VNM: Viet Nam.

En contraste, el Canadá, Chile, México, el Perú y Singapur gozan de una apertura comercial casi total en los rubros de textil y confección, debiendo sólo cumplir con las reglas de origen impuestas en cada uno de sus tratados comerciales firmados. El Canadá y Chile son los únicos países de este grupo que enfrentan un arancel en la importación de algodón al mercado estadounidense. En el caso de Australia, los aranceles son mayores que los aplicados a este grupo de países, pero menores que el de los países que aún no tienen un acuerdo vigente con los Estados Unidos.

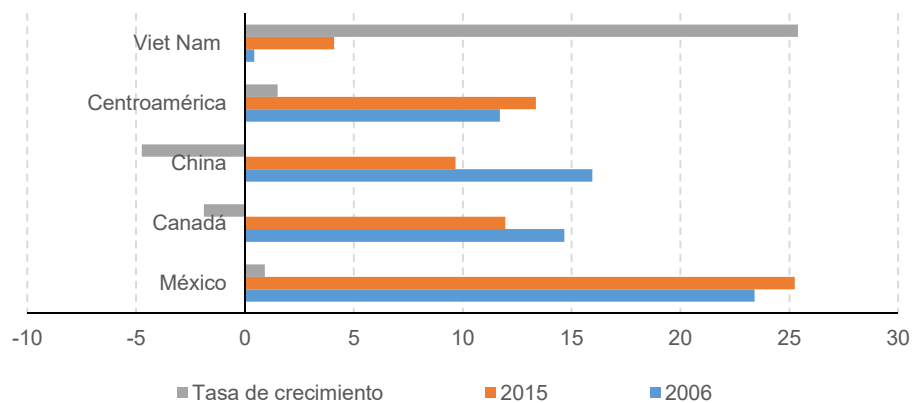
Teniendo en cuenta estos datos, se espera que los países con los mayores aranceles en el mercado estadounidense, como Viet Nam, el Japón y Malasia, puedan incrementar sus ventas, siempre y cuando cumplan con las reglas de origen acordadas por los países miembros del TPP. En tanto que los países históricamente competitivos en el sector de textiles y confección, como México o el Canadá, podrían ver

disminuir su cuota de mercado ante la mayor competencia de los países anteriores, profundizando la tendencia negativa que se observa en el gráfico 4.

En términos de exportación, los Estados Unidos fueron el octavo vendedor mundial de textiles y confección (3,15% de las ventas mundiales), después de países como China (34,58%), la India (4,64%), Alemania (4,54%), Italia (4,5%), Bangladesh (3,64%), Turquía (3,53%) y Hong Kong (3,51%) en 2014. Sus mayores exportaciones en 2015 fueron de algodón (23,6% de sus exportaciones de textiles y confección), seguidas por prendas y complementos de vestir de punto (10,9%), prendas y complementos de vestir no de punto (10,3%), las fibras sintéticas o artificiales discontinuas (9,9%) y la guata, fieltro y telas sin tejer (9,4%), todos ellos insumos importantes en la cadena de valor de textil y confección. El resto de los tejidos y artículos de confección representan el 35,8% de las exportaciones estadounidenses en este rubro. Sus principales destinos de exportación fueron México (23,7%), el Canadá (18%), China (7,1%), Honduras (6,1%) y Viet Nam (2,9%) en el mismo año, sugiriendo una creciente integración de la cadena de valor de los capítulos 61 y 62 entre estos países. De estos cinco mercados, las exportaciones estadounidenses hacia Viet Nam fueron las que presentaron un mayor dinamismo, con una tasa de crecimiento promedio anual de 24,9% durante el período 2006-2015. México, Canadá y Honduras crecieron a una tasa menor de 1,4%, 1,1% y 0,7%, respectivamente. En tanto, China redujo su tasa de crecimiento a 4,4%.

Algunas de las empresas estadounidenses mantienen un patrón de exportación de insumos a países maquiladores para posteriormente importar al mercado estadounidense. La tendencia actual de las exportaciones estadounidenses se puede ver en el gráfico 5, en el que se observa un aumento de éstas hacia Viet Nam, en detrimento de las mismas exportaciones hacia países como el Canadá o China, así como la desaceleración hacia Centroamérica o México, países que históricamente han sido sus centros maquiladores. En 2006 las exportaciones de textiles de los Estados Unidos a Viet Nam representaron 0,4% del total y para 2015 llegaron a significar 4% de las mismas. En dicho período mantuvieron una tasa de crecimiento promedio anual de 25%, la mayor tasa de crecimiento de sus principales socios (véase el gráfico 5).

**GRÁFICO 5**  
**ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES DE BIENES TEXTILES**  
**(CAPÍTULOS 50 AL 60) A PRINCIPALES DESTINOS, 2006 Y 2015**  
*(En porcentajes y tasas de crecimiento promedio anual)*



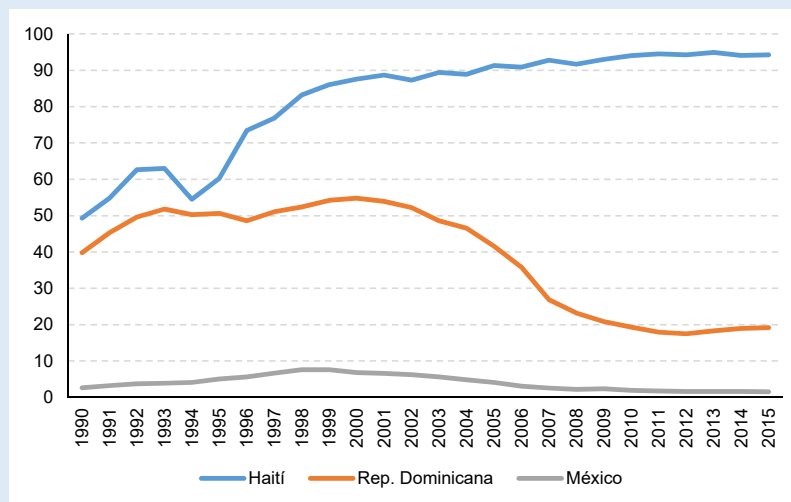
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Market Access Map y Magic Plus.

**RECUADRO 1**  
**IMPORTANCIA Y EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE CONFECCIÓN DE**  
**HAITÍ, MÉXICO Y LA REPÚBLICA DOMINICANA**

La industria de confección ha sido un sector importante para Haití, México y la República Dominicana, la cual ha ido cambiando a lo largo del tiempo. En 2015 las ventas de productos de confección (capítulos 61, 62 y 63 del Sistema Armonizado) representaron el 88% de las exportaciones totales de Haití,<sup>a</sup> el 10,8% para la República Dominicana y el 1,4% para México. Su principal mercado de destino han sido los Estados Unidos. A este mercado Haití envió el 89%, la República Dominicana el 73% y México el 95% del total de sus exportaciones de confección, en el mismo año.

La evolución de estas exportaciones al mercado estadounidense se observa en el gráfico A. En 1990 las exportaciones de Haití y la República Dominicana representaban 49% y 40% de sus exportaciones a ese mercado. En tanto, las exportaciones de México significaron 3% del total. Para 2015 estas exportaciones cambiaron sustancialmente.

**GRÁFICO A**  
**HAITÍ, REPÚBLICA DOMINICANA Y MÉXICO: CONTRIBUCIÓN DE SUS**  
**EXPORTACIONES DE CONFECCIÓN (CAPÍTULOS 61 AL 63) A SUS**  
**EXPORTACIONES TOTALES A LOS ESTADOS UNIDOS, 1990-2015**  
*(En porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia con información del Magic Plus.

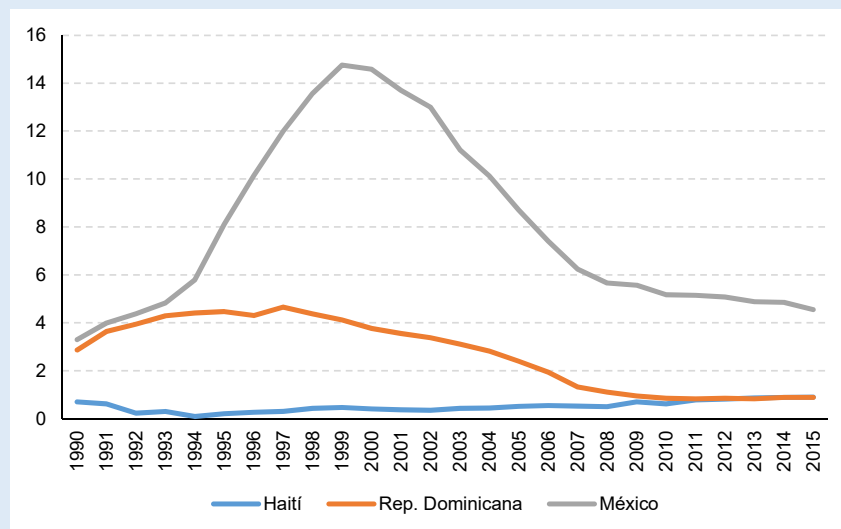
La República Dominicana ha ido disminuyendo el porcentaje de este tipo de productos desde los años 2000, como consecuencia de la entrada de China a la OMC (2001) y del fin del acuerdo multifibras (2005) (Hernández y otros, 2006). En 2015 el porcentaje de sus exportaciones de confección a los Estados Unidos disminuyó a 19%, después de alcanzar porcentajes de 55%, en 2000. México, por su parte, redujo su porcentaje a 2% en 2015, luego de registrar porcentajes de 8%, en 1999, como resultado de los mayores beneficios con que contaba a través del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN, 1994).

Haití, por el contrario, ha incrementado sus exportaciones de confección como resultado de los beneficios que el país tiene por parte de los Estados Unidos a través de Ley de Asociación Comercial de la Cuenca de los Estados Unidos-Caribe (CBTPA) para exportar ciertos productos libres de aranceles y otros programas específicos que extienden las preferencias de Haití, como la Ley de Oportunidades Hemisféricas

de Haití para estímulo de sociedades (HOPE, por sus siglas en inglés), la Ley de Energía y Conservación de Alimentos de 2008 (HOPE II) y el Programa de Evaluación de la Economía de Haití de 2010 (HELP). En 2015, el 94% de las exportaciones de Haití a los Estados Unidos fueron de artículos de confección.

Las modificaciones en el porcentaje de sus exportaciones también se observan en su cuota de mercado de confección en el mercado estadounidense. Como se observa en el gráfico B, las cuotas de mercado de México y la República Dominicana han disminuido con mayor intensidad a partir de los años 2000, en tanto que la de Haití se ha incrementado. Entre 1990 y 2000, la cuota de mercado de México creció a una tasa promedio anual de 16,1%, la de República Dominicana a 2,8% y la de Haití a -5,2%. Entre 2001 y 2015 esta tendencia fue la opuesta, con una tasa de crecimiento de -10,4%, -12,9% y 9,3%, respectivamente. A pesar de esta disminución la cuota de México en el mercado estadounidense sigue siendo la más elevada de los tres países con el 4,6% del mercado, en 2015, mientras que la cuota de mercado de Haití y la República Dominicana es de 0,89%, en el mismo año.

**GRÁFICO B**  
**HAITÍ, REPÚBLICA DOMINICANA Y MÉXICO: CUOTA DE MERCADO**  
**DE SUS EXPORTACIONES DE CONFECCIÓN (CAPÍTULOS 61 AL 63)**  
**EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2015**  
*(En porcentajes)*



Fuente: Elaboración propia con información de Magic Plus.

La implementación del TPP, con la consiguiente mayor competitividad de Viet Nam en el mercado estadounidense, podría mermer aún más la participación en éste de México y la República Dominicana. Las consecuencias del TPP en Haití dependerán de factores vinculados a la competitividad, como los precios de la energía, la logística, calidad de la mano de obra, etc., más que en las reducciones arancelarias puesto que este país goza de preferencias particulares temporales que no tendría Viet Nam en el TPP.

Fuente: Elaboración propia con datos de TradeMap.

<sup>a</sup> De acuerdo con datos espejo para Haití, proporcionados por sus socios comerciales en TradeMap.

## II. NEGOCIACIONES SOBRE TEXTILES Y CONFECCIÓN EN EL TPP Y SUS ALCANCES PARA VIET NAM EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

En este capítulo se tiene como objetivo identificar y analizar las principales regulaciones que los países firmantes del TPP acordaron en materia de comercio de bienes textiles y del vestido. Se busca también inferir las implicaciones y los beneficios que Viet Nam tendría, sobre todo para entrar al mercado estadounidense. En el primer apartado se incluyen temas jurídicos de reglas de origen, medidas de salvaguardia, cooperación y vigilancia acordadas, entre otros aspectos. En esta sección se hace hincapié en las mayores restricciones que se acordaron para los bienes de confección en materia de reglas de origen, así como en la importancia de la restricción de uso de hilos, hilados y elastoméricos. En el segundo apartado se muestra que la mitad de las exportaciones actuales de Viet Nam a los Estados Unidos podría entrar libre de arancel al primer día de puesto en vigor el acuerdo, siempre que cumpla con las reglas de origen descritas en el primer apartado. En el acuerdo se indica que en un lapso de 13 años todos los bienes de confección de Viet Nam tendrían arancel cero en el mercado de los Estados Unidos.

### A. NEGOCIACIONES SOBRE TEXTILES Y CONFECCIÓN EN EL TPP

En términos generales, el TPP sigue la misma estructura que los acuerdos previamente firmados por los Estados Unidos en materia de textiles y confección, con excepción de los acuerdos firmados con Jordania e Israel, cuya estructura es particular. Las estipulaciones sobre textiles y confección están contenidas en el capítulo cuarto del TPP, el cual abarca cuestiones de reconocimiento de los tratados internacionales, medidas de salvaguardia, reglas de origen basadas en el principio *de minimis*, establecimiento de listas de escaso abasto y sistemas de cooperación y vigilancia.

Adicionalmente, el TPP reconoce en su capítulo 1 sobre “disposiciones iniciales y definiciones generales” la existencia de otros acuerdos internacionales del que forman parte todos los países firmantes (en especial la Organización Mundial de Comercio, OMC), así como otros en los que al menos dos miembros del TPP sean parte. En este sentido, se reconoce, por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), del que forman parte los Estados Unidos, el Canadá y México; también se reconoce la Cooperación Económica Asia Pacífico (ASEAN), del que forman parte varios de los signatarios del TPP, así como el acuerdo de libre comercio entre Australia y Chile y todos los otros acuerdos bilaterales mencionados en el capítulo anterior. De acuerdo con esta disposición el TPP no suplanta los acuerdos bilaterales anteriormente firmados.

El tratado reconoce como bienes textiles y del vestido todos los productos enlistados en su Anexo 4-A, el cual incluye una parte del capítulo 42 del SA referente al cuero, los capítulos del 50 al 63, así como algunas partidas<sup>7</sup> y subpartidas<sup>8</sup> de los capítulos 66 (paraguas), 70 (vidrio) y 94 (muebles). El TPP es un acuerdo de amplio espectro en el sentido de que abarca productos más allá de los contenidos en los capítulos 50 a 63, como comúnmente se observa en los acuerdos previos de los Estados Unidos.

La regla de origen establecida en el TPP para los bienes textiles y del vestido se basa en el principio *de minimis*. Bajo este principio se considera que un bien conserva su origen, aunque se le incorporen productos no originarios, siempre y cuando el valor de tales productos no exceda el porcentaje acordado sobre el valor total de la mercancía final (Witker, 2005). En el caso del TPP se establece que dichos

---

<sup>7</sup> Se refiere a un producto clasificado a cuatro dígitos del sistema de clasificación arancelaria del Sistema Armonizado.

<sup>8</sup> Se refiere a un producto clasificado a seis dígitos del sistema de clasificación arancelaria del Sistema Armonizado.

materiales, fibras y/o hilados utilizados no originarios no deberán exceder el 10% del peso total del bien para todos los productos textiles y del vestido, incluyendo los textiles acondicionados en juegos para la venta al por menor. Para los artículos de confección (capítulos 61 a 63) además se precisa que este 10% se refiere a las fibras o hilados que determinan su clasificación arancelaria en dichos capítulos que no cumplen con el cambio de clasificación arancelaria establecido en el Anexo 4-A. El porcentaje comúnmente establecido en los acuerdos comerciales de los Estados Unidos es entre 7% y 10%. Los casos en los que los Estados Unidos ha negociado el 7% han sido los acuerdos con Australia (textiles y confección), Chile (textiles y confección) y Singapur (textiles y confección), por lo que el TPP les extendería ese porcentaje.

Es importante destacar que la regla *de minimis* queda excluida cuando los bienes no originarios contengan hilados elastoméricos<sup>9</sup> que no fueron formados totalmente en el territorio de una o más Partes. En ese caso, aunque los hilados pesen menos del 10% del bien, no serán considerados como originarios y deberán pagar el arancel de nación más favorecida (NMF). Esta regla se ha aplicado en todos los acuerdos firmados por los Estados Unidos, protegiendo así el uso y desarrollo de este tipo de industria.

El TPP estipula que los bienes considerados como folclóricos o hechos a mano pueden recibir un trato preferencial arancelario, de la misma manera que está estipulado en otros acuerdos firmados por los Estados Unidos, por ejemplo en el Tratado de Libre Comercio con Centroamérica y la República Dominicana (DR-CAFTA, por sus siglas en inglés), o en los bilaterales con el Perú, Chile o Colombia. Para acceder a este trato preferencial, dos Partes del TPP deben acordar otorgar este tratamiento. Los bienes incluidos en esta categoría son: las telas hechas en telares manuales; las telas estampadas a mano con un patrón creado con una técnica de resistencia a cera; bienes hechos a mano con alguna de las telas anteriores, o bien, bienes artesanales tradicionales folclóricos.

Fuera de estas exclusiones, el detalle de las reglas de origen para los productos textiles y del vestido en el TPP se establece en el Anexo 4-A de manera específica. Los capítulos incluidos van del 42 al 63, como se observa en el cuadro 4. También se incluyen las partidas relacionadas con textiles y confección para los capítulos 66 (paraguas, sombrillas y quitasoles, fuera de las carpas de playa) y 70 (fibra de vidrio, incluida la lana de vidrio, y las manufacturas de esta materia), así como una subpartida en el capítulo 94 (los demás *somieres*, artículos de cama y artículos similares).

Las reglas de origen acordadas en el Anexo anterior se pueden clasificar en cuatro grandes categorías:

- a) La primera es aquella en la que se solicita un cambio de capítulo de alguna partida o subpartida para ser considerada como originaria (recuadro color azul en el cuadro 4). Este es el caso de los bienes de cuero y de alfombras. Por ejemplo, una empresa que importe un producto no originario del capítulo 42, como la subpartida 4202.12, cuya definición es “baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de plástico o materia textil” sólo podrá ser considerado originario cuando dicha empresa haya hecho un cambio del producto que lo clasifique en cualquier otro capítulo del Sistema Armonizado, excepto el

---

<sup>9</sup> Éstos son hilados a base de poliuretano cuya estructura permite el estiramiento y recuperación del hilo. Son importantes para la fabricación de distintas prendas de vestir, en especial para las prendas interiores. Ese tipo de hilado fue creado en 1959 por el químico Joseph Shivers, quien trabajaba para la firma estadounidense DuPont; por tanto, dicha empresa patentó la invención y le dio el nombre comercial de lycra. Esta empresa sigue siendo el mayor fabricante de hilados elastoméricos, aunque actualmente existen otras empresas importantes en los Estados Unidos, el Japón o Corea del Sur, que han hecho avances en su fabricación y los han patentado.



- propio capítulo 42 relativo a manufacturas de cuero, artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares, y manufacturas de tripa.
- b) La segunda es aquella en la que un cambio de partida es suficiente, aun en el mismo capítulo, para considerarse como originaria (recuadro color amarillo en el cuadro 4); tal es el caso de los bienes de seda, paraguas y vidrio. Por ejemplo, una empresa del TPP que importe un artículo no originario del capítulo 50 de seda, bajo la partida 5003 “desperdicios de seda (incluidos los capullos no aptos para el devanado, desperdicios de hilados e hilachas)” podrá considerar dicho producto como originario, siempre y cuando lo transforme en otro producto y sea clasificado en otra partida, incluso del mismo capítulo de seda. Es decir, puede transformar dichos desperdicios a la partida 5004 referente a “hilados de desperdicios de seda” o bien a otra partida de otro capítulo como la 600390, referentes a los “tejidos de punto, incluidos de seda” del capítulo 60.
- c) La tercera estima un cambio de capítulo o bien de partida, dependiendo del bien, para ser considerado como originario (recuadro color verde en el cuadro 5). Este es el caso de los bienes clasificados en el capítulo de otros textiles, en el que un cambio de capítulo, como el ejemplo de los artículos de cuero, o un cambio de partida, como en el caso de la seda, son posibles. La opción dependerá de las restricciones anotadas por producto en el listado del Anexo 4-A.
- d) Finalmente, la cuarta categoría solicita igualmente un cambio en capítulo y/o partida; sin embargo, a diferencia de la categoría anterior, las restricciones son más específicas para los bienes contenidos en dicho grupo (recuadro anaranjado en el cuadro 4). Como se puede ver en el cuadro, la mayoría de los capítulos de textiles y confección caen en esta categoría. Por ejemplo, una empresa del TPP que importe un bien del capítulo 61 (prendas y complementos [accesorios] de vestir, de punto), como la subpartida 611120 referente a “prenda para bebés de algodón”, podrá reexportarla una vez transformado y clasificado el producto en otro capítulo, con excepción de partidas específicas anotadas en la línea del producto, como por ejemplo la partida 52.04 referente a “hilo de coser de algodón, incluso acondicionado para la venta al por menor”, así como otras partidas y subpartidas señaladas específicamente para dicho producto en el Anexo 4-A.

**CUADRO 5**  
**ACUERDO TRANSPACÍFICO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA: RESUMEN DE LAS REGLAS DE**  
**ORIGEN ESPECÍFICAS POR CAPÍTULO PARA TEXTILES Y CONFECCIÓN, ANEXO 4-A**  
*(Capítulos del Sistema Armonizado)*

Cuero 42	Seda 50	Tejidos de crín 51	Algodón 52	Otros textiles 53	Filamentos sintéticos o artificiales 54
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas 55	Guata, fieltro y tela sin tejer 56	Alfombras 57	Tejidos especiales 58	Telas impregnadas, revestidas 59	Tejidos de punto 60
Prendas y complementos de punto 61	Prendas y complementos no de punto 62	Demás artículos textiles 63	Paraguas 6601	Vidrio 7019	Muebles 9404.90

	Cambio de capítulo		Cambio de partida		Cambio de capítulo y/o partida		Cambio de capítulo y/o partida con restricciones para algunas partidas específicas
--	--------------------	--	-------------------	--	--------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia con base en la información del Anexo 4-A del Acuerdo.

Dada la importancia de los capítulos 61 a 63 en el sector textil y del vestido, dichos capítulos contienen requisitos adicionales especiales en el uso de hilos e hilados en sus prendas y complementos de vestir.

- a) En primer lugar, se especifica que en los tres capítulos la regla de origen impuesta al producto sólo aplicará para el componente que determina su clasificación arancelaria, por lo que el componente deberá satisfacer los requisitos de cambio de clasificación arancelaria establecidos.
- b) En segundo lugar, para los capítulos 61 y 62 se determina que, no obstante lo establecido en el primer punto, todo bien clasificado en estos capítulos, que contenga tejidos de la partida 60.02<sup>10</sup> o la subpartida 5806.20,<sup>11</sup> será clasificado como originario sólo si dichos tejidos fueron formados y acabados a partir de hilados formados y acabados en el territorio de una o más Partes.
- c) En tercer lugar, se acordó que igualmente que el punto anterior, un bien que contenga hilo de coser de las partidas 52.04<sup>12</sup>, 54.01<sup>13</sup>, 55.08,<sup>14</sup> o hilados de la partida 54.02,<sup>15</sup> utilizado como hilo de coser, será considerado como originario sólo si dicho hilo es formado y acabado en territorio de una o más Partes.
- d) Adicionalmente, el capítulo 62 considera que el kimono (prenda tradicional japonesa)<sup>16</sup> y el Obi (accesorio de vestir japonés)<sup>17</sup> serán originarios siempre que se elaboren con telas producidas en el territorio de una o más Partes y sea cortado, cosido y/o ensamblado en el territorio de una o más de la Partes.

La restricción en la utilización de los hilos e hilados de coser señalados se encuentra también en otros acuerdos comerciales firmados por los Estados Unidos. Estos son los casos de los tratados con Colombia, el Perú o los países del DR-CAFTA, no así en los acuerdos con Australia y Chile en donde se solicita un cambio de partida de estos hilados para considerarse como originarios.

La restricción en el uso de hilos e hilados de origen es un punto muy importante para el cabal aprovechamiento del TPP, ya que la mayoría de los países productores de los bienes de confección requieren de la importación de dichos materiales para la elaboración de sus productos. Los mayores exportadores de dichos productos considerados sensibles (hilados, cintas y tejidos)<sup>18</sup> fueron China (26,2% de las exportaciones mundiales), el Taipéi Chino (7,1%), los Estados Unidos (5,9%), la India (5,2%), la República de Corea (5,1%), Italia (5%), Alemania (3,9%), los Países Bajos (3,8%), el Japón (3,6%) y Hong Kong (3,5%), en 2014. Las exportaciones de estos países representaron el 69,3% del total de las exportaciones mundiales. De estos diez países, China y la India mostraron las tasas de crecimiento más dinámicas durante el período 2005-2014. El primero con una tasa de crecimiento promedio de 15,9% y el segundo con una tasa de 16,6%. A éstos le siguen los Países Bajos (3,6% promedio anual) y el Japón (1,7%). El resto de los

<sup>10</sup> 60.02 – Tejidos de punto de ancho menor o igual a 30 cm, conteniendo 5 o más de hilados elastómeros/hilos caucho.

<sup>11</sup> 5806.20 – Cintas (excepto los artículos de la partida 5807); cintas sin trama, de hilados o fibras paralelizadas y aglutinadas, con contenido de hilos de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual a 5% en peso.

<sup>12</sup> 52.04 – Hilo de coser de algodón, incluido el acondicionado para la venta al por menor.

<sup>13</sup> 54.01 – Hilos de coser de filamentos sintéticos o artificiales, incluidos los acondicionados para la venta al por menor.

<sup>14</sup> 55.08 – Hilos de coser de fibras sintéticas o artificiales discontinuas, incluidos los acondicionados para la venta al por menor.

<sup>15</sup> 54.02 – Hilados de filamentos sintéticos, incluidos los monofilamentos sintéticos de título menor a 67 decitex, excluyendo los hilos de coser e hilados acondicionados para la venta al por menor.

<sup>16</sup> Clasificado en las subpartidas 6211.49, 6208.99, 6211.39 o 6207.99.

<sup>17</sup> Clasificado en las subpartidas 6217.10 o 6217.90.

<sup>18</sup> Partidas 52.04, 54.01, 54.02, 55.08, 60.02 y la subpartida 60.02.

países presenta tasas menores al 1%, o bien comportamientos negativos como los Estados Unidos (-0,7%) o Alemania (-3%). De éstos, sólo los Estados Unidos y el Japón forman parte del TPP. Viet Nam, Malasia, México y Singapur también son exportadores de este tipo de productos, aunque en porcentajes menores a los de los dos principales países. En conjunto, estos cuatro países representaron el 6,6% de las exportaciones mundiales.

Para que cualquier producto de confección pueda ser considerado como originario del TPP, los productos catalogados como textiles sensibles deberán provenir de cualquier país del TPP. Por lo tanto, los países que importen estos productos de países como China, la India o Corea, por mencionar algunos, no podrán beneficiarse de las reducciones arancelarias concedidas dentro del TPP.

De manera particular, en el cuadro 6 se observa la prominencia de China como principal proveedor de este tipo de productos a nivel mundial. En productos, como los hilos de coser de fibras sintéticas o artificiales discontinuas, incluidos los acondicionados para la venta al por menor (55.08 SA), China mantuvo el 62% del mercado mundial en 2014. Los Estados Unidos sólo aparecen como uno de los principales proveedores de dos de los seis productos considerados como sensibles.

**CUADRO 6**  
**PRODUCTOS TEXTILES SENSIBLES: PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES, 2014**  
*(En porcentajes del total mundial)*

Productos	Exportador		
	Primero	Segundo	Tercero
5204 Hilo de coser de algodón, incluso acondicionado para la venta al por menor	China, 18%	Tailandia, 14%	India, 11%
5401 Hilo de coser de filamentos sintéticos o artificiales, incluso acondicionado para la venta al por menor	China, 30%	Alemania, 17%	Estados Unidos, 10%
5402 Hilados de filamentos sintéticos (excepto el hilo de coser) sin acondicionar para la venta al por menor, incluidos los monofilamentos sintéticos de título inferior a 67 decitex	China, 23%	Taipéi Chino, 8%	India, 7%
5508 Hilo de coser de fibras sintéticas o artificiales, discontinuas, incluso acondicionado para la venta al por menor	China, 62%	Hong Kong, 7%	Corea, 5%
580620 Las demás cintas, con un contenido de hilos de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5% en peso	China, 31%	Estados Unidos, 9%	Hong Kong, 8%
6002 Tejidos de punto de anchura inferior o igual a 30 cm, con un contenido de hilados de elastómeros o de hilos de caucho superior o igual al 5% en peso, excepto los de la partida 60.01	Hong Kong, 21%	China, 20%	Taipéi Chino, 9%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TradeMap.

Las mayores exportaciones estadounidenses de estos productos textiles son hilados de filamentos sintéticos (54,02 del SA; 63,6% de las exportaciones de estos seis bienes), seguido por las cintas sin trama (5806,20; 22,9%), el hilo de coser de filamentos sintéticos (54,01; 9,1%), el hilo de coser de fibras sintéticas discontinuas (55,08; 2,2%), los tejidos de punto ancho (60,02; 1,7%) y los hilos de coser de algodón (52,04; 0,5%). Los principales destinos de estas exportaciones en 2015 fueron: México (29% del total de sus exportaciones en estos productos), Canadá (12,1%), El Salvador (6,1%), China (5,6%), Honduras (4,9%), el Japón (4,4%), Bélgica (4,4%), Países Bajos (4,2%), Reino Unido (2,8%) y Brasil (2,5%). Viet Nam envió

el 0,4% de estas exportaciones, pero su crecimiento en los últimos años ha sido más dinámico (tasa promedio anual de 21,4% de 2006 a 2015), que el resto de sus principales socios cuyas exportaciones han crecido a una tasa menor del 5% anual o bien han disminuido.

Para cumplir con las disposiciones de reglas de origen, el TPP otorga un período de transición de cinco años, a partir de la entrada en vigor del acuerdo, en la cual las partes pueden negociar la eliminación de los aranceles para un bien y un país exportador en específico. De manera conjunta, los países involucrados en el TPP ya han negociado una lista de ocho bienes en el apéndice 4-1 (lista de escaso abasto) los cuales se pueden considerar como originarios únicamente durante este período de transición. Siete de estos productos son tejidos específicos y el octavo es un hilado de fibra de algodón.

Adicionalmente, las Partes han incluido en el mismo apéndice una lista adicional con 186 productos clasificados de escaso abasto que pueden considerarse como originarios siempre y cuando cumplan con los requisitos particulares impuestos en el mismo apéndice y en las reglas de origen establecidas. En algunos acuerdos firmados por los Estados Unidos esta lista quedó abierta a ser negociada entre las Partes como fue en el caso del acuerdo entre Corea y los Estados Unidos. En otros, como el tratado de Colombia y los Estados Unidos, esta lista fue previamente definida. En el caso del TPP, los productos incluidos en esta lista son de carácter permanente, a diferencia de los ocho bienes incluidos en la lista de escaso abasto temporal, y comprenden bienes de los capítulos 50 al 56 y del 58 al 60, tanto en su definición de capítulo, como de partida y subpartida. El 78% de los bienes tiene como requisito ser utilizado para la fabricación de un producto en específico (anotado en el mismo apéndice) comprendido entre los capítulos 42 (cuero) y 61 a 63 (prendas y complementos de vestir y demás artículos textiles).

La acumulación regional no está considerada en el TPP, fuera de la acumulación de origen entre las Partes que componen el Tratado. Por lo tanto, los países miembros no podrán acumular origen con socios fuera del TPP bajo el amparo de otros tratados comerciales firmados, como es el caso de países como Colombia y el Perú con sus socios de la Comunidad Andina y de los países del DR-CAFTA con los socios del TLCAN o del tratado con Egipto, en donde se consideró esta acumulación regional.

El TPP incluye medidas de emergencia o salvaguardia en los casos en que una Parte importadora considere y compruebe que está importando altos volúmenes de algún o algunos productos textiles y confección (en términos absolutos o relativos, de acuerdo con el tamaño del mercado) por efecto de la entrada en vigor del TPP, pudiendo causar daño a su industria nacional. En estos casos se permite a la Parte importadora elevar el arancel aplicado al de NMF vigente al momento de la aplicación o vigente antes de la entrada en vigor del TPP. Esta misma regla se aplica en todos los acuerdos comerciales firmados por los Estados Unidos, en los que también se instituyen comités para el monitoreo y verificación de las reglas acordadas, así como mecanismos de cooperación.

En conclusión, en materia de acceso a mercados el TPP se enmarca en la tradición de los anteriores tratados de los Estados Unidos, por lo que no ofrece ventajas superiores a dichos tratados. A la entrada en vigor del TPP, Viet Nam quedará casi en igualdad de circunstancias que sus competidores de México y Centroamérica en el sector textil y confección. Viet Nam deberá esperar un lapso de 13 años para que todos sus bienes de este sector puedan entrar libre de aranceles en los Estados Unidos, una vez cumplidas las reglas de origen pactadas en el Acuerdo.

## B. NEGOCIACIONES DE APERTURA DE LOS ESTADOS UNIDOS PARA LOS BIENES DE CONFECCIÓN

Cada país firmante del TPP ha emitido un programa de desgravación arancelaria para la entrada a sus mercados. En estos programas se establecen los tiempos de apertura arancelaria para cada producto a nivel de línea nacional. Los Estados Unidos han emitido esta lista en una desagregación de ocho dígitos del sistema armonizado para todos los productos que comercia con los países del TPP. En total, los Estados Unidos ha publicado 38 plazos distintos de desgravación a los productos que cumplan con las reglas de origen acordadas, que van desde la desgravación inmediata (EIF, *entry into force*), hasta la desgravación completa luego de 30 años de haber entrado en vigencia el Acuerdo.

En el caso de los productos de confección <sup>19</sup> (capítulos 61 al 63), los Estados Unidos han establecido ocho plazos distintos de desgravación para todos los países del TPP (véase el cuadro 7):

- a) EIF, desgravación total e inmediata desde el primer día de entrada en vigencia del Acuerdo;
- b) B5, eliminación arancelaria paulatina anual a lo largo de cinco años, al quinto año estará libre de aranceles;
- c) US6, el primer año el producto recibirá un 35% de reducción arancelaria y hasta el año 11 se reducirá el 65% del arancel restante;
- d) US7, el primer año el producto recibirá un 35% de reducción arancelaria y hasta el año 13 se reducirá el 65% del arancel restante;
- e) US8, el primer año el producto recibirá un 35% de reducción arancelaria, en el sexto año se reducirá otro 15% y hasta al año 13 queda libre de aranceles;
- f) US9, el primer año el producto recibirá un 35% de reducción arancelaria, en el séptimo año se reducirá otro 15% y hasta al año 13 queda libre de aranceles;
- g) US10, el primer año el producto recibirá un 50% de reducción arancelaria y hasta al año 10 queda libre de aranceles, y
- h) US11, el primer año el producto recibirá un 50% de reducción arancelaria y hasta al año 13 queda libre de aranceles.

---

<sup>19</sup> Dada la importancia de los artículos de confección mostrada en los apartados anteriores, el resto del documento se centrará en dichos capítulos.

**CUADRO 7**  
**ESTADOS UNIDOS: PLAZOS DE DESGRAVACIÓN PARA LOS BIENES DE**  
**CONFECCIÓN (CAPÍTULOS 61 A 63) ESTABLECIDOS EN EL TPP**  
*(En porcentajes)*

	Año 1	Año 5	Año 6	Año 7	Año 10	Año 11	Año 13
EIF	<b>100</b>						
US10	50				<b>100</b>		
US11	50					<b>100</b>	
US6	35					<b>100</b>	
US7	35						<b>100</b>
US8	35		15				<b>100</b>
US9	35			15			<b>100</b>
B5	Paulatina	<b>100</b>					

Fuente: Elaboración propia con base en la información del TPP.

Nota: En azul y negrita se destaca el año en que cada plazo de desgravación quedará eliminado.

De un universo de 686 productos enlistados dentro de los capítulos 61 a 63, todos los países firmantes recibirán los mismos plazos de desgravación, con excepción de dos productos: las camisas de vestir para caballeros y niños de algodón, excepto de punto (62052020 SA) y las blusas y camisas de vestir para mujeres y niñas de algodón, excepto de punto (62063030 SA). En ambos productos solamente Malasia y Viet Nam se beneficiarán de una desgravación inmediata, mientras que el resto de los miembros del TPP recibirán una desgravación US11 para los productos originarios.

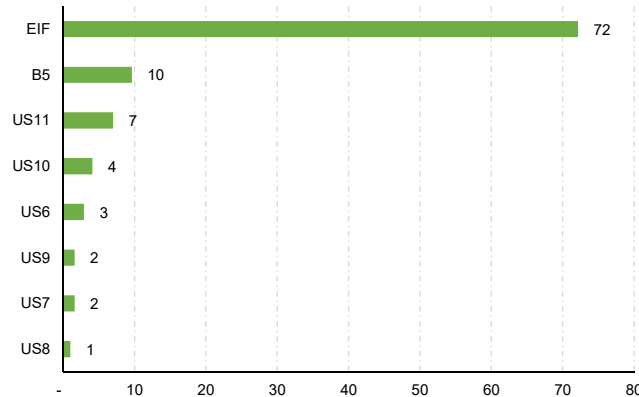
De acuerdo con esta lista, el 72,2% de los productos de confección entraría libre de arancel al mercado estadounidense a partir de primer día de vigencia del TPP, como se observa en el gráfico 6. El 9,6% de estos productos tendrían una eliminación B5. El 7% entraría libre de arancel hasta el año 13 (US11). El 4,1% estaría libre de arancel hasta el año 10 (US10). El 2,9% recibiría una desgravación tipo US6. El 1,6% tendría un tipo de desgravación US7 y US9, cada uno de ellos. Y finalmente, el 1% de los productos de confección se desgravarían totalmente hasta el año 13, de acuerdo con la desgravación US8.

En el caso de Viet Nam, el 50,6% de sus productos de textiles y confección importados desde los Estados Unidos, en términos del valor de sus importaciones a los Estados Unidos en 2015, entraría libre de aranceles al primer día de vigencia del TPP, de acuerdo con la lista de desgravación (véase el gráfico 7). El 31,1% tendría una desgravación de 35% el primer año y estaría libre de arancel entre el año 11 (9,1%) y el año 13 (22%). El 15,2% se beneficiaría de una desgravación arancelaria del 50% el primer año y estaría libre de arancel entre el año 10 (9,5%) y el año 13 (5,6%) de entrada en vigencia el TPP. Y finalmente, el 3,1% del comercio de Viet Nam en 2015 recibiría una desgravación paulatina a lo largo de cinco años.

Como se puede ver en el gráfico 7, los productos que recibirían entre 35% y 50% de desgravación en el primer año son los que más han crecido durante el período 2006-2015 (US9, US11, US6 y US10) y constituyeron 27,7% de las importaciones de los Estados Unidos desde Viet Nam en 2015. En tanto que los productos con desgravación inmediata (EIF) en el primer año han mantenido prácticamente su crecimiento, representando la mitad de las importaciones de confecciones de los Estados Unidos desde Viet Nam. El restante 21,7% de las exportaciones de Viet Nam en 2015 mostró una disminución durante el período señalado, correspondiendo a los tipos de desgravación B5, US8 y US7.

**GRÁFICO 6**  
**ESTADOS UNIDOS: PROGRAMA DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA**  
**A LOS PRODUCTOS DE CONFECCIÓN (61-63 SA)**

*(En porcentajes con respecto al total de las 686 líneas nacionales incluidas en el TPP)*

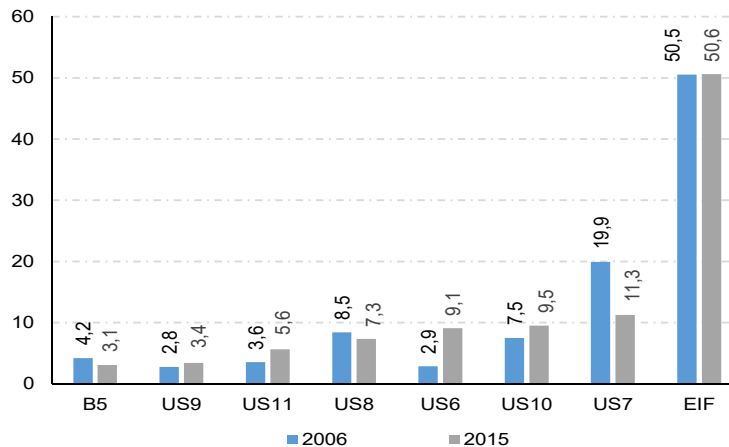


Fuente: Elaboración propia a partir de la información del TPP.

Nota: **EIF**: desgravación total e inmediata desde el primer día de entrada en vigencia del Acuerdo; **B5**, eliminación arancelaria paulatina anual a lo largo de cinco años; **US6**, 35% de reducción arancelaria el primer año y desgravación total en el año 11; **US7**, 35% de reducción arancelaria y reducción total al año 13; **US8**, 35% primer año, 15% sexto año y libre al año 13; **US9**, 35% primer año, 15% en el séptimo y libre al año 13; **US10**, 50% el primer año y libre al año 10; **US11**, 50% el primer año y libre al año 13.

**GRÁFICO 7**  
**ESTADOS UNIDOS: PROGRAMA DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA**  
**A LOS PRODUCTOS DE CONFECCIÓN DE VIET NAM (61-63 SA)**

*(En porcentajes con respecto al total importado desde Viet Nam en 2015)*



Fuente: Elaboración propia a partir de la información del TPP y del Census Bureau de los Estados Unidos.

Nota: **EIF**: desgravación total e inmediata desde el primer día de entrada en vigencia del Acuerdo; **B5**, eliminación arancelaria paulatina anual a lo largo de cinco años; **US6**, 35% de reducción arancelaria el primer año y desgravación total en el año 11; **US7**, 35% de reducción arancelaria y reducción total al año 13; **US8**, 35% primer año, 15% sexto año y libre al año 13; **US9**, 35% primer año, 15% en el séptimo y libre al año 13; **US10**, 50% el primer año y libre al año 10; **US11**, 50% el primer año y libre al año 13.

Se esperaría, por tanto, un aumento importante de las exportaciones de Viet Nam al mercado estadounidense tras la entrada en vigor del Acuerdo, considerando que la mitad de su comercio de bienes de confección recibiría una reducción del 100% en sus aranceles. Esta reducción disminuiría el costo de sus productos, elevando así su competitividad frente a otros mercados como el mexicano o el centroamericano. Para el cumplimiento de las normas de origen es de esperar flujos de inversión extranjera directa (IED) hacia Viet Nam, además de esfuerzos que Viet Nam viene haciendo para producir insumos textiles que ayuden a fortalecer su industria y elevar el valor agregado de la misma (Bui Van Tot, 2014). Así también habría que tomar en consideración el crecimiento de las exportaciones de textiles estadounidenses a Viet Nam, lo que subraya el interés de las empresas estadounidenses en ese país, al mismo tiempo que muestra que Viet Nam cuenta con los Estados Unidos como fuente de aprovisionamiento de insumos. Por último, podría considerarse la opción de la reubicación de algunas de las empresas textiles chinas (su principal proveedor) en Viet Nam a fin de beneficiarse del TPP.



### **III. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE VIET NAM EN EL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS: IMPLICACIONES PARA LAS EXPORTACIONES DE TEXTIL Y CONFECCIÓN CENTROAMERICANAS**

En este capítulo se tiene como objetivo principal identificar las implicaciones que tendría la puesta en marcha del TPP en las exportaciones centroamericanas a los Estados Unidos. Para ello se determina, primeramente, la importancia del sector textil y confección para las economías centroamericanas. En este primer paso se analiza la similitud entre las canastas exportadoras de Centroamérica y Viet Nam, ambos países especializados en casi los mismos productos de confección. Posteriormente, en la segunda sección se identifican los 20 principales productos de confección centroamericanos (a ocho dígitos de desagregación del sistema armonizado) y se analizan sus reducciones arancelarias de acuerdo con la lista de desgravación estadounidense. Este ejercicio permite identificar una disminución del 50% del arancel promedio de Viet Nam al primer día en que entre en vigor el TPP, así como una eliminación total en un lapso de 13 años. Finalmente, en el tercer apartado, se hace un ejercicio de la competitividad exportadora de Centroamérica y Viet Nam en los 10 principales productos de exportación centroamericanos. En su resultado se observa la prominencia competitiva de Viet Nam sobre Centroamérica, la cual se verá reforzada con la aplicación del TPP.

#### **A. EL COMERCIO CENTROAMERICANO DE TEXTILES Y CONFECCIÓN**

Las exportaciones de bienes textiles y confección representaron el 23,1% de las exportaciones totales de Centroamérica en 2015, casi 7 puntos porcentuales menos que lo que significaron en 2005 (29,6%). Durante el período 2006-2015 las exportaciones totales centroamericanas crecieron a un ritmo promedio anual del 6%, mientras que las textiles y confección lo hicieron a una tasa del 3%. Otras exportaciones como material eléctrico, aparatos de óptica y azúcares aumentaron a un ritmo superior al total de las exportaciones, incrementando su peso relativo en las mismas.

Individualmente, para países como El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua este porcentaje fue en 2015 de 46,5%, 14,9%, 42,6% y 28,1%, respectivamente, lo que muestra la importancia del sector para sus economías. Por el contrario, para Costa Rica y Panamá este porcentaje fue de sólo 1,4%, y 0,7% en el mismo año. Durante el período 2006-2015, las exportaciones de textiles y confección de Centroamérica han mostrado una tendencia positiva gracias a la dinámica de las exportaciones nicaragüenses y guatemaltecas, y en menor medida a las de El Salvador y Honduras. El primer país mostró una tasa de crecimiento promedio anual de 73,7% en el período referido, en tanto que la tasa de crecimiento del segundo fue de 25,4% y del tercero y cuarto de 3,9% y 2,3%, respectivamente. El resto de los países registraron una contracción en sus tasas de crecimiento. Para Costa Rica ésta fue de -7% y para Panamá de -55%. Estos datos podrían sugerir la pérdida de competitividad de la mitad de los países centroamericanos en sus exportaciones de textiles y confección, como también un cambio en su estructura exportadora en búsqueda de productos con mayor valor agregado. A nivel mundial, la cuota de mercado de las exportaciones centroamericanas de bienes textiles y de confección es baja, representando en 2015 únicamente el 1,2%.

Las exportaciones de estos bienes permanecen concentradas en el mercado de los Estados Unidos. Este país recibió el 79,8% del total de las ventas centroamericanas de textiles y confección. El resto de las exportaciones van al mercado intracentroamericano (15%), a México (1,5%), al Canadá (1%), entre otros países. Sus principales competidores en el mercado estadounidense son China, Viet Nam, la India, Bangladesh, Indonesia, México, Pakistán, Camboya, Sri Lanka, Italia y el Canadá. De estos países es

Viet Nam uno de sus principales competidores y el que podría obtener los mayores beneficios a la puesta en marcha del TPP, como se observó en el capítulo anterior.

Al interior del mercado estadounidense, la cuota de mercado centroamericana en estos productos fue de 6,7% en 2015 (inferior a la cuota de Viet Nam de 9%), tasa menor a la registrada en 2006 de 7,1%. En 2015 Honduras registró la cuota más elevada dentro de los países centroamericanos (2,4%), también menor que la de 2006 (2,6%). A este país le siguen en importancia de cuota de mercado El Salvador (1,7% en 2015), Guatemala y Nicaragua (ambos con 1,3%), Costa Rica (0,04%) y Panamá (0,005%). En conjunto, las importaciones de los Estados Unidos de estos bienes desde Centroamérica crecieron a una tasa promedio anual de 1% entre 2006 y 2015, siendo las importaciones desde Nicaragua las que mostraron un mejor desempeño (5,2% en el mismo período). Las importaciones desde El Salvador, Honduras y Panamá también aumentaron de 3,3%, 1% y 2,4%, respectivamente (todas estas cifras inferiores a la tasa de crecimiento de Viet Nam de 13% en el mismo período). Costa Rica y Guatemala mostraron un tasa de crecimiento de -21,1% y -1,4%, respectivamente.

Los productos textiles y de confección centroamericanos de mayor importación desde el mercado estadounidense fueron las prendas y complementos de vestir de punto (capítulo 61SA, 79,2% del total en 2015), seguidos por las prendas y complementos de vestir no de punto (capítulo 62SA, 19,1%), los demás artículos textiles confeccionados (capítulo 63SA, 1%) y los bienes textiles (capítulos 50 al 60SA, 0,7%). Esto es una estructura exportadora similar a la de Viet Nam, como se observa en el cuadro 8. Los bienes textiles fueron los de mayor crecimiento durante el período 2006-2015 con una tasa de crecimiento promedio anual del 5,8%, seguido por las prendas y complementos de vestir no de punto (2%) y los de punto (2%), en tanto que los demás artículos textiles confeccionados disminuyeron sus importaciones desde Centroamérica a un ritmo del 2,3% anual.

Algunas empresas centroamericanas han reconvertido su producción y han pasado de la exportación masiva de productos de confección, usualmente catalogada en los capítulos 61 y 62 del SA, a productos con mayor valor agregado. Sin embargo, aún son pocas las empresas que se registran en ese tipo de producción, en comparación con los grandes volúmenes de exportación. Este tipo de empresas se han adaptado a los cambios de mercado experimentados desde principios de los años 2000, con la incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC), el fin del Acuerdo Multifibras (2005), las concesiones otorgadas por los Estados Unidos a otros mercados y las crisis económicas internacionales. El emprendimiento de estas empresas las ha colocado en una posición donde los efectos de la implementación del TPP, por cuestiones de reducción arancelaria, serán menores que los esperados en las empresas cuya producción es masiva.

Las importaciones intrarregionales de bienes textiles y de confección representan 17% del total de las compras del sector de Centroamérica, posicionando al propio mercado regional como el segundo mercado de importación más importante, después de los Estados Unidos (37% de las importaciones totales) y por encima de China (8%). Estas importaciones han crecido a una tasa promedio anual de 5,9% durante el período 2006-2015, tasa superior a la de sus principales mercados de importación (2,6% en el caso de los Estados Unidos y -2,9% en el de China), pero menor al de otros proveedores como Bangladesh (con una tasa de 23,6% promedio anual), Viet Nam (17%), la República de Corea (13%) y México (11%), cuyas importaciones suman el 7% de sus importaciones totales de bienes textiles y de confección.

Los productos más comerciados al interior del mercado centroamericano en 2015 fueron las prendas y complementos de vestir de punto (25%), los tejidos de punto (22%), las prendas y complementos de vestir no de punto (17%), el algodón (10%) y los filamentos sintéticos artificiales (9%). El mayor exportador de textiles y confección a la región fue Honduras (38% de las exportaciones totales) en 2015, seguido por El Salvador (22%), Guatemala (22%), Panamá (11%), Costa Rica (5%) y Nicaragua (2%). El dinamismo del mercado intrarregional podría verse afectado si los países continúan incrementando sus importaciones de Asia.

**CUADRO 8**  
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES IMPORTACIONES DE ARTÍCULOS DE CONFECCIÓN DESDE**  
**CENTROAMÉRICA Y SU RELACIÓN CON LAS IMPORTACIONES DESDE VIET NAM, 2015**

*(En porcentajes con respecto al total de las importaciones de los capítulos 61 a 63 de cada parte  
y tasas de crecimiento promedio anual)*

Código SA	Descripción	Centroamérica		Viet Nam	
		Porcentajes (2015)	Crecimiento (2006-2015)	Porcentajes (2015)	Crecimiento (2006-2015)
61091000	Camisetas interiores de algodón y de punto	18,52	1,7	2,25	13,41
61102020	Suéteres y sudaderas de algodón y de punto	14,55	-4,2	10,44	9,34
61103030	Suéteres y sudaderas de fibras artificiales y de punto	12,78	15,0	8,39	31,0
61099010	Camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas y de punto	7,40	12,7	1,13	38,4
61159590	Medias y calcetines de algodón y de punto	4,52	N.D.	0,00	N.D.
62034240	Pantalones y shorts para hombre o niños de algodón, no de punto	3,37	-5,4	2,92	4,3
61071100	Calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón	3,27	1,5	2,63	103,8
62121090	Sostenes sin encaje o bordado con 70% de seda, no de punto	2,22	3,8	0,41	31,6
62052020	Camisas para hombre o niño de algodón y no de punto	1,77	3,0	2,61	9,9
62034340	Pantalones y shorts para hombre o niño de fibras sintéticas, no de punto, con 36% de lana	1,68	-2,3	2,30	16,2
62046335	Pantalones cortos para mujer o niña de fibras sintéticas no de punto	1,68	0,9	2,17	14,7
61046220	Pantalones cortos para mujer o niña de algodón y de punto	1,63	-4,7	3,53	16,2
61034315	Pantalones, cortos, para hombre o niño de punto y fibras sintéticas	1,63	9,4	1,49	29,9
61142000	Otras prendas de vestir de punto y de algodón	1,41	2,3	0,91	6,7
61034210	Pantalones cortos para hombre o niño de punto y de algodón	1,39	9,0	0,56	24,0
61046320	Pantalones cortos para mujer o niña de punto y fibras sintéticas	1,35	9,2	3,22	41,3
62053020	Camisas para hombre o niño de fibras sintéticas y no de punto	1,34	0,1	0,57	2,4
62101050	Prendas diseñadas para hospital, clínicas o laboratorio revestida de papel, no tejida	1,16	1,2	0,34	N.D.
61013020	Abrigos, cazadoras para hombre o niño de fibras sintéticas y de punto	1,16	11,5	0,83	7,9
61051000	Camisas para hombre o niño de algodón y de punto	1,11	-2,0	2,10	7,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de United States International Trade Commission (USITC).

Nota: N.D.= No disponible.

## B. IMPLICACIONES DEL TPP

Las reglas del TPP en materia textil y confección son similares a las del acuerdo del DR-CAFTA, lo que implica que países como Viet Nam no tendrían una ventaja mayor de la que ya tienen los países centroamericanos. Si bien existía la ventaja de contar con cuotas de importación para ciertos productos que no cumplían con las reglas de origen, esta ventaja finalizó en diciembre de 2014.<sup>20</sup> Tampoco existen estipulaciones adicionales en materia de reglas de origen para los países del TPP, que las que existen dentro del DR-CAFTA, lo cual implica una similitud de condiciones para ingresar al mercado estadounidense. La única diferencia actual entre los países centroamericanos y Viet Nam es que los primeros ya gozan de libre arancel para la entrada de sus principales productos de confección al mercado estadounidense, mientras que para Viet Nam deberán pasar al menos 13 años para que todos sus principales productos de confección puedan entrar libres de aranceles al mercado estadounidense.

Si se toman en cuenta los 20 principales productos de exportación de confección centroamericana (a ocho dígitos) a los Estados Unidos en 2015, se observa que éstos representan el 85% de dichas exportaciones y se concentraron en los capítulos 61 y 62. Estos productos son en su mayoría camisetas, suéteres, medias y pantalones (cuadro 8). Las exportaciones centroamericanas se concentran en tres productos: las camisetas interiores de algodón y de punto (61091000SA), los suéteres y sudaderas de algodón de punto (61102020SA) y los suéteres de fibras artificiales de punto (61103030SA). Estos productos suman casi el 46% de sus exportaciones de artículos de confección a los Estados Unidos y sólo dos de ellos muestran tasas de crecimiento positivas, aunque inferiores a las observadas en Viet Nam (cuadro 8).

En el caso de Viet Nam, sus 20 principales productos de confección representan el 62% de sus exportaciones a los Estados Unidos, lo que muestra una mayor diversificación en comparación con Centroamérica. Sus principales productos de exportación a los Estados Unidos son las sudaderas de algodón de punto (61102020SA), los suéteres de fibras artificiales de punto (61103030SA) y los pantalones cortos para mujer o niña de algodón y no de punto (62046240SA), lo que significa que Centroamérica y Viet Nam compiten directamente en dos de los tres productos principales para ambos. Estos tres productos representan el 24% de las exportaciones de bienes de confección de Viet Nam a los Estados Unidos, porcentaje también menor que el observado en el caso de Centroamérica.

Con el objetivo de comparar la dinámica de los principales productos centroamericanos con Viet Nam, se ha elaborado el cuadro 8 en el que se compara cada uno de éstos productos con el desempeño de Viet Nam durante el mismo período 2006-2015. En este cuadro sólo 11 de los principales productos de Viet Nam están incluidos en la lista, es decir, que en estos 11 productos se concentra la competencia entre Centroamérica y Viet Nam.

Lo primero que se observa en el cuadro 8 es que ninguno de los productos de Viet Nam tiene un porcentaje de participación mayor al 11%, a diferencia del caso centroamericano donde tres productos concentran la mayoría de sus exportaciones. En segundo lugar, se constata que las tasas de crecimiento de 19 de los 20 productos fueron mayores en el caso de Viet Nam. En tercer lugar, se observan disminuciones en las tasas de crecimiento en cuatro de los productos de Centroamérica, mientras que en Viet Nam todos

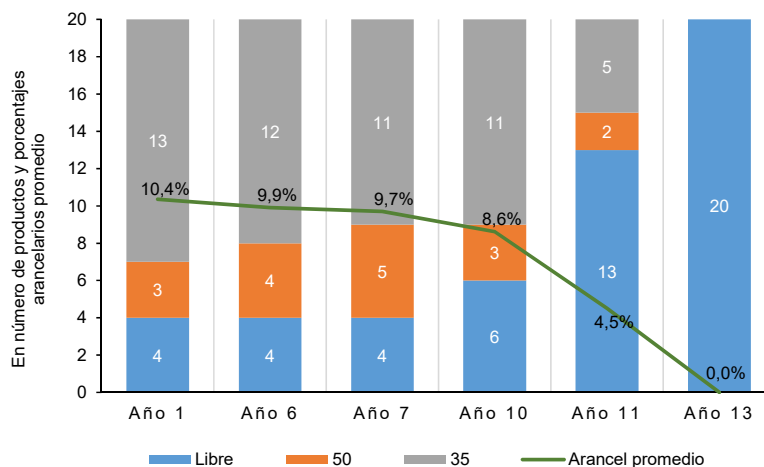
---

<sup>20</sup> Con respecto a las cuotas otorgadas para la exportación de artículos de confección no originarios ensamblados en Nicaragua. Para Costa Rica aún existen cuotas de importación para prendas de vestir de lana no originaria de la región o para cierta ropa de baño ensamblada en Costa Rica con material no originario, las cuales terminarán en 2018. Ambos casos son de productos no representativos en las importaciones de confección de los Estados Unidos desde Centroamérica.

sus productos crecieron de forma positiva. Todos estos puntos denotan una mayor competitividad de Viet Nam en comparación con Centroamérica.

En términos arancelarios, los países centroamericanos gozan de un 0% de arancel en los 20 productos en el mercado estadounidense. Para Viet Nam el arancel actual es de 20%, en promedio. Si se toma en cuenta el programa de desgravación propuesto en el TPP para estos 20 productos, se vislumbra una reducción arancelaria de casi la mitad para Viet Nam en el primer año de aplicación del tratado. De esta manera, el arancel promedio pasaría de 20% a 10,4% en el primer año, como se observa en el gráfico 8. Cuatro de los 20 productos entrarían libres de arancel; a tres de ellos se les reduciría el 50%, y 13 productos tendrían una disminución del 35%. En el sexto año, el arancel promedio bajaría a 9,9%, en el séptimo año a 9,7%, en el 10° año a 8,6% (con seis productos libre de arancel), el 11° a 4,5% (con 13 productos libre de arancel) y en 13 años todos estos productos estarían libre de arancel, compitiendo con Centroamérica en igualdad de circunstancias arancelarias y de reglas de origen.

**GRÁFICO 8**  
**ESTADOS UNIDOS: PROGRAMA DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA PARA VIET NAM EN LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE CONFECCIÓN CENTROAMERICANOS DE ACUERDO CON EL TPP**  
*(En porcentajes simples y número de productos considerados)*



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del programa de desgravación de los Estados Unidos a Viet Nam en el marco del TPP.

Algunos estudios del sector textil de Viet Nam estiman que las exportaciones de Viet Nam a los Estados Unidos se incrementarán considerablemente, manteniendo tasas de crecimiento superiores al 13% anual (Bui Van Tot, 2014). Sin embargo, ésta fue la tasa de crecimiento de las exportaciones de textiles y confección de Viet Nam a los Estados Unidos durante el período 2006-2015, por lo que se podría esperar un aumento superior al 13%. Se debe considerar que Viet Nam depende en un 80% de la importación de insumos para la elaboración de sus prendas y que sus principales proveedores no forman parte del TPP, por lo que tendría que desviar ese comercio hacia socios del TPP para beneficiarse de las reducciones arancelarias (Bui Van Tot, 2014).

En Centroamérica, por ejemplo, a pesar de tener arancel cero en sus principales productos de confección en el marco del DR-CAFTA, pagó un arancel promedio de 3,6% en 2015 debido a que algunos de sus productos no cumplieron las reglas de origen del Acuerdo. Panamá fue el país con el arancel pagado más alto (7,8% en promedio), seguido por Nicaragua (5,8%), Costa Rica (5,2%), Guatemala (4,2%), El Salvador (1,5%) y

Honduras (1,7%). Este resultado está ligado a su dependencia a la importación de insumos, del mismo modo que Viet Nam, sobre todo de los insumos considerados sensibles. Sin embargo, a diferencia de Viet Nam, Centroamérica ha ido aumentando sus importaciones de insumos desde los Estados Unidos, convirtiéndolo en muchos casos, en su principal proveedor.

En un análisis de las importaciones de Centroamérica y Viet Nam de hilados y fibras restringidos tanto en el DR-CAFTA como en el TPP (véase capítulo II, apartado A), se observa la presencia de China como proveedor en ambas regiones. Viet Nam tuvo como proveedor principal a China en 11 de los 12 productos textiles, como se observa en el cuadro 9. En estos casos Viet Nam importó alrededor del 50% de estos productos desde China, llegando a porcentajes del 80% en algunos bienes textiles. Solamente en la importación de la seda el Japón figura como su principal proveedor.

**CUADRO 9**  
**VIET NAM Y PAÍSES SELECCIONADOS DE CENTROAMÉRICA:**  
**PRINCIPAL PROVEEDOR DE TEXTILES, 2014**

*(En porcentajes con respecto a la importación total de cada producto)*

Código	Descripción	Viet Nam	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
42	Cuero	China 77	China 38	China 32	China 75	China 89
50	Seda	Japón 50	EU 78	EU 25	México 93	EU 100
51	Tejidos de crín	China 69	EU 56	México 48	México 68	China 35
52	Algodón	China 55	EU 77	EU 49	Brasil 37	Honduras 32
53	Otros textiles	China 80	Brasil 44	India 50	India 35	México 72
54	Filamentos sintéticos o artificiales	China 43	EU 70	EU 35	China 37	China 36
55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	China 70	EU 60	China 50	EU 36	El Salvador 71
56	Guata, fieltro y tela sin tejer	China 47	EU 68	China 37	China 18	China 32
57	Alfombras	China 74	EU 64	EU 66	EU 64	EU 60
58	Tejidos especiales	China 43	Honduras 30	Corea 30	China 35	Guatemala 32
59	Telas impregnadas, revestidas	China 46	China 59	China 46	China 34	China 32
60	Tejidos de punto	China 43	EU 55	China 43	China 52	El Salvador 93

Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del TradeMap.

Nota: EU = Estados Unidos.

En el caso de Centroamérica,<sup>21</sup> se observa que El Salvador es el país con mayores importaciones de insumos textiles desde los Estados Unidos. Ocho de los 12 insumos textiles provienen en su mayoría de ese mercado y sólo en dos casos (cuero y telas impregnadas) China continúa siendo su principal proveedor. Guatemala es el segundo país centroamericano con mayores importaciones provenientes de los Estados Unidos, en cuatro de los 12 capítulos considerados. Sin embargo, China continúa figurando como principal vendedor en cinco de los 12 capítulos, al igual que en el caso de Nicaragua. En cuanto a Honduras, la concentración de China es mayor, siendo el proveedor principal en seis de los 12 capítulos, y los Estados Unidos sólo en dos. Un aspecto a destacar en los países centroamericanos es la presencia de países de la región como México y los mismos países centroamericanos como proveedores de insumos, lo que permite la acumulación de origen y la entrada al mercado estadounidense libre de aranceles en el marco del DR-CAFTA.

También se denota una alta propensión a importar desde China, los Estados Unidos y desde algunos países de la región en los productos considerados sensibles, cuyo origen debe ser estrictamente de alguno de los países firmantes tanto del DR-CAFTA, como del TPP. Como se observa en el cuadro 10, el principal proveedor

<sup>21</sup> Dada la importancia del sector en sus exportaciones, sólo se ha mantenido a El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua en el cuadro 8, eliminando a Costa Rica y Panamá.

de Viet Nam sigue siendo China y Hong Kong en todos los casos. A diferencia de El Salvador y Guatemala donde la presencia de los Estados Unidos es mayor. En Nicaragua, si bien los Estados Unidos no figuran como principal proveedor, sí se encuentran algunos países centroamericanos. Finalmente, en Honduras se constata la prominencia de China como fuente principal de adquisición de estos productos. Solamente en el caso de filamentos sintéticos (5402SA), Guatemala es su principal proveedor.

**CUADRO 10**  
**VIET NAM Y PAÍSES SELECCIONADOS DE CENTROAMÉRICA: PRINCIPAL PROVEEDOR**  
**DE TEXTILES CONSIDERADOS SENSIBLES, 2014**

*(En porcentajes con respecto a la importación total de cada producto)*

Código	Descripción	Viet Nam	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua
5204	Hilo de coser de algodón, acondicionado para la venta al por menor	Hong Kong 31	EU 41	EU 45	China 87	China 82
5401	Hilos de coser de filamentos sintéticos o artificiales	China 41	EU 43	China 37	China 46	Hong Kong 25
5402	Hilados de filamentos sintéticos, incluidos los monofilamentos sintéticos	China 48	EU 82	EU 35	Guatemala 45	El Salvador 51
5508	Hilos de coser de fibras sintéticas o artificiales discontinuas	China 36	EU 43	China 42	China 53	Costa Rica 25
5806	Cintas de materia textil, cintas sin trama, de hilados o fibras paralelizadas y aglutinadas	China 53	Honduras 33	Corea 39	China 31	Costa Rica 32
6002	Tejidos de punto con hilados de elastómeros o de hilos de caucho	Hong Kong 46	EU 85	EU 48	China 92	Guatemala 67

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de TradeMap.

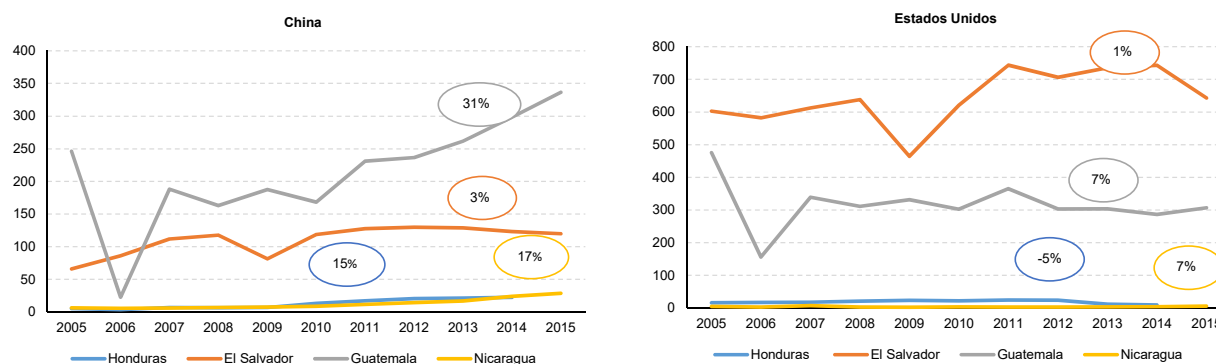
Nota: EU = Estados Unidos.

Sin embargo, a pesar de que la importación de textiles desde los Estados Unidos es mayor en el caso de Centroamérica, la tendencia a adquirir estos insumos desde China ha sido más dinámica en los últimos 10 años. Como se observa en el gráfico 9, las importaciones de los países centroamericanos de textiles desde China han crecido en su mayoría a tasas de dos dígitos (con excepción de El Salvador), mientras que las mismas desde los Estados Unidos lo han hecho a tasas de un dígito, o bien han decrecido como en el caso de Honduras. Aunque a partir de la entrada en vigor del DR-CAFTA en 2005, se observó un ligero incremento de las compras de textiles desde los Estados Unidos, desde 2011 la tendencia se ha mantenido, favoreciendo el alza de compra desde China o de otros países de la región.

Por parte de los Estados Unidos también se observa un ligero incremento de sus exportaciones hacia Centroamérica entre 2006 y 2015. Como se observa en el gráfico 10, las exportaciones de textiles de los Estados Unidos hacia Centroamérica significaron 2.378 millones de dólares en 2015, tres veces más que las mismas exportaciones a Viet Nam. Sin embargo, las primeras crecieron a un ritmo promedio anual de 2%, entre 2006 y 2015, mientras que las segundas lo hicieron a un ritmo de 25% anual. Esta dinámica en las exportaciones de insumos parece estar relacionada con la dinámica en las importaciones de vestido y confección. En el caso de las importaciones desde Centroamérica, su crecimiento fue similar al de las exportaciones de textiles a la misma región, creciendo a una tasa promedio anual de 1% en el mismo período. De igual manera, las importaciones estadounidenses de vestido y confección desde Viet Nam se elevaron a un ritmo de 12% en el período 2006-2015, logrando superar a las de Centroamérica desde 2012.

**GRÁFICO 9**  
**CENTROAMÉRICA: IMPORTACIONES DE INSUMOS TEXTILES (CAPÍTULOS 50-60 SA)**  
**DESDE LOS ESTADOS UNIDOS Y CHINA, 2005-2016**

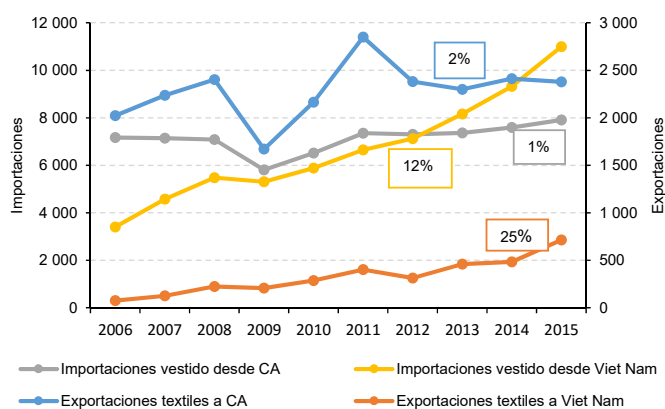
(En millones de dólares y tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos del TradeMap.

**GRÁFICO 10**  
**ESTADOS UNIDOS: COMERCIO DE TEXTILES Y CONFECCIÓN**  
**CON CENTROAMÉRICA Y VIET NAM, 2006-2015**

(En millones de dólares y tasas de crecimiento promedio anual)



Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de TradeMap.

Otro factor clave en la competitividad de ambos países es el costo de los fletes y seguros para llegar al mercado estadounidense. Centroamérica se encuentra mucho más cerca geográficamente de los Estados Unidos que Viet Nam. El puerto de Da Nang, de Viet Nam, y el puerto de Long Beach, de los Estados Unidos, están a una distancia de 12.656 kilómetros en un recorrido promedio de 20 días. En Centroamérica la distancia entre Puerto Cortés, en Honduras (por ejemplo), y el Puerto de Miami, en los Estados Unidos es de 1.481 kilómetros, en un recorrido de dos días.<sup>22</sup> Esta distancia casi nueve veces menor entre Centroamérica y los Estados Unidos

<sup>22</sup> Sin embargo, al interior de Centroamérica debe considerarse que no todos los países cuentan con rutas directas a los Estados Unidos, por lo que el tiempo en algunos de ellos puede ser mayor a los siete días, como en los casos de El Salvador y Nicaragua.



en comparación con Viet Nam. Sin embargo, en 2015 estos costos representaron el 3,7% de las importaciones desde Viet Nam y 2,4% de las importaciones desde Centroamérica, una diferencia que resalta la alta competitividad de Viet Nam considerando que la distancia y sus tiempos de transporte son mayores que los centroamericanos. Lo anterior subraya la importancia de mejorar la logística centroamericana dado su impacto en los costos y en la capacidad de atender una demanda especializada basada en mejor tiempo de entrega.<sup>23</sup>

### C. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA

Con el objetivo de analizar con mayor detalle la competitividad exportadora de Centroamérica y Viet Nam en bienes de confección, se ha realizado un ejercicio para los principales 10 productos identificados en el cuadro 8. El estudio se ha realizado utilizando el programa “Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional” (Magic Plus, por sus siglas en inglés), creado por la CEPAL. A través de éste se observa la mayor competitividad de los productos de confección de Viet Nam entre 2006 y 2015, en comparación con los centroamericanos. Este análisis también permite analizar los posibles escenarios de Centroamérica en el mercado estadounidense a la luz del comportamiento de Viet Nam en los últimos años y los acuerdos alcanzados en la negociación del TPP (sobre todo en los relacionados con el calendario de desgravación estadounidense).

El análisis de competitividad permite clasificar a los productos de acuerdo con su comportamiento ante la mayor o menor demanda en el mercado estadounidense en un determinado período.<sup>24</sup> En primer lugar, se compara la participación de mercado<sup>25</sup> de un determinado país en un año inicial (también llamado año base) con otro año posterior (llamado año final) para definir si un producto ha sido o no competitivo. Si la participación de mercado aumenta entre ambos años se considera un producto competitivo y se ubica en el lado derecho de la matriz de competitividad (véase el diagrama 1). Si por el contrario, disminuye su participación, se considera no competitivo y se ubica en el lado izquierdo de la matriz. En segundo lugar, se considera el aumento o disminución de la demanda en el mercado en cuestión, en este caso el estadounidense, a través del cambio en la participación del producto.<sup>26</sup> Si la participación del producto se incrementa entre el año base y el año final, el producto se considera dinámico y se ubica en la parte superior de la matriz (véase el diagrama 1). Si dicha participación disminuye, el producto se considera estacionario y se ubica en la parte baja de la matriz.

---

<sup>23</sup> Un análisis sobre la infraestructura logística en Centroamérica puede verse en Cordero (2013).

<sup>24</sup> Siempre un cierto lapso anterior al presente, por lo que este estudio se considera *ex post*, es decir, se estudia un comportamiento pasado mediante el cual podríamos inferir un posible comportamiento a futuro considerando, en este caso de estudio, los acuerdos establecidos en el TPP.

<sup>25</sup> Se refiere a la proporción que representa el comercio de un producto específico proveniente de un país específico en el comercio global de ese producto. Es también llamada “cuota de mercado”.

<sup>26</sup> Es la proporción que representa el comercio global de un producto en el comercio global total.



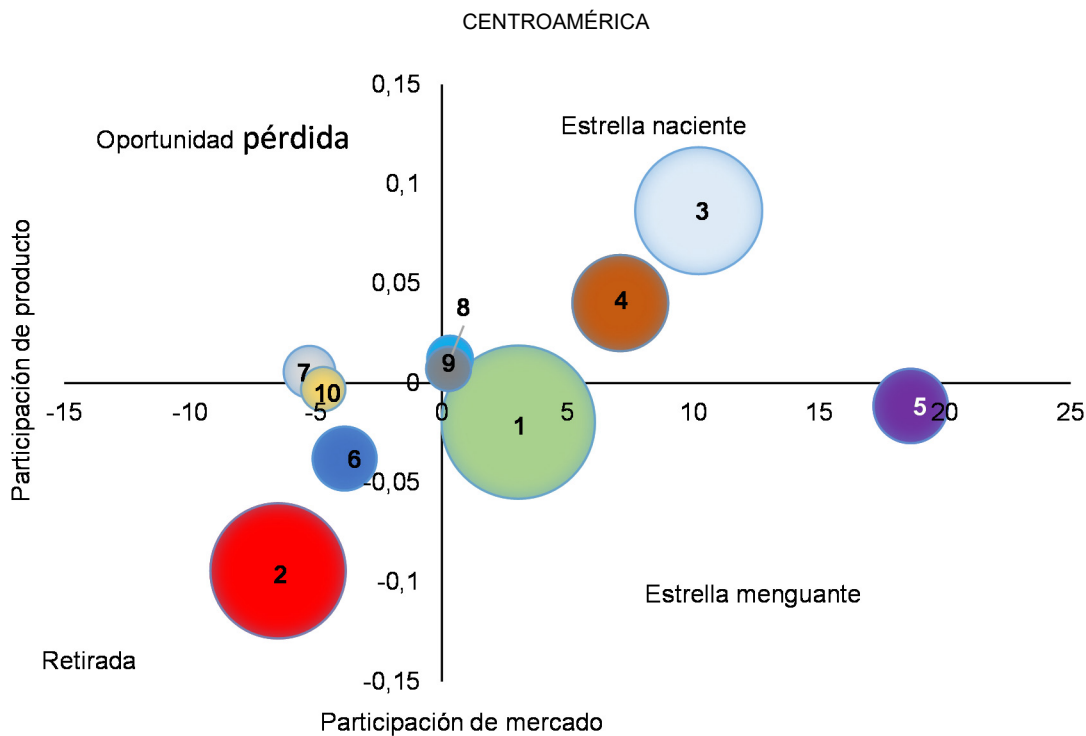
La combinación del cambio entre participación de mercado y participación de producto puede dar lugar a cuatro escenarios diferentes:

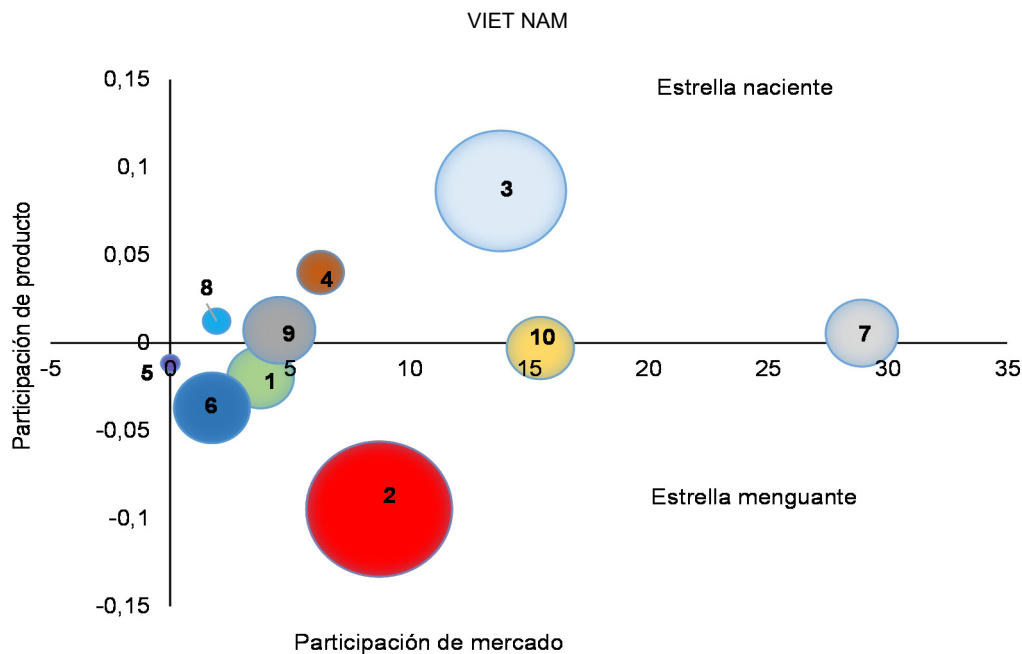
- a) En el primero, si la participación de mercado de un producto (considerada también como la oferta) aumenta entre el año base y el año final, al igual que la participación del producto (demanda), el bien se considera “estrella naciente” y es ubicado en el cuadrante derecho superior de la matriz, catalogándolo como competitivo y dinámico (diagrama 1).
- b) En el segundo escenario, la participación de mercado disminuye entre los años seleccionados, pero la participación del producto aumenta; entonces el producto es considerado “oportunidad pérdida” y se ubica en el cuadrante superior izquierdo como un producto no competitivo pero dentro de un cuadrante dinámico.
- c) En el tercer escenario, la participación de mercado aumenta entre el año base y el año final, pero la participación del producto disminuye; por tanto, el producto se ubica en el cuadrante inferior derecho y se cataloga como “estrella menguante”, es decir, producto competitivo pero en un sector no dinámico.
- d) El cuarto escenario se produce cuando la participación de mercado disminuye al igual que la participación del producto, por lo que se cataloga como “retirada” y se ubica en el cuadrante inferior izquierdo de la matriz de competitividad, como se muestra en el diagrama 1. La posición competitiva de un país será mayor entre más se ubiquen sus productos de exportación en el lado derecho de la matriz.

En el estudio se tomó como año base el 2006 y como año final el 2015 (período similar al estudiado en el resto del documento). En el gráfico 11 se puede observar la matriz de competitividad de Centroamérica (arriba) y la de Viet Nam (abajo) para los 10 principales productos de confección en el mercado estadounidense. En ellas destaca, en primer lugar, la concentración de todos los productos de Viet Nam en el sector de competitivo, a diferencia de Centroamérica, en que sólo seis de sus diez productos se ubican en ese sector. En segundo lugar, llama la atención que el segundo bien más importante para Centroamérica se localice en el cuadrante no competitivo.

**GRÁFICO 11**  
**CENTROAMÉRICA Y VIET NAM: MATRIZ DE COMPETITIVIDAD PARA**  
**LOS DIEZ PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN**  
**DE CONFECCIÓN CENTROAMERICANOS, 2006-2015**

*(En cambios de puntos porcentuales entre 2006 y 2015)*





Fuente: Elaboración propia, a partir de los datos de CEPAL, Magic Plus.

Nota: los números corresponden a los diez principales productos de confección de Centroamérica, enlistados en el cuadro 8, a saber: ❶ 61091000 Camisetas interiores de algodón y de punto; ❷ 61102020 Suéteres y sudaderas de algodón y de punto; ❸ 61103030 Suéteres y sudaderas de fibras artificiales y de punto; ❹ 61099010 Camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas y de punto; ❺ 61159590 Medias y calcetines de algodón y de punto; ❻ 62034240 Pantalones y shorts para hombre o niños de algodón, no de punto; ❼ 61071100 Calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón; ❽ 62121090 Sostenes sin encaje o bordado con 70% de seda, no de punto; ❾ 62052020 Camisas para hombre o niño de algodón y no de punto; y ❿ 62034340 Pantalones y shorts para hombre o niño de fibras sintéticas, no de punto, con 36% de lana. Los colores tienen como objetivo permitir una fácil identificación y comparación entre los productos de Centroamérica y los de Viet Nam.

El tamaño del círculo de cada producto en las matrices indica su importancia en las exportaciones de artículos de confección para Centroamérica y Viet Nam. En el gráfico 11 se observa que los dos principales productos de exportación centroamericanos (con los círculos más grandes) se localizan en sectores estacionarios del mercado estadounidense, lo que representa el 33% de sus ventas de confección. Sus productos más competitivos, de acuerdo con el gráfico son las medias y calcetines de algodón (quinto producto), los suéteres y sudaderas de fibras artificiales (tercero) y las camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas de punto (cuarto). De los cinco productos centroamericanos localizados en los cuadrantes estacionarios, sólo dos de ellos mostraron un aumento positivo en su participación de mercado, a pesar de la contracción de la demanda. Para esos mismos productos Viet Nam mostró un desempeño contrario: esos productos de exportación se mantuvieron en el cuadrante competitivo, aun con la disminución en la demanda, catalogándose como estrellas menguantes. Los otros cinco productos centroamericanos se localizaron en el cuadrante dinámico, de los cuales sólo los calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón (séptimo producto) perdieron mercado a pesar del alza en la demanda. Los otros cuatro productos se catalogaron como estrellas nacientes.

Para Viet Nam, para efectos comparativos, sólo cinco de los productos seleccionados se localizan en su lista de los diez principales productos de exportación. El segundo producto, tercero, sexto, séptimo y noveno se encuentran en su lista de los diez primeros y representan el 27% de sus exportaciones de productos de confección. En todos estos productos, Viet Nam incrementó su participación de mercado, clasificando la mitad de los mismos como estrellas nacientes (en tres de los casos con crecimientos superiores a 13 puntos porcentuales entre los años de referencia) y la otra mitad como estrellas menguantes.

Viet Nam se muestra más competitivo que Centroamérica en los diez productos seleccionados, aun cuando el primero enfrenta altos aranceles y mayores gastos de transporte para llegar al mercado estadounidense. La competitividad centroamericana podría verse aún más afectada ante la reducción de aranceles prevista en el TPP para los productos de Viet Nam.

A continuación se presenta el análisis comparativo por producto, el cual permite analizar con mayor detalle los cambios en la participación de mercado y de producto; comparar sus cambios y posición con respecto al valor unitario, al volumen y a la cuota arancelaria actual y negociada, así como identificar los otros competidores en el mercado estadounidense.

El primer producto de exportación centroamericano a los Estados Unidos son las camisetas interiores y de algodón y de punto (61091000SA). El análisis de competitividad muestra que la demanda en los Estados Unidos por este producto ha disminuido ligeramente entre 2006 y 2015 en 0,02 puntos porcentuales. Sin embargo, a pesar de esta contracción tanto Centroamérica como Viet Nam han incrementado su participación en el mercado. El primero la aumentó en 3,03 puntos porcentuales, mientras que el segundo lo hizo en 3,8 puntos porcentuales, en el mismo período (véase el cuadro 11). Este aumento de Centroamérica está ligado a un incremento en el valor del producto (19,5% más entre 2006 y 2015), más que en el volumen (7,5% más en el período), mientras que Viet Nam elevó ambos de forma proporcional (250% más).

Centroamérica sigue siendo competitiva en términos de precios frente a Viet Nam. El precio promedio <sup>27</sup> de estas camisetas centroamericanas fue de 18 dólares por docena, 38% menos que el precio promedio de Viet Nam de 28,5 dólares (véase el cuadro 11). Este precio también está 13% por debajo del valor promedio de todas las importaciones de este producto en los Estados Unidos. El valor de Viet Nam está 37% por encima del promedio. El producto de Viet Nam tiene incorporado en el valor el arancel pagado, el cual fue de 16,5% en 2015. Este arancel se reducirá a 10,7% al primer día de vigencia del tratado y para el onceavo año podrá entrar libre de aranceles, siempre y cuando cumpla con las reglas de origen, lo cual incrementará la competitividad de Viet Nam frente a Centroamérica.

En ambos casos este producto se cataloga como estrella menguante, ya que a pesar de la contracción en la demanda ambos países incrementaron su cuota de mercado, siendo mayor el cambio observado en Viet Nam. En el gráfico 11 puede verse la importancia que el bien representa para Centroamérica, en comparación con la que tiene para Viet Nam.

Honduras es el principal proveedor de este producto en el mercado estadounidense con 12,9% de la participación de mercado, seguido por China (9,6%), El Salvador (9,3%), Haití (8,7%), México (8,2%), Nicaragua (7,8%), la República Dominicana (6,5%) y Viet Nam (5,9%), en 2015. Sólo los últimos tres países aumentaron su participación de mercado; el resto la disminuyó.

El segundo producto, “Suéteres y sudaderas de algodón y de punto (61102020)”, también es un bien estacionario, como se puede ver en el gráfico 11. La demanda de este producto en el mercado estadounidense disminuyó 0,1 puntos porcentuales entre 2006 y 2015. Centroamérica y Viet Nam tuvieron comportamientos diferentes ante esta contracción. El primero redujo su participación en el mercado 6,5 puntos porcentuales, catalogando al producto como retirada. El segundo aumentó su participación en el mercado 8,7 puntos porcentuales, catalogándolo como estrella menguante (véase el cuadro 11). En el gráfico 11 se observa al producto como no competitivo, mientras que para Viet Nam fue lo contrario. Gracias a este comportamiento

<sup>27</sup> En el Magic Plus, el precio promedio es el resultado de la división entre el valor y el volumen importado por los Estados Unidos, en este caso desde Centroamérica.

de las exportaciones de Viet Nam el país obtuvo un incremento de 662 millones de dólares entre 2006 y 2015, en tanto que la dinámica de Centroamérica generó una reducción de 592 millones de dólares que la región hubiera obtenido de haber mantenido su cuota en el mercado estadounidense.

**CUADRO 11**  
**CENTROAMÉRICA Y VIET NAM: CAMBIOS EN LA PARTICIPACIÓN DE PRODUCTO**  
**Y DE MERCADO EN LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN**  
**CENTROAMERICANOS, 2006 Y 2015**  
*(En porcentajes y cambios porcentuales)*

		Participación de producto			Participación de mercado			Clasificación
		2006	2015	Cambio	2006	2015	Cambio	
61091000								
Camisetas interiores de algodón y de punto	Centroamérica	0,20	0,18	-0,02	31,80	34,84	3,03	Estrella menguante
	Viet Nam	0,20	0,18	-0,02	2,09	5,88	3,79	Estrella menguante
61102020								
Suéteres y sudaderas de algodón y de punto	Centroamérica	0,44	0,35	-0,09	20,85	14,35	-6,5	Retirada
	Viet Nam	0,44	0,35	-0,09	5,47	14,20	8,73	Estrella menguante
61103030								
Suéteres y sudaderas de fibras artificiales y de punto	Centroamérica	0,16	0,25	0,09	7,90	18,11	10,21	Estrella naciente
	Viet Nam	0,16	0,25	0,09	1,96	15,78	13,82	Estrella naciente
61099010								
Camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas y de punto	Centroamérica	0,04	0,08	0,04	25,94	33,03	7,09	Estrella naciente
	Viet Nam	0,04	0,08	0,04	0,71	7,00	6,29	Estrella naciente
61159590 <sup>a</sup>								
Medias y calcetines de algodón y de punto	Centroamérica	0,04	0,04	-0,00	22,65	41,28	18,63	Estrella menguante
	Viet Nam	0,04	0,04	-0,00	0,05	0,06	0,01	Estrella menguante
62034240								
Pantalones y shorts para hombre o niños de algodón, no de punto	Centroamérica	0,28	0,25	-0,03	8,56	4,69	-3,87	Retirada
	Viet Nam	0,28	0,25	-0,03	3,80	5,55	1,75	Estrella menguante
61071100								
Calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón	Centroamérica	0,04	0,04	0,01	31,63	26,37	-5,26	Oportunidad pérdida
	Viet Nam	0,04	0,04	0,01	0,03	28,95	28,92	Estrella naciente
62121090								
Sostenes sin encaje o bordado con 70% de seda, no de punto	Centroamérica	0,08	0,09	0,01	8,07	8,39	0,32	Estrella naciente
	Viet Nam	0,08	0,09	0,01	0,19	2,13	1,94	Estrella naciente
62052020								
Camisas para hombre o niño de algodón y no de punto	Centroamérica	0,13	0,14	0,01	4,14	4,41	0,27	Estrella naciente
	Viet Nam	0,13	0,14	0,01	4,45	9,01	4,56	Estrella naciente
62034340								
Pantalones y shorts para hombre o niño de fibras sintéticas, no de punto, con 36% de lana	Centroamérica	0,06	0,05	-0,01	15,60	10,89	-4,71	Retirada
	Viet Nam	0,06	0,05	-0,01	5,16	20,63	15,47	Estrella menguante

Fuente: Elaboración propia. a partir de los datos de CEPAL, Magic Plus.

<sup>a</sup> Para este producto el año base es 2007 y el año final 2015.

Durante este período Centroamérica disminuyó sus exportaciones del producto 61102020 tanto en términos de valor (-34,5%) como de volumen (-45,6%), en tanto que Viet Nam incrementó ambos valores en 147% y 166%, respectivamente. Esto generó que Centroamérica pasara de proveer el 33% del volumen de este producto en 2006 a suministrar el 21,6% en 2015. Al mismo tiempo, Viet Nam ganó mercado elevando su participación de volumen de 5% a 15,7%, en los mismos años. Lo anterior a pesar de que el precio promedio del bien de Viet Nam (40,6 dólares por docena) fue 36% mayor al precio promedio centroamericano (29,7 dólares) en 2015 (véase el cuadro 12). Este precio considera 16,5% de arancel aplicado a Viet Nam en los suéteres y sudaderas. Dicho arancel se eliminará completamente al primer día en que entre en vigencia el TPP. Lo anterior implicará una reducción en su precio unitario a valores cercanos al centroamericano y el consiguiente aumento de su competitividad en el mercado estadounidense.

China es el principal proveedor de este producto al mercado estadounidense con 36,5% del mercado, seguido por Viet Nam (14,2%), Indonesia (7%), India (5,3%), Honduras (5%) y Guatemala (4,1%), en 2015. Todos estos países aumentaron su participación de mercado en el período de análisis, a excepción de Honduras y Guatemala. En Centroamérica también El Salvador disminuyó su participación; sólo Nicaragua registró un incremento de 0,6 puntos porcentuales.

El tercer producto, “Suéteres y sudaderas de fibras artificiales y de punto (61103030SA)”, registró un ligero aumento en su demanda en los Estados Unidos con un cambio de 0,1 puntos porcentuales en su participación de producto. Centroamérica y Viet Nam fueron competitivos con un cambio en su participación de mercado de 10,2 puntos porcentuales en el primero y de 13,8 puntos porcentuales en el segundo (cuadro 11). En el gráfico 11 se ubica el producto en el cuadrante de estrellas nacientes en ambos casos, con mejores resultados para Viet Nam al ubicarse más al extremo derecho de la matriz debido a un mayor cambio en su cuota de mercado.

El comportamiento de Centroamérica estuvo ligado a un aumento en el valor (322% entre 2006 y 2015) más que en el volumen (264%). Viet Nam, por el contrario, incrementó más el volumen que el valor del producto en el mismo período. El precio unitario promedio de venta centroamericano llegó a 53 dólares por docena en 2015 (3% por debajo del precio promedio general). Viet Nam lo vendió en promedio en 55 dólares por docena (véase el cuadro 12). El arancel aplicado a Viet Nam fue de 32% en 2015, el cual se eliminará por completo a la entrada en vigor del TPP. Por tanto, el precio podría disminuir a 37,4 dólares por docena, aumentando así la competitividad de Viet Nam frente a sus competidores, entre ellos Centroamérica.

China vuelve a ser el principal proveedor de este producto en el mercado estadounidense con 28,2% del mercado, seguido por Viet Nam (15,8%), Honduras (8,6%), Indonesia (7,5%), Jordania (6,5%), Guatemala (3,9%) y El Salvador (3,7%), en 2015. En este caso todos los países registraron un alza en su cuota de mercado a pesar del ligero incremento en la demanda, debido a la contracción en las exportaciones de algunos mercados como México, Filipinas, Tailandia o el Canadá.

El cuarto producto, “Camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas y de punto (61099010)”, mostró un comportamiento muy similar al anterior, con un aumento en la demanda estadounidense y en la oferta centroamericana y de Viet Nam. La participación del producto registró un ligero incremento de 0,04 puntos porcentuales entre 2006 y 2015, en tanto que la participación de mercado se elevó 7,1 puntos porcentuales en Centroamérica y 6,3 puntos porcentuales en Viet Nam (cuadro 11). La dinámica centroamericana fue, en consecuencia, más competitiva que la de Viet Nam. En el gráfico 11 ambos productos se ubican en el cuadrante de estrellas nacientes, aunque para Centroamérica el producto es más representativo que para Viet Nam.

La expansión de las exportaciones centroamericanas se debió más a un incremento en el valor que en volumen, contrariamente al comportamiento de Viet Nam. En el primer caso, el valor aumentó 46% más que el volumen, mientras que en el segundo caso el volumen subió 27% más que el valor. El precio promedio de venta por docena de Viet Nam disminuyó 21% entre 2006 y 2015, ubicándose en 30,8 dólares (15% por encima del precio promedio global). El precio de Centroamérica se elevó 28% entre ambos años, ubicándose en 21,9 dólares en 2015 (18% por debajo del precio global). El arancel pagado por Viet Nam en 2015 fue de 32%. A la entrada en vigor del TPP éste se reducirá a 20,8%, por lo que su precio también lo hará y podría ubicarse en 27 dólares, aun por encima del precio centroamericano (cuadro 12). En el onceavo año de vigencia el arancel restante se eliminará.

El principal proveedor de este producto al mercado estadounidense es China, con 17,1% del mercado, aunque en su conjunto Centroamérica es el principal proveedor, seguido por México (15%), Honduras (9,7%), El Salvador (9,1%), Nicaragua (9%), Viet Nam (7%) y Guatemala (5,1%). Casi todos los países mostraron un incremento en su cuota de mercado, con excepción de México y Honduras.

El quinto producto, “Medias y calcetines de algodón y de punto, especialmente las concebidas para tratamientos de varices (61159590SA)”, ha sido un bien estacionario que ha disminuido ligeramente su participación de producto en 0,005 puntos porcentuales entre 2007 y 2015. No obstante, tanto Centroamérica como Viet Nam han aumentado sus porcentajes de participación de mercado. En el primer caso, el cambio fue de 18,6 puntos porcentuales. En el segundo caso fue de 0,01 puntos porcentuales (cuadro 11). En ambos, el producto es catalogado como estrella menguante. En el gráfico 11 se puede ver que dicho bien fue el más competitivo de los diez productos centroamericanos, ubicándose al extremo derecho de su matriz, aun cuando la dinámica de la demanda no fue positiva. Para Viet Nam este producto representa menos del 1% de sus exportaciones de bienes de confección.

Las exportaciones centroamericanas de este producto aumentaron de nueva cuenta impulsadas más por un cambio positivo en el valor que en el volumen (58%). En el caso de Viet Nam sus ventas aumentaron también por cuestiones de valor más que de volumen (55%) entre 2006 y 2015. En el último año Centroamérica vendió este producto en 5,2 dólares en promedio, 8% por debajo del promedio general, en tanto que Viet Nam lo vendió más de dos veces por encima del precio general, a 13,2 dólares. En 2015 Viet Nam enfrentó un arancel de 13,5%, el cual se reducirá a 8,8% en el primer año de la entrada en vigencia del TPP y posteriormente será eliminado en el onceavo año. El valor del producto podría reducirse a 12,6 dólares como resultado de disminuciones arancelarias, por lo que éstas no afectarían la competitividad centroamericana en este producto (cuadro 12).



**CUADRO 12**  
**CENTROAMÉRICA Y VIET NAM: CAMBIOS EN EL VALOR UNITARIO DE LOS DIEZ**  
**PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN CENTROAMERICANOS, 2006 Y 2015**  
*(En dólares por docena)*

		Valor unitario promedio			Escenario de reducción al primer año
		2006	2015	Cambio	
61091000					
Camisetas interiores de algodón y de punto	Centroamérica	16,18	17,98	+1,80	
	Viet Nam	28,51	28,55	+0,04	26,89
61102020					
Suéteres y sudaderas de algodón y de punto	Centroamérica	24,68	29,71	+5,03	
	Viet Nam	43,66	40,56	-3,10	33,90
61103030					
Suéteres y sudaderas de fibras artificiales y de punto	Centroamérica	45,78	53,15	+7,37	
	Viet Nam	57,51	55,04	-2,47	37,43
61099010					
Camisetas interiores de fibras artificiales o sintéticas y de punto	Centroamérica	17,06	21,87	+4,81	
	Viet Nam	38,98	30,82	-8,16	27,36
61159590 <sup>a</sup>					
Medias y calcetines de algodón y de punto	Centroamérica	4,34	5,22	+0,88	
	Viet Nam	4,70	13,23	+8,53	12,61
62034240					
Pantalones y shorts para hombre o niños de algodón, no de punto	Centroamérica	67,77	95,60	+27,83	
	Viet Nam	65,87	76,54	+10,67	72,00
61071100					
Calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón	Centroamérica	9,89	12,19	+2,30	
	Viet Nam	3,63	12,98	+9,35	12,64
62121090					
Sostenes sin encaje o bordado con 70% de seda, no de punto	Centroamérica	49,84	70,12	+20,28	
	Viet Nam	30,37	52,27	+21,90	47,85
62052020					
Camisas para hombre o niño de algodón y no de punto	Centroamérica	56,39	90,48	+34,09	
	Viet Nam	59,06	79,69	+20,63	63,99
62034340					
Pantalones y shorts para hombre o niño de fibras sintéticas, no de punto, con 36% de lana	Centroamérica	64,45	88,15	+23,70	
	Viet Nam	68,89	83,96	+15,07	78,17

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de CEPAL, Magic Plus.

<sup>a</sup> Para este producto el año base es 2007 y el año final 2015.

Nota: El color azul de la columna de 2015 indica que el precio promedio centroamericano fue menor que el de Viet Nam. El color verde indica lo contrario, que el precio promedio de Viet Nam fue menor que el centroamericano. El color amarillo de la última columna indica que una vez que se aplique el TPP, el precio promedio de Viet Nam para el producto de esa línea podría ser menor que el de Centroamérica.

De manera global, Centroamérica es el principal proveedor de estas medias y calcetines al mercado estadounidense, con el 41% del mercado en 2015. Fundamentalmente son El Salvador (20,8%) y Honduras (20,4%) los principales países exportadores centroamericanos de este tipo de medias y calcetines. China es el mayor proveedor con 25,6% del mercado en el mismo año. Luego de estos tres países siguen el Pakistán (11,9%), Corea (8,9%) y México (6%).

El sexto producto, “Pantalones y shorts para hombre o niño de algodón y no de punto (62034240SA)”, experimentó una disminución en la demanda estadounidense. En 2006 los Estados Unidos importaban el 0,28% del total de sus compras de este producto, pero para 2015 las disminuyó a 0,25%. En el mismo período Centroamérica disminuyó su participación de mercado 3,9 puntos porcentuales, mientras que Viet Nam la incrementó 1,7 puntos porcentuales (cuadro 11). En el gráfico 11 se puede apreciar cómo este producto se

calificó como retirada para Centroamérica y como estrella menguante para Viet Nam, es decir, un comportamiento más competitivo en el segundo caso.

Centroamérica redujo el volumen de sus exportaciones en 58%, mientras que Viet Nam lo incrementó en un 37%, entre 2006 y 2015. El valor unitario del bien también se elevó 16% en el mismo período, estableciéndose en 76,5 dólares por docena en 2015. Este precio fue 9% inferior al promedio global y 25% menor del de Centroamérica (95,6 dólares por docena). Actualmente, el bien tiene un arancel de 16,6% para Viet Nam, el cual descenderá a 10,8% a la entrada en vigor del TPP y será eliminado al treceavo año de la puesta en marcha. El valor del producto podría reducirse 35% fortaleciendo aún más la competitividad de Viet Nam (véase el cuadro 12).

Bangladesh fue el principal exportador de este producto a los Estados Unidos con 24,5% del mercado en 2015, seguido por México (21,2%), China (17,8%), Viet Nam (5,5%) y Nicaragua (3,8%). El resto de los países centroamericanos disminuyeron su cuota de mercado en este producto entre 2006 y 2015. Nicaragua mostró un ligero incremento de 0,2 puntos porcentuales.

El séptimo producto, “Calzoncillos para hombre o niño de punto y de algodón (61071100SA)”, mantuvo constante su demanda entre 2006 y 2015, elevándola sólo 0,01 puntos porcentuales. A pesar de este leve incremento la cuota de mercado centroamericana disminuyó 5,3 puntos porcentuales, contrario a la de Viet Nam, que se elevó 29 puntos porcentuales, al pasar de una participación de mercado de 0,03% a 28,9%, en dicho período (cuadro 11). En el gráfico 11 se puede ubicar este bien en el extremo superior derecho de la matriz de Viet Nam, como estrella naciente, en sentido opuesto de su ubicación en la matriz de Centroamérica, como oportunidad perdida.

El mayor incremento registrado por Viet Nam se debió al aumento del valor de sus productos, aunque también en volumen creció de forma importante. El precio promedio por docena de los calzoncillos para hombre o niño de Viet Nam pasó de 3,6 dólares por docena, en 2006, a 13 dólares, en 2015. Valor superior al de Centroamérica en el último año (12,2 dólares), pero inferior a la media global (cuadro 12). En 2006 Viet Nam era responsable del 0.1% de las importaciones de estos calzoncillos a los Estados Unidos, en términos de volumen. Para 2015, dicha participación ya representaba 32% del mercado. En tanto, Centroamérica disminuyó su participación en un 15%. Este bien es uno de los productos con el arancel más bajo para Viet Nam (7,4% en 2015), el cual se reducirá a 4,8% en el primer año de entrada en vigor del acuerdo y posteriormente se eliminará en el año 11vo.

El desempeño positivo de Viet Nam le ha favorecido situarse como el principal proveedor de este producto en los Estados Unidos. La cuota de mercado del país, en términos de valor, fue de 28,9% en 2015, seguido por El Salvador (16,5%), la India (13,6%), Honduras (8,7%) y Bangladesh (7,6%), entre otros. De los países centroamericanos, El Salvador incrementó su participación 3,6 puntos porcentuales, mientras que Honduras la redujo 5,5 puntos porcentuales, afectando junto con Costa Rica y Nicaragua (quienes también disminuyeron su participación) el promedio centroamericano.

El octavo artículo, “Sostenes sin encaje o bordado con 70% de seda y no de punto (62121090SA)”, tuvo un comportamiento similar en ambos mercados, catalogando al bien como estrella naciente. La demanda ha sido estable entre 2006 y 2015 con un incremento de sólo 0,001%. En términos de oferta, la participación de mercado centroamericana se incrementó 0,3 puntos porcentuales, en tanto que la de Viet Nam lo hizo en 1,9 puntos porcentuales, en el período referido (cuadro 11). En el gráfico 11 se puede ver el producto en ambos casos en el cuadrante competitivo y dinámico, siendo mejor la posición que ocupa el bien de Viet Nam.

El producto se incrementó más en términos de valor que de volumen, tanto en Centroamérica como en Viet Nam, aunque el incremento fue más pronunciado en el primer caso. El precio centroamericano de estos productos pasó de 49,8 dólares por docena, en 2006, a 70 dólares, en 2015, 34% superior al precio de Viet Nam en el último año (52,3 dólares) y 51% superior al promedio global. Como parte de este incremento, la participación de Centroamérica en términos de volumen disminuyó de una cuota de mercado de 6,7% a 5,6% entre 2006 y 2015. Contrario a Viet Nam que incrementó dicha cuota de 0,3% a 1,9%, en los mismos años. El arancel a este producto para Viet Nam fue de 16,9% en 2015 y de acuerdo al TPP se reduciría a 8,45% a la entrada en vigor del acuerdo. Posteriormente se eliminaría en el onceavo año, por lo que el precio podría ser aún más competitivo (cuadro 12).

El mayor proveedor de este producto en los Estados Unidos fue China con el 49,1% del mercado en 2015, seguido por Sri Lanka (11,7%), Indonesia (6,6%), la República Dominicana (5%) y Honduras (4,9%). El porcentaje de El Salvador en el mercado fue de 3,2% y de Viet Nam de 2,2%, en el mismo año. Los mercados que redujeron su cuota entre 2006 y 2015 fueron Indonesia (-40%), la República Dominicana (-16%) y Honduras (-18%).

El noveno producto, “Camisas para hombre o niño, de algodón y no de punto (62052020SA)”, mostró un comportamiento positivo en términos de participación de producto. La demanda de este producto en el mercado estadounidense se mantuvo prácticamente constante, con un cambio en la participación de producto de 0,01% entre 2006 y 2015. A pesar de enfrentarse a un mercado estacionario, Centroamérica y Viet Nam incrementaron su participación de mercado catalogando sus productos como estrellas nacientes. El primero de ellos incrementó su participación en 0,3 puntos porcentuales, mientras que el segundo lo hizo en 4,6 puntos porcentuales (cuadro 11). En el gráfico 11 se puede apreciar cómo el producto es de mayor importancia dentro de las exportaciones de textiles de Viet Nam y muestra una mejor posición competitiva que Centroamérica.

En el caso de Centroamérica el aumento de sus exportaciones estuvo motivado más por el aumento en el precio del producto que por el alza del volumen. Entre 2006 y 2015 las exportaciones en términos de valor tuvieron un incremento de 36%, en tanto las ventas en términos de volumen disminuyeron 15%. El precio promedio de venta de este tipo de camisas pasó de 53 dólares la docena en 2006, a 90 dólares en 2015. El valor de las exportaciones de estos productos también aumentó en el caso de Viet Nam, pero a un menor ritmo. El precio promedio de Viet Nam pasó de 59 dólares a 79 dólares por docena, en los mismos años, ubicándose 13,5% por debajo del precio de Centroamérica y 8% por debajo del precio promedio global. En el último año el arancel aplicado a Viet Nam fue de 19,7%, porcentaje que se eliminará en su totalidad con la entrada en vigor del TPP, por lo que la diferencia en el precio podría ser aún mayor entre Centroamérica y Viet Nam (cuadro 12), mejorando la posición competitiva de este último.

Nicaragua es el único país centroamericano que aparece entre los 10 principales proveedores de este producto a los Estados Unidos, con el 1,9% de este mercado. En los primeros cinco sitios aparece China con el 23% del mercado, seguido por Bangladesh (22%), Indonesia (9,2%), Viet Nam (9%) y la India (7,8%). Nicaragua, al igual que China, Bangladesh y Viet Nam, fueron los únicos de estos seis países que registraron un aumento en su cuota de mercado durante el período estudiado. Sin embargo, el incremento de China fue superior al del resto de los países con un crecimiento de más del 160% entre ambos años.

El décimo producto, “Pantalones y shorts para hombre o niño de fibras sintéticas, no de punto (62034340SA)”, enfrentó una ligera contracción en la demanda en el mercado estadounidense. La participación del producto disminuyó levemente 0,003 puntos porcentuales entre 2006 y 2015. Ante este cuadrante estacionario, Centroamérica disminuyó su participación de mercado 4,7 puntos porcentuales y Viet Nam la aumentó en 15,5 puntos porcentuales (cuadro 11). De esta manera, el producto centroamericano se catalogó como retirada, mientras que el de Viet Nam como estrella menguante, como se observa en el gráfico 11.

Las exportaciones centroamericanas se redujeron más en términos de volumen que en términos de valor durante el período analizado. El precio promedio de estos pantalones centroamericanos pasó de 64 dólares por docena en 2006, a 88 dólares por docena en 2015. Este precio fue 0,06% superior al promedio global y 4,9% mayor que el de Viet Nam (84 dólares) en el último año. En términos de volumen, la participación de Centroamérica disminuyó 6,6 puntos porcentuales en el período estudiado. En tanto, la participación de Viet Nam se incrementó 15,1 puntos porcentuales. En el último año, el arancel impuesto a Viet Nam fue de 27,9%. A la entrada en vigencia del TPP, este arancel se reducirá a 18,1% en el mercado estadounidense y posteriormente se eliminará en el treceavo año. Esto podría contraer aún más el precio promedio de Viet Nam y afectar la competitividad centroamericana (véase el cuadro 12).

El principal proveedor de este bien en el mercado estadounidense fue Viet Nam, que ha ganado mercado a sus principales competidores de 2006: México, China y la República Dominicana. En 2015 su cuota de participación fue de 20,6%, por encima de China (20,5%), México (12,7%), Bangladesh (9,3%), Indonesia (5%), Honduras (4,8%) y Nicaragua (4,5%). De estos países, los únicos que aumentaron su cuota de participación entre 2006 y 2015 fueron Viet Nam, China, Bangladesh y Nicaragua.

En resumen, el análisis de competitividad muestra que Centroamérica es más competitiva que Viet Nam solamente en el cuarto y quinto producto de exportación, aunque debe tomarse en consideración el bajo porcentaje que el quinto producto representa para las exportaciones de Viet Nam en comparación con Centroamérica. En el resto de los ocho productos analizados, Viet Nam muestra mayor crecimiento en sus cuotas de mercado. El precio del producto parece no ser una variable determinante en el incremento de la competitividad, ya que en el 2015 los precios promedio <sup>28</sup> de Centroamérica fueron inferiores a los de Viet Nam en siete de los diez productos estudiados, y fue el segundo país el que mayor competitividad mostró. Sin embargo, el hecho de que los productos de confección de Viet Nam puedan reducir sus aranceles desde el primer año de la puesta en marcha del TPP será un factor detonante para el fortalecimiento de su competitividad en el mercado estadounidense. Es de destacar que en dos de los tres principales productos de exportación centroamericanos (27% de sus exportaciones de confección) Viet Nam reducirá totalmente sus aranceles, debiendo cumplir solamente con las reglas de origen. Además, debe tenerse en cuenta que en el principal producto de exportación centroamericano (19% de sus exportaciones de confección) Viet Nam podrá beneficiarse de una reducción del 35% en su arancel. Todo lo cual implica la necesidad de Centroamérica de reforzar su competitividad mediante la especialización de productos con mayor valor agregado o de servicios de maquila y entrega especializados, en los que los tiempos de entrega sean un factor determinante.

---

<sup>28</sup> Habría que tener en cuenta que estos son precios promedio, por lo que puede haber empresas que vendan sus productos a un mayor o menor precio que el indicado.

#### IV. CONCLUSIONES

El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica es un mega acuerdo de comercio regional que ofrece nuevas oportunidades de comercio e inversión a las economías de la cuenca del Pacífico y facilita la creación de redes de producción transpacíficas (por ejemplo, la automotriz, la aeronáutica, la electrónica y la del vestuario), en la que cada vez más los bienes finales no se producen en un solo país. Este acuerdo profundiza la tendencia en determinados sectores, como el textil y confección, en los que más que especializarse en la producción íntegra de bienes finales, los países comienzan a especializarse en algunas tareas o segmentos del proceso productivo (CEPAL, 2013).

Aun cuando el mayor comercio entre los 12 países que lo conforman se concentra en el mercado de los Estados Unidos, el TPP abre la posibilidad de crear e intensificar relaciones comerciales entre los países de América y los de Asia Pacífico. Este acuerdo tiene un importante impacto en la arquitectura de las relaciones multilaterales de comercio e inversión, especialmente si se mantiene el *impasse* en la Ronda de Doha de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Si bien el aumento del número de acuerdos comerciales regionales es una tendencia mundial desde la década de 1990, las recientes negociaciones mega regionales tienen características que las diferencian de la mayoría de los acuerdos existentes: el número y tamaño de las economías involucradas; todos estos proyectos apuntan a crear espacios económicos amplios superando la lógica esencialmente bilateral de la mayoría de los acuerdos regionales actuales y, finalmente, sus agendas temáticas son más amplias y complejas de lo que ha sido tradicionalmente, incluido un número importante de áreas no abordadas por los acuerdos de la OMC (CEPAL, 2013).

El TPP es parte importante de la agenda comercial estratégica de los Estados Unidos para aumentar su presencia en la región de Asia y el Pacífico. Específicamente, las autoridades estadounidenses han procurado que el TPP sea un “acuerdo del siglo XXI”, que fija un alto estándar para la gobernanza de las relaciones comerciales y de inversión en el contexto de las cadenas de valor. Este acuerdo tiene vocación de crear un gran espacio comercial, por lo que ha quedado abierto a la incorporación de nuevos miembros de la cuenca del Pacífico.

El acuerdo incluye temas “del siglo XXI” que no habían figurado prominentemente en acuerdos comerciales previos, como la convergencia regulatoria, los flujos transfronterizos de datos, nuevos servicios financieros, reglas sobre las empresas del Estado, profundización de normas de propiedad intelectual, medio ambiente y asuntos laborales. Estos temas ponen un estándar para los futuros acuerdos comerciales y retan a las normas multilaterales de comercio de la OMC, que claramente no contemplan estos temas con la misma profundidad, y las nuevas reglas comerciales serían definidas fuera de la OMC por un número limitado de países. Hay que tener en cuenta que este tipo de acuerdos tienen un fuerte énfasis regulatorio, y las propuestas regulatorias podrían tener mayor impacto sobre el comercio de la región que los acuerdos estrictamente arancelarios. Al respecto, la CEPAL ha señalado que este tipo de negociaciones tendrían un fuerte impacto en la distribución geográfica y la gobernanza de los flujos mundiales de comercio e inversión al ser los países que dominan las cadenas de valor los que definirían las nuevas reglas de comercio internacional (CEPAL, 2016). Los mega acuerdos como el TPP inciden no sólo en los grados de libertad que tienen los países firmantes para implementar políticas públicas en ámbitos como el de las empresas estatales, manejo de información personal en Internet, flujo de capital, regulaciones de servicios financieros, entre otros, sino también indirectamente en los países no firmantes, como los centroamericanos, que deseen ingresar a los amplios mercados y deban adoptar el nuevo marco regulatorio.

El análisis de competitividad de los socios del TPP en el mercado estadounidense muestra que la mayor competitividad se presenta en 14 sectores: pescados y crustáceos, plantas y hortalizas, frutas y frutos

comestibles, café y té, bebidas, plástico y sus manufacturas, prendas de vestir de punto, prendas de vestir no de punto, perlas, piedras y bisutería, máquinas y aparatos mecánicos, máquinas eléctricas, vehículos, óptica, fotografía y aparatos médicos y artículos en clasificación especial. Los mayores proveedores de los Estados Unidos son el Canadá y México, los cuales tienen una mayor cuota de mercado en los sectores identificados. Estos países enfrentarán la mayor competencia a causa de la apertura que los Estados Unidos darán a países como el Japón y Viet Nam, que no tenían acuerdo comercial con éstos.

Viet Nam destaca por su mayor dinamismo en los 14 sectores identificados y su mayor posición competitiva en los sectores de café y prendas de vestir. Este país, junto con México, Australia y Nueva Zelanda son los únicos que aumentaron su cuota de mercado en los Estados Unidos; el resto la disminuyó durante la década 2006-2015. Entre los países del TPP, en el sector textil y confección, sólo Viet Nam mostró una tasa de crecimiento positiva en el período estudiado (aunque el Japón también presentó un crecimiento menor), posicionándose como el mayor proveedor del sector al mercado estadounidense. El resto de los países perdieron mercado en el sector, entre ellos, proveedores tradicionales como el Canadá y México.

Los Estados Unidos siguen siendo los mayores proveedores de insumos textiles de los países del TPP y el mayor competidor de China en el mercado mundial. En la última década se observa una mayor tendencia a aumentar sus exportaciones hacia Viet Nam, aunque sus principales mercados de destino siguen siendo México, Centroamérica y el Canadá. El TPP podría incentivar la IED y el comercio de los Estados Unidos hacia centros de maquila como Viet Nam. El TPP también podría provocar una búsqueda de nuevos proveedores por parte de Viet Nam para cumplir con las reglas de origen contenidas en el Acuerdo, cambiando a China, su principal proveedor, por países como los Estados Unidos, el Japón o México.

En materia textil y confección, el acuerdo sigue los mismos principios de acceso de mercados que los acuerdos previamente firmados por los Estados Unidos, protegiendo la industria textil al restringir el uso de determinados insumos para la elaboración de prendas de vestir a productos originarios de los países del TPP. Por tanto, los países que importen estos productos de países como China, la India o Corea, por mencionar algunos, no podrán beneficiarse de las reducciones arancelarias concedidas dentro del TPP.

De acuerdo con la lista de desgravación de los Estados Unidos para los productos de confección, más del 50% de las exportaciones de Viet Nam podrían entrar libres de arancel, a la entrada en vigor del TPP, siempre que cumplan con las reglas de origen acordadas. Esta disminución arancelaria reduciría el costo de sus productos, incrementando así la competitividad de Viet Nam en el mercado estadounidense. Basta determinar cómo Viet Nam va a cumplir con las reglas de origen, principalmente en la adquisición de bienes textiles considerados sensibles, en los que las restricciones de origen son más estrictas. Viet Nam podría intensificar sus esfuerzos por producir nacionalmente los insumos, o bien se podría generar una desviación de comercio a favor de los Estados Unidos y el Japón, en detrimento de China. También es posible que las empresas textiles chinas reubiquen sus producciones en Viet Nam o en otro país miembro del TPP a fin de favorecerse de los beneficios otorgados por dicho acuerdo.

Las exportaciones de bienes textiles y de confección de Centroamérica han ido perdiendo importancia en la última década con respecto al porcentaje total de sus exportaciones. Para algunos países como El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, el sector sigue siendo importante para su economía, mientras que para Costa Rica y Panamá el sector ha reducido significativamente su importancia en el total de sus exportaciones. Las exportaciones centroamericanas se concentran en los Estados Unidos y en el sector de prendas de vestir. Tres productos representan el 45% de sus exportaciones de confección a los

Estados Unidos. La escasa diversificación de Centroamérica en mercados y productos la vuelve más vulnerable a los cambios en los Estados Unidos y a la competencia de otros productores como Viet Nam.

La entrada en vigor del TPP traería como consecuencia la disminución del 50% del arancel promedio de Viet Nam en los 20 principales productos de Centroamérica, por lo que el arancel promedio en esos productos pasaría de 20% a 10% al primer día de vigencia del TPP; al onceavo año sería de 4,5% hasta eliminarse en el año 13. En dos de los tres principales productos de exportación centroamericanos (que representan 27% de sus exportaciones de confección), los Estados Unidos reducirán totalmente sus aranceles.

El análisis de competitividad muestra la superioridad de Viet Nam en ocho de los 10 productos exportados por Centroamérica con mayores crecimientos en su cuota de mercado. Sin embargo, el hecho de que los productos de confección de Viet Nam puedan reducir sus aranceles desde el primer año de la puesta en marcha del TPP fortalecerá aún más su competitividad en el mercado estadounidense.

La menor capacidad centroamericana para ganar cuotas de mercado frente a la competencia de Viet Nam aunado a los escenarios de reducción arancelaria subraya la necesidad de reforzar la competitividad de Centroamérica. Esto pone en evidencia que la región requiere diseñar políticas industriales que fortalezcan sus sectores y les preparen para competir en un mercado cada vez más abierto. La política industrial del siglo XXI debe ser capaz de diseñar políticas que modifiquen la matriz productiva de los países en contextos de mercados abiertos y competidos, y en el caso del sector textil y confección centroamericano debe procurar aumentos de productividad significativos para evitar la discusión de otorgar salarios inferiores para competir contra los productores asiáticos, o la discusión de mayores subsidios.

Los resultados del estudio de competitividad sugieren que el reforzamiento de la competitividad centroamericana no debería basarse en menores precios, sino en mayor valor agregado y en mayor diversificación de la producción. La industria de confección centroamericana podría extender sus actividades a los extremos de la cadena de producción para abordar actividades como diseño de prendas de vestir y distribución y comercialización de marcas propias. También podría extender sus áreas de producción más allá de tres productos y más allá de un solo mercado en los que actualmente concentra su producción; al mismo tiempo, podría crearse una cadena de producción regional que refuerce las ventajas de cada país. Reforzar la producción de bienes en los que Centroamérica es competitiva y en los que Viet Nam tiene aún una baja competitividad o en los que no tiene las ventajas del DR-CAFTA, como los productos de lana, podría beneficiar al sector.

El comercio intrarregional representa el segundo mercado más importante para Centroamérica, después de los Estados Unidos. Este mercado muestra gran dinamismo y podría reforzarse para fortalecer la competitividad de la región. Se pueden reducir las importaciones de otros mercados asiáticos como Bangladesh y Viet Nam, cuya participación es aún baja, pero con altas tasas de crecimiento.

Estudios previos de la CEPAL (Antunes y Monge, 2014; Hernández y otros, 2006) han señalado diversas opciones de política industrial para fortalecer el sector textil y confección: especialización de productos con mayor valor agregado, o la creación de servicios de maquila y entrega especializados en los que los tiempos de entrega son un factor determinante y en el que la posición geográfica de Centroamérica le da una ventaja respecto de sus competidores asiáticos (un producto centroamericano tarda dos días en llegar al mercado norteamericano comparado con los 20 días promedio para los productos de Viet Nam), al mismo tiempo que trabaja en desarrollar mejores procesos e infraestructuras logísticas. En todo caso, estas estrategias requieren de políticas industriales activas, que incidan en las capacidades de innovación, los costos de energía y los servicios logísticos.

La CEPAL ha propuesto un método de análisis y reforzamiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial moderna (Padilla, 2014; Stumpo y Rivas, 2013), y basados en dicha metodología, sería posible un análisis de la cadena de textil y confección centroamericana para identificar los cuellos de botella en los que gobierno y el sector privado podrían trabajar conjuntamente. Algunos de estos cuellos podrían señalar problemas en materia de costos de energía, financiamiento, logística regional incluyendo aduanas y facilitación de comercio, incorporación de nueva tecnología, así como de infraestructura y seguridad (para el caso de El Salvador, véase Antunes y Monge, 2014). Este análisis debe tener en cuenta que, independientemente de la entrada en vigor del TPP, la competitividad centroamericana debe reforzarse, ya que aun sin las ventajas del acuerdo, Viet Nam está siendo más competitivo que Centroamérica en varios sectores clave como el textil y confección.

Algunos países centroamericanos, como Costa Rica, Honduras y Nicaragua, han solicitado formar parte del TPP, como parte de una estrategia comercial que les permita integrarse a las cadenas productivas que este tratado facilitaría y también tratando de evitar la caducidad de sus beneficios con los Estados Unidos (CEPAL, 2016). Sin embargo, la solicitud todavía se encuentra en estudio por parte de los miembros del Acuerdo. Esta estrategia les permitiría aprovechar la apertura hacia los mercados asiáticos y la extensión de acumulación de origen de sus productos. Con ello, podrían importar materias primas de países asiáticos como el Japón y Viet Nam a precios menores, para posteriormente procesarlas y exportar bienes de confección a los Estados Unidos.

Por otra parte, diferentes cámaras a través del Consejo Centroamericano-Dominicano de Textiles y Confección (CECATEC-RD) han hecho cabildeos con instituciones del gobierno estadounidense para buscar estrategias que ayuden a mejorar la competitividad de su sector. En el caso de Nicaragua, se ha hablado de una extensión de las ventajas arancelarias y de cuotas por parte de los Estados Unidos en el marco del DR-CAFTA. De ser así, Nicaragua tendría ventajas temporales que le permitirían mantener su competitividad en el mercado estadounidense y reforzar a través de políticas industriales su sector textil en los próximos diez años.

Tanto la Cámara de la Industria Textil, Confección y Zonas Francas de El Salvador (Camtex),<sup>29</sup> como algunas empresas del sector entrevistadas, indicaron que es necesario articular una estrategia de competitividad basada en cuatro pilares.

El primero debe preservar y mejorar las ventajas competitivas actuales mediante programas de facilitación de comercio efectivos, sobre todo en lo que concierne a trámites aduaneros, lo que permitiría aprovechar las ventajas de cercanía del mercado de los Estados Unidos y del mismo mercado intrarregional.

El segundo pilar debe asegurar la competitividad de los productos por medio de mecanismos de eficiencia e incrementos de productividad para que eviten o compensen los incrementos en costos de producción. Especial importancia tienen los costos de servicios como electricidad<sup>30</sup> y agua, para lo que se necesitan estrategias nacionales.

El tercer pilar se refiere a la creación de nuevas capacidades, con visión de desarrollo de largo plazo, que permita a las empresas a implementar estrategias de diferenciación de producto, aumento del valor

---

<sup>29</sup> Entrevista realizada la señora Patricia Figueroa, Directora Ejecutiva de Camtex al señor Mauricio Ernesto Rodríguez, Coordinador Técnico Comercial de Camtex, y la señora Johanna Hill, Socia Administradora del Grupo Consultor CATRADE.

<sup>30</sup> Al respecto, véase el documento “Estrategia de autoabastecimiento de energía eléctrica en empresas de la cadena de fibras sintéticas ropa deportiva de El Salvador” (2015), preparado en CEPAL por Jennifer Alvarado.



agregado, mejorar su desempeño en el manejo de inventarios, invertir en diseño, y aprovechar el comercio electrónico basado en la capacidad de respuesta rápida y la cercanía de los mercados.

El cuarto pilar se enfoca en aumentar las inversiones en el sector, incluyendo la inversión extranjera directa, para consolidar el clúster regional en materia textil y confección. Se requiere de seguridad para las inversiones, reglas claras y estables, y mejoras continuas en la logística que permita la consolidación de una eficiente cadena productiva regional centroamericana del sector textil-confección.

Este trabajo hace énfasis en las implicaciones del TPP en la competitividad del sector textil y confección centroamericano. Más trabajos sectoriales deben realizarse para analizar el impacto en otros sectores igualmente relevantes, tales como pesca, frutas y hortalizas, entre otros. Igualmente, será necesario hacer más trabajos sobre los impactos en otros países como Haití, que apuesta por desarrollar el sector de la confección como aparato exportador y generador de empleo, o como México, cuya industria textil y confección no es menor, y que cuenta con otras industrias como la automotriz y aeronáutica, en las cuales el TPP tendrá una incidencia importante.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica, 6 de noviembre de 2015.
- Agencia EFE (2015), “China espera que el acuerdo del TPP impulse el crecimiento de Asia Pacífico”, Pekín, 5 de octubre.
- Agreement between the United States and Viet Nam on Trade Relations (2000), 13 de julio.
- Alvarado, Jennifer (2015), “Estrategia de autoabastecimiento de energía eléctrica en empresas de la cadena de fibras sintéticas ropa deportiva de El Salvador”, *Estudios y Perspectivas 164* (LC/L.4018), Sede Subregional de la CEPAL en México, Ciudad de México.
- Antunes, B. y Claudia Monge (2014), “La cadena de fibras sintéticas-ropa deportiva en El Salvador”, en *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica*, Ramón Padilla, editor, *Libros de la CEPAL N°123*, Santiago, Chile.
- Banco Mundial (2016) “Potential Macroeconomic Implications of the Trans-Pacific Partnership” en *Global Economic Prospects 2016*.
- Bui Van Tot (2014), “Textil & Apparel Industry Report, Opportunities for Breakthrough”, FPT Securities, Viet Nam, abril.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2016), *Horizontes 2030: la igualdad en el centro del desarrollo sostenible* (LC/G.2660 (SES.36/3)), Santiago, Chile.
- \_\_\_\_\_ (2016), *Módulo para el Análisis del Crecimiento del Comercio Internacional (MAGIC Plus)*, (<http://www.cepal.org>).
- \_\_\_\_\_ (2013), “Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y el Caribe” (LC/G.2578-P), Santiago, Chile.
- Cordero, Martha (2013), *Potencialidad comercial entre Panamá, Centroamérica y la CARICOM* (LC/MEX/L.1100), Sede Subregional de la CEPAL en México, Ciudad de México.
- Free Trade Agreement between the United States and Morocco, 15 de junio de 2004.
- Hernández, R., I. Romero y Martha Cordero (2006), “¿Se erosiona la competitividad de los países del DR-CAFTA con el fin del acuerdo de textiles y vestuario?” (LC/MEX/L.691/Rev.2), *Serie Estudios y Perspectivas N° 50*, Sede Subregional de la CEPAL en México, Ciudad de México.
- International Trade Center (2016), “Trade Map y Market Access Map, Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas”, Organización Mundial del Comercio y Naciones Unidas (<http://trademap.org>).
- Kimberly Ann Elliott (2016), “Rules of origin in textiles and apparel”, en *Assessing the Trans-Pacific Partnership*, vol. 1: “Market access and sectorial issues”, Peterson Institute of International Economics, febrero.
- Magnier, Mark y Obe, Mitsuru (2015), “El Acuerdo Transpacífico, un revés para China”, en *The Wall Street Journal, Latinoamérica*, 5 de octubre.
- ONU (Organización de las Naciones Unidas) (2016), *Base de datos estadísticos sobre el comercio de mercaderías (COMTRADE)* ([www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org)).
- Padilla, Ramón (2014) (ed.), “Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la política industrial. Metodología y experiencia de la CEPAL en Centroamérica”, *Libros de la CEPAL N° 123*, Santiago, Chile.
- Sánchez Rodríguez, Yanaisy (2014), “El Acuerdo de Asociación Transpacífico y sus implicaciones para América Latina”, en *Revista Cubana de Economía y Sociedad N° 3*, Centro de Investigaciones de Economía Internacional, 2014.
- Stumpo, G. y D. Rivas (2013) (comp.), *La industria argentina frente a los nuevos desafíos y oportunidades del siglo XXI*, (LC/L.3637), CEPAL, Santiago, Chile.
- The Free trade agreement between the United States of America and the Republic of Korea (KORUS), 10 de febrero de 2011.
- The United States Oman Free Trade Agreement (OMFTA), 19 de enero de 2006.
- The United States-Australia Free Trade Agreement (AUSFTA), 18 de mayo de 2004.
- The United States-Bahrain FTA, 14 de septiembre de 2004.
- The United States-Jordan Free Trade Agreement, 26 de octubre de 2000.
- The United States-Singapore Free Trade Agreement (USSFTA), 6 de mayo de 2003.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), 17 de diciembre de 1992.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos, Centroamérica y la República Dominicana (DR-CAFTA), 5 de agosto de 2004).
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y Chile, 6 de junio de 2003.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y Colombia, 22 de noviembre de 2006.
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos y el Perú, 12 de abril de 2006.
- Witker, Jorge (2005), *Las reglas de origen en el comercio internacional contemporáneo*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México



## ANEXO I

**ESTADOS UNIDOS: ARANCEL PROMEDIO AD-VALÓREM PARA LAS PRENDAS Y  
COMPLEMENTOS DE VESTIR DE PUNTO (CAPÍTULO 61) Y NO DE PUNTO (CAPÍTULO 62)**

*(En porcentajes)*

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad-valórem
610110	Overcoats, car-coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski-jackets, wind-cheaters, wind-jackets and similar articles of wool or fine animal hair, for men or boys, knitted or crocheted (excl. suits, ensembles, jackets, blazers, bib and brace overalls and trousers)	17,06
610120	Overcoats, car-coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski-jackets, wind-cheaters, wind-jackets and similar articles of cotton, for men or boys, knitted or crocheted (excl. suits, ensembles, jackets, blazers, bib and brace overalls and trousers)	15,90
610130	Overcoats, car-coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski-jackets, wind-cheaters, wind-jackets and similar articles of man-made fibres, for men or boys, knitted or crocheted (excl. suits, ensembles, jackets, blazers, bib and brace overalls and trousers)	5,60
610190	Overcoats, car-coats, capes, cloaks, anoraks, incl. ski-jackets, wind-cheaters, wind-jackets and similar articles of textile materials, for men or boys, knitted or crocheted (excl. of wool, fine animal hair, cotton and man-made fibres, suits, ensembles, jackets, blazers, bib and brace overalls and trousers)	0,90
610210	Womens/girls overcoats, anoraks etc. of wool or fine animal hair, knitted	16,91
610220	Womens/girls overcoats, anoraks etc. of cotton, knitted	15,90
610230	Womens/girls overcoats, anoraks etc. of man-made fibres, knitted	5,30
610290	Womens/girls overcoats, anoraks etc. of other textile materials, knitted	0,90
610311	Mens/boys suits, of wool or fine animal hair, knitted	10,67
610312	Mens/boys suits, of synthetic fibres, knitted	16,68
610319	Mens/boys suits, of other textile materials, knitted	0
610321	Mens/boys ensembles, of wool or fine animal hair, knitted	0
610322	Mens/boys ensembles, of cotton, knitted	0
610323	Mens/boys ensembles, of synthetic fibres, knitted	0
610329	Mens/boys ensembles, of other textile materials, knitted	0
610331	Mens/boys jackets and blazers, of wool or fine animal hair, knitted	10,35
610332	Mens/boys jackets and blazers, of cotton, knitted	13,50
610333	Mens/boys jackets and blazers, of synthetic fibres, knitted	11,36
610339	Mens/boys jackets and blazers, of other textile materials, knitted	0,90
610341	Mens/boys trousers and shorts, of wool or fine animal hair, knitted	13,60
610342	Mens/boys trousers and shorts, of cotton, knitted	10,30
610343	Mens/boys trousers and shorts, of synthetic fibres, knitted	14,90
610349	Mens/boys trousers and shorts, of other textile materials, knitted	0,90
610411	Womens/girls suits, of wool or fine animal hair, knitted	13,60
610412	Womens/girls suits, of cotton, knitted	9,40
610413	Womens/girls suits, of synthetic fibres, knitted	0
610419	Womens/girls suits, of other textile materials, knitted	0

(continúa)

CUADRO A-1 (Cotinuación)

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad-valórem
610421	Womens/girls ensembles, of wool or fine animal hair, knitted	0
610422	Womens/girls ensembles, of cotton, knitted	0
610423	Womens/girls ensembles, of synthetic fibres, knitted	0
610429	Womens/girls ensembles, of other textile materials, knitted	0
610431	Womens/girls jackets, of wool or fine animal hair, knitted	16,35
610432	Womens/girls jackets, of cotton, knitted	14,90
610433	Womens/girls jackets, of synthetic fibres, knitted	18,09
610439	Womens/girls jackets, of other textile materials, knitted	0
610441	Womens/girls dresses, of wool or fine animal hair, knitted	13,60
610442	Womens/girls dresses, of cotton, knitted	11,50
610443	Womens/girls dresses, of synthetic fibres, knitted	14,90
610444	Womens/girls dresses, of artificial fibres, knitted	14,90
610449	Womens/girls dresses, of other textile materials, knitted	0,90
610451	Womens/girls skirts, of wool or fine animal hair, knitted	14,90
610452	Womens/girls skirts, of cotton, knitted	8,30
610453	Womens/girls skirts, of synthetic fibres, knitted	14,90
610459	Womens/girls skirts, of other textile materials, knitted	0,90
610461	Womens/girls trousers and shorts, of wool or fine animal hair, knitted	14,90
610462	Womens/girls trousers and shorts, of cotton, knitted	10,30
610463	Womens/girls trousers and shorts, of synthetic fibres, knitted	14,90
610469	Womens/girls trousers and shorts, of other textile materials, knitted	0,90
610510	Mens/boys shirts, of cotton, knitted	19,70
610520	Mens/boys shirts, of man-made fibres, knitted	13,60
610590	Mens/boys shirts, of other textile materials, knitted	0,90
610610	Womens/girls blouses and shirts, of cotton, knitted	19,70
610620	Womens/girls blouses and shirts, of man-made fibres, knitted	14,90
610690	Womens/girls blouses and shirts, of other materials, knitted	0,90
610711	Mens/boys underpants and briefs, of cotton, knitted	7,40
610712	Mens/boys underpants and briefs, of man-made fibres, knitted	14,90
610719	Mens/boys underpants and briefs, of other textile materials, knitted	0,90
610721	Mens/boys nightshirts and pyjamas, of cotton, knitted	8,90
610722	Mens/boys nightshirts and pyjamas, of man-made fibres, knitted	16,00
610729	Mens/boys nightshirts and pyjamas, of other textile materials, knitted	0,90
610791	Mens/boys bathrobes, dressing gowns etc. of cotton, knitted	8,70
610792	Mens/boys bathrobes, dressing gowns, etc. of man-made fibres, knitted	14,90
610799	Mens/boys bathrobes, dressing gowns, etc. of both textile materials, knitted	0,80
610811	Womens/girls slips and petticoats, of man-made fibres, knitted	14,90
610819	Womens/girls slips and petticoats, of other textile materials, knitted	1,10
610821	Womens/girls briefs and panties, of cotton, knitted	7,60
610822	Womens/girls briefs and panties, of man-made fibres, knitted	8,30
610829	Womens/girls briefs and panties, of other textile materials, knitted	2,10
610831	Womens/girls nightdresses and pyjamas, of cotton, knitted	8,50
610832	Womens/girls nightdresses and pyjamas, of man-made fibres, knitted	16,00
610839	Womens/girls nightdresses & pyjamas, of other textile materials, knitted	0,60
610891	Womens/girls bathrobes, dressing gowns, etc. of cotton, knitted	8,50

(continúa)

CUADRO A-1 (Continuación)

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad valorem
610892	Womens/girls bathrobes, dressing gowns, etc. of man-made fibres, knitted	16,00
610899	Women's or girls' négligés, bathrobes, dressing gowns, housejackets and similar articles of textile materials, knitted or crocheted (excl. of cotton or man-made fibres, vests, slips, petticoats, briefs and panties, nightdresses, pyjamas, brassiers, girdles, corsets and similar articles)	0,60
610910	T-shirts, singlets and other vests, of cotton, knitted	16,50
610990	T-shirts, singlets and other vests, of other textile materials, knitted	2,60
611011	Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of wool, knitted or crocheted (excl. wadded waistcoats)	16,00
611012	Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of hair of Kashmir cashmere" goats, knitted or crocheted (excl. quilted articles)"	4,00
611019	Jerseys, pullovers, cardigans, waistcoats and similar articles, of fine animal hair, knitted or crocheted (excl. from hair of Kashmir cashmere" goats and quilted articles)"	16,00
611020	Pullovers, cardigans and similar articles of cotton, knitted	5,00
611030	Pullovers, cardigans and similar articles of man-made fibres, knitted	6,00
611090	Pullovers, cardigans & similar articles of both textile materials, knitted	0,90
611110	Babies garments & clothing. accessories of wool or fine animal hair, knitted	13,60
611120	Babies' garments and clothing accessories of cotton, knitted or crocheted (excl. hats)	8,10
611130	Babies' garments and clothing accessories of synthetic fibres, knitted or crocheted (excl. hats)	16,00
611190	Babies garments & clothing accessories of other textile materials, knitted	0
611211	Track-suits of cotton, knitted or crocheted	14,90
611212	Track-suits of synthetic fibres, knitted or crocheted	28,20
611219	Track-suits of textile materials, knitted or crocheted (excl. cotton or synthetic fibres)	3,50
611220	Ski-suits, knitted or crocheted	8,30
611231	Mens/boys swimwear, of synthetic fibres, knitted	25,90
611239	Mens/boys swimwear, of other textile materials, knitted	13,20
611241	Womens/girls swimwear, of synthetic fibres, knitted	24,90
611249	Womens/girls swimwear, of other textile materials, knitted	13,20
611300	Garments, knitted or crocheted, rubberized or impregnated, coated or covered with plastics or other materials (excl. babies' garments and clothing accessories)	3,80
611410	Special garments for professional, sporting or other purposes, n.e.s., of wool or fine animal hair, knitted or crocheted	12,00
611420	Special garments for professional, sporting or other purposes, n.e.s., of cotton, knitted or crocheted	10,80
611430	Special garments for professional, sporting or other purposes, n.e.s., of man-made fibres, knitted or crocheted	14,90
611490	Special garments for professional, sporting or other purposes, n.e.s., of textile materials, knitted or crocheted (excl. of wool, fine animal hair, cotton and man-made fibres)	0,90
611511	Panty hose & tights, of synthetic fibre yarns <67 dtex/single yarn knitted	16,00
611512	Panty hose & tights, of synthetic fib yarns >/=67 dtex/single yarn knitted	0
611519	Panty hose and tights, of other textile materials, knitted	0
611520	Women's full-length or knee-length hosiery, knitted or crocheted, measuring per single yarn < 67 decitex (excl. panty hose and tights)	2,70
611591	Hosiery nes, of wool or fine animal hair, knitted	11,30
611592	Hosiery nes, of cotton, knitted	0
611593	Hosiery nes, of synthetic fibres, knitted	0
611599	Hosiery nes, of other textile materials, knitted	1,60

(continúa)

CUADRO A-1 (Continuación)

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad-valórem
611610	Gloves, mittens and mitts, impregnated, coated or covered with plastics or rubber, knitted or crocheted	0
611691	Gloves, mittens and mitts, of wool or fine animal hair, knitted or crocheted (excl. for babies)	7,73
611692	Gloves, mittens and mitts, of cotton, knitted or crocheted (excl. impregnated, coated or covered with plastics or rubber, and for babies)	0
611693	Gloves, mittens and mitts, of synthetic fibres, knitted or crocheted (excl. impregnated, coated or covered with plastics or rubber, and for babies)	0
611699	Gloves, mittens and mitts, of textile materials, knitted or crocheted (excl. of wool, fine animal hair, cotton or synthetic fibres, impregnated, coated or covered with plastics or rubber, and for babies)	0
611710	Shawls, scarves, veils and the like, of textile materials, knitted	1,50
611720	Ties, bow ties and cravats, of textile materials, knitted	1,20
611780	Ties, bow ties, cravats and other made-up clothing accessories, knitted or crocheted, n.e.s. (excl. shawls, scarves, mufflers, mantillas, veils and the like)	2,30
611790	Parts of garments/of clothing accessories, of textile materials, knitted	2,30
620111	Mens/boys overcoats & similar articles of wool/fine animal hair, not knitted	16,73
620112	Mens/boys overcoats and similar articles of cotton, not knitted	4,40
620113	Mens/boys overcoats & similar articles of man-made fibres, not knitted	4,40
620119	Mens/boys overcoats & sim articles of both textile materials, not knitted	0
620191	Mens/boys anoraks & similar articles, of wool/fine animal hair, not knitted	8,50
620192	Mens/boys anoraks and similar articles, of cotton, not knitted	4,40
620193	Mens/boys anoraks and similar articles, of man-made fibres, not knitted	4,40
620199	Mens/boys anoraks & similar articles ,of both textile materials, not knitted	0
620211	Womens/girls overcoats & sim articles of wool/fine animal hair not knitted	16,71
620212	Womens/girls overcoats and similar articles of cotton, not knitted	4,40
620213	Womens/girls overcoats & sim articles of man-made fibres, not knitted	4,40
620219	Womens/girls overcoats & similar articles of other textile mat, not knitted	0
620291	Womens/girls anoraks & similar article of wool/fine animal hair, not knitted	14,00
620292	Womens/girls anoraks and similar article of cotton, not knitted	4,40
620293	Womens/girls anoraks & similar article of man-made fibres, not knitted	4,40
620299	Womens/girls anoraks & similar article of both textile materials, not knitted	0
620311	Mens/boys suits, of wool or fine animal hair, not knitted	7,50
620312	Mens/boys suits, of synthetic fibres, not knitted	17,50
620319	Mens/boys suits, of other textile materials, not knitted	3,80
620321	Mens/boys ensembles, of wool or fine animal hair, not knitted	0
620322	Mens/boys ensembles, of cotton, not knitted	0
620323	Mens/boys ensembles, of synthetic fibres, not knitted	0
620329	Mens/boys ensembles, of other textile materials, not knitted	0
620331	Mens/boys jackets and blazers, of wool or fine animal hair, not knitted	17,50
620332	Mens/boys jackets and blazers, of cotton, not knitted	2,80
620333	Mens/boys jackets and blazers, of synthetic fibres, not knitted	22,00
620339	Mens/boys jackets and blazers, of other textile materials, not knitted	1,00
620341	Mens/boys trousers and shorts, of wool or fine animal hair, not knitted	7,60
620342	Mens/boys trousers and shorts, of cotton, not knitted	0
620343	Mens/boys trousers and shorts, of synthetic fibres, not knitted	0
620349	Mens/boys trousers and shorts, of other textile materials, not knitted	0
620411	Womens/girls suits, of wool or fine animal hair, not knitted	14,00

(continúa)



CUADRO A-1 (Continuación)

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad-valórem
620412	Womens/girls suits, of cotton, not knitted	14,90
620413	Womens/girls suits, of synthetic fibres, not knitted	17,00
620419	Womens/girls suits, of other textile materials, not knitted	1,00
620421	Womens/girls ensembles, of wool or fine animal hair, not knitted	0
620422	Womens/girls ensembles, of cotton, not knitted	0
620423	Womens/girls ensembles, of synthetic fibres, not knitted	0
620429	Womens/girls ensembles, of other textile materials, not knitted	0
620431	Womens/girls jackets, of wool or fine animal hair, not knitted	7,50
620432	Womens/girls jackets, of cotton, not knitted	2,80
620433	Womens/girls jackets, of synthetic fibres, not knitted	2,80
620439	Womens/girls jackets, of other textile materials, not knitted	1,00
620441	Womens/girls dresses, of wool or fine animal hair, not knitted	7,20
620442	Womens/girls dresses, of cotton, not knitted	5,50
620443	Womens/girls dresses, of synthetic fibres, not knitted	7,10
620444	Womens/girls dresses, of artificial fibres, not knitted	8,50
620449	Womens/girls dresses, of other textile materials, not knitted	6,90
620451	Womens/girls skirts, of wool or fine animal hair, not knitted	14,00
620452	Womens/girls skirts, of cotton, not knitted	8,00
620453	Womens/girls skirts, of synthetic fibres, not knitted	11,30
620459	Womens/girls skirts, of other textile materials, not knitted	6,60
620461	Womens/girls trousers & shorts, of wool or fine animal hair, not knitted	7,60
620462	Womens/girls trousers and shorts, of cotton, not knitted	0
620463	Womens/girls trousers and shorts, of synthetic fibres, not knitted	0
620469	Womens/girls trousers & shorts, of other textile materials, not knitted	1,10
620510	Mens/boys shirts, of wool or fine animal hair, not knitted	9,20
620520	Mens/boys shirts, of cotton, not knitted	8,70
620530	Mens/boys shirts, of man-made fibres, not knitted	12,20
620590	Mens/boys shirts, of other textile materials, not knitted	1,10
620610	Womens/girls blouses and shirts, of silk or silk waste, not knitted	6,90
620620	Womens/girls blouses & shirts, of wool or fine animal hair, not knitted	7,10
620630	Womens/girls blouses and shirts, of cotton, not knitted	3,50
620640	Womens/girls blouses and shirts, of man-made fibres, not knitted	4,00
620690	Womens/girls blouses and shirts, of other textile materials, not knitted	6,70
620711	Mens/boys underpants and briefs, of cotton, not knitted	6,10
620719	Mens/boys underpants and briefs, of other textile materials, not knitted	1,70
620721	Mens/boys nightshirts and pyjamas, of cotton, not knitted	8,90
620722	Mens/boys nightshirts and pyjamas, of man-made fibres, not knitted	16,00
620729	Mens/boys nightshirts & pyjamas, of other textile materials, not knitted	1,10
620791	Mens/boys bathrobes, dressing gowns, etc. of cotton, not knitted	6,10
620792	Mens/boys bathrobes, dressing gowns, etc. of man-made fibres, not knitted	10,50
620799	Mens/boys bathrobes, dressing gowns, etc. of both textile materials, not knitted	1,10
620811	Womens/girls slips and petticoats, of man-made fibres, not knitted	14,90
620819	Womens/girls slips & petticoats, of other textile materials, not knitted	1,40
620821	Womens/girls nightdresses and pyjamas, of cotton, not knitted	8,90
620822	Womens/girls nightdresses and pyjamas, of man-made fibres, not knitted	16,00
620829	Womens/girls nightdresses & pyjamas, of both textile materials, not knitted	1,10
620891	Womens/girls panties, bathrobes, etc. of cotton, not knitted	7,50
620892	Womens/girls panties, bathrobes, etc. of man-made fibres, not knitted	16,00

(continúa)

CUADRO 1-A (Conclusión)

Código del producto	Descripción del producto	Arancel promedio ad valorem
620899	Womens/girls panties, bathrobes, etc. of both textile materials, not knitted	1,10
620910	Babies garments & clothing accessories of wool o fine animal hair, not knitted	16,20
620920	Babies garments and clothing accessories of cotton, not knitted	9,30
620930	Babies' garments and clothing accessories of synthetic fibres (excl. knitted or crocheted and hats)	16,00
620990	Babies garments & cloth accessories of both textile materials, not knitted	0
621010	Garments made up of textile felts and of nonwomen textile fabrics	0
621020	Mens/boys overcoats & similar articles of impreg. ctd. cov. etc. tex wom fab	3,30
621030	Womens/girls overcoats & sim articles of impreg. ctd. etc. tex wom fab	3,30
621040	Mens/boys garments nes, made up of impreg. ctd. cov. etc. textile women fab	3,30
621050	Womens/girls garments nes, of impregnatd, ctd. cov. etc. textile women fab	3,30
621111	Mens/boys swimwear, of textile materials not knitted	4,00
621112	Womens/girls swimwear, of textile materials, not knitted	1,20
621120	Ski suits, of textile materials, not knitted	0,70
621131	Mens/boys garments nes, of wool or fine animal hair, not knitted	12,00
621132	Mens/boys garments nes, of cotton, not knitted	8,10
621133	Mens/boys garments nes, of man-made fibres, not knitted	16,00
621139	Mens/boys garments nes, of other textile materials, not knitted	0,50
621141	Womens/girls garments nes, of wool or fine animal hair, not knitted	12,00
621142	Womens/girls garments nes, of cotton, not knitted	8,10
621143	Womens/girls garments nes, of man-made fibres, not knitted	16,00
621149	Womens/girls garments nes, of other textile materials, not knitted	1,20
621210	Brassieres of all types of textile materials, whether or not elasticated, incl. knitted or crocheted	2,70
621220	Girdles, panty girdles and parts thereof, of textile materials	20,00
621230	Corselettes of all types of textile materials, whether or not elasticated, incl. knitted or crocheted	23,50
621290	Corsets, braces & similar articles & parts thereof, of textile materials	6,60
621310	Handkerchiefs, of silk or silk waste, not knitted	1,10
621320	Handkerchiefs, of cotton, not knitted	7,10
621390	Handkerchiefs, of other textile materials, not knitted	5,30
621410	Shawls, scarves, veils and the like, of silk or silk waste, not knitted	1,20
621420	Shawls, scarves, veils & the like, of wool or fine animal hair, not knitted	6,70
621430	Shawls, scarves, veils and the like, of synthetic fibres, not knitted	5,30
621440	Shawls, scarves, veils and the like, of artificial fibres, not knitted	5,30
621490	Shawls, scarves, veils & the like, of other textile materials, not knitted	11,30
621510	Ties, bow ties and cravats, of silk or silk waste, not knitted	7,20
621520	Ties, bow ties and cravats, of man-made fibres, not knitted	13,82
621590	Ties, bow ties and cravats, of other textile materials, not knitted	5,00
621600	Gloves, mittens and mitts, of textile materials, not knitted	0
621710	Made-up clothing accessories, of all types of textile materials, n.e.s. (excl. knitted or crocheted)	2,30
621790	Parts of garments or of clothing. accessories nes. of tex mat. not knitted	2,30

Fuente: Elaboración propia, con datos del World Integrated Trade Solution (WITS).





Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)  
Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)  
[www.cepal.org](http://www.cepal.org)