

CC/HOD/R.130  
c.1

**COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE**  
**Oficina de Montevideo**

**URUGUAY Y EL MERCOSUR FRENTE AL ALCA:  
PRIORIDADES PARA LA NEGOCIACIÓN ARANCELARIA**



**NACIONES UNIDAS**





CEPAL

Oficina de Montevideo

---

**URUGUAY Y EL MERCOSUR FRENTE AL ALCA:  
PRIORIDADES PARA LA NEGOCIACIÓN ARANCELARIA**



900025941 - BIBLIOTECA CEPAL

Documento preparado por la Oficina de CEPAL en Montevideo, en el marco del Convenio de Cooperación Técnica entre la CEPAL y el Gobierno de Uruguay – Ministerio de Economía y Finanzas.

LC/MVD/R.190  
mayo de 2001

1a. edición, julio de 2001

El presente documento ha sido elaborado por Inés Terra, consultora de la Oficina de CEPAL en Montevideo, con la colaboración de Diego Fernández. Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

---

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es un organismo regional de las Naciones Unidas, fundado en 1948 y cuya sede se encuentra en Santiago de Chile. En la CEPAL participan todos los gobiernos de la región y su Secretaría tiene por funciones cooperar y asistir a los países y a la región en su conjunto en el proceso de desarrollo.

La Oficina de CEPAL en Montevideo tiene como funciones colaborar con Uruguay mediante la realización de estudios e investigaciones y la prestación de servicios de asistencia técnica sobre aspectos del desarrollo económico y social. Su dirección es Juncal 1305 piso 10, 11000 Montevideo, Uruguay, donde puede obtenerse información sobre sus publicaciones.

## ÍNDICE

	<u>Página</u>
INTRODUCCIÓN	5
I. EL ALCA: ANTECEDENTES E INFORMACIÓN BÁSICA	7
A. EL MERCADO DEL ALCA	
B. COMERCIO DE URUGUAY CON LOS PAÍSES DEL ALCA	10
II. METODOLOGÍA	13
A. OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY Y DEL MERCOSUR	14
B. ESTUDIO DE PRIORIDADES PARA EL ACCESO A LOS MERCADOS DEL ALCA	16
C. COMPETENCIA DEL ALCA EN EL MERCADO LOCAL	18
III. DEMANDA POTENCIAL Y PROTECCIÓN ARANCELARIA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL ALCA	19
A. CANADÁ	19
B. COLOMBIA	24
C. ESTADOS UNIDOS	26
D. MÉXICO	29
E. VENEZUELA	31
F. URUGUAY Y EL MERCOSUR, PRIORIDADES DENTRO DE LA CANASTA DE EXPORTACIÓN COMÚN	32
IV. PREFERENCIAS OTORGADAS POR URUGUAY A LOS PAÍSES DEL ALCA	37
V. CONCLUSIONES	39
BIBLIOGRAFÍA	43
ANEXOS: Cuadros 1 a 38 Gráficos 1 a 3	

8. 10

1.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

2.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

3.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

4.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

5.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

6.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

7.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

8.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

9.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

10.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

11.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

12.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

13.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

14.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

15.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

16.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

17.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

18.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

19.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

20.  $\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$

## INTRODUCCIÓN

En abril de 1998, en la segunda Cumbre de las Américas, se puso en marcha el proceso de negociación que conducirá a la formación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA). El objetivo de estas negociaciones es alcanzar un acuerdo de libre comercio entre las economías del Hemisferio Occidental. Este objetivo es limitado en el sentido de que no pretende avanzar a la integración total de los mercados pero es ambicioso en el sentido de que abarca un amplio espectro de países distribuidos en un área geográfica que recorre toda América (excepto Cuba). También es ambicioso en cuanto a que pone sobre la mesa de negociación un amplio espectro de temas que tradicionalmente han estado ausentes en la negociación de acuerdos de integración.

A los efectos de llevar adelante dicha empresa se conformaron grupos de negociación entre los que se encuentra el grupo de "Acceso al mercado" cuyo cometido es negociar la eliminación progresiva de los aranceles, barreras no arancelarias y otras medidas de efecto equivalente que restringen el comercio entre los países participantes. La integración de los mercados de bienes va más allá de la simple negociación arancelaria, requiere remover una cantidad de barreras al comercio de naturaleza muy diferente. No obstante, este documento se va a centrar en el problema arancelario, con el objetivo de ponderar los posibles beneficios para Uruguay de la remoción de aranceles en el continente americano.

Tradicionalmente, el arancel ha sido el instrumento de política comercial más importante con el que los países protegieron sus mercados domésticos de la competencia de productos importados. Prueba de ello es que gran parte de las negociaciones y, fundamentalmente, los principales logros de las rondas multilaterales que precedieron a la Ronda Uruguay se concentraron en este terreno. Eso se debe a la importancia del arancel como instrumento de protección pero también a que el carácter transparente de la protección arancelaria hace más fácil establecer los términos de la negociación. Los aranceles son un instrumento de política comercial fácilmente cuantificable y resulta sencillo acordar compromisos para su eliminación. El avance en la reducción de aranceles a nivel multilateral ha sido muy significativo pero el proceso de liberalización del comercio no ha sido tan sencillo. En un mundo en el que crece la integración de los mercados mundiales los países y empresas enfrentan dificultades para competir y muchas veces se sustituyen los aranceles por otros instrumentos proteccionistas que resultan más difíciles de identificar y cuantificar dificultando la negociación.

El continente americano no ha sido ajeno a ese proceso. Estados Unidos y Canadá han reducido sus aranceles y mantienen niveles de protección muy bajos para la mayor parte del universo arancelario. Más recientemente, los países latinoamericanos han llevado a cabo procesos de apertura unilateral que implicaron una caída sustancial de aranceles. El Uruguay forma parte de numerosos acuerdos de integración en el marco de la Asociación Latino Americana de Integración (ALADI). Entre ellos, el más ambicioso es el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) en el que se eliminaron los aranceles aplicables al comercio con Argentina, Brasil y Paraguay. Asimismo, el MERCOSUR se encuentra en proceso de formar una zona de libre

comercio con Bolivia y con Chile y tiene el objetivo de negociar, en el corto plazo, la formación de zonas de libre comercio con los países de la Comunidad Andina. Finalmente, forma parte del Acuerdo de Alcance Parcial N° 5 de ALADI que le abre el acceso, libre de aranceles para la mayor parte del universo arancelario, al mercado mexicano.

De cara a una negociación compleja y, dados los avances mencionados en materia de remoción de aranceles en el ámbito multilateral o regional, surgen una serie de interrogantes que pueden organizarse en torno a tres grandes problemas:

i. ¿Cuál es la importancia para Uruguay de la negociación en materia arancelaria? La remoción de aranceles a que conduciría la formación de una zona de libre comercio de alcance hemisférico, ¿llevaría efectivamente a una mejora sustancial en las condiciones de acceso para las exportaciones uruguayas en los mercados regionales? ¿En qué productos y en qué mercados pueden esperarse los mayores beneficios?

ii. Por otra parte, ¿cuáles son los beneficios y los costos de abrir los mercados domésticos y del MERCOSUR al ingreso libre de aranceles de productos provenientes de todo el continente?

iii. Finalmente, dado que Uruguay forma parte de Unión Aduanera ¿dónde se encuentran las coincidencias y las divergencias de intereses con sus socios? ¿En qué medida la negociación conjunta fortalece o debilita las posiciones de Uruguay?

En el marco de esa problemática, en el primer capítulo de este trabajo se recogen algunos antecedentes, se examina el mercado del ALCA y el comercio de Uruguay con los países que forman parte de dicha iniciativa. En el segundo, se presenta la metodología de trabajo. El tercer capítulo está orientado a identificar las principales barreras arancelarias que afectan el desarrollo de las exportaciones uruguayas al continente y a evaluar en qué medida se encuentran intereses comunes con los socios del Mercosur. En el cuarto capítulo se discute en qué medida un acuerdo con el ALCA constituye una alternativa para mejorar las condiciones de aprovisionamiento de ciertos bienes sujetos a altos niveles de protección en el MERCOSUR.



## I. EL ALCA: ANTECEDENTES E INFORMACIÓN BÁSICA

El ALCA incorpora 34 países de América en un objetivo común: alcanzar una zona de libre comercio que se pondría en marcha a partir del 2005. Se trata de un mercado de cerca de 800 millones de habitantes, con un PBI de U\$\$ 13.133 miles de millones medidos en paridad de poder de compra<sup>1</sup>. En 1999 sus exportaciones alcanzaron a U\$\$ 1.217 miles de millones y las importaciones a U\$\$ 1.532 miles de millones. Representa un 13,7 % de la población mundial, 31,7 % del producto mundial y casi un 25 % del comercio mundial. Comprende países de muy distinto tamaño y grado de desarrollo.

Es la iniciativa de integración entre los países americanos más ambiciosa, tanto porque abarca a todos los países (excepto Cuba) como por la profundidad de los objetivos planteados. Constituye un ámbito de negociación multilateral que abarca un amplio espectro de temas económicos y comerciales por lo que contrasta con otras iniciativas anteriores como la Organización de Estados Americanos (OEA), primer institución americana, que tuvo un alcance predominantemente político o con otros emprendimientos económicos como la Iniciativa de las Américas, en el sentido de que rompe con un esquema de tipo centro-periferia en que Estados Unidos negocia acuerdos bilaterales con cada uno de los países.

La negociación se lleva a cabo entre países que han transitado por una historia compleja de intentos de integración llevados a cabo en distintos momentos del tiempo con mayor o menor éxito. La década de los noventa significó un vuelco en esa historia, dado que los países latinoamericanos llevaron a cabo procesos de apertura unilateral que condujeron a una rápida apertura de sus mercados domésticos y multiplicaron las negociaciones que condujeron a acuerdos de integración más profundos y ambiciosos que los que los precedieron. Al mismo tiempo, América del Norte avanzaba en su integración. En esa historia, los procesos más importantes son el Acuerdo de Libre Comercio de Norteamérica (North American Free Trade Agreement-NAFTA) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

La Asociación Latino Americana de Integración (ALADI) constituye un acuerdo marco que amparó la concreción de numerosos acuerdos bilaterales y multilaterales. Entre ellos, el MERCOSUR y la Comunidad Andina constituyen uniones aduaneras a las que se suman múltiples acuerdos profundos y sobreviven una serie de acuerdos de alcance parcial en los que se otorgaban preferencias parciales. La mayor parte de los acuerdos profundos se concretaron en la última década y tienden a la formación de zonas de libre comercio, entre los cuales se destacan los acuerdos de Chile con otros socios de ALADI, los acuerdos del MERCOSUR con Chile y Bolivia y el Grupo de los Tres. Entre los acuerdos multilaterales el más importante es el que instituye la Preferencia Arancelaria Regional (PAR).

---

<sup>1</sup> Fuente: Banco Mundial

Otros acuerdos regionales son la Comunidad del Caribe (CARICOM), que se encuentra en proceso de formar un mercado común, y el Mercado Común Centroamericano (MCCA).

En la próxima sección se analiza la evolución y composición de los flujos de comercio de los países que participan del ALCA. En la sección siguiente se estudia la evolución reciente del comercio de Uruguay con sus socios del ALCA.

## A. EL MERCADO DEL ALCA

En 1999, las importaciones totales de los países que forman parte del ALCA ascendieron a U\$S1.532.294 millones (ver Cuadro 1). Se encuentran fuertemente concentradas en una decena de países que dan cuenta de un 97,2% del total de importaciones. En particular, los Estados Unidos dan cuenta de un 69,8% del total de importaciones, Canadá del 8,4%, México del 8,6%, el MERCOSUR del 6,9%, Chile del 1,3%, Colombia del 1,1% y Venezuela el 1%.

En el período 1994-1999 crecieron a una tasa media anual de 8,3%. Este dinamismo responde en gran medida al crecimiento de las importaciones de los países del NAFTA que representaron un 86,8% del total de importaciones de la región. Las importaciones de Estados Unidos crecieron a una tasa media anual de 8,5%, las de Canadá a 8% y las mexicanas a una tasa media anual de 12,1% durante el mismo período. Por su parte, los países del ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), excluyendo a México, representaron un 11,4% de las importaciones del continente mostrando un dinamismo inferior a sus vecinos del norte. Las importaciones de los países del MERCOSUR crecieron a una tasa media anual de 5,2%, como resultado de un crecimiento medio de 11,4% entre 1994 y 1998 y una abrupta caída en 1999 en respuesta a la crisis que azotó a la región. Las importaciones de la Comunidad Andina crecieron a una tasa media anual de 2,8% al tiempo que las chilenas lo hicieron a un 4,5% anual. Por su parte, los mercados centroamericanos y del Caribe son mercados muy pequeños aunque mostraron mayor dinamismo.

Las exportaciones ascendieron a U\$S 1.216.487 millones en 1999 (ver Cuadro 2), mostrando un crecimiento inferior a las importaciones durante el período 1994-1999 (crecieron a una tasa media anual de 7,3%). Los países del NAFTA, MERCOSUR, Chile, Colombia y Venezuela dan cuenta de un 97,8% del total de exportaciones de los países del ALCA.

Durante la década del noventa el comercio de los países del ALCA creció más que el comercio mundial. No obstante, a pesar del desarrollo exitoso de esquemas de integración como el MERCOSUR y el NAFTA, el comercio entre sus miembros aunque aumentó significativamente lo hizo menos de lo que podría esperarse a partir del dinamismo observado en las importaciones regionales.

En el Cuadro 3 se presenta la participación de las exportaciones al ALCA en el total de exportaciones de los cinco países estudiados al comienzo y al final de la

década de los noventa. Esa participación, que ya era importante a comienzos de la década, se incrementó en los años siguientes. Al final de la década, aún en el caso de Estados Unidos, se observa una fuerte orientación de las exportaciones hacia la región.

Sin embargo, la participación de la región en las exportaciones de los socios constituye un indicador muy imperfecto de la evolución del grado de integración entre países. Si un país crece manteniendo su nivel de apertura, aumenta su participación en las importaciones mundiales y por lo tanto puede esperarse que aumente su participación en las exportaciones de su socio. Algo similar ocurre cuando se abre al mundo sin que medie ninguna política discriminatoria respecto a terceros países. Para medir esto se recurre a indicadores tales como el "índice de intensidad de comercio", que mide el sesgo del comercio bilateral entre dos países. Se define como el cociente entre la participación del socio en las exportaciones de un país y la participación del socio en las importaciones mundiales. Si es mayor que uno, existe un sesgo geográfico en el comercio, esos países comercian más entre sí que lo que correspondería de acuerdo a la participación del socio en el comercio mundial.

En el Cuadro 3 se presentan dichos índices en el comienzo y final de la década de los noventa para el comercio de cinco países con el ALCA y con los países del NAFTA. En todos los casos existe un sesgo geográfico hacia el comercio regional, las exportaciones a los países del ALCA son entre tres y cinco veces mayores de lo que podría esperarse en función de su participación en las importaciones mundiales. Por ejemplo, la participación de la región en las exportaciones de Estados Unidos en el período 1998-99 fue 3,8 veces mayor que la participación de la primera en las importaciones mundiales; Estados Unidos orientó un 44% de sus exportaciones hacia la región cuando las importaciones de esta representaban tan solo un 11% de las mundiales. No obstante, también puede afirmarse que en la mayor parte de los casos ese sesgo geográfico disminuyó en la década de los noventa. La única excepción la constituye México donde la participación de los socios del NAFTA en las exportaciones mexicanas creció más que la participación de éstos en las importaciones mundiales. México aumentó su presencia como proveedor en esos mercados.

En conclusión, los países que forman parte del ALCA constituyen mercados de enorme interés para la expansión del comercio regional. Las mayores oportunidades parecen concentrarse en muy pocos países. Estados Unidos es "el gran mercado regional", seguido por sus socios del NAFTA, Brasil, Argentina, Chile, Colombia y Venezuela. Dado que Uruguay ya tiene acuerdos de libre comercio con sus socios del MERCOSUR, Chile y Bolivia, los mercados en los que se concentrarían los principales efectos de la formación del ALCA serían los de los tres socios del NAFTA a los que se suman Venezuela y Colombia. Los países centroamericanos y caribeños constituyen mercados pequeños aunque bastante dinámicos en los últimos años. En una primera etapa el estudio de las posibilidades que abre el ALCA para Uruguay y sus socios del MERCOSUR podría centrarse en cinco países: Estados Unidos, Canadá, Colombia, México y Venezuela.

## B. COMERCIO DE URUGUAY CON LOS PAÍSES DEL ALCA

El comercio de Uruguay mostró un comportamiento muy dinámico entre 1990 y 1998 pero cayó en los dos últimos años como resultado de la crisis que atravesó la región a raíz de la devaluación brasileña. Las importaciones crecieron a una tasa media anual de 13% hasta 1998 mientras que las exportaciones lo hicieron a una tasa de 6% anual. Las últimas mostraron dificultades en los primeros años de la década pero crecieron en forma sostenida en el período 1993-1998 y cayeron en 1999.

Mientras que el crecimiento de las exportaciones estuvo muy asociado a la expansión de las ventas al MERCOSUR, que crecieron a una tasa media de 12% anual entre 1990 y 1998, el de las importaciones se asoció tanto a la región como al resto del mundo. Las importaciones desde mercados del ALCA, dejando de lado el MERCOSUR, mostraron un crecimiento sostenido mientras que las exportaciones muestran una trayectoria más errática (Ver Gráficos 1 a 3).

En el Cuadro 4 se presenta la composición de las exportaciones a los países del ALCA en 1990, 1995 y 1999. En 1999 un 62% de las exportaciones tienen como destino el ALCA y un 64% de las importaciones tienen origen en los países del ALCA. El MERCOSUR es el principal origen y destino seguido por el NAFTA y el Resto de ALADI, mientras que otros socios del ALCA tienen una participación marginal.

En la década de los noventa estos países aumentaron su participación en el comercio de Uruguay pero ese aumento se explica por el crecimiento del comercio con los socios del MERCOSUR. Existe una gran concentración de las exportaciones uruguayas en el MERCOSUR y Chile con quienes ya existen acuerdos de libre comercio.

Uruguay ha tenido una fuerte orientación de sus exportaciones hacia los socios del MERCOSUR lo que no ocurre con el resto del ALCA. En 1990, el índice de intensidad del comercio de Uruguay con el MERCOSUR ascendía a 42 y con el resto de América a 0,8. Esos índices cayeron durante la década de los noventa pasando a 31,9 y 0,7 respectivamente. Fuera del MERCOSUR y Chile, los socios más importantes son Estados Unidos, México -con quien existe un acuerdo de alcance parcial- y Canadá.

En los Cuadros 5 y 6 se presenta la composición de las exportaciones de Uruguay a los socios de ALADI (excepto MERCOSUR) en el trienio 1998-2000. Se trabajó con el promedio de esos tres años para salvar los efectos de cambios de corto plazo en los flujos de comercio.

Las exportaciones a ALADI muestran una clara especialización exportadora en dos grandes ramas productivas: alimentos, bebidas y tabaco y textiles, vestimenta y calzado. Casi un 57% del total de exportaciones son productos de la industria alimenticia y un 21% textiles, si agregamos productos vegetales y animales sin elaborar (donde predominan productos de la pesca, que representan un 6.5% del total, estas industrias cubren un 84% de las exportaciones uruguayas a ALADI. No obstante,

el perfil exportador difiere entre los distintos socios. Las exportaciones a México y Chile muestran una fuerte especialización en alimentos y con menor importancia los productos de la industria textil. Las exportaciones a Ecuador, Perú y Venezuela están fuertemente especializadas en productos de la industria alimenticia mientras que a Colombia en textiles. El caso de Bolivia aparece como anómalo, dado que predominan las exportaciones de productos químicos.

La composición de las importaciones varía mucho por país. En el caso de Bolivia predominan productos minerales, en el de Chile se encuentran más diversificadas (alimentos, productos de la industria papelera, químicos, maquinaria y equipo), en el de Ecuador bananas y petróleo, en el de Perú alimentos y productos químicos, en el de Venezuela el petróleo. Por su parte, las importaciones desde México se asimilan más a la composición de las importaciones globales de Uruguay dado que existe una clara concentración en productos químicos, maquinaria y equipo.

El Cuadro 7 muestra la composición del comercio con Canadá y Estados Unidos. Uruguay es un exportador de alimentos y textiles e importa maquinaria y equipo, asimismo importa pulpa de papel desde Canadá y productos químicos desde Estados Unidos.

En el Cuadro 8 se presenta la composición de las exportaciones e importaciones de Argentina y Brasil totales, con los socios de ALADI y con Estados Unidos y Canadá. Los patrones de especialización de Argentina son bastante similares a los de Uruguay. Exporta productos agropecuarios y alimentos e importa productos químicos y maquinaria y equipo. Asimismo, dichos patrones cambian en el comercio con los países de ALADI. En el caso de Brasil, existe una especialización similar en el comercio global pero bastante distinta en el comercio con los países de ALADI y con Estados Unidos y Canadá. Con estos países adquieren importancia las exportaciones de material de transporte (fundamentalmente con los países de ALADI) y los textiles con Estados Unidos mientras que la pierden los alimentos.

Recapitulando, el comercio de Uruguay tiene un fuerte sesgo geográfico hacia los países del MERCOSUR cuya participación en sus exportaciones e importaciones es mucho más alta de la que correspondería de acuerdo a su participación en el comercio mundial. Este rasgo se acentuó en la década de los noventa. Dicho sesgo puede asociarse tanto a factores geográficos como a la presencia de preferencias comerciales. En contraste, la participación de Estados Unidos y sus socios del Nafta en el comercio de Uruguay se encuentra muy por debajo de lo que correspondería de acuerdo a su importancia en el comercio mundial. Puede hablarse de un sesgo geográfico negativo. Finalmente, el comercio con el resto de los socios de ALADI parece muy restringido y en general se asocia a ventajas comparativas derivadas de la abundancia en recursos naturales de esos países. Uruguay exporta productos de origen agropecuario o manufacturas basadas en productos agropecuarios e importa productos en los que los países tienen fuertes ventajas.



## II. METODOLOGÍA

Se puede apelar a una serie de argumentos teóricos que tienden a evaluar positivamente la incorporación de un país como Uruguay a una zona de libre comercio como el ALCA. Se trata de un país pequeño, integrado con sus socios del MERCOSUR con los que constituyen un bloque pequeño y relativamente protegido, particularmente en determinados sectores, y en el cuál los niveles de protección han tendido a aumentar desde que se puso en marcha la Unión Aduanera<sup>2</sup>.

La liberalización del comercio en el continente americano promovería las exportaciones hacia un vasto mercado que representa más de un 25% de las importaciones y en torno a un 22% de las exportaciones mundiales. El tamaño del mercado constituye un argumento a favor de la integración dado que cuanto mayor es el mercado de los socios, más probable es que la especialización productiva y los precios relativos de los socios se asemejen a los mundiales y, por ende, menor es el potencial para desvío de comercio.

Por otra parte, cuanto mayor es la participación de los socios en las importaciones de un país, menor es el potencial para desvío de comercio a partir de la formación de una zona de libre comercio. El integrarse a un bloque mayor que el MERCOSUR tendería a disminuir la probabilidad de que se produzca desvío de comercio y a mitigar el desvío que se produce en el MERCOSUR.

Uruguay podría mejorar sustancialmente sus condiciones de acceso a mercados mucho mayores que los del MERCOSUR y atenuar la dependencia respecto a estos últimos. Este aspecto adquiere especial relevancia en la incertidumbre que rodea hoy el comercio regional. En la última década, Uruguay incrementó notoriamente su dependencia de los mercados regionales debido al incremento en sus exportaciones hacia ellos. Estos mercados siguen siendo muy inestables y atraviesan hoy por una coyuntura compleja en la que han resurgido presiones proteccionistas que agregan incertidumbre en los flujos de comercio.

Por otra parte, la reducción de aranceles a productos provenientes de países del ALCA abarataría muchos bienes y servicios importados con un doble efecto: por una parte contribuiría a reducir costos locales pero, por otra, aumentaría la competencia en los mercados regionales para los productores locales. Este fenómeno podría ser especialmente importante para muchas industrias exportadoras que hoy gozan de niveles de preferencia significativos para su acceso a los mercados regionales.

En el mercado local, la apertura al MERCOSUR y la caída de aranceles generó un aumento muy significativo de la competencia de productos importados que provocaron intensos procesos de ajuste en industrias sustitutivas de importaciones. Hoy es un mercado bastante abierto y, en principio, puede pensarse que la creciente

---

<sup>2</sup> Constituyen ejemplos en ese sentido la dec. 15/97 del MERCOSUR que aumenta en tres puntos el Arancel Externo Común (AEC), los acuerdos sobre aranceles para el sector automotriz o las decisiones recientes de Argentina de llevar a un 35% los aranceles para muchos bienes de consumo final.

competencia de productos provenientes del ALCA mejoraría las condiciones de competencia frente a productos regionales que siguen operando en mercados poco competitivos, con altos costos y deficiencias tecnológicas.

El objetivo de este trabajo es identificar las prioridades para la negociación arancelaria en el proceso de formación del ALCA. Se va a abordar desde dos ópticas diferentes. La primera es el análisis de las oportunidades que ofrece la formación de una zona de libre comercio para mejorar el acceso a los mercados del ALCA. La segunda es el estudio de las oportunidades que ofrece su formación para atenuar costos de desvío de comercio y aumentar la competencia en mercados regionales protegidos.

Para el examen de las oportunidades que abriría una zona de libre comercio con el ALCA se trabajó sobre una canasta de productos representativa de la oferta exportable de Uruguay y del MERCOSUR que se presenta en el apartado A de este capítulo. Sobre esta muestra se va a desarrollar el análisis de las oportunidades para mejorar el acceso e identificar los intereses comunes con los socios del MERCOSUR. En el apartado B se presenta la metodología para el análisis de las prioridades en la negociación arancelaria dentro del ALCA y en el apartado C, la metodología para analizar los efectos de la mejora en el acceso que se otorgaría a los socios del ALCA.

#### A. OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY Y DEL MERCOSUR

Como se vio en la sección anterior, Uruguay es un país que tiene una fuerte especialización productiva y comercial, sus exportaciones se encuentran concentradas en un núcleo relativamente pequeño de productos. Argentina tiene una especialización similar pero Brasil se encuentra menos especializado.

A los efectos de analizar las oportunidades para el desarrollo de las exportaciones al mejorar las condiciones de acceso a los mercados del ALCA, se seleccionó una muestra de productos representativa de la oferta exportable de Uruguay y de sus socios del MERCOSUR. Se tomaron las exportaciones de los cuatro socios del MERCOSUR a ocho dígitos de la Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) y se ordenaron en forma decreciente según su valor. Se seleccionaron los 100 principales productos de exportación de cada país. Estas listas se cruzaron y se obtuvo una lista consolidada de 338 productos que componen la oferta exportable del MERCOSUR. Los productos seleccionados cubren un 75,5% de las exportaciones argentinas, un 67,4% de las brasileñas, un 96% de las paraguayas y un 80,3% de las uruguayas. Esas exportaciones corresponden al año 1998<sup>3</sup>.

El Cuadro 9 presenta el contenido de dicha muestra agrupada en nueve categorías que recogen los puntos comunes y divergentes entre los socios del

<sup>3</sup> Se optó por este año porque era el último año disponible en la "Base de datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados" del BID.



MERCOSUR. Las categorías se definieron en función de los socios que tienen los productos de la categoría dentro de su oferta exportable.

Los países del MERCOSUR comparten pocos ítem de la canasta representativa de su oferta exportable. De los 338 ítem sólo 49 son compartidos por al menos dos socios. Hay un único producto compartido por los cuatro socios (carne bovina deshuesada congelada, NCM 02023000<sup>4</sup>) y once compartidos por tres (ocho de los cuales son compartidos por Argentina, Brasil y Uruguay<sup>5</sup>). Argentina comparte 43 ítem con sus vecinos cuyas exportaciones representaron un 35,7% de sus exportaciones totales, Uruguay 32 ítem que representaron un 45,2% de las exportaciones totales, Brasil 29 ítem que representaron un 23,4% de sus exportaciones y Paraguay 7 ítem con una participación de 11,1% en las exportaciones totales. Uruguay comparte 29 ítem con Argentina (22,4% de las exportaciones argentinas y 38,8% de las uruguayas) y 12 con Brasil (6,9% de las exportaciones brasileñas y 18,6% de las exportaciones uruguayas). Brasil y Argentina comparten 23 ítem entre ellos (23% de las exportaciones argentinas y 16,7% de las brasileñas). Finalmente, la categoría IX contiene 289 ítem que corresponden a un único país, representaron un 39,8% de las exportaciones Argentinas, un 44% de las brasileñas, un 84,9% de las paraguayas y un 35% de las uruguayas.

Los Cuadros 10, 11 y 12 presentan las exportaciones de los ítem que componen la canasta representativa de la oferta exportable de Uruguay, Brasil y Argentina agrupadas por división de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) revisión 2. En todos los países se destacan tres sectores: agropecuario (CIIU 111), alimentos (CIIU 311) y Material de Transporte (CIIU 384). En conjunto, comprenden 56 ítem de la oferta de Uruguay que representan un 54% de sus exportaciones, 39 de Brasil que representan un 36% de sus exportaciones y 54 de Argentina que representan un 48% de sus exportaciones. Por otra parte, Uruguay y Argentina comparten el sector curtiembres y productos de cuero entre sus principales sectores de exportación, Brasil y Argentina las industrias básicas de hierro y acero. Finalmente, para Brasil adquieren importancia productos del sector calzado y maquinaria y equipo no eléctrico, para Argentina petróleo y pesca y para Uruguay textiles y vestimenta.

En conclusión, tanto si se analiza la oferta exportable de los países del MERCOSUR a nivel de ítem arancelario como por sectores encontramos una serie de aspectos e intereses comunes. Las muestras seleccionadas tienen pocos ítem comunes pero esos ítem tienen bastante significación en términos de comercio lo que hace viable pensar en una "oferta MERCOSUR", sobre todo cuando esos intereses comunes se concentran, en gran parte, en productos de origen agropecuario en los que se enfrenta una problemática común en los mercados de destino. Por otra parte,

---

<sup>4</sup> Producto que representó un 7.2% de las exportaciones uruguayas de 1998 pero con escasa importancia en las de sus socios.

<sup>5</sup> Representaron un 10.8% de las exportaciones argentinas, un 4.7% de las brasileñas y un 8.9% de las uruguayas. Comprende cuatro ítem de la industria automotriz, dos de cueros curtidos, neumáticos y preparados de carne bovina. Por otra parte, la categoría II comprende un producto común a Argentina, Brasil y Paraguay: aceite de soja en bruto (NCM 15071000). Este producto representó en 1998 un 5.5% de las exportaciones argentinas y un 4.9% de las exportaciones paraguayas.

la oferta de Paraguay es la que muestra menos puntos comunes con sus socios mientras que la de Uruguay presenta mayores coincidencias, fundamentalmente con Argentina.

## B. ESTUDIO DE PRIORIDADES PARA EL ACCESO A LOS MERCADOS DEL ALCA

El objetivo del estudio es identificar las oportunidades para mejorar el acceso a los mercados del ALCA que se derivarían de la constitución de una zona de libre comercio. El estudio se centró en cinco mercados (Canadá, Colombia, Estados Unidos, México y Venezuela), seleccionados de acuerdo a su peso en las importaciones y en los 100 ítem de la NCM representativos de la oferta exportable de Uruguay.

Para esos productos y mercados se procedió de la siguiente manera:

- i. se evaluó la demanda potencial para dichos productos;
- ii. se seleccionaron aquellos que ofrecían mayor potencial;
- iii. se analizaron las trabas arancelarias con cuya remoción podría mejorarse las condiciones de acceso para dichos productos.

Para el primer punto se consideró que el comercio bilateral de Uruguay debería estar muy asociado a la presencia de ventajas comparativas con cada uno de los socios. Para detectar dichas ventajas existen distintos tipos de indicadores, algunos basados en precios, en flujos de comercio, en producción o en la combinación de los dos últimos. Las dificultades para construir indicadores basados en precios o producción determinaron que se optara por trabajar con indicadores basados en flujos de comercio.

El problema que se planteaba era como detectar la presencia de ventajas comparativas en el comercio bilateral. Una primera opción era usar el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas Regional propuesto por Richardson y Chi Zhang (1999) derivado del Índice de Ventajas Comparativas Reveladas de Balassa (1965). De acuerdo con Richardson y Chi Zhang factores tales como la proximidad geográfica, el ingreso per cápita o diferencias tecnológicas o en dotación de recursos justifican apelar a un índice similar al de Balassa pero definido en el comercio bilateral. No obstante, si se considera que gran parte de las ventajas comparativas de Uruguay y de sus socios del MERCOSUR se asocian a productos agrícolas que están sujetos a altas barreras al comercio (aranceles, restricciones cuantitativas, subsidios) un índice de ventajas comparativas reveladas bilateral va a estar muy distorsionado.

Los índices de ventajas comparativas reveladas son un resultado *ex - post* que refleja tanto los patrones de ventajas y desventajas comparativas como las otras distorsiones en el comercio. Por ese motivo es necesario manejarlos con cautela, fundamentalmente cuando se los va a usar, como en este caso, para predecir posibles impactos de cambios en las políticas comerciales. Para salvar en algo ese problema se

optó por combinar dos índices que se encuentran menos distorsionados por dichas trabas. Esos índices son el índice de ventajas comparativas reveladas de un país combinado con un índice de desventajas comparativas reveladas del país importador. Anderson and Norheim (1993) usan un índice de complementariedad comercial construido como el producto de ambos. Dos países son más complementarios cuanto mayores sean las ventajas de uno y las desventajas del otro en un mismo producto. Este índice, si bien no salva el problema de los cambios en patrones de comercio derivados de las diferencias en costos de transporte entre productos y mercados, evita el sesgo que introduce la presencia de otras trabas al comercio bilaterales pero deben ser usados con cautela.

En teoría, el comercio bilateral debería concentrarse en aquellos productos en que se conjugue la presencia de mayores ventajas de Uruguay y mayores desventajas del socio. Se calcularon índice de ventajas comparativas reveladas para esos productos e índices de desventajas relativas para cada socio

El cálculo de ventajas y desventajas comparativas reveladas requería el uso de registros estadísticos -a nivel de producto- comparables para los cuatro socios del MERCOSUR y los cinco países del ALCA sobre los que se centró el estudio. Al mismo tiempo la utilidad del estudio está muy asociada a la precisión en la definición de productos por lo que se requería mantener un nivel de desagregación muy alto. Por esos motivos se optó por calcular los indicadores de ventajas y desventajas relativas a seis dígitos del sistema armonizado. A este nivel, la definición de productos son las mismas para todos los países que utilizan la enmienda dos del sistema armonizado. Por lo tanto, se requirió agrupar los cien productos en 87 posiciones del sistema armonizado definidas a seis dígitos.

El índice de ventajas comparativas reveladas compara la participación de un producto en las exportaciones de un país con su participación en las importaciones mundiales. Se considera que un país tiene ventajas comparativas cuando el cociente de ambas participaciones es mayor que uno, dado que en ese caso, la participación del producto en las exportaciones del país es mayor a su participación en el comercio mundial. En forma similar, se define el indicador de desventajas relativas como la participación de un producto en las importaciones del país sobre su participación en las importaciones mundiales. Estos indicadores pueden calcularse en el comercio bilateral o de un grupo de países. En este caso se calcularon para cada país respecto al promedio del ALCA, para lo cual se tomaron importaciones o exportaciones de los cuatro socios del MERCOSUR, Estados Unidos, Canadá, Colombia, México y Venezuela.

Una vez calculados los índices se pasó a seleccionar el núcleo de productos con mayor complementariedad entre los socios y, para esos productos, se analizó la correspondencia entre el producto, definido a ocho dígitos de la NCM, y el mismo producto definido a nivel de ítem del sistema armonizado en cada uno de los cinco países estudiados. Establecida la correlación se le asignó el arancel Nación más Favorecida (NMF) correspondiente y se estudiaron las preferencias existentes en el marco del sistema generalizado de preferencias o en los acuerdos de ALADI. De esta

forma, se identificó el núcleo de productos más protegido donde la remoción de aranceles puede tener efectos significativos para las exportaciones de Uruguay.

Para el MERCOSUR se calcularon los índices de ventajas, desventajas y complementariedad y el análisis se limitó a establecer los productos en los que podrían existir mayores intereses. Asimismo, se exploró la presencia de intereses comunes de Uruguay con sus socios en relación al núcleo de productos para el que se disponía de información.

### C. COMPETENCIA DEL ALCA EN EL MERCADO LOCAL

La adopción del Arancel Externo Común (AEC) del MERCOSUR significó aumentar la protección para ciertos productos. En particular, Uruguay debió aceptar un aumento significativo de los aranceles para ciertos insumos intermedios, bienes de capital, de informática y telecomunicaciones. Se trata de bienes que Uruguay no producía y en los que el aumento del arancel puede generar fuertes costos de desvío de comercio. Para mitigar los costos inmediatos se acordaron una serie de excepciones al AEC que estarían sujetas a cronogramas de convergencia que culminaban en el 2001 para ciertos bienes y en el 2006 para bienes de capital, informática y telecomunicaciones. Este trabajo se orienta a detectar los productos en los que este problema puede ser más grave y explorar las posibilidades de que la formación del ALCA disminuya dichos costos.

A esos efectos, se seleccionó una muestra de 207 productos exceptuados del AEC para los cuáles el arancel aumentaba 5 puntos o más y de los cuáles se importaba como mínimo U\$S 1 millón al año. Las importaciones de esa muestra representaban un 50,6% de las importaciones de productos comprendidos en las listas. Para esos productos se analizó la evolución de las importaciones totales y por rama industrial según su origen geográfico: MERCOSUR, resto del ALCA y resto del mundo. Asimismo, con el objeto de confrontar las ventajas de los socios del MERCOSUR con las de los cinco países estudiados se construyeron indicadores de ventajas comparativas reveladas para cada producto.

### III. DEMANDA POTENCIAL Y PROTECCIÓN ARANCELARIA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS DEL ALCA

Uno de los aspectos más promisorios de la formación del ALCA es la posibilidad de mejorar el acceso de las exportaciones uruguayas a un mercado de 800 millones de habitantes. En esta sección se evalúa cuál es la magnitud real de ese beneficio. A estos efectos se intenta determinar la magnitud de la demanda relevante para Uruguay y de las trabas arancelarias que enfrentan las exportaciones uruguayas. Ese estudio se realiza en base a la muestra de 100 productos representativos de la oferta exportable de Uruguay en los cinco mercados seleccionados. El estudio se limita a las trabas de carácter arancelario, tiene la limitante de no considerar otras barreras de carácter administrativo, tributario, técnico o de cualquier tipo que limitan en forma discriminatoria el acceso al mercado de los países del ALCA, pero constituye una primera evaluación de los posibles beneficios derivados de la mejora en las condiciones de acceso que acompañaría a un proceso de integración. En el último apartado se examinan los intereses comunes con los socios del MERCOSUR con miras al diseño de una estrategia de negociación de carácter regional.

#### A. CANADÁ

En 1998, las importaciones canadienses de productos comprendidos en la canasta exportable de Uruguay ascendieron a U\$S 20.329 millones, un 10% de las importaciones totales de Canadá. Por su parte, las exportaciones de Uruguay de dichos ítem ascendieron a U\$S 2.225 millones (80% de las exportaciones totales) de los cuales U\$S 20,4 millones se orientaron al mercado canadiense (1% de las exportaciones de productos de la muestra).

En el Cuadro 13 se presentan las importaciones de Canadá en 1998 de productos comprendidos en la oferta exportable de Uruguay agrupadas por ramas CIIU. Gran parte de las importaciones se concentran en material de transporte y refinería de petróleo, productos que no son relevantes dentro de la oferta potencial de Uruguay por lo que debería ajustarse a la baja la demanda potencial canadiense y afirmarse que asciende a unos U\$S 5 mil millones.

En efecto, las importaciones de material de transporte ascendieron a U\$S 13.893 millones en Canadá. En Uruguay es una industria que desarrolló sus exportaciones en el marco de acuerdos comerciales, en mercados muy protegidos y sujetos a fuertes regulaciones, fundamentalmente con sus socios del MERCOSUR. Por el momento, no parecería que la capacidad de competencia de Uruguay, aún en el marco de acuerdos preferenciales de comercio, de lugar a flujos de exportación a mercados que operen en condiciones más competitivas, por lo menos, de vehículos automotores que es el producto en que se concentra la mayor parte de las importaciones canadienses. Por razones similares habría que descartar la petroquímica y, fundamentalmente, por razones geográficas la energía eléctrica.

Entre las ramas restantes, la de mayor importancia es Alimentos (CIIU 311), rama en la que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas. Con menor significación aparecen los textiles, productos agropecuarios y otras ramas en las que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas. Asimismo, el cuadro muestra una demanda significativa hacia productos que han sido denominados como "productos regionales" (CEPAL, 1998 y CEPAL, 1999), dado que las exportaciones uruguayas se orientaron predominantemente hacia los países del MERCOSUR o hacia algunos socios de ALADI, amparados en la protección otorgada por la situación geográfica y las preferencias comerciales (papel, caucho, vestimenta, químicos, cerámica).

En las columnas siguientes se presenta la composición de las exportaciones de Uruguay a Canadá en 1998 y 1999. Ascendieron a U\$S 24 millones en el primer año y a U\$S 45 millones en el segundo. Se encuentran concentradas en productos en los que Uruguay tradicionalmente ha tenido ventajas comparativas. Son productos de origen agropecuario con escaso valor agregado: alimentos, textiles, curtiembres, productos agropecuarios y vestimenta de cuero. El crecimiento de las exportaciones entre 1998 y 1999 se explica por el aumento de las exportaciones de carnes derivado del reconocimiento por parte de Canadá del estatus sanitario de las carnes uruguayas lo que le permitió aprovechar los cupos que otorga Canadá para el ingreso libre de aranceles a carnes provenientes de terceros mercados<sup>6</sup>.

En el Cuadro 14 se presentan las exportaciones por producto. Una decena de productos dan cuenta de un 84% de las exportaciones uruguayas a Canadá. Se trata de productos en los que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas. Dentro de la muestra de 100 productos de la oferta exportable de Uruguay se encuentran entre aquellos con mayores ventajas dado que, excepto en el caso de los filetes de pescado, el índice de ventajas comparativas reveladas se encuentra por encima de la mediana. Por otra parte, sólo algunos de ellos se encuentran entre los productos en que Canadá tiene mayores desventajas relativas (cítricos y tejidos de lana).

En general, se trata de productos de bajos niveles de protección en el mercado canadiense, excepto en el caso de textiles y carnes. Los productos agropecuarios tienen arancel nulo, los cueros aranceles intermedios (entre 3% y 4%) mientras que las prendas de vestir y los tejidos tienen aranceles altos (entre un 9% y un 16%). Uruguay goza de preferencias en el Sistema Generalizado de Preferencias para cueros curtidos, prendas de cuero y tejidos de lana, pero para estos últimos las preferencias son pequeñas y los aranceles siguen siendo altos.

---

<sup>6</sup> En cumplimiento de los compromisos contraídos en la OMC, en 1995 Canadá convirtió sus controles de importación de productos agropecuarios en un sistema de contingentes arancelarios. Esta medida se adoptó al amparo del párrafo 1 a) y del párrafo 3 del artículo 5 de la Ley sobre Permisos de Exportación e Importación. En virtud de este sistema, las importaciones que no excedan de los contingentes arancelarios, es decir, las importaciones comprendidas dentro del compromiso de acceso, requerirán una licencia expedida por conducto de la Oficina de Control de las Exportaciones e Importaciones para beneficiarse del tipo de derechos más bajo, en tanto que las importaciones que excedan del contingente, que están sometidas a tipos de derechos considerablemente más altos, pueden efectuarse al amparo de una licencia general de importación. En el caso de la carne se trata de aranceles de 0% o 26%.

Canadá muestra escasas desventajas comparativas relativas en la muestra de productos de la oferta exportable de Uruguay. En 50 de los 87 productos el índice es menor que uno -en 35 productos es menor a 0,6 y para 15 se encuentra entre 0,6 y 1-, en 18 se encuentra entre 1 y 1,5 y sólo para 19 productos puede decirse que tiene claras desventajas -el índice es mayor que 1,5- cinco de los cuales se encuentran entre los diez principales productos exportados por Uruguay. La media de dichas desventajas relativas es 1,02, con un desvío estándar de 0,95, y la mediana 0,82. Todas estas medidas indican que aún cuando existe una fuerte dispersión de los valores existen escasas desventajas de Canadá con Uruguay en la muestra de productos analizada. A pesar de esto, el índice de complementariedad, a nivel de producto, adquiere valores altos por la incidencia de los valores que adopta el índice de ventajas comparativas de Uruguay.

Con el objeto de explorar la asociación entre ventajas o desventajas comparativas y composición del comercio, se calcularon los coeficientes de correlación que se presentan en el Cuadro 15. Se calculó tanto un coeficiente de correlación de Pearson como el coeficiente de correlación de rangos de Spearman. En ambos casos encontramos una correlación prácticamente nula entre las ventajas de Uruguay y las desventajas de Canadá. Para analizar la asociación con el comercio se requiere un indicador sintético que contemple ambas medidas. A estos efectos se tomó un índice de complementariedad, a nivel de producto.

El cuadro presenta la correlación del índice de complementariedad con las ventajas de Uruguay y con las desventajas de Canadá. En ambos casos se encontró una correlación positiva entre ambas medidas aunque, como cabía esperar por los altos valores que adopta el primer indicador, la correlación es mucho más fuerte con las ventajas de Uruguay, el indicador sintético es mucho más representativo de las ventajas de Uruguay que de las desventajas de Canadá. Finalmente, se presenta la correlación entre el índice de complementariedad y la participación del producto en el comercio bilateral. Se encuentra una correlación positiva pero débil, medida a través del coeficiente de correlación de rangos, indicando que la presencia de complementariedad comercial juega un cierto rol para explicar el comercio bilateral pero que es necesario explorar la presencia de otros factores. Por otra parte, las correlaciones parciales, aunque positivas, son menores que las del coeficiente agregado.

De acuerdo a los índices de complementariedad comercial se seleccionaron 77 ítem, definidos a seis dígitos del sistema armonizado, para los cuales se realizó la correlación entre el ítem de la oferta exportable de Uruguay (definido a diez dígitos del Sistema Armonizado) y los ítem correspondientes en la nomenclatura canadiense. Una vez establecida dicha correlación se le asignó el arancel que aplica Canadá y se estableció si existían esquemas preferenciales que favorecieran el ingreso de productos uruguayos. Finalmente, se calcularon los aranceles promedio simple correspondientes al tratamiento "Nación más Favorecida (NMF)" y al "Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)" para cada uno de los 77 productos uruguayos (a 6 dígitos del Sistema Armonizado (SA)). No existen otros instrumentos preferenciales para el ingreso de productos uruguayos al mercado canadiense.

A los 77 ítem de Uruguay correspondieron 279 ítem de la nomenclatura canadiense (abiertos a 10 dígitos), los cuales fueron clasificados en siete grupos de acuerdo a la tarifa media aplicada por Canadá. El primer grupo está formado por 32 productos (que corresponden a 93 ítem de Canadá) libres de gravámenes en el mercado canadiense, corresponden a un 11,5% de las exportaciones uruguayas a Canadá y a un 28,9% de las exportaciones totales de Uruguay. Los productos más importantes para Uruguay son: los filetes de pescado congelado (NCM 030420), las naranjas y mandarinas (NCM 080510/20), el arroz (NCN 100630 que Uruguay no exporta a dicho mercado pero Canadá importa más de U\$S 100 millones) y los tops de lana (NCM 510529). Canadá importa U\$S 2,5 miles de millones de estos productos de los cuales U\$S 823 corresponden a importaciones de oro (NCM 710812), U\$S 183,8 millones a energía eléctrica y cerca de U\$S 600 millones a productos de la industria del papel. Entre los productos de mayor interés para Uruguay se destacan las naranjas y mandarinas de las que Canadá importa más de U\$S 200 millones y el arroz del que importa U\$S 118 millones. En contraste, las importaciones de lana y tops son muy reducidas.

En el segundo grupo se encuentran productos que no están libres de gravámenes pero que están sujetos a niveles de protección muy reducidos. La tarifa media NMF es 3,2% y SGP 2,2%. Se encuentran 15 productos (85 ítem de Canadá) que representaron un 14,7% de las exportaciones uruguayas a Canadá en 1998 y un 10,4% de las exportaciones totales de Uruguay. Dentro de ellos hay 45 ítem que pueden beneficiarse del SGP de Canadá. En 1998 las importaciones canadienses de productos comprendidos este grupo ascendieron a U\$S 804 millones. Importó U\$S 250 millones de artículos higiénicos (NCM 481840 dentro del que se encuentran los pañales) y U\$S 210 de "los demás generadores" (NCM 851150 dentro de los que se encuentran los dínamos y alternadores que es el producto de Uruguay). Los productos de mayor interés para Uruguay son los cueros curtidos (NCM 410431/39) y las pieles ovinas (NCM 430219) de los cuales Canadá importó U\$S 146 millones.

El tercer grupo comprende 11 productos (27 ítem de Canadá), que representaron un 5,7% y un 11,9% de las exportaciones de Uruguay a Canadá y al mundo respectivamente. Las importaciones canadienses de estos productos ascendieron a U\$S 5,9 miles de millones de los cuales U\$S 4,2 mil millones corresponden a importaciones de "las demás partes y accesorios para automóviles" que comprende una gran variedad de productos distintos entre los cuales el que corresponde a la oferta de Uruguay son los "semiejes homocinéticos para transmisión de fuerza" (NCM 8708999040), U\$S 619 millones a "ejes con diferencial" (NCM 870850), U\$S 576 a vehículos automóviles (NCM 870421) y U\$S 230 millones a "los demás productos de panadería" (NCM 190590) que comprende una gran variedad de productos entre los cuales se encuentran los "alfajores" (NCM 1905900023) que es el producto de interés de Uruguay. Consecuentemente, la demanda potencial para productos de interés de Uruguay queda bastante reducida, máxime cuando se considera que el producto de mayor interés de Uruguay (de acuerdo al tamaño de su oferta exportable) es la leche larga vida (NCM 04012010) que Uruguay exporta a Brasil y que Canadá prácticamente no importa y la vestimenta de peletería (NCM 430310) que Canadá importa U\$S 16 millones de prendas de distintas pieles entre las que se encuentran las pieles ovinas de interés de Uruguay. El arancel promedio para productos de este grupo es de 7,7%



NMF y 4,4% SGP dado que casi todos los ítem dentro de este grupo gozan de preferencias en el SGP.

El cuarto grupo incluye 5 productos (35 ítem de Canadá) cuyo arancel medio NMF se encuentra entre 10% y 15%, 27 ítem gozan de preferencias en el marco del SGP pero el arancel medio de 12,6% NMF cae sólo a un 8,8% bajo el SGP. Entre éstos productos, que representan un 15,9% de las exportaciones uruguayas a Canadá, se destacan los tejidos de lana (NCM 511211/19) de los que Canadá importó U\$S 130 millones con baja participación de Uruguay.

El quinto grupo incluye 6 productos (18 ítem de Canadá) cuyo arancel medio es 19,8% y que no gozan de preferencias en el SGP. Se trata de quesos y vestimenta. El sexto grupo incluye productos agropecuarios sujetos a tarifas específicas entre ellos se encuentran productos lácteos (leche en polvo y manteca), harina de trigo y cebada malteada. Las importaciones canadienses de estos productos se encuentran muy restringidas, apenas alcanzan a U\$S 20 millones. Finalmente, en el séptimo grupo se encuentran las carnes bovinas (refrigerada y congelada sin deshuesar) que están sujetas a un arancel de 26% pero existe un cupo libre de aranceles del que Uruguay se ha beneficiado recientemente. No obstante, Estados Unidos, Canadá y Chile están exceptuados de dicho régimen y pueden ingresar libremente al mercado canadiense. Lograr un estatus similar mejoraría considerablemente las oportunidades de Uruguay en dicho mercado dado que el cupo existente es limitado (76 mil toneladas de las cuales 64,6 mil se encuentran reservadas a Australia y Nueva Zelanda).

En síntesis, un 40% de la oferta exportable de Uruguay ingresa al mercado canadiense libre de aranceles o con aranceles inferiores al 5% (productos que representan un 26% de las exportaciones uruguayas a dicho mercado), un 12% está sujeta a aranceles intermedios (entre un 5 y un 10%) beneficiándose del SGP, un 3% se encuentra sujeto a aranceles entre 10 y 15% pero gozan de preferencias en el SGP, un 8% se encuentra con un mercado fuertemente protegido (con aranceles superiores a un 15% o específicos) y un 13,6% son las carnes sujetas a altos niveles de protección, sin participación en el SGP, pero en las que Uruguay se ha beneficiado recientemente del ingreso dentro de los contingentes libres de aranceles lo que ha permitido un crecimiento extraordinario de sus exportaciones. Aunque las importaciones canadienses ascienden a U\$S 204 mil millones, existe escasa complementariedad con Uruguay, por lo que la demanda potencial para productos uruguayos no alcanza a un 2,5% de ese total.

No obstante, el estudio permitió detectar que existe un margen interesante para beneficiarse de un mejor acceso al mercado para productos agrícolas, textiles y vestimenta. Para ello resulta esencial el levantamiento de restricciones en los sectores mencionados (fundamentalmente en productos lácteos y carnes).

## B. COLOMBIA

En 1998, las importaciones colombianas de productos de la oferta exportable de Uruguay alcanzaron U\$S 1.142,7 millones, un 7,9% de las importaciones totales. Al igual que en el caso canadiense, a los efectos de obtener la demanda potencial para productos de Uruguay es necesario ajustar dicha cifra dado que U\$S 284 millones corresponden a refinería de petróleo y U\$S 334 a material de transporte, por lo que la demanda potencial estaría en el entorno de los U\$S500 millones.

Gran parte de esa demanda se concentra en productos agropecuarios (CIIU 111), alimentos (CIIU 311), productos de papel (CIIU 341) y productos de caucho (CIIU 355). En conjunto, las importaciones de productos de esas industrias ascendieron a U\$S 374 millones. En particular, las importaciones totales de productos de las industrias textiles, vestimenta y curtiembres alcanzaron apenas a U\$S 56,1 millones.

Las exportaciones de Uruguay a Colombia de productos de su oferta exportable ascendieron a U\$S 11,8 millones el mismo año, un 87,7% de las exportaciones uruguayas a Colombia (ver Cuadro 17). Estas exportaciones se concentran en gran medida en el sector textil del que se exportaron U\$S 8,6 millones en 1998 y productos agropecuarios (U\$S 1,9 millones). En el Cuadro 18 se presentan los 10 principales productos de exportación, se trata de productos en que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas y que componen la canasta clásica que Uruguay exporta al mundo (naranjas y mandarinas, lanas, tejidos de lanas y otros productos, de desarrollo más reciente y con una fuerte orientación regional como productos de panadería, sulfato de cromo y mezcladoras). El principal producto de exportación son los tops de lana, seguidos por lana sucia y tejidos de lana peinada. Mientras que Colombia muestra fuertes desventajas relativas en tops, tejidos de lana, sulfato de cromo y mezcladoras, no las tiene en cítricos, productos de panadería y lana sucia. Todos estos productos están sujetos a aranceles muy altos (entre 10% y 20%) pero gozan preferencias en el marco de la Preferencia Arancelaria Regional de la ALADI (PAR) o en el Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación No. 23. Dichas preferencias son importantes para el sulfato de cromo y para las lanas.

Por otra parte, el Cuadro 19 confirma la existencia de escasa complementariedad entre la economía uruguaya y la colombiana. Los índices de desventajas relativas para la muestra de productos de la oferta exportable de Uruguay muestran valores muy bajos para la mayor parte de los productos, la mediana alcanza a 0,45 y para 58 de los 87 productos el índice es menor que uno. Por otra parte, muestra fuertes desventajas para 21 productos para los que el índice es mayor que 1,5. A pesar de eso, se observa una fuerte correlación entre el índice de ventajas comparativas de Uruguay y el índice de desventajas de Colombia, y una asociación positiva media de ambos con el índice de complementariedad comercial por lo que puede concluirse que este índice puede resultar un buen indicador sintético para analizar las posibilidades que ofrece el mercado colombiano a productos uruguayos. Finalmente, el índice de complementariedad comercial muestra una correlación significativa con la composición de las exportaciones uruguayas a Colombia.

De acuerdo al valor adoptado por los índices de complementariedad comercial se seleccionaron 63 ítem definidos a seis dígitos del Sistema Armonizado (SA) para los cuáles se estableció la correlación entre la nomenclatura arancelaria del Uruguay y la nomenclatura colombiana, con el objeto de identificar las tarifas y preferencias comerciales. Esos productos se correspondían con 97 ítem de la Nomenclatura Colombiana. El Cuadro 20 presenta su clasificación en cinco grupos de acuerdo a los niveles de protección arancelaria que rigen en Colombia. El primer grupo contiene un único ítem libre de aranceles (la energía eléctrica). El segundo grupo comprende 4 productos con aranceles positivos pero menores a un 10%, incluye cueros bovinos precurtidos, madera y tubos y perfiles de hierro y acero. Ambos grupos tienen escasa significación en las exportaciones uruguayas y en las importaciones colombianas.

En el tercer grupo, con aranceles de 10%, se incluyen 12 productos que representan un 68% de las exportaciones a Colombia. Gozan de preferencias en el Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación No 23 por lo que el arancel medio para productos provenientes de Uruguay asciende a 4,4%. En este grupo se encuentra el sulfato de cromo, lanas lavadas y tops de lana.

El cuarto grupo contiene 15 productos, para los que Colombia aplica un arancel de 15% y el arancel promedio preferencial cae a 12,4%. La demanda potencial para estos productos es significativa pero tienen escasa significación en el comercio bilateral. Comprende productos como: cítricos, arroz, sebos bovinos, neumáticos y cueros curtidos.

El quinto grupo comprende 31 productos cuyos aranceles superan el 15%, el arancel promedio NMF asciende a 20,2% y el residual 16,4%. Este grupo adquiere mucha importancia para Uruguay, tanto por su participación en las exportaciones uruguayas a Colombia como en las totales y por la magnitud de la demanda colombiana. Comprende productos de panadería y tejidos de lana que Uruguay exporta a Colombia y otros productos como arroz, leche en polvo y cigarrillos que tienen mayor importancia en la demanda colombiana.

En síntesis, aún cuando se constata una fuerte correlación positiva entre las ventajas comparativas de Uruguay y las desventajas de Colombia para la muestra de productos en estudio, puede afirmarse que existe escasa complementariedad entre la economía uruguaya y la colombiana. La demanda potencial de productos uruguayos es muy limitada, se reduce a unos U\$S 500 millones. En general, la oferta exportable de Uruguay está sujeta a aranceles muy altos, existen pocas preferencias más allá de la PAR (que se limita a un 20%) lo que podría explicar la fuerte correlación entre el índice de complementariedad comercial y la composición del comercio. Las categorías más protegidas -3 a 5- contienen productos que representan un 88,5% de las exportaciones uruguayas a Colombia, un 61% de las exportaciones totales uruguayas y la mayor parte de la demanda colombiana relevante para productos de la oferta exportable de Uruguay (U\$S 480,5). Asimismo, si se considera que la mayor parte de las exportaciones uruguayas a dicho mercado se concentran en productos sujetos a regímenes preferenciales pero que esos regímenes se encuentran muy lejos del libre acceso, aún queda un cierto espacio para desarrollar el comercio bilateral al amparo de un ingreso preferencial más profundo y menos discriminatorio (entre productos). La

concreción de una iniciativa como el ALCA debería redundar en una mejora significativa en el acceso para productos lácteos, arroz, cítricos, sebos bovinos, tejidos lana y vestimenta de cuero que se encuentran en las categorías más protegidas y con preferencias muy reducidas (20% por la PAR o 0% en el caso de la vestimenta).

### C. ESTADOS UNIDOS

Las importaciones de Estados Unidos de productos de la oferta exportable de Uruguay ascendieron a U\$S 100 mil millones en 1998, un 11,5% de sus importaciones. Dentro de ellos, U\$S 60 mil millones corresponde a material de transporte y U\$S 14 mil millones a refinería de petróleo por lo se puede estimar la demanda potencial en U\$S 26 mil millones. Las importaciones de alimentos ascendieron a U\$S 4.883 millones, de productos de la industria textil a U\$S 4.013 millones, de vestimenta a U\$S 2.053 millones, de productos agropecuarios U\$S 1.666,6 millones y de curtiembres y productos de cuero a U\$S 828 millones (ver Cuadro 21).

Por su parte, las exportaciones uruguayas de esos productos ascendieron a U\$S 133,5 millones en 1998 y U\$S 199,5 millones en 1999, cifras que representan un 84% de las exportaciones totales de Uruguay a Estados Unidos. Los principales productos exportados por Uruguay corresponden a productos de la industria alimenticia, curtiembres y, en menor medida, textiles.

El Cuadro 22 presenta indicadores de ventajas comparativas, comercio y aranceles para los 10 principales productos de exportación en 1998-1999. Estos productos representan un 72% de las exportaciones uruguayas con ese destino, entre ellos se destacan los cueros bovinos curtidos (33% del total), las carnes (21%) y calzado de cuero (5%). Se trata de productos en los que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas y Estados Unidos desventajas (excepto en el caso de los cueros curtidos y la carne bovina refrigerada para los que puede hablarse de ventajas moderadas). En el caso de los suéteres de lana y calzado las ventajas, aunque importantes, son mucho menores que en el resto de la muestra. En general, se trata de productos sujetos a tarifas bajas pero existen tarifas medias para los calzados y elevadas para la carne bovina y los suéteres de lana. El sistema general de preferencias puede constituirse en un mecanismo para canalizar en forma preferencial las exportaciones de carnes bovina mientras que para los otros productos no otorga preferencias.

Estados Unidos muestra escasas desventajas en la muestra de productos analizada. Tanto la media como la mediana del índice de desventajas relativas se ubica en 0,76 con un desvío estándar de 0,45 (ver Cuadro 23). Por otra parte, se observa una correlación moderada pero negativa entre las ventajas de Uruguay y las desventajas de Estados Unidos indicando que para la muestra de productos bajo estudio las economías uruguayas y estadounidense son más competitivas que complementarias.

De los 87 productos que componen la oferta exportable de Uruguay, Estados Unidos muestra desventajas marcadas en 17 productos para los que el índice es mayor que 1,2 aunque en ningún caso supera 1,5, desventajas moderadas en otros 17 para los cuales el índice supera la unidad, ventajas moderadas en 25 productos para los cuales el índice se ubica entre 0,5 y 1 mientras que en el resto claramente no muestra ningún tipo de desventajas (28 productos).

El índice de complementariedad se encuentra muy asociado a las ventajas de Uruguay y no puede descartarse la hipótesis de que su correlación con la composición de las exportaciones es nula (ver Cuadro 23). En este caso, las desventajas de Estados Unidos parecen ser un indicador más adecuado para explicar el comercio bilateral, sobre todo cuando se los analiza a través del coeficiente de correlación de rangos, indicando que aunque existe una correlación positiva entre las desventajas de Estados Unidos y el comercio bilateral, esa correlación está lejos de ser lineal. Por otra parte, para explicar la composición del comercio bilateral juegan otros factores no contemplados en el análisis estadístico realizado.

En el Cuadro 24 se examina la protección arancelaria para la muestra de productos. Se distinguieron siete categorías de acuerdo al tratamiento arancelario recibido por 74 productos de la oferta de Uruguay. Puede observarse que una parte significativa de la demanda potencial para Uruguay se concentra en los tres primeros grupos para los que los aranceles son menores a un 10%. No obstante, un 47% de las exportaciones de productos de la oferta exportable de Uruguay corresponde a productos ubicados en los últimos cuatro grupos, con aranceles superiores a un 10% o sujetos a aranceles específicos.

El primer grupo contiene 21 productos (que corresponden a 44 ítem de la nomenclatura americana) que están libres de arancel para su ingreso al mercado americano. Dichos productos representan casi un 12% de las exportaciones uruguayas a Estados Unidos y totales. Estados Unidos importa U\$S 5 mil millones. En este grupo se encuentran productos de la pesca (pescado fresco, congelado y en filetes) y preparaciones de carne bovina, productos que adquieren importancia en el comercio bilateral. Por otra parte, la mayor demanda de Estados Unidos se concentra en productos de la pesca cuyas importaciones ascendieron a U\$S 1.677 millones en 1998, electricidad (U\$S 1 mil millones), cemento portland (U\$S 744 millones), productos de panadería (U\$S 463 millones), impresos publicitarios (U\$S 385 millones) y preparaciones de carne bovina (U\$S 231 millones). El comercio de productos como energía eléctrica o cemento está muy asociado a la proximidad geográfica mientras que en otros casos (preparados para panadería, impresos y muchos productos de la pesca) la oferta de Uruguay se restringe a un pequeño rango de productos dentro de una amplia variedad de productos diferenciados.

En el segundo grupo se encuentran 14 productos sujetos a aranceles positivos pero menores a un 5%. El arancel promedio para este grupo asciende a 2,7% pero cae a 0,4% por encontrarse dentro del SGP. Las exportaciones de estos productos representan un 35% y un 12,7% de las exportaciones uruguayas a Estados Unidos y totales respectivamente, fundamentalmente porque comprende cueros curtidos y prendas de pieles ovinas. Estados Unidos importa cerca de U\$S 800 millones de estos

productos. El resto de la demanda potencial de Estados Unidos no se orienta precisamente hacia dichos productos. Importa U\$S 2.913 de botellas y frascos de vidrio, U\$S 800 millones de papel, U\$S 502,6 millones de ejes con diferencial para vehículos automotores.

El tercer grupo comprende 6 productos cuyo arancel se encuentra entre un 5% y un 10%, para los cuales el arancel medio alcanza a 8,3% pero cae a 6,6% si se considera el SGP. Estos productos representaron un 5,2% de las exportaciones uruguayas a Estados Unidos en 1998 dado que incluye el calzado. Este último es el principal producto de importación, Estados Unidos importa U\$S 2.019 millones, le sigue en importancia las prendas de cuero cuyas importaciones ascendieron a U\$S 930,8 millones y las bicicletas cuyas importaciones ascendieron a U\$S 745,6 millones.

En el cuarto grupo se encuentran 6 productos cuyos aranceles se encuentran entre 10% y 15%. El arancel medio NMF asciende 11% y SGP a 10%. Estos productos representan un 27,5% y un 15,6% de las exportaciones uruguayas a Estados Unidos y al mundo respectivamente. Comprende las carnes y los suéteres de lana. Estados Unidos importa U\$S 3.757 millones de estos productos (U\$S 1.584 millones de carne, U\$S 558 millones de quesos, U\$S 983 millones de suéteres de lana y U\$S 682 millones de placas y azulejos de cerámica).

El quinto grupo comprende 4 productos que no se benefician del SGP y están sujetos a aranceles entre 15% y 20%. El arancel promedio asciende a 18,2%. El sexto grupo comprende dos productos cuyos aranceles ascienden a 24% y no se benefician del SGP. Incluyen productos de la industria textil y vestimenta. Entre ellos el producto con mayor significación en las exportaciones uruguayas a Estados Unidos son los tejidos de lana peinada mientras que en las importaciones americanas la demanda se concentra en suéteres de fibras de sintéticas cuyas importaciones ascienden a U\$S 2.851 millones.

Finalmente, el último grupo contempla 21 productos sujetos a aranceles específicos. Comprende productos lácteos, cítricos, arroz, cebada, cigarrillos, lana lavada y tops de lana.

En suma, aún cuando existe escasa complementariedad entre la economía uruguaya y la de Estados Unidos, este último constituye "el gran mercado" para los productos de la oferta exportable de Uruguay en la proyectada zona de libre comercio. A pesar de que aparece como un mercado abierto, en el que predominan aranceles muy reducidos, una parte significativa de la oferta exportable de Uruguay (47% de las exportaciones uruguayas) esta sujeta a altos niveles de protección (aranceles específicos o aranceles que superan el 10%), por lo tanto, aún en una negociación meramente arancelaria Uruguay puede mejorar mucho su acceso al mercado americano a partir de la formación de en una zona de libre comercio con Estados Unidos. Entre los productos sujetos a mayores restricciones se destacan muchos productos agropecuarios, textiles y vestimenta.

## D. MÉXICO

Las importaciones mexicanas de productos que componen la oferta exportable de Uruguay ascendieron a U\$S 9.887,9 millones en 1998 (7,9% del total de importaciones mexicanas). En el Cuadro 25 se presentan las importaciones mexicanas de productos de esa muestra y las exportaciones uruguayas a México, en ambos casos agrupadas por división de la CIIU. Dejando de lado las ramas "material de transporte" y "refinería de petróleo", la demanda potencial para Uruguay asciende a U\$S 4.164,7 millones. Las principales ramas en que se concentran dichas importaciones son alimentos (U\$S 1.208 millones), papel y productos de papel (U\$S 649 millones), productos de caucho (U\$S 347 millones), curtiembres y productos de cuero (U\$S 297 millones), industrias básicas de hierro y acero (U\$S 244 millones) e industrias textiles (U\$S 217 millones).

Las exportaciones uruguayas de estos productos ascendieron a U\$S 17,5 millones en 1998 y U\$S 36,8 millones en 1999, en este último año representaron un 85% de las exportaciones uruguayas a México. Al igual que en Canadá, el crecimiento de las exportaciones entre 1998 y 1999 se debió a las exportaciones de carne. En 1999, un 59% de las exportaciones fueron productos de la industria alimenticia, 8,6% textiles, 7,3% curtiembres y 3% productos cerámicos.

En el Cuadro 26 se presentan los índices de ventajas y desventajas comparativas reveladas y los aranceles para los diez principales productos exportados a México en 1998 y 1999. Los quesos, las carnes, los tejidos de lana, los cueros curtidos, la manteca, la leche en polvo y los azulejos dan cuenta de un 66,4% de las exportaciones uruguayas hacia ese mercado. Estos productos están sujetos a aranceles muy altos pero las exportaciones uruguayas gozan de márgenes preferenciales de 100% para su acceso al mercado mexicano (excepto en el caso de las carnes).

México muestra desventajas en 38 de los 88 productos que componen la muestra representativa de la oferta exportable de Uruguay. El índice de desventajas relativas promedio se ubica en 1,5 con un desvío estándar de 2 indicando una fuerte variación en torno a la media (ver Cuadro 27). La mediana se ubica en 0,65 mostrando que la media se encuentra muy incidida por valores extremos altos por lo que debe interpretarse que las desventajas de México son escasas y se concentran en un grupo de productos. Muestra fuertes desventajas en 28 productos para los que el índice de desventajas es mayor que 1,5, llega a un valor de 9,3 en el caso de la carne de caballo, a 7,3 en cueros curtidos y a 7 en leche en polvo. Entre otros, muestra fuertes desventajas en carnes ovinas y bovinas, en papel, en sebo bovino, en tops de lana, en arroz, en tejidos de lana y en cueros curtidos. Por otra parte, muestra desventajas moderadas en otros 10 productos (cueros curtidos, pieles ovinas, cebada malteada, carne bovina refrigerada, neumáticos, leche larga vida y lanas lavadas). Muestra ventajas moderadas en 16 productos y ventajas fuertes en los 35 restantes.

Existe una correlación positiva moderada entre las ventajas de Uruguay y las desventajas de México. El índice de complementariedad está fuertemente influenciado por los altos valores adoptados por el índice de ventajas comparativas de Uruguay con el que muestra una correlación muy alta (91%) pero también se encuentra correlacionado con el desventajas de México por lo que puede utilizarse como indicador sintético de ambos. Finalmente no se observa una correlación significativa entre cualquiera de estos indicadores y la composición del comercio. La presencia de niveles de protección muy altos y preferencias discriminatorias podrían explicar este resultado.

El Cuadro 28 presenta los productos de la oferta exportable de Uruguay clasificados de acuerdo al nivel de protección arancelaria. Los niveles de protección son sensiblemente mayores que en el mercado canadiense o americano. El arancel promedio para los 136 ítem mexicanos que corresponden a los 69 productos uruguayos analizados asciende a 19,6%, pero el arancel aplicable a Uruguay es de 3,8% porque gozan de preferencias en el AAP 5 de la ALADI. Sólo 11 productos tienen aranceles de 10% o menos, pero si bien su significación en las exportaciones uruguayas a México es baja, representan un 10,2% de las exportaciones totales de Uruguay. Las importaciones mexicanas de estos productos ascendieron a U\$S 723 millones. Incluye carne ovina y caballar, arroz, cebos bovinos, lana, tops y productos de panadería entre otros.

El segundo grupo comprende productos sujetos a tarifas entre un 10% y un 15%. El arancel medio es de 12,4% pero el arancel relevante para Uruguay es 1,2% dado que la mayor parte de estos ítem gozan de preferencias de 100% para su ingreso al mercado mexicano. Las exportaciones de estos productos representan un 12,5% de las exportaciones uruguayas a México mientras que las importaciones mexicanas de estos productos ascienden a U\$S 1.105 millones. En este grupo se encuentra leche larga vida, cueros curtidos, pieles ovinas, madera y papel.

El tercer grupo, el de mayor significación en la demanda mexicana, comprende productos sujetos a aranceles entre 15% y 20% con una tarifa media de 18,4% (NMF) y 4,9% (para productos de origen uruguayo). En este grupo que concentra el 40% de las exportaciones uruguayas a México, se encuentran productos lácteos (quesos y manteca), carnes (bovina refrigerada, ovina y caballar), arroz y tejidos de lana. La demanda mexicana se concentra en partes para industria automotriz.

El cuarto y el quinto grupo comprenden productos muy protegidos para los que Uruguay tiene un amplio margen de preferencia en el acceso al mercado mexicano. En estos grupos se concentra un 22,6% de las exportaciones uruguayas a México, mientras que las importaciones mexicanas ascendieron a U\$S 400 millones. Incluye productos como carne bovina congelada deshuesada, leche en polvo y vestimenta que representan un 12,3% de las exportaciones uruguayas. Finalmente, el sexto grupo incluye leche en polvo, trigo, cebada malteada y productos de panadería sujetos a aranceles específicos.

Por lo tanto, se podría concluir que, por lo menos un 56% de la oferta exportable de Uruguay (se analizó un 71,4%) está sujeta a niveles de protección altos lo que otorga, en presencia del AAP5, márgenes de preferencia extremadamente altos para



el desarrollo de las exportaciones uruguayas a México. Esto puede explicar la ausencia de correlación entre las ventajas o desventajas relativas y el desarrollo exportador. No obstante, gran parte de los productos más protegidos pertenecen al sector agrícola. Uruguay enfrenta aranceles altos para el ingreso al mercado mexicano sólo en el caso de las carnes y de productos de la industria automotriz. En el último protocolo del AAP5 se establecieron cronogramas para la apertura del mercado para las carnes uruguayas y la ampliación de cupos para quesos y tejidos. Por el momento, la experiencia de la carne muestra como el levantamiento de otros obstáculos al comercio permitió un desarrollo explosivo de las exportaciones de ese producto. En el corto plazo, Uruguay tiene poco que ganar en una negociación arancelaria con México pero se encuentra pendiente el problema de la multilateralización de los acuerdos de ALADI entre los países del MERCOSUR. El avance hacia una zona de libre comercio puede facilitar un acuerdo con los otros socios del MERCOSUR que no implique perder el acceso preferencial que tiene Uruguay.

## E. VENEZUELA

Las importaciones venezolanas de productos de la oferta exportable de Uruguay ascendieron a U\$S 1.367 millones (9,6% de las importaciones en 1998), dentro de ellas, U\$S 950 millones corresponden a material de transporte y refinería de petróleo por lo que la demanda relevante para productos de la oferta exportable de Uruguay se limita a U\$S 417 millones. La demanda más significativa se orienta a productos agropecuarios, alimentos y preparados alimenticios y papel y productos del papel (ver Cuadro 29).

Las exportaciones de esos productos desde Uruguay a Venezuela alcanzaron a U\$S 25,9 millones en 1998 y 25,3 millones en 1999 (93,5% y 90,5% de las exportaciones a dicho mercado). Cerca de un 90% de esas exportaciones corresponden a productos de la industria alimenticia (ver Cuadro 29), las que se encuentran muy concentradas en pocos productos. La leche en polvo y los quesos representan un 82% de las exportaciones con ese destino, si se agrega la carne bovina congelada se alcanza el 88% (ver Cuadro 30), los diez principales productos de exportación dan cuenta de un 91,7% de esas exportaciones. Esos productos están sujetos a aranceles de 20% excepto los cueros curtidos que tienen un arancel de 15% y las mezcladoras de un 10%. Incluso, la mitad de estos productos se encuentran exceptuados de la PAR que otorga a Uruguay una preferencia de 20%.

Al igual que los otros mercados analizados la complementariedad entre la economía uruguaya y la venezolana parece ser baja y restringirse a un grupo pequeño de productos. Venezuela tiene desventajas relativas fuertes en 15 de los 87 productos que componen la muestra y desventajas moderadas en otros cinco productos (trigo, azulejos, papel, neumáticos y otros productos de la industria automotriz y química). Por otra parte, no puede descartarse la hipótesis de una correlación nula entre las ventajas de Uruguay y las desventajas de Venezuela (en todo caso puede hablarse de una leve correlación negativa medida a través del coeficiente de correlación de rangos). El índice de complementariedad se encuentra más asociado a las desventajas

venezolanas que a las ventajas de Uruguay y no se constata una correlación de ninguna de estas variables con la composición de las exportaciones bilaterales (ver Cuadro 31).

En el Cuadro 32 se presenta la oferta exportable de Uruguay clasificada según los niveles de protección arancelaria en el mercado venezolano. Se seleccionaron 48 productos en los que existía cierta complementariedad y se estableció la correspondencia con 72 ítem de la nomenclatura venezolana. Los niveles de protección son altos y los márgenes de preferencia para productos uruguayos son pequeños. Ninguno de éstos estaba libre de aranceles y sólo seis sujetos a aranceles menores a un 10%. Por otra parte, se encontraron nueve productos con aranceles iguales a 15% y 27 con aranceles superiores a 15% (10 de ellos con regímenes de arancel variable).

Es precisamente en la última franja dónde se ubican los ítem en los que se ha generado la mayor parte del comercio bilateral. Se encuentran productos como el pescado congelado, preparados de carne bovina, cueros curtidos y tejidos de lana sujetos a aranceles fijos y la leche, manteca, quesos, arroz, cebada malteada y sebos bovinos sujetos a derechos adicionales o reducciones arancelarias dentro del sistema de bandas de precios para productos agrícolas que utilizan los países de la Comunidad Andina. Los productos comprendidos en esta franja representan un 33,6% de las exportaciones de Uruguay, cifra que parece importante dado que los estudiados representan un 48,5% de las exportaciones uruguayas de los años 1998-99. La demanda venezolana se dirige hacia la leche en polvo de la que importa U\$S 41,7 millones, cebada malteada (U\$S 44,7 millones) y sebos bovinos (U\$S 27,6 millones).

En suma, el mercado relevante para la oferta de Uruguay parece ser bastante más limitado que en los casos anteriores. Existe escasa complementariedad, Venezuela muestra desventajas relativas en muy pocos productos de la oferta exportable uruguaya y la demanda potencial de esos productos es limitada. No obstante, se identificaron una serie de productos, fundamentalmente de carácter agrícola en los que podría mejorarse sustancialmente las condiciones de acceso dado que los niveles de protección son altos y las preferencias para Uruguay muy restringidas.

#### F. URUGUAY Y EL MERCOSUR, PRIORIDADES DENTRO DE LA CANASTA DE EXPORTACIÓN COMÚN

Identificadas las prioridades para levantar restricciones arancelarias que limitan el acceso de las exportaciones uruguayas a los mercados del ALCA, se procedió a la búsqueda de intereses comunes con sus socios del MERCOSUR. En la medida que Uruguay forma parte de una Unión Aduanera, resulta pertinente considerar sus intereses en el marco de una negociación común con sus socios del MERCOSUR.

En el Cuadro 33 se presenta una serie de indicadores para los productos de la oferta exportable del MERCOSUR agrupados por rama de actividad. Se tomaron los

338 ítem arancelarios de la "oferta exportable del MERCOSUR" (ver Cuadro 9) que corresponden a 278 sub-partidas del SA.

En la primera columna se presenta la distribución de esas sub-partidas por rama de actividad, en la siguiente la de las 45 sub-partidas compartidas por al menos dos socios y en la tercera las que Uruguay comparte con al menos uno de sus socios. Si bien son relativamente pocas las sub-partidas compartidas por más de un socio (45) o por Uruguay (30), se observa una gran concentración de la oferta exportable del MERCOSUR en unas pocas ramas productivas, ocho ramas dan cuenta de un 68% de las partidas que la componen (productos agropecuarios, alimentos, textiles, curtiembres, sustancias químicas, industrias de hierro y acero, maquinaria y equipo no eléctrico y material de transporte) y de un 55% de las exportaciones del MERCOSUR en 1998.

En particular, los intereses comunes se concentran en cuatro ramas (productos agropecuarios, alimentos, curtiembres y material de transporte). En estas ramas se encuentran 125 sub-partidas de la oferta exportable del MERCOSUR, 33 de las 45 sub-partidas compartidas por al menos dos socios y 22 de las 32 compartidas por Uruguay y, asimismo, dan cuenta de un 47% de las exportaciones totales del MERCOSUR en 1998. Por lo tanto, éstos son los sectores sobre los que debería apoyarse el diseño de una política de negociación común del MERCOSUR.

En las columnas siguientes del citado cuadro se presentan indicadores de ventajas (para el MERCOSUR) y desventajas (para los cinco países del ALCA) e indicadores de complementariedad a nivel de ramas<sup>7</sup>. La ventaja del primero es que evita que los promedios se vean fuertemente condicionados por la presencia de ventajas comparativas muy altas en ciertos productos, especialmente para el caso de países chicos y muy especializados. El índice de complementariedad comercial por rama se obtuvo a partir de los índices a nivel de producto ponderados por la participación del producto en el comercio mundial (columnas 10 a 14).

Se detectan fuertes ventajas comparativas del MERCOSUR en productos agrícolas, pesca, minería, alimentos y tabaco y eso determina que los índices de complementariedad comercial alcancen valores muy altos aún cuando en la mayor parte de los casos no existen fuertes desventajas por parte de los otros países. Otros productos con fuertes ventajas por parte del MERCOSUR son curtiembres, calzado, sustancias químicas, productos del caucho, productos cerámicos e industrias básicas de hierro y acero. Excepto en el último caso, se detectaron intereses comunes en todos los sectores. Entre los sectores que presentan mayores coincidencias, existe una fuerte complementariedad en productos agrícolas, alimentos y curtiembres.

---

<sup>7</sup> Para obtener el indicador de ventajas (desventajas) agregado a nivel de rama se construyó un indicador cualitativo basado en los índices de Balassa. Se calcularon esos índices a nivel de sub-partida del SA y se le asignó el valor cero cuando no existían ventajas (el indicador era menor que la unidad), el valor uno cuando las ventajas (desventajas) eran moderadas (estaba entre uno y uno con cinco) y el valor 2 cuando presentaba fuertes ventajas comparativas (era mayor que uno con cinco). El valor de la rama se obtuvo como promedio simple de las sub-partidas que lo componen.

Asimismo, se detectó niveles de complementariedad relativamente altos en el sector textil donde el MERCOSUR presenta ventajas moderadas y sus socios fuertes desventajas. En este sector aparecen intereses comunes con otros socios y, dado que se enfrenta una problemática de acceso similar en el marco del Acuerdo sobre Textiles y Vestimenta de la Organización Mundial de Comercio sería un sector a tener en cuenta a la hora de elaborar una estrategia común. Otros sectores en los que se detectaron algunos intereses comunes y los índices de complementariedad son relativamente altos -el MERCOSUR presenta ventajas moderadas y sus posibles socios desventajas moderadas- son el sector papel y productos de plástico.

En las últimas columnas del Cuadro 33 se presentan las importaciones de los cinco países por rama industrial. Una parte significativa de la demanda potencial para productos de la muestra en los que existen intereses comunes y niveles de complementariedad medios o altos, se presenta en alimentos, productos agropecuarios, textiles, curtiembres, calzado, productos del papel y productos de caucho.

En el Cuadro 34 se presentan indicadores de ventajas (desventajas) para el MERCOSUR (para sus posibles socios del ALCA), exportaciones del MERCOSUR y de Uruguay e indicadores sobre niveles de protección arancelaria para 29 sub-partidas del SA en las que Uruguay presenta intereses comunes con sus socios del MERCOSUR. Los productos se agruparon en cuatro categorías de acuerdo a los socios que los comparten en su oferta exportable.

En la primera categoría hay un único producto, la carne bovina congelada deshuesada en el que el MERCOSUR presenta fuertes ventajas y Estados Unidos desventajas moderadas. Este producto tiene escasa significación para el MERCOSUR pero no así para Uruguay (representa un 7,2% de sus exportaciones). Este producto enfrenta niveles de protección altos en los cinco mercados estudiados por lo que resulta especialmente importante para cualquier estrategia de negociación.

En la segunda categoría se encuentran siete productos que comparten Argentina, Brasil y Uruguay, cuatro de ellos con ventajas comparativas fuertes para el MERCOSUR mientras que en los tres restantes no las tienen. Todos ellos presentan niveles de protección altos en el mercado colombiano y en el venezolano. Los cueros curtidos, que son el producto de mayor interés para Uruguay (representa un 3,3% de sus exportaciones de 1998), están sujetos a niveles de protección muy bajos en los otros mercados. Los preparados de carne bovina están muy protegidos en todos los mercados excepto Estados Unidos. Los vehículos para el transporte de mercancías, que representaron un 2,9% de las exportaciones uruguayas, si bien presentan ventajas en el MERCOSUR y desventajas moderadas en Canadá y están sujetos a niveles de protección altos en todos los mercados excepto Canadá, no aparecen como una prioridad en el corto plazo por razones ya mencionadas.

El tercer grupo incluye carne bovina refrigerada deshuesada y harina de trigo en los que el MERCOSUR tiene fuertes ventajas. México presenta fuertes y Canadá moderadas desventajas en el primero. Se trata de productos altamente protegidos en todos los mercados, con la única excepción de la harina de trigo en México.

El cuarto grupo tiene los productos comunes a Argentina y Uruguay. El MERCOSUR presenta ventajas intensas en todos ellos. Canadá presenta fuertes desventajas en cítricos y artículos higiénicos y desventajas moderadas en pescados. En general, los niveles de protección son reducidos. Los únicos productos en los que existe complementariedad comercial y la protección es alta son la leche en polvo y la cebada malteada. Colombia presenta fuertes niveles de protección en todos los productos excepto cueros bovinos curtidos y tops de lana sujetos a niveles de protección intermedia (entre 5% y 10%) y presenta desventajas en leche en polvo, trigo, arroz, artículos higiénicos y tops de lana. México presenta fuertes desventajas en carne de caballo, leche en polvo, trigo, arroz, semilla de girasol, cueros bovinos y tops de lana. La mayor parte de estos productos están sujetos a niveles de protección muy altos (pescados, leche en polvo, miel, cítricos, trigo, arroz semiblanqueado, cebada y semilla de girasol) pero Uruguay goza de preferencias. Estados Unidos aparece más como un competidor que como un posible mercado para la mayor parte de estos productos y su mercado se encuentra poco protegido. Venezuela presenta fuertes desventajas en leche en polvo, trigo, cebada, girasol, artículos higiénicos y tops de lana. Es un mercado fuertemente protegido en todos estos productos (excepto los tops de lana y el trigo).

El cuarto grupo incluye tres productos comunes entre Brasil y Uruguay. Están sujetos a niveles de protección muy altos (fundamentalmente en los mercados de los tres socios latinoamericanos) o moderados ( cigarrillos y azulejos en Canadá y calzado en Estados Unidos).

En conjunto, los productos en los que Uruguay tiene intereses comunes con sus socios del MERCOSUR representan un 15,3% de las exportaciones del MERCOSUR y un 47,9% de las de Uruguay. En general puede afirmarse que si bien el MERCOSUR tiene fuertes ventajas comparativas en la mayor parte de ellos, las desventajas de los cinco países analizados se restringen a unos pocos productos, la leche en polvo y el trigo parecen ser los productos con mayores desventajas. En general, se detectaron niveles de protección elevados para la mayor parte de estos productos en los mercados latinoamericanos y mucho más reducidos en el mercado de Estados Unidos y Canadá. Pero aún en los últimos, se detectaron productos para los que existen intereses comunes en la negociación (carnes, leche en polvo, cebada entre otros).



#### **IV. PREFERENCIAS OTORGADAS POR URUGUAY A LOS PAÍSES DEL ALCA**

La formación de una zona de libre comercio con los países del ALCA implica extender en forma discriminatoria las preferencias para el acceso a los mercados del MERCOSUR a los 34 países que participan de dicha negociación. En teoría, la extensión de dichas preferencias tiene efectos ambiguos sobre el bienestar de Uruguay. Por una parte, al integrarse a un mercado de mayor tamaño, que se semeja al mundo más que el MERCOSUR, puede contribuir a acercar el sistema de precios a los internacionales y mejorar el bienestar. Por otra parte, dado que los niveles de protección del MERCOSUR siguen siendo altos y, que en los últimos años, no se ha constatado una vocación aperturista por parte de sus socios mayores, puede esperarse que la integración en el ALCA contribuya a mantener mercados más abiertos y contrarreste presiones proteccionistas. La concreción del ALCA implicaría mayor competencia en los mercados locales de los socios del MERCOSUR.

Un acuerdo de libre comercio contribuye, por un lado, a disminuir costos de las industrias locales que utilizan insumos o bienes de capital importados y, por el otro lado, a aumentar el grado de competencia en los mercados locales, lo que resulta beneficioso para sectores importadores pero expone a mayor competencia a industrias orientadas a la región.

Esta sección se orienta a evaluar en qué medida las preferencias a nuevos socios restringen posibles efectos de desvío de comercio derivados del MERCOSUR, sobre todo cuando el AEC está muy lejos de los intereses de Uruguay. Deja de lado un segundo aspecto que consiste en evaluar los efectos de la creciente competencia sobre los mercados locales de productos que Uruguay orienta al mercado doméstico o al MERCOSUR en dónde perdería las preferencias que hoy disfruta.

En particular, hay dos sectores en los que Uruguay ha debido aceptar un incremento en los niveles de protección muy significativo en bienes que no produce y que importaba desde el resto del mundo por lo que la plena vigencia del AEC va a implicar fuertes costos de desvío de comercio: bienes de informática y telecomunicaciones y bienes de capital. Otros sectores que se verían afectados son sectores que usan insumos importados que importaban desde terceros países con aranceles bajos para los cuales el MERCOSUR adoptó niveles arancelarios mucho más altos.

Para mitigar los costos inmediatos de asumir un arancel que implicaba alterar en forma significativa la protección efectiva de muchos sectores y disminuir los costos de ajuste, se acordaron una serie de excepciones al AEC que estarían sujetas a cronogramas de convergencia que culminaban en el 2001 para ciertos bienes y en el 2006 para bienes de capital, informática y telecomunicaciones. En el caso de Uruguay la mayor parte de las excepciones implicaban un cronograma ascendente hacia el AEC y el consiguiente incremento de la protección respecto a terceros mercados ampliando las preferencias otorgadas a los socios de la región. En el Cuadro 35 se presenta un resumen de las excepciones al AEC clasificadas en aquellas que están sujetas a un cronograma ascendente o descendente. De 1872 ítem del NCM que estaban

comprendidos en la lista de excepciones de Uruguay, en la lista de bienes de capital y en la lista de bienes de informática y telecomunicaciones, 1521 estaban sujetos a un cronograma ascendente (81% del total de ítem de las listas) y 105 a un cronograma descendente. Las importaciones de dichos ítem ascendieron a U\$S 1.548,7 millones en 1998, un 65% de los cuales estaban sujetos a un arancel creciente y un 32% a una caída del arancel.

Para evaluar en qué medida un acuerdo con el ALCA puede contribuir a mitigar tales costos, se seleccionó una muestra de 207 productos exceptuados del AEC para los cuáles el arancel aumentaba 5 punto o más y de los cuáles se importaba como mínimo U\$S 1 millón al año. Las importaciones de esa muestra representaban un 50,6% de las importaciones de productos comprendidos en las listas. Para esos productos se analizó la evolución de las importaciones totales y por rama industrial según su origen geográfico (Cuadros 36 y 37).

Entre 1997 y 1999 la participación del MERCOSUR como proveedor de dichos bienes era bastante menor a su participación media en las importaciones uruguayas. Alrededor de un 37% de las importaciones de esos productos tenían como origen Argentina o Brasil, un 20% Estados Unidos y Canadá, un 2,5% México y 40% el resto del mundo (ver Cuadro 36). Por otra parte, esa tendencia es más acentuada en bienes de capital, informática y telecomunicaciones dado que para las excepciones en bienes que constituyen insumos intermedios se constata una mayor presencia de proveedores regionales (ver Cuadro 37). En efecto, en dicho cuadro puede observarse que en las importaciones de bienes de la rama 38, Argentina y Brasil representan apenas un 21% en 1998, mientras que Estados Unidos y Canadá representan un 26% y el resto del mundo un 43,7%. Esto implica que aún queda mucho margen para desvío de comercio en bienes que tienen una fuerte significación en las importaciones uruguayas.

En el Cuadro 38 se confrontan las ventajas comparativas de los socios del MERCOSUR y de los cinco países del ALCA para los mismos productos. El país que tiene ventajas comparativas reveladas en mayor número de bienes de la muestra es Estados Unidos (el índice de ventajas comparativas reveladas supera la unidad para 87 de las 166 sub-partidas del SA que componen la muestra<sup>8</sup>), fundamentalmente en productos de la rama 38. Le siguen en importancia Brasil con 60 sub-partidas, Canadá con 47 sub-partidas, México con 38 y Argentina con 36. Por otra parte, el perfil de ventajas comparativas de Estados Unidos, México y Canadá (para los cuáles cerca de un 50% de las sub-partidas en qué tienen ventajas comparativas están comprendidas en la rama 38) es muy distinto de aquél que predomina en los socios del MERCOSUR para los cuales dicha rama representa un 37% en Brasil y 17% en Argentina. Por otra parte, en Argentina y Brasil adquiere importancia la rama 35 a la que pertenecen respectivamente, un 50% y un 38% de las partidas. Colombia y Venezuela muestran cifras similares a Argentina.

<sup>8</sup> Corresponde a los 208 ítem agrupados a nivel de sub-partida.



## V. CONCLUSIONES

El ALCA es la más importante entre todas las iniciativas de integración por las que han transitado los países americanos, tanto por su extensión como por lo ambicioso de sus objetivos. Rompe con una historia de intentos de integración parciales y terminaría absorbiendo gran parte de ellos. Constituye un mercado de gran tamaño -da cuenta de un 25% del comercio mundial- caracterizado por grandes asimetrías entre sus miembros. Estados Unidos es el principal mercado, sus importaciones representan un 70% de las importaciones totales del Hemisferio. Una decena de países dan cuenta de un 97% de las importaciones, entre ellos se encuentra el MERCOSUR y Chile con los que Uruguay ya tiene acuerdos de libre comercio, por lo que el estudio se centró en los otros cinco países con los que se alterarían las condiciones de acceso: Estados Unidos, Canadá, México, Colombia y Venezuela.

En la década de los noventa el comercio de los países del ALCA, especialmente sus importaciones, crecieron en forma significativa. El comercio al interior del continente aunque creció mucho, lo hizo menos de lo que podría esperarse en función del dinamismo observado en las importaciones regionales y, aún en presencia de acuerdos de integración más profundos entre varios socios, el sesgo geográfico del comercio disminuyó. Los países de la región tuvieron poca capacidad de aprovechar el dinamismo de la demanda regional para aumentar sus exportaciones. En especial, Uruguay concentró sus exportaciones en el MERCOSUR y aprovechó poco el dinamismo del resto.

El estudio concluye que con la formación del ALCA, Uruguay podría mejorar sustancialmente las condiciones de acceso a mercados de gran tamaño, pero esas posibilidades se concentran en un núcleo reducido de productos, fundamentalmente de carácter agrícola, que se encuentran muy protegidos en los mercados de destino y en los que tiene fuertes ventajas comparativas. Estas posibilidades se amplían hacia una canasta de productos manufacturados menos protegidos en que Uruguay tiene menores ventajas en las que podría obtener acceso preferencial. Esto podría atenuar la dependencia respecto al MERCOSUR. Este último aspecto adquiere especial relevancia por la incertidumbre que rodea hoy el comercio regional. En la última década, Uruguay incrementó notoriamente su dependencia de esos mercados hacia los que orientó su desarrollo exportador. Estos mercados han mostrado una gran inestabilidad y atraviesan hoy por una coyuntura compleja en la que han resurgido presiones proteccionistas que agregan incertidumbre en los flujos de comercio.

Pero gran parte de los beneficios derivados de dicha liberalización dependen de que se haga efectiva en sectores claves como el sector agrícola o textil. El efecto no sería muy significativo en otros sectores donde Estados Unidos, que constituye la principal promesa en materia de acceso a mercados, tiene aranceles muy reducidos.

Estados Unidos aparece como una economía más competitiva que complementaria con la uruguaya pero las exportaciones de Uruguay parecen asociarse a la presencia de desventajas en dicho mercado. El mercado americano, que teóricamente es muy abierto, con bajos niveles de protección, que favorece tarifas

reducidas en el sector industrial y reclama la apertura de los países en desarrollo, muestra niveles de protección muy altos frente a la oferta exportable de Uruguay. En efecto, a pesar de ser un mercado extremadamente abierto, el mercado americano mantiene altos niveles de protección en el sector agrícola y en el sector textil y vestimenta, sectores claves dentro de la oferta exportable de Uruguay. Se examinaron los aranceles aplicados por Estados Unidos en 74 ítem de la oferta exportable de Uruguay que representan un 73% de sus exportaciones en 1998 y se encontró que 33 de ellos, que representan un 47% de las exportaciones uruguayas del mismo año, están sujetos a aranceles específicos o superiores a un 10% (entre los productos más protegidos debe destacarse las carnes, lácteos, cítricos, arroz, cebada, cigarrillos, lana lavada y tops, suéteres de lana, quesos, tejidos de lana y vestimenta).

Canadá constituye el segundo mercado dentro del ALCA con una demanda potencial de U\$S 5 mil millones para productos de la oferta exportable de Uruguay. Gran parte de esa demanda se orienta a productos de la industria alimenticia en los que Uruguay tiene fuertes ventajas comparativas, a los que se suman textiles y productos agropecuarios. En el comercio bilateral predominan las exportaciones de carne, pescado, cítricos, cueros curtidos, tejidos de lana y vestimenta de cuero. Excepto en el caso de las carnes, las prendas de cuero y los tejidos de lana, se trata de productos sujetos a niveles de protección relativamente bajos.

Canadá muestra escasas desventajas en los productos que componen la oferta exportable de Uruguay. Se constató una correlación positiva pero débil entre el índice de complementariedad comercial y la participación de los productos en las exportaciones de Uruguay a Canadá. Por otra parte, muchos de los productos agrícolas que Uruguay exporta se encuentran libres de gravámenes en el mercado canadiense. Un 50% de la oferta exportable de Uruguay ingresa al mercado canadiense con aranceles inferiores al 10% y muchos de ellos beneficiándose del SGP. Los productos más protegidos representan un 21,5% de las exportaciones uruguayas (carnes, tejidos de lana, quesos, vestimenta, leche en polvo, manteca, harina de trigo y cebada). En el caso de las carnes, en el que Uruguay puede beneficiarse de contingentes que ingresan al mercado libres de aranceles, la concreción de una zona de libre comercio podría colocar a Uruguay en el mismo estatus que hoy gozan sus socios del NAFTA y Chile.

En Venezuela y Colombia se constataron altos niveles de protección para la mayor parte de los productos analizados y existe un margen importante para mejorar el acceso a dichos mercados. No obstante, la demanda potencial, medida a través de las importaciones cumplidas, parece muy reducida pero, en mercados muy cerrados, es probable que dicho indicador se encuentre muy afectado por la protección. Entre los productos más protegidos de interés para Uruguay se mencionaron los lácteos, el arroz, los cítricos, tejidos de lana y vestimenta de cuero.

México es un mercado muy grande, especialmente, para los alimentos, papel, productos de caucho, cueros, hierro y acero y productos textiles. Muestra fuertes desventajas en muchos productos como las carnes, el papel, sebos bovinos, arroz, tops de lana, tejidos de lana y cueros curtidos. Se trata de un mercado muy protegido pero en el que Uruguay ingresa libre de gravámenes en la mayor parte de los

productos. Se examinaron los aranceles para 69 productos de la oferta de Uruguay, 58 de los cuales estaban sujetos a aranceles mayores a un 10% o a aranceles específicos (un 61% de las exportaciones de Uruguay). Gran parte de los productos más protegidos pertenecen al sector agrícola. A partir de la firma del último protocolo del AAP N°5, Uruguay tiene poco que ganar en una negociación de aranceles para mejorar el acceso a este mercado. No obstante, el mayor interés del establecimiento de una zona de libre comercio en que participe México es allanar el camino para la renegociación de los acuerdos de alcance parcial entre los miembros del MERCOSUR y México que hoy se encuentra pendiente porque resulta de primordial interés mantener las preferencias en un mercado tan dinámico y sujeto a una creciente apertura como el mexicano.

La confrontación de la oferta exportable de Uruguay con la de sus socios del MERCOSUR muestra intereses comunes a nivel sectorial (productos agropecuarios, alimentos, curtiembres y material de transporte) pero escasas coincidencias a nivel de ítem de la NCM. El estudio identificó un grupo de productos altamente protegidos en los mercados estudiados y en los que existen intereses comunes entre los socios del MERCOSUR (carne bovina congelada deshuesada, los preparados de carne bovina, la carne bovina refrigerada deshuesada, la harina de trigo, pescado, leche en polvo, miel, cítricos, arroz, cebada y semillas de girasol).

Por otra parte, la reducción de aranceles a productos provenientes de países del ALCA abarataría muchos bienes y servicios importados con un doble efecto: por una parte contribuiría a reducir costos locales pero, por otra, aumentaría la competencia en los mercados regionales para los productores locales. El estudio abordó el primero de estos problemas. Se identificó una muestra de productos cuyas importaciones son significativas y que han estado sujetos a incrementos importantes de aranceles en el MERCOSUR. Entre ellos se distinguieron dos grupos: insumos intermedios en los que la región tiene mayores ventajas comparativas y mayor participación como proveedor de las importaciones uruguayas y bienes de capital, informática y telecomunicaciones donde Estados Unidos y sus socios del Nafta tienen mayores ventajas comparativas y mayor participación en el aprovisionamiento del mercado doméstico. Este grupo de productos es el que genera mayores riesgos de desvío de comercio y en los que Uruguay podría obtener mayores beneficios de una apertura al ALCA.

El presente estudio logró los objetivos planteados en términos de cuantificar la importancia de la negociación arancelaria para mejorar el acceso de las exportaciones uruguayas a los mercados del ALCA o para abrir su mercado a productos en los que podrían generarse fuertes costos de desvío de comercio asociados al aumento de aranceles en el MERCOSUR. No obstante, quedaron una serie de temas por estudiar. Entre ellos, los efectos de la remoción de aranceles sobre la competencia de empresas uruguayas en los mercados locales de los países del MERCOSUR o los beneficios derivados de la liberalización del comercio en otros productos que hoy se encuentran muy protegidos en el MERCOSUR. Asimismo, hay que recordar que los problemas de "acceso" trascienden el arancel y existe un amplio campo en el que se aplican restricciones no arancelarias que limitan el ingreso de productos extranjeros a los mercados locales.

Важно отметить, что в данной работе не рассматриваются вопросы влияния на организм человека различных факторов, таких как стресс, переутомление, употребление психоактивных веществ и др. Эти факторы могут оказывать как дополнительное воздействие на организм, так и маскировать симптомы заболевания. Поэтому в процессе диагностики необходимо учитывать все возможные факторы, влияющие на состояние здоровья пациента.

Следует также отметить, что данное исследование не является клиническим испытанием, поэтому не следует делать никаких выводов о эффективности или безопасности описанных методов диагностики. Данное исследование носит лишь ознакомительный характер и предназначено для ознакомления с основными принципами диагностики психических заболеваний.

В заключение хотелось бы отметить, что диагностика психических заболеваний – это сложный и многогранный процесс, требующий комплексного подхода. Только при совместном применении различных методов диагностики можно получить полную картину состояния здоровья пациента. Однако важно помнить, что диагностика психических заболеваний – это не просто техническое задание, это процесс, требующий от врача высокой квалификации и ответственности. Поэтому при выборе метода диагностики необходимо учитывать все возможные факторы, влияющие на состояние здоровья пациента, и выбирать наиболее подходящий вариант.

Важно также отметить, что диагностика психических заболеваний – это не только задача врача, но и задача пациента. Пациент должен быть информирован о методах диагностики, их преимуществах и недостатках, и должен активно участвовать в процессе диагностики. Поэтому важно обеспечить пациенту доступ к необходимой информации и помочь ему сделать осознанный выбор. Только при таком подходе можно достичь наилучших результатов в диагностике психических заболеваний.

## BIBLIOGRAFÍA

Anderson and Norheim (1993) *"From Imperial to Regional Trade Preferences: Its Effects on Europe's Intra and Extra-Regional Trade"*, *Weltwirtschaftliches Archiv* 129(1): 78-201.

Arancel Armonizado de Colombia, LEGIS Editores S.A., Octubre del 2000

Balassa, Bela (1965) *"Trade liberalization and 'revealed' comparative adevantages"*, *The Manchester School*, 33(May):99-123

BID-CEPAL (1995) Trade Liberalization in the Western Hemisphere, Washington, D.C.

Canada Customs and Revenue Agency, <http://www.ccr-aadrc.gc.ca>, Enero del 2001

CEPAL (1998) "El comercio exterior de Uruguay en los noventa, creación y desvío de comercio en la región", LC7MVD/R. 157. Rev. 2, setiembre, 1998.

CEPAL (1999) "Uruguay en el MERCOSUR: perspectivas del comercio intrarregional", LC/MVD/R. 168. Rev.1, Diciembre de 1998.

Frankel, J. A. (1997) Regional Trading Blocs in the world Economic System, Institute for International Economics, Washington.

Knetter, M. M. and Slaughter, M. J. *"Measuring product-market integration"*, NBER, Working Paper 6969, Cambridge, February 1999.

Pelkmans, J (1997) European Integration. Methods and Economic Analysis, Netherlands Open University

Porta, F. (2000) "El impacto de las preferencias comerciales sobre el comercio intrarregional, análisis del MERCOSUR y de los acuerdos bilaterales de Chile, ALADI/SEC/Estudio 127

México, Tarifa del impuesto general de importación, Información aduanera de México, S.A. de C.V., México, D.F. Marzo de 2000

Michael, Michael (1996) *"Trade Preferential Agreements in Latin America. An Ex-ante Assesment"*, The World Bank, Policy Research Working Paper 1583, March, 1996.

Nuevo Arancel de Aduanas de Venezuela. Legislación Económica C.A., Caracas, Venezuela, Noviembre de 2000

OMC (1999) "Respuestas al cuestionario relativo a los procedimientos para el trámite de licencias de importación. Notificación en virtud del párrafo 3 del artículo 7 del Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación. CANADÁ.", G/LIC/N/3/CAN/3, Oct.

OMC (2001) "Examen de las políticas comerciales. Canadá. Acta de la reunión" WT/TPR/M/785, febrero de 2001

Richardson, J. David and Chi Zhang (1999) "Revealing comparative advantage: chaotic or coherent patterns across time and sector and U.S. Trading Partner?", NBER, Working Paper 7212, Cambridge, July

Sologa y Olarreaga (Banco Mundial ) trabajo sobre AEC MERCOSUR.

Terra, María Inés (1999) "Uruguay en el MERCOSUR: perspectivas del comercio intrarregional", Revista de Economía, Banco Central Uruguay, Vol 6 N°2 Segunda Época, noviembre de 1999

United States International Trade Comisión, <http://dataweb.usitc.gov> , Enero del 2001

Vaillant, M. (1999) "Especialización sectorial y política comercial en el intercambio bilateral de los Países de la ALADI con Estados Unidos", Borrador, Setiembre 1999.

World Trade Organization (2000) International Trade Statistic 2000, Geneve

Cuadro 1  
 IMPORTACIONES DE AMÉRICA POR PAÍS, 1994-1999  
 (en millones de dólares y porcentajes)

PAÍS O REGIÓN	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Participación	Variación
							media 1994-99 (%)	media anual 1994- 1999
Argentina	21.587	20.067	23.761	30.220	31.402	25.507	2,1	3,4
Brasil	35.540	49.582	53.284	61.358	57.714	49.209	4,3	6,7
Paraguay	2.138	2.796	2.850	3.099	2.470	1.724	0,2	-4,2
Uruguay	2.591	2.866	3.322	3.714	3.807	3.356	0,3	5,3
MERCOSUR	61.856	75.311	83.217	98.391	95.393	79.796	6,9	5,2
Bolivia	1.182	1.421	1.643	1.892	1.984	1.854	0,1	9,4
Colombia	11.855	13.862	14.327	15.478	14.677	10.658	1,1	-2,1
Ecuador	3.552	4.191	3.916	4.952	5.575	2.814	0,3	-4,6
Perú	5.602	7.580	7.774	8.366	7.427	6.530	0,6	3,1
Venezuela	8.400	11.249	9.304	13.284	14.350	13.319	1,0	9,7
<b>COMUNIDAD</b>								
ANDINA	30.590	38.302	36.964	43.971	44.012	35.175	3,2	2,8
Chile	11.148	15.049	16.809	18.111	17.087	13.868	1,3	4,5
México	80.179	72.440	88.165	109.808	125.373	142.062	8,6	12,1
ALADI	183.773	201.103	225.155	270.281	281.866	270.901	19,9	8,1
Costa Rica	3.030	3.205	3.478	3.735	6.237	5.987	0,4	14,6
El Salvador	2.251	2.859	2.684	2.973	3.109	3.129	0,2	6,8
Guatemala	2.647	3.292	3.146	3.851	4.650	4.554	0,3	11,5
Honduras	1.453	1.723	1.917	2.436	2.570	2.654	0,2	12,8
Nicaragua	843	1.008	1.076	1.469	1.533	1.722	0,1	15,4
M.C.C.A.	10.224	12.087	12.300	14.464	18.101	18.047	1,2	12,0
Bahamas	0	---	---	597	---	---	0,0	---
Barbados	615	770	830	989	---	1.060	0,1	11,5
Belice	260	258	---	284	---	359	0,0	6,7
Dominica	96	---	130	133	---	131	0,0	6,5
Grenada	118	128	150	166	198	---	0,0	---
Jamaica	2.234	2.831	2.916	3.093	2.966	---	0,2	---
San Vicente y las Grenadinas	130	134	---	171	---	199	0,0	9,0
Santa Lucía	301	305	311	330	325	---	0,0	---
Saint Kitts y Nevis	127	132	---	146	---	---	0,0	---
Trinidad y Tobago	1.330	1.994	2.204	3.059	3.015	---	0,2	---
CARICOM	5.209	6.553	6.541	8.967	6.505	1.750	0,5	-19,6
Canadá (*)	145.210	157.715	164.019	188.151	203.703	213.463	8,4	8,0
Panamá	---	2.505	2.779	2.992	3.398	3.515	0,2	---
Estados Unidos	682.852	743.444	795.290	870.671	911.896	1.024.618	69,8	8,5
Total	1.027.269	1.123.407	1.206.084	1.355.526	1.425.468	1.532.294	100,0	8,3

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de INTAL. Los datos de Canadá se obtuvieron de la OMC

Cuadro 2  
 EXPORTACIONES DE AMÉRICA POR PAÍS, 1994-1999  
 (en millones de US\$)

PAÍS O REGIÓN	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Participación media 1994-1999 (%)	Variación media Anual (%) 1994-1999
Argentina	15.839	20.962	23.810	25.511	26.440	23.332	2,1	8,1
Brasil	43.555	46.503	47.745	52.985	51.119	48.010	4,5	2,0
Paraguay	816	820	1.043	1.143	1.014	741	0,1	-1,9
Uruguay	1.903	2.116	2.399	2.704	2.750	2.237	0,2	3,3
MERCOSUR	62.113	70.401	74.998	82.342	81.323	74.320	6,9	3,7
Bolivia	1.032	1.127	1.295	1.272	1.110	1.402	0,1	6,3
Colombia	8.408	9.759	10.541	11.489	10.790	11.549	1,0	6,6
Ecuador	3.725	4.361	4.898	5.264	4.203	4.207	0,4	2,5
Perú	4.361	5.441	5.835	6.743	5.639	5.972	0,5	6,5
Venezuela	16.717	17.571	23.119	22.886	17.000	20.076	1,8	3,7
COMUNIDAD								
ANDINA	34.243	38.259	45.687	47.655	38.742	43.207	3,8	4,8
Chile	11.645	16.448	15.406	17.018	14.763	15.635	1,4	6,1
México	61.976	79.777	95.454	110.237	117.460	136.702	9,3	17,1
ALADI	169.978	204.885	231.546	257.251	252.288	269.864	21,4	9,7
Costa Rica	2.218	2.770	3.126	2.839	4.947	6.283	0,3	23,2
El Salvador	818	1.004	1.123	1.359	1.257	1.164	0,1	7,3
Guatemala	1.502	1.923	2.031	2.344	2.582	2.458	0,2	10,3
Honduras	618	656	839	1.033	974	761	0,1	4,3
Nicaragua	354	511	660	667	553	509	0,1	7,5
M.C.C.A.	5.509	6.864	7.778	8.242	10.313	11.175	0,8	15,2
Bahamas				67			0,0	
Barbados	180	239	280	281		249	0,0	6,7
Bélice	143	162		175		173	0,0	3,9
Dominica	47		51	52		54	0,0	2,8
Grenada	23	22	20	26	29		0,0	
Jamaica	1.220	1.437	1.387	1.377	1.308		0,1	
San Vicente y las Grenadinas	50	44		46		49	0,0	-0,5
Santa Lucía	95	109	79	61	53		0,0	
Saint Kitts y Nevis	22	19		41			0,0	
Trinidad y Tobago	2.248	2.537	2.569	2.569	2.321		0,2	
CARICOM	4.028	4.567	4.385	4.694	3.712	525	0,3	-33,5
Canadá	165.376	192.197	201.633	214.422	214.327	238.446	18,9	7,6
Panamá		577	523	658	705	707	0,0	
Estados Unidos	512.245	584.859	622.831	689.184	682.141	695.800	58,5	6,3
Total	857.136	993.950	1.068.696	1.174.451	1.163.487	1.216.517	100,0	7,3

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de INTAL. Los datos de Canadá se obtuvieron de la OMC



Cuadro 3

## INDICES DE INTENSIDAD DEL COMERCIO DE LOS PAISES SELECCIONADOS CON EL ALCA

*(Promedio 1990-91 y 1998-99)*

PAÍS	EXPORT. AL ALCA/ EXPORT. TOTALES		VARIACIÓN	INTENSIDAD DEL COMERCIO			
	90/91	98/99	%	CON EL ALCA		CON EL NAFTA	
				90/91	98/99	90/91	98/99
Canada */	0,77	0,88	13,9	4,14	3,58	4,58	4,03
USA	0,35	0,44	26,2	4,22	3,83	5,04	4,79
Colombia	0,58	0,72	24,4	2,74	2,71	2,09	1,94
México	0,77	0,93	20,7	3,81	3,73	3,94	4,13
Venezuela	0,65	0,76	16,0	3,08	2,78	2,84	2,20

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de INTAL y OMC

\*/ Los datos de Canadá de participación de los países del ALCA en las exportaciones globales, se obtuvieron solamente para 1990 y 1999, del informe sobre Comercio Mundial, OMC, 2000.

Cuadro 4

## URUGUAY: EXPORTACIONES E IMPORTACIONES CON AMÉRICA POR PAÍS DE ORIGEN O DESTINO. Años 1990, 1995 Y 1999

País	1990		1995		1999	
	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.
	<i>(Miles de US\$)</i>					
TOTAL	1.702.392	1.393.524	2.106.075	2.866.933	2.236.798	3.356.770
	<i>(en porcentajes)</i>					
AMÉRICA	51,1	60,2	60,3	62,6	62,4	63,8
MERCOSUR	34,7	39,9	47,1	45,8	45,0	43,5
Argentina	4,8	15,6	12,7	21,0	16,5	23,7
Brasil	29,5	23,5	33,2	24,4	24,9	19,4
Paraguay	0,4	0,8	1,2	0,5	3,6	0,4
RESTO DE ALADI	4,4	9,3	5,9	5,2	7,1	7,1
Bolivia	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
Chile	1,0	1,5	1,9	1,7	2,1	1,6
Colombia	0,7	3,4	0,9	0,3	0,4	0,2
Ecuador	0,1	0,0	0,1	0,6	0,5	0,3
México	1,9	3,6	0,7	1,4	1,9	1,2
Perú	0,5	0,3	1,7	0,1	0,8	0,1
Venezuela	0,1	0,5	0,5	0,9	1,3	3,7
NAFTA	12,8	14,0	7,3	11,9	10,2	13,8
Canadá	1,5	0,9	0,8	0,6	2,0	1,4
México	1,9	3,6	0,7	1,4	1,9	1,2
Estados Unidos	9,3	9,5	5,8	9,8	6,3	11,2
RESTO DE AMÉRICA	1,2	0,6	0,7	1,1	2,0	0,5
Costa Rica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0
Guatemala	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0
Haití	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Jamaica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Panamá	0,0	0,5	0,0	0,7	0,1	0,2
Puerto Rico	0,2	0,0	0,2	0,1	0,6	0,1
República Dominicana	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0
Trinidad Tobago	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0
Otros	0,9	0,1	0,2	0,3	0,3	0,2

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del Banco Central del Uruguay (BCU)

Cuadro 5

## COMPOSICIÓN DEL COMERCIO DE URUGUAY CON BOLIVIA, CHILE Y MÉXICO.

Valores promedio 1998-2000 (en porcentajes)

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	BOLIVIA		CHILE		MÉXICO	
		Exp.	Imp.	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.
11	Productos agropecuarios	5,3	2,8	0,4	10,8	3,0	0,4
22	Petróleo crudo y gas natural	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
31	Alimentos, bebidas y tabaco	13,6	13,5	49,4	15,5	53,3	1,3
32	Textiles, vestimenta y calzado	2,1	14,5	22,8	8,2	33,1	4,8
34	Pulpa, papel y product. de papel	0,4	9,3	6,5	16,6	0,0	0,9
35	Químicos	63,5	3,1	9,4	15,8	2,6	54,8
38	Maq. y equipo y transporte	11,4	10,9	3,7	15,2	1,6	28,6
	Otros	3,7	45,8	5,0	10,6	3,4	7,2
	Total general	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU

Cuadro 6

COMPOSICIÓN DEL COMERCIO DE URUGUAY CON PAÍSES DE LA COMUNIDAD ANDINA  
(EXC.BOLIVIA). Valores promedio 1998-2000  
(en porcentajes)

RAMA CIIU2	DESCRIPCIÓN	COLOMBIA		ECUADOR		PERÚ		VENEZUELA	
		Exp.	Imp.	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.
11	Productos agropecuarios	15,5	1,1	53,4	42,2	1,7	0,9	0,8	0,0
22	Petróleo crudo y gas natural	0,0	14,0	0,0	46,7	0,0	0,0	0,0	98,3
31	Alimentos, bebidas y tabaco	4,9	11,5	10,6	6,2	85,7	61,4	88,8	0,1
32	Textiles, vestimenta y calzado	71,3	7,1	10,6	3,6	5,2	6,4	3,3	0,4
34	Pulpa, papel y productos de papel	0,0	0,8	0,1	0,2	0,4	3,9	0,0	0,0
35	Químicos	4,7	53,1	18,8	0,2	5,0	16,4	4,4	0,7
38	Maq. y equipo y transporte	3,0	9,6	5,2	0,3	0,6	2,8	2,0	0,4
	Otros	0,5	2,9	0,9	0,6	1,4	6,8	0,0	0,1
	Total general	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU

Cuadro 7

COMPOSICIÓN DEL COMERCIO DE URUGUAY CON ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ.  
Valores promedio 1998-2000  
(en porcentajes)

RAMA CIIU2	DESCRIPCIÓN	CANADÁ		ESTADOS UNIDOS	
		Exp.	Imp.	Exp.	Imp.
11	Productos agropecuarios	6,0	12,9	0,6	0,8
13	Pesca	5,4	0,0	7,7	0,0
31	Alimentos, bebidas y tabaco	53,2	3,9	29,8	2,3
32	Textiles, vestimenta y calzado	31,5	1,3	50,9	2,7
33	Madera y productos de madera	0,4	0,7	4,1	1,1
34	Pulpa, papel y productos de papel	0,0	12,7	0,7	4,0
35	Químicos	1,2	7,3	1,9	21,4
38	Maq. y equipo y transporte	0,3	55,5	1,4	61,2
	Otros	2,0	5,7	2,9	6,6
	Total general	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU

Cuadro 8

COMPOSICIÓN DEL COMERCIO DE BRASIL Y ARGENTINA, TOTAL Y CON PAÍSES DEL ALCA SELECCIONADOS. Valores promedio 1996-1998

(en porcentajes)

RAMA CIUU2	DESCRIPCIÓN	TOTAL		COLOMBIA, ECUADOR, PERÚ, VENEZUELA, MEXICO		ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ	
		Exp.	Imp.	Exp.	Imp.	Exp.	Imp.
Argentina							
11	Productos agropecuarios	20,4	2,2	29,4	10,0	12,5	2,4
22	Petróleo crudo y gas natural	8,1	0,8	0,0	5,1	17,0	0,0
31	Alimentos, bebidas y tabaco	28,4	3,4	30,1	5,8	18,9	1,9
32	Textiles, vestimenta y calzado	5,8	4,1	2,8	3,7	15,2	1,5
34	Pulpa, papel y productos de papel	1,6	3,9	2,1	3,1	0,3	3,6
35	Químicos	9,8	21,8	12,3	31,4	12,4	25,6
37	Productos de metal	4,4	3,8	10,2	3,4	6,8	1,8
38	Maq. y equipo y transporte	14,9	53,7	11,2	33,2	8,3	58,6
	Otros	6,6	6,2	1,9	4,1	8,4	4,6
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Brasil							
11	Productos agropecuarios	11,5	5,4	2,7	0,6	8,2	3,1
22	Petróleo crudo y gas natural	0,0	5,2	0,0	21,4	0,0	0,1
31	Alimentos, bebidas y tabaco	18,8	4,8	3,9	4,3	6,5	1,8
32	Textiles, vestimenta y calzado	6,7	3,0	4,8	2,0	14,0	1,4
34	Pulpa, papel y productos de papel	4,1	2,6	2,7	1,0	3,9	4,4
35	Químicos	9,7	22,7	15,7	34,7	8,4	25,6
37	Productos de metal	12,0	3,3	13,7	6,8	17,8	3,1
38	Maq. y equipo y transporte	24,3	47,7	50,1	20,6	31,5	55,3
	Otros	12,9	5,2	6,3	8,5	9,8	5,2
	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

Cuadro 9

OFERTA EXPORTABLE DEL MERCOSUR. EXPORTACIONES DE LOS 100 ITEM CON MAYORES EXPORTACIONES POR PAÍS. Año 1998

CATEGORÍA	No. de Item	EXPORTACIONES									
		ARGENTINA		BRASIL		PARAGUAY		URUGUAY		TOTAL	
		Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	
I	Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay	1	137.364	0,5	219.176	0,4	14.081	1,4	199.237	7,2	569.857
II	Argentina, Brasil, Paraguay	1	1.441.957	5,5	720.098	1,4	49.949	4,9	-	-	2.212.005
III	Argentina, Brasil, Uruguay	8	2.821.727	10,8	2.356.565	4,7	-	-	246.394	8,9	5.424.686
IV	Argentina, Paraguay, Uruguay	2	433.290	1,7	-	-	25.337	2,5	108.008	3,9	566.634
V	Argentina, Brasil	13	1.630.392	6,2	5.103.414	10,1	-	-	-	-	6.733.806
VI	Argentina, Uruguay	18	2.898.138	11,1	-	-	-	-	628.662	22,7	3.526.800
VII	Brasil, Paraguay	3	-	-	2.440.717	4,9	22.777	2,2	-	-	2.463.495
VIII	Brasil, Uruguay	3	-	-	918.899	1,8	-	-	70.475	2,5	989.373
IX	Un país	289	10.415.639	39,8	22.130.524	44,0	861.348	84,9	971.887	35,1	34.379.397
	Total oferta exportable del Mercosur	338	19.778.506	75,5	33.889.393	67,4	973.492	96,0	2.224.662	80,3	56.866.053
	Exportaciones totales		26.194.435	100,0	50.296.950	100,0	1.014.103	100,0	2.768.737	100,0	80.274.225

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

Cuadro 10

COMPOSICIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998 \*/

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	EXPORTACIONES		NÚMERO DE ITEM
		Miles U\$S	%	
111	Prod. agropecuarios	186.590	6,7	11
122	Extracción de madera	30.712	1,1	1
130	Pesca	10.121	0,4	1
311	Alimentos	982.215	35,5	35
312	Alimentos y otros prep. alim.	52.472	1,9	1
314	Tabaco	56.326	2,0	1
321	Textiles	210.145	7,6	7
322	Vestimenta	74.182	2,7	6
323	Curtiembres y prod. de cuero	187.679	6,8	6
324	Calzado	7.746	0,3	1
332	Muebles y accesorios	9.221	0,3	1
341	Papel y productos de papel	39.042	1,4	3
342	Imprentas	9.507	0,3	1
351	Sustancias químicas	45.738	1,7	5
352	Otros químicos	15.934	0,6	1
353	Refinería de petróleo	4.883	0,2	1
355	Productos de caucho	35.502	1,3	2
361	Productos cerámicos	6.403	0,2	1
362	Productos de vidrio	5.675	0,2	1
369	Otros minerales no metálicos	15.021	0,5	1
371	Ind. básicas de hierro y acero	9.611	0,3	1
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	21.756	0,8	1
382	Maquinaria y equipo no eléctrico	6.095	0,2	1
383	Maquinaria y equipo eléctrico	17.404	0,6	1
384	Material de transporte	171.773	6,2	8
410	Energía eléctrica	12.910	0,5	1
Total muestra 100 productos		2.224.662	80,3	100
Total general		2.768.737	100	

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

\*/ Se seleccionaron los 100 principales productos considerados a 8 dígitos de la Nomenclatura Común del Mercosur

Cuadro 11

COMPOSICIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE BRASIL. Año 1998 \*/

RAMA CIIU2	DESCRIPCIÓN	EXPORTACIONES		NÚMERO DE ITEM
		Miles US\$	%	
111	Prod. agropecuarios	5.433.652	10,8	5
230	Extracción de minerales metálicos	3.356.053	6,7	3
290	Extracción de otros minerales	105.896	0,2	1
311	Alimentos	7.276.693	14,5	12
312	Alimentos y otros prep. alim	245.715	0,5	1
314	Tabaco	607.609	1,2	1
321	Textiles	233.395	0,5	2
323	Curtiembres y prod. de cuero	508.601	1,0	3
324	Calzado	1.089.010	2,2	2
331	Madera y productos de madera	399.321	0,8	3
332	Muebles y accesorios	213.189	0,4	2
341	Papel y productos de papel	1.536.195	3,1	4
351	Sustancias químicas	435.653	0,9	4
352	Otros químicos	108.084	0,2	1
353	Refinería de petróleo	288.953	0,6	2
355	Productos de caucho	402.831	0,8	2
369	Otros minerales no metálicos	267.138	0,5	2
371	Ind. básicas de hierro y acero	2.354.749	4,7	9
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	1.335.198	2,7	4
382	Maquinaria y equipo no eléctrico	1.816.402	3,6	13
383	Maquinaria y equipo eléctrico	323.899	0,6	2
384	Material de transporte	5.551.156	11,0	22
Total muestra 100 productos		33.889.393	67,4	100
Total de exportaciones globales		50.296.950	100,0	

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

\*/ Se seleccionaron los 100 principales productos considerados a 8 dígitos de la Nomenclatura Común del Mercosur.



Cuadro 12

COMPOSICIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE ARGENTINA. Año 1998 \*/

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	EXPORTACIONES		NÚMERO DE ITEM
		Miles U\$S	%	
111	Prod. agropecuarios	5.102.931	19,5	21
130	Pesca	765.827	2,9	6
220	Petróleo	1.588.264	6,1	3
230	Extracción de minerales metálicos	438.642	1,7	1
311	Alimentos	6.158.509	23,5	23
312	Alimentos y otros prep. Alim.	40.411	0,2	1
313	Bebidas	216.278	0,8	3
321	Textiles	43.291	0,2	1
323	Curtimbres y prod. de cuero	710.836	2,7	4
332	Muebles y accesorios	65.978	0,3	1
341	Papel y productos de papel	156.101	0,6	2
342	Imprentas	88.855	0,3	2
351	Sustancias químicas	233.361	0,9	4
352	Otros químicos	39.275	0,1	1
353	Refinería de petróleo	489.700	1,9	3
355	Productos de caucho	107.090	0,4	2
371	Ind. básicas de hierro y acero	467.627	1,8	7
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	171.319	0,7	3
384	Material de transporte	2.894.211	11,0	12
Total de la muestra 100 productos		19.778.506	75,5	100
Total		26.194.435	100,0	

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

\*/ Se seleccionaron los 100 principales productos considerados a 8 dígitos de la Nomenclatura Común del Mercosur

Cuadro 13

IMPORTACIONES DE CANADÁ Y EXPORTACIONES DE URUGUAY A CANADÁ DE PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998

RAMA CIIU2	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES DE CANADÁ		EXPORTACIONES DE URUGUAY A CANADÁ			
		Miles de U\$S	%	1998		1999	
				Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%
111	Prod. agropecuarios	304.157	0,1	2.276	9,3	1.457	3,2
122	Extracción de madera	92.399	0,0	-	-	-	-
130	Pesca	34.839	0,0	-	-	0	0,0
311	Alimentos	1.122.327	0,6	3.995	16,4	28.802	64,0
312	Alimentos y otros prep. alim	908	0,0	-	-	-	-
314	Tabaco	12.056	0,0	-	-	-	-
321	Textiles	332.654	0,2	7.034	28,9	4.199	9,3
322	Vestimenta	126.989	0,1	1.445	5,9	1.924	4,3
323	Curtiembres y prod. de cuero	147.927	0,1	5.261	21,6	4.680	10,4
324	Calzado	71.063	0,0	11	0,0	-	-
332	Muebles y accesorios	22.886	0,0	-	-	-	-
341	Papel y productos de papel	677.862	0,3	-	-	-	-
342	Imprentas	145.200	0,1	-	-	-	-
351	Sustancias químicas	160.083	0,1	-	-	-	-
352	Otros químicos	141.845	0,1	-	-	-	-
353	Refinería de petróleo	1.108.710	0,5	-	-	-	-
355	Productos de caucho	435.611	0,2	-	-	-	-
361	Productos cerámicos	109.454	0,1	370	1,5	232	0,5
362	Productos de vidrio	77.837	0,0	-	-	-	-
369	Otros minerales no metálicos	27.766	0,0	-	-	-	-
371	Ind. básicas de hierro y acero	28.134	0,0	-	-	-	-
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	823.231	0,4	-	-	-	-
382	Maquinaria y equipo no elect.	38.212	0,0	-	-	-	-
383	Maquinaria y equipo electrica	209.847	0,1	-	-	-	-
384	Material de transporte	13.893.025	6,8	1	0,0	-	-
410	Energía eléctrica	183.846	0,1	-	-	-	-
	Total muestra	20.328.869	10,0	20.392	83,7	41.293	91,8
	Total general	203.704.702	100,0	24.351	100,0	44.985	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

Cuadro 14

VENTAJAS COMPARATIVAS, ARANCELES Y COMERCIO DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR URUGUAY A CANADÁ.

PRODUCTOS		Ventajas Comparativas (VCR)	Desventajas Comparativas (DCR)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Tarifa promedio	
Código	Descripción	Uruguay	Canadá	A Canadá	Totales	NMF	SGP
020230	Carne bovina congelada deshuesada	85,3	0,9	40,7	7,2	Libre-26.5%	No
030420	Filetes de pescado congelados	16,1	0,3	4,7	1,6	0,0%	No
080510	Naranjas	78,2	4,6	1,5	1,0	0,0%	No
080520	Mandarinas	87,0	3,9	3,1	0,9	0,0%	No
410431	Cueros bovinos curtidos (plena flor)	53,7	1,0	2,7	3,3	3,0%	0,0%
410439	Los demás cueros bovinos curtidos	66,9	0,1	9,1	2,3	3,5%	0,0%
430219	Pieles ovinas	314,3	1,5	2,6	0,7	4,0%	No
430310	Prendas de vestir de peletería	118,9	0,7	4,8	1,4	9,5%	7,5%
511211	Tejidos de lana	51,5	2,1	9,3	0,8	12,5%	No
511219	Tejidos de lana	56,0	2,3	5,8	0,7	15,8%	12,0%
	Total			84,2	19,7		

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Canada Customs and Revenue Agency, Enero del 2001  
<http://www.ccra-adrc.gc.ca>.

Cuadro 15

VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS, COMPLEMENTARIEDAD Y COMPOSICIÓN  
DEL COMERCIO BILATERAL CANADÁ-URUGUAY. Año 1998

ESTADÍSTICO	VARIABLE			
	VCRUR	DCRCA	CURCA	XURCA
No. De observaciones	87	87	87	87
Media	108,09	1,02	112,20	0,01
Desviación Estándar	253,99	0,95	239,75	0,05
Coefficiente de Variación	2,35	0,93	2,14	4,53
Mediana	29,70	0,80	15,83	-
Coeficiente de Correlación de Pearson				
VCRUR	1,00			
DCRCA	0,01	1,00		
CURCA	0,87	0,34	1,00	
XURCA	-0,02	0,05	-0,00	1,00
Coeficiente de Correlación de Spearman				
VCRUR	1,00			
DCRCA	0,05	1,00		
CURCA	0,77	0,58	1,00	
XURCA	0,23	0,16	0,27	1,00

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

(\*) VCRUR- Ventajas Comparativas Reveladas de Uruguay

DCRCA- Desventajas Comparativas Reveladas de Canadá

CURCA- Complementariedad Comercial de Uruguay con Canadá

XURCA- Participación en las exportaciones de Uruguay a Canadá

Cuadro 16

CANADÁ: COMERCIO Y TRATAMIENTO ARANCELARIO A PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY

CATEGORÍA SEGÚN TRATAMIENTO TARIFARIO	No de Item (6dig)	No de Item (Canadá)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Imporaciones de Canadá (Mill. U\$S)	Tarifa Promedio simple (%)	SGP	
			A Canadá	Totales			No. Item	Tarifa Prom. Simple (%)
1 T=0	32	93	11,5	28,9	2.516	-	-	-
2 0<T<5	15	85	14,7	10,4	804	3,2	45	2,2
3 5<T<10	11	27	5,7	11,9	5.926	7,7	25	4,4
4 10<T<15	5	35	15,9	3,0	311	12,6	27	8,8
5 15<T	6	18	0,1	2,8	205	19,8	1	19,6
6 Específica	5	12	0,0	5,1	20	nc	-	nc
7 T=0 o T=26 según compromiso	3	9	40,8	13,6	386	nc	-	nc
8 Sin clasificar	10	nc	0,0	4,6	10.161	nc	-	nc
Total	87	279	88,8	80,3	20.329	5,0	98,0	3,7

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Canada Customs and Revenue Agency. Enero del 2001

<http://www.ccra-adrc.gc.ca>

Cuadro 17

IMPORTACIONES DE COLOMBIA Y EXPORTACIONES DE URUGUAY A COLOMBIA DE PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998

RAMA CIIU2	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES DE COLOMBIA		EXPORTACIONES DE URUGUAY A COLOMBIA			
				1998		1999	
		Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%
111	Prod. agropecuarios	136.145	0,9	1.991	14,8	1.108	14,0
122	Extracción de madera	283	0,0	-	-	-	-
130	Pesca	290	0,0	-	-	-	-
311	Alimentos	141.384	1,0	460	3,4	221	2,8
314	Tabaco	28.084	0,2	-	-	-	-
321	Textiles	24.007	0,2	8.620	64,1	5.634	71,5
322	Vestimenta	4.153	0,0	-	-	-	-
323	Curtiembres y prod. de cuero	11.598	0,1	-	-	-	-
324	Calzado	1.419	0,0	-	-	-	-
332	Muebles y accesorios	1.092	0,0	-	-	-	-
341	Papel y productos de papel	50.554	0,4	-	-	-	-
342	Imprentas	4.959	0,0	-	-	-	-
351	Sustancias químicas	14.337	0,1	330	2,5	329	4,2
352	Otros químicos	3.572	0,0	-	-	-	-
353	Refinería de petróleo	283.954	2,0	-	-	-	-
355	Productos de caucho	45.827	0,3	-	-	-	-
361	Productos cerámicos	30.808	0,2	-	-	-	-
362	Productos de vidrio	3.644	0,0	-	-	-	-
369	Otros minerales no metálicos	3.677	0,0	-	-	-	-
371	Ind. básicas de hierro y acero	2.961	0,0	-	-	-	-
382	Maquinaria y equipo no elect.	6.766	0,0	382	2,8	28	0,4
383	Maquinaria y equipo eléctrica	2.734	0,0	-	-	-	-
384	Material de transporte	333.976	2,3	-	-	-	-
410	Energía eléctrica	6.467	0,0	-	-	-	-
	Total muestra	1.142.692	7,9	11.784	87,7	7.320	92,8
		14.429.833	100,0	13.440	100,0	7.885	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

Cuadro 18

**VENTAJAS COMPARATIVAS, ARANCELES Y COMERCIO DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR URUGUAY A COLOMBIA**

PRODUCTOS	Ventajas	Desventajas	Participación en		Tarifa promedio	
	Comparativas (VCR)	Comparativas (DCR)	exportaciones de Uruguay (%)			
Código Descripción	Uruguay	Colombia	A Colombia	Totales	NMF	Preferencial
080510 Naranjas	78,2	0,8	0,3	1,0	15	12
080520 Mandarinas	87,0	0,1	0,4	0,9	15	12
190120 Mezclas y pastas para prod. De panadería	11,3	0,5	3,0	0,2	20	20
283323 Sulfato de cromo	184,3	5,3	3,1	0,4	10	2
510111 Lana sucia esquilada	26,1	0,4	13,9	0,2	10	8
510129 Las demás lana sucia no esquilada	509,6	0,0	1,0	0,3	10	0
510529 Tops de lana	1.031,7	11,1	49,1	5,0	10	0
511211 Tejidos de lana peinada (gram. <200 g/m2)	51,5	3,4	5,8	0,8	20	16
511219 Tejidos de lana peinada	56,0	3,7	10,9	0,7	20	16
847982 Mezcladoras	10,4	2,2	1,9	0,2	10	10
<b>Total</b>			<b>89,4</b>	<b>9,6</b>		

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Arancel Armonizado de Colombia. LEGIS Editores S.A. Octubre del 2000

Cuadro 19

## VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS, COMPLEMENTARIEDAD Y COMPOSICIÓN DEL COMERCIO BILATERAL COLOMBIA-URUGUAY. Año 1998

ESTADÍSTICO	VARIABLE			
	VCRUR	DCRCO	CURCO	XURCO
No. De observaciones	87	87	87	87
Media	108,09	1,58	235,98	0,01
Desviación Estándar	253,99	2,97	1.251,85	0,01
Coefficiente de Variación	2,35	1,88	5,30	0,58
Mediana	29,70	0,45	9,55	-
Coefficiente de Correlación de Pearson				
VCRUR	1,00			
DCRCO	0,87	1,00		
CURCO	0,42	0,47	1,00	
XURCO	0,36	0,34	0,91	1,00
Coefficiente de Correlación de Spearman				
VCRUR	1,00			
DCRCO	-0,04	1,00		
CURCO	0,43	0,81	1,00	
XURCO	0,20	0,20	0,22	1,00

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

- (\*) VCRUR- Ventajas Comparativas Reveladas de Uruguay  
 DCRCO- Desventajas Comparativas Reveladas de Colombia  
 CURCO- Complementariedad Comercial de Uruguay con Colombia  
 XURCO- Participación en las exportaciones de Uruguay a Colombia

Cuadro 20

## COLOMBIA: COMERCIO Y TRATAMIENTO ARANCELARIO A PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY

CATEGORÍA SEGÚN TRATAMIENTO TARIFARIO	No de Item (6dig)	No de Item (Colombia)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Importaciones de Colombia (Mill. U\$S)	Tarifa Promedio (%)	
			A Colombia	Totales		Simple	Preferencial
1 T=0	1	1	0,0	0,5	6,5	0,0	0,0
2 0<T<10%	4	6	0,0	2,6	14,5	6,7	5,3
3 T=10	12	19	68,0	11,6	30,5	10,0	4,4
4 T=15	15	22	0,7	11,9	253,1	15,0	12,4
5 T>15	31	49	19,9	37,5	196,8	20,2	16,4
6 Sin clasificar	24	n.c.	1,0	16,3	641,3	0,0	0,0
Total	87	97	89,6	80,3	1.142,7	16,0	12,3

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Arancel Armonizado de Colombia. LEGIS Editores S.A. Octubre del 2000

1/ AAP/R 23 o PAR, según corresponda

Cuadro 21

IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS Y EXPORTACIONES DE URUGUAY A ESTADOS UNIDOS DE PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS		EXPORTACIONES DE URUGUAY A ESTADOS UNIDOS			
		Miles de U\$S	%	1998		1999	
				Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%
111	Prod. agropecuarios	1.666.637	0,2	158	0,1	250	0,2
122	Extracción de madera	31.353	0,0	-	-	0	0,0
130	Pesca	232.586	0,0	3.517	2,2	2.702	1,9
311	Alimentos	4.883.486	0,6	52.312	33,0	47.842	34,0
312	Alimentos y otros prep. alim	14.894	0,0	-	-	-	-
314	Tabaco	59.429	0,0	-	-	-	-
321	Textiles	4.013.353	0,5	12.400	7,8	8.687	6,2
322	Vestimenta	2.053.355	0,2	3.488	2,2	3.049	2,2
323	Curtiembres y prod. de cuero	828.210	0,1	53.843	34,0	46.358	32,9
324	Calzado	2.019.226	0,2	6.997	4,4	7.838	5,6
332	Muebles y accesorios	123.836	0,0	-	-	-	-
341	Papel y productos de papel	932.780	0,1	-	-	2	0,0
342	Imprentas	384.938	0,0	463	0,3	2.116	1,5
351	Sustancias químicas	383.139	0,0	-	-	-	-
352	Otros químicos	130.889	0,0	-	-	-	-
353	Refinería de petróleo	14.270.301	1,6	-	-	-	-
355	Productos de caucho	1.748.836	0,2	-	-	-	-
361	Productos cerámicos	632.075	0,1	177	0,1	538	0,4
362	Productos de vidrio	182.669	0,0	-	-	-	-
369	Otros minerales no metálicos	744.026	0,1	-	-	-	-
371	Ind. básicas de hierro y acero	79.985	0,0	-	-	-	-
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	2.913.244	0,3	-	-	-	-
382	Maquinaria y equipo no eléctrico	117.216	0,0	105	0,1	3	0,0
383	Maquinaria y equipo eléctrico	179.858	0,0	-	-	-	-
384	Material de transporte	60.465.744	6,9	56	0,0	114	0,1
410	Energía eléctrica	1.038.943	0,1	-	-	-	-
	Total muestra	100.131.009	11,5	133.517	84,3	119.500	84,9
	Total general	870.480.006	100,0	158.424	100,0	140.769	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.



Cuadro 22

**VENTAJAS COMPARATIVAS, ARANCELES Y COMERCIO DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR URUGUAY A ESTADOS UNIDOS**

PRODUCTOS		Ventajas Comparativas (VCR)	Desventajas Comparativas (DCR)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Tarifa promedio (%)	
Código	Descripción	Uruguay	Estados Unidos	A Estados Unidos	Totales	NMF	SGP
020130	Carne bovina refrigerada deshuesada	41,0	0,7	4,9	3,6	10,9	1,6
020230	Carne bovina congelada deshuesada	85,3	1,2	16,0	7,2	10,9	1,6
030269	Los demás pescados frescos o refrigerados	17,2	1,3	2,1	0,4	-	No
030379	Los demás pescados congelados (ex.filetes)	83,9	1,0	2,0	1,3	-	No
040690	Los demás quesos	25,0	1,1	3,1	1,5	-	No
160250	Las demás preparaciones de carne bovina	40,7	1,2	2,6	0,9	-	No
410431	Cueros bovinos curtidos (plena flor)	53,7	0,9	5,6	3,3	3,9	No
410439	Los demás cueros bovinos curtidos	66,9	1,1	27,4	2,3	4,5	No
611010	Suéteres de lana	4,0	1,4	3,2	0,3	11,5	11,5
640391	Los demás calzados de cuero	1,7	1,4	5,0	0,3	6,9	6,9
Total				71,9	21,0		

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. United States International Trade Commission. <http://dataweb.usitc.gov> Enero del 2001

Cuadro 23

VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS, COMPLEMENTARIEDAD Y COMPOSICIÓN DEL COMERCIO BILATERAL ESTADOS UNIDOS-URUGUAY. Año 1998

ESTADÍSTICO	VARIABLE			
	VCRUR	DCRUS	CURUS	XURUS
No. De observaciones	87	87	87	87
Media	108,09	0,76	47,55	0,97
Desviación Estándar	253,99	0,45	90,43	3,50
Coefficiente de Variación	2,35	0,59	1,90	3,61
Mediana	29,70	0,76	14,87	-
Coefficiente de Correlación de Pearson				
VCRUR	1,00			
DCRUS	-0,30	1,00		
CURUS	0,42	0,11	1,00	
XURUS	-0,05	0,20	0,06	1,00
Coefficiente de Correlación de Spearman				
VCRUR	1,00			
DCRUS	-0,45	1,00		
CURUS	0,80	0,07	1,00	
XURUS	0,08	0,42	0,31	1,00

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

(\*) VCRUR- Ventajas Comparativas Reveladas de Uruguay

DCRUS- Desventajas Comparativas Reveladas de Estados Unidos

CURUS- Complementariedad Comercial de Uruguay con Estados Unidos

XURUS- Participación en las exportaciones de Uruguay a Estados Unidos

Cuadro 24

ESTADOS UNIDOS: COMERCIO Y TRATAMIENTO ARANCELARIO A PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY

CATEGORÍA SEGÚN TRATAMIENTO TARIFARIO	No de Item (6dig)	No de Item (Estados Unidos)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Imporaciones de EE.UU (Mill. US\$)	Tarifa Promedio simple (%)	Tarifa SGP (%)
			A EE.UU	Totales			
1 T=0	21	44	11,6	11,9	4.987	0,0	0,0
2 0<T<5	14	57	35,0	12,7	5.879	2,7	0,4
3 5<=T<10	6	42	5,2	1,7	4.214	8,3	6,6
4 10<=T<15	6	81	27,5	15,6	3.757	11,0	10,0
5 15<=T<20	4	41	1,6	1,5	3.435	18,2	18,2
6 T>=20	2	5	1,7	3,6	640	24,0	24,0
7 Específicos	21	59	1,6	26,3	1.942	nc	nc
8 Sin clasificar	13	sd	0,1	7,0	75.278	nc	nc
Total	87	329	84,3	80,3	100.131	8,4	7,3

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. United States International Trade Commission, <http://dataweb.usitc.gov>, Enero del 2001

Cuadro 25

IMPORTACIONES DE MÉXICO Y EXPORTACIONES DE URUGUAY A MÉXICO DE PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES DE MÉXICO		EXPORTACIONES DE URUGUAY A MÉXICO			
		Miles de U\$S	%	1998		1999	
				Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%
111	Prod. agropecuarios	568.910	0,5	-	-	967	2,2
122	Extracción de madera	476	0,0	-	-	-	-
130	Pesca	322	0,0	-	-	-	-
311	Alimentos	1.208.437	1,0	5.705	22,1	25.653	59,1
312	Alimentos y otros prep. Alim.	34.452	0,0	-	-	-	-
314	Tabaco	1.949	0,0	-	-	-	-
321	Textiles	216.698	0,2	6.743	26,1	3.744	8,6
322	Vestimenta	36.774	0,0	262	1,0	783	1,8
323	Curtiembres y prod. de cuero	297.231	0,2	3.501	13,6	3.174	7,3
324	Calzado	14.043	0,0	-	-	-	-
332	Muebles y accesorios	8.099	0,0	29	0,1	53	0,1
341	Papel y productos de papel	648.772	0,5	-	-	-	-
342	Imprentas	95.593	0,1	-	-	0	0,0
351	Sustancias químicas	141.143	0,1	243	0,9	1.083	2,5
352	Otros químicos	49.037	0,0	-	-	-	-
353	Refinería de petróleo	1.763.504	1,4	-	-	-	-
355	Productos de caucho	347.461	0,3	-	-	-	-
361	Productos cerámicos	40.897	0,0	935	3,6	1.319	3,0
362	Productos de vidrio	5.146	0,0	-	-	-	-
369	Otros minerales no metálicos	1.781	0,0	-	-	-	-
371	Ind. básicas de hierro y acero	32.074	0,0	-	-	-	-
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	243.560	0,2	-	-	-	-
382	Maquinaria y equipo no eléctrico	39.601	0,0	-	-	-	-
383	Maquinaria y equipo eléctrico	64.108	0,1	-	-	-	-
384	Material de transporte	3.959.759	3,2	60	0,2	-	-
410	Energía eléctrica	68.120	0,1	-	-	-	-
	Total muestra	9.887.944	7,9	17.477	67,7	36.777	84,7
	Total general	125.373.053	100,0	25.812	100,0	43.417	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

Cuadro 26

## VENTAJAS COMPARATIVAS, ARANCELES Y COMERCIO DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR URUGUAY A MÉXICO

PRODUCTOS		Ventajas Comparativas (VCR)	Desventajas Comparativas (DCR)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Tarifa promedio		Observ.
Código	Descripción	Uruguay	México	A México	Totales	NMF	AAP 5	
020130	Carne bovina refrigerada deshuesada	41,0	3,6	5,0	3,6	20	20	-
020230	Carne bovina congelada deshuesada	85,3	0,5	15,1	7,2	25	25	-
040210	Leche en polvo descremada	57,0	7,0	2,3	1,1	128	0	-
040510	Manteca	152,8	0,6	3,3	0,8	20	0	-
040690	Los demás quesos	25,0	0,8	15,4	1,5	20	0	-
410431	Cueros bovinos curtidos (plena flor)	53,7	1,1	4,5	3,3	13	0	-
410439	Los demás cueros bovinos curtidos	66,9	2,4	4,9	2,3	13	0	-
511211	Tejidos de lana peinada (gram. <200 g/m <sup>2</sup> )	51,5	1,7	9,9	0,8	18	0	*/
511219	Tejidos de lana peinada	56,0	1,5	2,8	0,7	18	0	*/
690890	Las demás placas y azulejos de cerámica	3,4	0,5	3,3	0,2	23	0	-
Total				66,4	21,5			

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Tarifa del impuesto general de Importación. Información aduanera de México, S.A. de C.V., México, D.F. Marzo del 2000

\*/ Preferencia sujeta a cupo en la renegociación del AAP 5

Cuadro 27

VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS, COMPLEMENTARIEDAD Y COMPOSICIÓN DEL COMERCIO BILATERAL MÉXICO-URUGUAY. Año 1998

ESTADÍSTICO	VARIABLE			
	VCRUR	DCRME	CURME	XURME
No. De observaciones	87	87	87	87
Media	108,09	1,46	112,20	0,01
Desviación Estándar	253,99	2,00	239,75	0,05
Coefficiente de Variación	2,35	1,37	2,14	4,53
Mediana	29,70	0,65	15,83	-
Coefficiente de Correlación de Pearson				
VCRUR	1,00			
DCRME	0,45	1,00		
CURME	0,91	0,55	1,00	
XURME	-0,05	-0,02	-0,05	1,00
Coefficiente de Correlación de Spearman				
VCRUR	1,00			
DCRME	0,10	1,00		
CURME	0,68	0,75	1,00	
XURME	0,17	0,11	0,20	1,00

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

(\*) VCRUR- Ventajas Comparativas Reveladas de Uruguay

DCRME- Desventajas Comparativas Reveladas de México

CURME- Complementariedad Comercial de Uruguay con México

XURME- Participación en las exportaciones de Uruguay a México

Cuadro 28

## MÉXICO: COMERCIO Y TRATAMIENTO ARANCELARIO A PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY

CATEGORÍA SEGÚN TRATAMIENTO TARIFARIO	No de Item (6dig)	No de Item (México)	Participación en exportaciones de Uruguay		Imporaciones de México (Mill. U\$S)	Tarifa Promedio simple (%)	Tarifa Residual (%) */
			A México	Totales			
1 0<T<=10	11	17	0,6	10,2	723	5,6	1,6
2 10<T<=15	17	35	12,5	14,5	1.105	12,4	1,2
3 15<T<=20	23	52	40,2	26,1	3.634	18,4	4,9
4 20<T<=30	7	15	19,1	12,3	110	26,3	6,7
5 T>30	7	11	3,5	5,2	290	61,0	6,1
6 Otros	4	6	-	3,1	414	nc	nc
7 Sin clasificar	18	nc	2,4	8,9	3.613	nc	nc
Total	87	136	78,4	80,3	9.888	19,6	3,8

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Tarifa del impuesto general de Importación. Información aduanera de México, S.A. de C.V., México, D.F. Marzo del 2000

\*/ Preferencial, según AAP 5 ALADI

Cuadro 29

**IMPORTACIONES DE VENEZUELA Y EXPORTACIONES DE URUGUAY A VENEZUELA DE PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY. Año 1998**

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	IMPORTACIONES DE VENEZUELA		EXPORTACIONES DE URUGUAY A VENEZUELA			
		Miles de U\$S	%	1998		1999	
				Miles de U\$S	%	Miles de U\$S	%
111	Prod. agropecuarios	118.509	0,8	-	-	-	-
122	Extracción de madera	370	0,0	-	-	-	-
311	Alimentos	87.127	0,6	24.646	88,9	24.789	88,6
312	Alimentos y otros prep. alim.	44.660	0,3	-	-	-	-
314	Tabaco	563	0,0	-	-	-	-
321	Textiles	4.763	0,0	283	1,0	159	0,6
322	Vestimenta	1.106	0,0	-	-	16	0,1
323	Curtiembres y prod. de cuero	8.457	0,1	928	3,3	335	1,2
324	Calzado	656	0,0	-	-	-	-
332	Muebles y accesorios	2.951	0,0	-	-	-	-
341	Papel y productos de papel	43.054	0,3	-	-	-	-
342	Imprentas	4.579	0,0	-	-	-	-
351	Sustancias químicas	21.850	0,2	-	-	29	0,1
352	Otros químicos	4.750	0,0	-	-	-	-
353	Refinería de petróleo	178.196	1,3	-	-	-	-
355	Productos de caucho	32.123	0,2	-	-	-	-
361	Productos cerámicos	21.505	0,2	-	-	-	-
362	Productos de vidrio	5.065	0,0	-	-	-	-
369	Otros minerales no metálicos	425	0,0	-	-	-	-
371	Ind. básicas de hierro y acero	1.741	0,0	-	-	-	-
372	Ind. básicas de minerales no ferrosos	97	0,0	-	-	-	-
382	Maquinaria y equipo no eléctrico	9.817	0,1	63	0,2	-	-
383	Maquinaria y equipo eléctrico	3.143	0,0	-	-	-	-
384	Material de transporte	771.674	5,4	-	-	-	-
	Total muestra	1.367.184	9,6	25.919	93,5	25.328	90,5
	Total	14.231.528	100,00	27.718	100,0	27.994	100,0

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA y BCU.

Cuadro 30

## VENTAJAS COMPARATIVAS, ARANCELES Y COMERCIO DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR URUGUAY A VENEZUELA

PRODUCTOS		Ventajas Comparativas (VCR)	Desventajas Comparativas (DCR)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Tarifa promedio	Arancel Variable
Código	Descripción	Uruguay	Venezuela	A Venezuela	Totales	NMF	Preferencial */
020130	Carne bovina refrigerada deshuesada	40,98	-	0,3	3,6	20,0	20,0
020230	Carne bovina congelada deshuesada	85,26	-	6,4	7,2	20,0	20,0
040210	Leche en polvo descremada	56,99	0,51	1,7	1,1	20,0	16,0 X
040221	Leche en polvo sin adición de azúcar	30,86	8,83	34,8	1,0	20,0	16,0 X
040690	Los demás quesos	25,02	0,80	45,1	1,5	20,0	11,0 X
190120	Mezclas y pastas para prod. De panadería	11,34	0,26	0,3	0,2	20,0	20,0
410439	Los demás cueros bovinos curtidos	66,91	0,78	2,3	2,3	15,0	12,0
511211	Tejidos de lana peinada (gram. <200 g/m <sup>2</sup> )	51,45	0,53	0,6	0,8	20,0	20,0
511219	Tejidos de lana peinada	55,97	0,30	0,2	0,7	20,0	20,0
847982	Mezcladoras	10,43	3,27	0,1	0,2	10,0	8,0
Total				91,7	18,6		

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Nuevo Arancel de Aduanas de Venezuela. Legislación Económica C.A., Caracas, Venezuela, Noviembre del 2000

\*/ AAP.R 25 o PAR (ALADI), según corresponda



Cuadro 31

VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS, COMPLEMENTARIEDAD Y COMPOSICIÓN DEL COMERCIO BILATERAL VENEZUELA-URUGUAY. Año 1998

ESTADÍSTICO	VARIABLE */			
	VCRUR	DCRVE	CURVE	XURVE
No. De observaciones	87	87	87	87
Media	108,09	1,35	96,22	0,01
Desviación Estándar	253,99	3,93	389,83	0,06
Coefficiente de Variación	2,35	2,91	4,05	5,76
Mediana	29,70	0,23	2,24	-
Coefficiente de Correlación de Pearson				
VCRUR	1,00			
DCRVE	-0,05	1,00		
CURVE	0,26	0,73	1,00	
XURVE	-0,05	0,11	0,01	1,00
Coefficiente de Correlación de Spearman				
VCRUR	1,00			
DCRVE	-0,27	1,00		
CURVE	0,12	0,87	1,00	
XURVE	0,13	0,05	0,15	1,00

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA.

(\*) VCRUR- Ventajas Comparativas Reveladas de Uruguay

DCRVE- Desventajas Comparativas Reveladas de Venezuela

CURVE- Complementariedad Comercial de Uruguay con Venezuela

XURVE- Participación en las exportaciones de Uruguay a Venezuela

Cuadro 32

VENEZUELA: COMERCIO Y TRATAMIENTO ARANCELARIO A PRODUCTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE URUGUAY

CATEGORÍA SEGÚN TRATAMIENTO TARIFARIO	No de Item (6dig)	No de Item (Venezuela)	Participación en exportaciones de Uruguay (%)		Imporaciones de Venezuela (Mill. U\$S)	Tarifa Promedio simple (%)	Tarifa Residual (%) */
			A Venezuela	Totales			
1 T=0	-	-	-	-	-	-	-
2 0<T<10%	6	12	-	7,9	135,7	5,0	3,5
3 T=10	6	8	0,2	3,2	14,1	10,0	8,4
4 T=15	9	10	-	3,9	71,1	15,0	12,6
5 T>15	17	22	3,4	17,0	58,4	20,0	17,6
6 Arancel variable	10	20	81,6	16,6	122,7	19,3	16,4
7 Sin clasificar	39	nc	6,8	31,8	965,2	nc	nc
Total	87	72	92,0	80,3	1.367,2	15,5	13,2

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA. Nuevo Arancel de Aduanas de Venezuela. Legislación Económica C.A., Caracas, Venezuela, Noviembre del 2000

\*/ AAP.R 25 o PAR (ALADI), según corresponda

Cuadro 33

## COMPLEMENTARIEDAD COMERCIAL Y COMERCIO DEL MERCOSUR Y PAÍSES DEL ALCA SELECCIONADOS. Año 1998

RAMA CIU2	DESCRIPCIÓN	N° sub-partidas			Ventajas comp. 4/					Desventajas comparativas					Complementariedad comercial					Exp. MER %	Importaciones (Millones de U\$S)				
		1/	2/	3/	MER	CAN	COL	USA	MEX	VEN	CAN	COL	USA	MEX	VEN	CAN	COL	USA	MEX		VEN				
111	Prod. agropecuarios	29	8	6	2	0	1	0	1	1	6	48	6	40	35	14,2	1.468,5	749,7	6.989,6	3.414,4	402,7				
121	Silvicultura	1	0	0	2	2	0	1	0	0	44	1	30	5	2	0,0	2,0	0,0	5,7	0,1	0,0				
122	Extracción de madera	1	0	0	2	2	0	0	0	0	42	2	3	0	2	0,1	92,4	0,3	31,4	0,5	0,4				
130	Pesca	2	0	0	2	1	0	1	1	0	18	1	10	11	0	0,3	45,1	0,3	253,7	4,6	-				
220	Petróleo	3	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	2,0	4.424,4	3,9	28.983,7	317,8	33,3				
230	Extracción miner. metál.	4	0	0	2	2	0	0	1	0	30	10	19	65	1	4,7	559,8	2,9	1.009,7	149,9	2,4				
290	Extracción ots minerales	1	0	0	2	2	2	0	2	2	44	21	1	30	33	0,1	84,3	2,8	11,3	35,2	4,5				
311	Alimentos	62	14	10	2	1	1	0	1	1	16	146	7	19	165	19,7	2.690,7	467,1	10.628,4	1.668,4	482,6				
312	Alimentos, ots prep.alim	6	1	1	2	1	1	0	1	1	4	4	3	3	15	0,6	609,1	61,2	749,4	226,6	111,1				
313	Bebidas	3	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0,3	543,2	27,8	3.132,7	58,7	14,3				
314	Tabaco	1	1	1	2	0	2	0	0	0	5	172	6	1	3	0,9	12,1	28,1	59,4	1,9	0,6				
321	Textiles	17	1	1	1	1	1	0	1	0	2	9	1	4	2	0,7	684,2	114,6	5.199,6	492,7	31,4				
322	Vestimenta	9	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,2	587,0	11,6	12.011,2	937,7	48,4				
323	Curtiembres, prod. cuero	10	2	2	2	0	0	0	1	0	12	4	9	30	5	2,0	213,2	13,3	1.181,6	549,9	11,1				
324	Calzado	2	1	1	2	0	0	1	0	0	1	0	3	0	1	1,4	349,7	6,3	7.509,5	33,7	26,1				
331	Madera, prod.de madera	9	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0,7	608,4	3,2	7.655,4	224,9	14,5				
332	Muebles y accesorios	4	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0,4	1.331,1	15,2	5.951,8	343,9	28,3				
341	Papel y prod. de papel	9	1	1	1	1	0	0	1	4	6	4	4	8	2,2	1.254,3	134,4	3.922,6	1.034,0	119,8					
342	Imprentas	3	0	0	0	2	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0,2	1.798,6	69,0	1.977,7	386,4	81,4				
351	Sustancias químicas	16	0	0	2	1	1	0	1	1	2	5	2	3	2	1,1	1.777,6	197,5	2.991,4	865,6	67,5				
352	Otros químicos	5	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0,3	1.630,0	196,0	5.600,8	406,1	126,1				
353	Refinería de petróleo	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1,0	1.108,7	284,0	14.270,3	1.763,5	178,2				
355	Productos de caucho	3	2	1	2	1	1	0	0	1	2	3	1	2	2	0,7	969,8	93,6	3.304,8	533,2	71,5				
356	Productos de plástico	2	0	0	1	2	2	0	1	2	1	2	1	1	2	0,0	136,1	8,9	223,1	73,1	11,0				
361	Productos cerámicos	1	1	1	2	0	2	1	0	2	3	11	4	2	8	0,2	109,5	30,8	632,1	40,9	21,5				
362	Productos de vidrio	1	0	0	0	2	1	0	0	2	1	1	1	0	1	0,0	77,8	3,6	182,7	5,1	5,1				
369	Minerales no metálicos	2	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	3	0	0	0,2	37,5	3,8	987,4	2,1	0,6				
371	Ind. hierro y acero	18	0	0	2	0	1	0	1	1	5	12	6	6	16	3,8	1.209,6	237,4	5.706,3	804,1	268,2				
372	Ind. miner. no ferrosos	7	2	0	1	1	1	1	0	0	1	3	4	2	0	2,0	1.335,2	69,1	7.980,1	661,7	3,1				
381	Productos metálicos	1	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	1	1	2	0,0	101,2	11,1	443,8	54,2	18,2				
382	Maquinaria y eq. no elect.	12	0	0	1	1	1	0	1	1	2	2	1	2	2	2,3	5.779,4	192,9	11.081,3	2.411,1	246,4				
383	Maquinaria y eq. eléctrica	7	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0,6	2.462,4	623,8	10.081,2	2.122,2	392,3				
384	Material de transporte	24	9	4	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	11,2	37.941,9	983,0	130.427,2	10.186,8	1.733,3				
390	Otras manufacturas	1	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	10,1	3,5	143,2	14,6	1,8				
410	Energía eléctrica	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	183,8	6,5	1.038,9	68,1	-				
Total de la muestra		278	45	30	1	1	1	0	1	1	1	3	1	1	3	74,2	72.228,8	4.657,3	292.359,3	29.893,7	4.557,8				

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA

1/ Número de sub-partidas comprendidas en la Oferta exportable del Mercosur.

2/ Número de sub-partidas con productos comunes entre los socios del Mercosur dentro de la muestra total de oferta exportable

3/ Número de sub-partidas en que Uruguay tiene productos comunes con sus socios del Mercosur dentro de la muestra total de oferta exportable

4/ Se utilizaron las siguientes abreviaturas: MER- MERCOSUR, CAN- Canadá, COL- Colombia, USA- Estados Unidos, MEX- México, VEN- Venezuela

Cuadro 34

PRIORIDADES EN LA NEGOCIACIÓN PARA URUGUAY Y SUS SOCIOS DEL MERCOSUR, VENTAJAS COMPARATIVAS REVELADAS DEL MERCOSUR Y DESVENTAJAS DE SUS SOCIOS DEL ALCA, EXPORTACIONES Y PROTECCIÓN

NCM	DESCRIPCIÓN	INDICADOR CUALITATIVO DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS 1/						EXPORTACIONES (en %)		PROTECCIÓN 2/				
		VCR MER	DCR CAN	DCR COL	DCR MEX	DCR USA	DCR VEN	MER	URU	CAN	COL	USA	MEX	VEN
<i>Oferta exportable de los cuatro socios del Mercosur</i>														
020230	Carne bovina congel.desh.	2	0	0	0	1	0	0,7	7,2	3	3	3	3	3
<i>Oferta exportable de Argentina, Brasil y Uruguay</i>														
160250	Demás prep. carne bovina	2	1	0	0	1	0	0,7	0,9	3	3	1	3	3
401120	Neumáticos	2	0	1	1	0	1	0,4	0,2	4	3	4	3	3
410431	Cueros bovinos curtidos	2	1	0	1	0	0	1,1	3,3	1	3	1	1	3
870323	Vehículos	0	0	0	0	1	0	2,3	0,8	4	3	4	3	3
870421	Vehículos	2	1	0	0	0	0	1,3	2,9	2	3	3	3	3
870431	Vehículos	0	1	0	0	1	1	0,4	0,4	4	3	4	3	3
870899	Demás partes y accesorios	0	2	0	1	0	0	0,8	0,8	2	3	4	2	3
<i>Oferta exportable de Brasil, Paraguay y Uruguay</i>														
020130	Carne bovina refriger.deshues	2	1	0	2	0	0	0,6	3,6	3	3	3	2	3
110100	Harina de trigo	2	0	0	0	0	0	0,1	0,3	3	3	3	1	3
<i>Oferta exportable de Argentina y Uruguay</i>														
020500	Carne de caballo	2	0	0	2	0	0	0,1	0,4	1	3	1	1	3
030378	Merluza congelada	2	1	0	0	0	1	0,1	0,2	1	3	1	2	3
030379	Demás pesc.cong.(ex.filetes)	2	1	1	0	0	0	0,1	1,3	1	3	1	3	3
030420	Filetes de pescado cong.	2	0	0	0	1	0	0,4	1,6	1	3	1	3	3
040221	Leche en polvo sin azúcar	2	0	2	2	0	2	0,3	1,0	3	3	4	3	3
040900	Miel	2	0	0	0	1	0	0,1	0,2	1	3	3	3	3
080510	Naranjas	2	2	0	0	0	0	0,1	1,0	1	3	3	3	3
080530	Toronjas o pomelos	2	2	0	0	1	0	0,1	0,2	1	3	3	3	3
100190	Trigo para siembra	2	0	2	2	0	2	1,6	0,6	4	3	4	3	1
100610	Arroz con cáscara	2	0	2	2	0	0	0,1	1,4	4	3	4	1	3
100630	Arroz semiblanqueado	2	0	2	0	0	0	0,5	6,8	1	3	3	2	3
110710	Cebada malteada s/tostar	2	0	0	1	0	2	0,1	1,9	3	3	3	3	3
120600	Semilla de girasol	2	0	0	2	0	2	0,2	0,5	1	3	1	3	3
410439	Los demás cueros bovinos c	2	0	0	2	1	0	0,3	2,3	1	2	1	1	3
481840	Art. higiénicos	2	2	2	0	0	2	0,1	0,5	1	3	1	2	3
510529	Tops de lana	2	0	2	2	0	2	0,2	5,0	1	2	3	1	1
<i>Oferta exportable de Brasil y Uruguay</i>														
240220	Cigarrillos	2	0	2	0	0	0	0,9	2,0	2	3	3	3	3
640391	Demás calzados de cuero	1	0	0	0	1	0	0,2	0,3	4	3	2	3	3
690890	Demás azulejos cerámica	2	0	2	0	1	2	0,2	0,2	2	3	3	3	3
Sub-total		51	15	19	20	11	17	15,3	47,9					
Total Muestra		115	50	60	35	34	30	17,4	80,3					
Total (millones de US\$)								80.274	2.769					

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA y aranceles de los respectivos países

1/ Se utiliza las siguientes denominaciones: VCR- ventajas comparativas reveladas, DCR- Desventajas comparativas reveladas. Se utiliza índice cualitativo que adquiere los siguientes valores:

ICVR=0 cuando VCR o DCR<1  
 ICVR=1 cuando 1< VCR o DCR<1,5  
 ICVR=2 cuando VCR o DCR>1,5

2/ Se clasificaron en tres grupos de acuerdo a los niveles de protección:

- 1 - Protección baja, corresponde a productos sujetos a arancel <5%
- 2- Protección media, corresponde a productos en que 5%<t<10%
- 3- Protección alta, corresponde a productos sujetos a aranceles >10%
- 4- Sin clasificar

Cuadro 35

URUGUAY: NÚMERO DE ÍTEM E IMPORTACIONES DE PRODUCTOS COMPRENDIDOS EN LAS LISTAS DE EXCEPCIONES AL AEC, SEGÚN CRONOGRAMA DE CONVERGENCIA. Año 1998

Cronograma de convergencia	Número de ítem	Participación (%)	Importaciones	
			Miles de U\$S	%
Ascendente	1.521	81,3	1.010.999	65,3
Arancel aumenta + 5%	1.439	76,9	980.695	63,3
Arancel aumenta + 5% e importa más de U\$S 1	207	11,1	783.036	50,6
Descendente	105	5,6	500.333	32,3
Sin modificación	246	13,1	37.363	2,4
<b>Totales</b>	<b>1.872</b>	<b>100,0</b>	<b>1.548.695</b>	<b>100,0</b>

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU y del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

Cuadro 36

IMPORTACIONES DE URUGUAY DE BIENES EXCEPTUADOS DEL AEC POR ORIGEN.

Años 1997-1999 \*/

PAÍS DE ORIGEN	1997		1998		1999	
	Miles U\$S	%	Miles U\$S	%	Miles U\$S	%
Argentina	125.498	17,0	134.177	17,1	120.458	18,9
Brasil	156.581	21,2	134.581	17,2	114.019	17,9
Canadá	3.668	0,5	4.282	0,5	6.811	1,1
Colombia	2.314	0,3	3.235	0,4	1.744	0,3
Estados Unidos	126.855	17,2	169.964	21,7	123.854	19,5
México	21.580	2,9	17.079	2,2	17.117	2,7
Venezuela	1.755	0,2	470	0,1	463	0,1
Resto del Mundo	300.326	40,7	319.249	40,8	252.224	39,6
<b>Total</b>	<b>738.577</b>	<b>100,0</b>	<b>783.036</b>	<b>100,0</b>	<b>636.691</b>	<b>100,0</b>

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU

\*/ Se seleccionaron 208 ítem cuyas importaciones superaban U\$S 1 millón en 1998 y que estaban sujetos a una trayectoria de convergencia al AEC creciente que implicaba un incremento del arancel extra-zona de por lo menos 5 puntos.

Cuadro 37

IMPORTACIONES DE URUGUAY DE PRODUCTOS EXCEPTUADOS DEL AEC POR ORIGEN. Año 1998<sup>v</sup>

(en miles de U\$S)

CIUU	DESCRIPCIÓN	Argentina y Brasil	Estados Unidos y Canadá	México	Colombia y Venezuela	Resto del Mundo	Total	Arancel Extra - zona 1995	AEC
1111	Productos agropecuarios	7.668	0	0	0	7.366	17.287	6,0	14,0
3121	Prod. alimenticios diversos	25.137	57	7	0	3.519	32.759	6,0	14,0
3411	Pulpa de madera, papel y cartón	7.093	1.871	0	0	4.109	16.380	6,0	13,0
3511	Química básica	13.106	2.104	1.749	0	11.423	35.515	5,6	13,1
3512	Abonos y plaguicidas	12.778	10.383	30	1.124	51.572	86.510	0,0	8,2
3513	Resinas, materia plásticas	43.325	6.655	9.399	692	38.582	106.016	6,0	13,7
3522	Farmacia y medicamentos	13.118	3.527	1.794	1.504	16.490	36.626	0,0	8,0
3529	Productos químicos n.e.p.	9.715	559	126	0	1.616	11.961	6,0	14,0
3560	Plásticos	7.119	718	9	14	4.304	10.333	6,0	17,0
3710	Ind. básicas de hierro y acero	10.771	1.351	80	0	2.810	28.252	6,0	12,5
	Sub-total	149.829	27.224	13.192	3.334	141.792	381.639		
	(%)	39,3	7,1	3,5	0,9	37,2	100,0		
3822	Maquinaria y equipo agrícola	7.940	4.772	159	0	17.720	66.742	0,0	14,0
3824	Maquinaria y equipo para industria	7.582	5.616	15	165	32.433	47.394	0,0	13,8
3825	Maquinaria de oficina	10.315	38.028	2.929	0	15.170	65.245	0,0	13,1
3829	Maquinaria y equipo n.e.p.	29.586	14.072	291	70	69.664	122.072	0,0	13,9
3831	Maquinaria industrial eléctrica	6.141	862	27	0	9.157	12.916	1,2	14,8
3832	Radio, televisión y comunicaciones	13.903	30.896	56	5	13.047	45.602	0,0	12,5
	Sub-total	75.467	94.246	3.478	240	157.191	359.972		
	(%)	21,0	26,2	1,0	0,1	43,7	100,0		
	Otras	9.181	9.194	409	131	20.266	41.425		
	Total general	234.477	130.665	17.079	3.705	319.249	783.036		
	(%)	29,9	16,7	2,2	0,5	40,8	100,0	1,9	13,2

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información del BCU y MEF

\*/ Se seleccionaron 208 ítem cuyas importaciones superaban U\$S 1 millón en 1998 y que estaban sujetos a una trayectoria de

Cuadro 38

## VENTAJAS COMPARATIVAS POR PAÍS EN PRODUCTOS AFECTADOS POR EXCEPCIONES AL AEC. Año 1998 1/ 2/

CIU	Descripción	No. de Sub-partidas	Argentina	Brasil	Canadá	Colombia	México	Estados Unidos	Venezuela
1111	Productos agropecuarios	1	0	1	0	1	0	0	0
3121	Prod. alimenticios diversos	1	1	1	0	0	0	1	1
3411	Pulpa de madera, papel y cartón	4	0	1	2	0	0	2	1
3511	Química básica	12	2	6	4	0	1	7	2
3512	Abonos y plaguicidas	9	3	6	0	5	2	4	4
3513	Resinas, materia plásticas	19	8	9	9	7	6	14	9
3522	Farmacia y medicamentos	2	1	0	0	1	0	0	1
3529	Productos químicos n.e.p.	3	3	1	0	2	1	3	0
3560	Plásticos	2	1	1	1	1	1	0	0
3710	Ind. básicas de hierro y acero	8	6	8	0	1	2	1	6
3822	Maquinaria y equipo agrícola	13	2	8	5	0	0	8	0
3824	Maquinaria y equipo para industria	17	1	3	7	0	3	6	0
3825	Maquinaria de oficina	9	0	2	0	0	2	4	0
3829	Maquinaria y equipo n.e.p.	35	3	7	10	4	9	18	4
3831	Maquinaria industrial eléctrica	4	0	2	1	1	2	0	0
3832	Radio, televisión y comunicaciones	8	0	0	2	0	4	6	1
	Otros	19	5	4	6	6	5	13	3
<b>Total general</b>		<b>166</b>	<b>36</b>	<b>60</b>	<b>47</b>	<b>29</b>	<b>38</b>	<b>87</b>	<b>32</b>

Fuente: CEPAL, Oficina de Montevideo, en base a información de la Base de Datos Hemisférica de Comercio y Aranceles para Acceso a los Mercados, BID, Sitio oficial del ALCA y BCU.

1/ Número de sub-partidas en que el índice de ventajas comparativas reveladas es mayor que 1

2/ Se seleccionaron 208 ítem (i dígitos de la NCM) cuyas importaciones superaban U\$S 1 millón en 1998 y que estaban sujetos a una trayectoria de convergencia al AEC creciente que implicaba un incremento del arancel extra-zona de por lo menos 5 puntos. Los índices de ventajas comparativas reveladas se calcularon a nivel de sub-partida (6 dígitos del SA).



