



GRUPO DE PAISES PRODUCTORES DEL SUR

GROUP OF PRODUCING COUNTRIES FROM THE SOUTHERN CONE

Contribuyendo a la producción global sustentable de alimentos
Contributing to the global sustainable food production

www.grupogpps.org / Twitter @GPSLatinAmerica

RESUMEN

OPORTUNIDADES PARA RELANZAR LAS NEGOCIACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES DEL MERCOSUR

HACIA UNA AGENDA AGRESIVA DE RELACIONAMIENTO EXTERNO

MARZO 2016

Lic. Sabine Papendieck / Lic. Gustavo Idigoras
Editado por Lic. Pablo Elverdin

GRUPO DE PAÍSES PRODUCTORES DEL SUR

Oportunidades para relanzar las negociaciones económicas internacionales del MERCOSUR

Hacia una agenda agresiva de relacionamiento externo

LIC. SABINE PAPENDIECK
LIC. GUSTAVO IDIGORAS
EDITADO POR LIC. PABLO ELVERDIN

– Marzo 2016 –

INDICE

Resumen Ejecutivo	4
1. Introducción.....	6
2. Análisis de la oferta agroexportable de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay al mundo.....	6
3. Análisis de las demandas mundiales de esos productos.....	8
4. Análisis de destinos MERCOSUR.....	10
5. Análisis de países competidores por producto	11
6. Análisis cruzado mercados destino y competidores – Acceso a mercado	12
7. Otros mercados importadores netos de alimentos, evaluación de beneficios comerciales y situación de estado acuerdos comerciales	13
8. Consideraciones finales	14

VER ADJUNTO

ANEXO I	16
ANEXO II	18
ANEXO III	20

Resumen Ejecutivo

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar una agenda de negociaciones económicas internacionales que promuevan acceso efectivo a mercados de interés para la agroindustria de la región ABPU (*Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay*) (MERCOSUR), sobre la base de beneficios económicos, comerciales y sociales. Nos encontramos frente a un escenario internacional caracterizado por una transición al multipolarismo, en donde los países promueven múltiples negociaciones económicas con bloques y grupos de países en distintas partes del mundo. De hecho hoy existen más de 60 negociaciones comerciales abiertas y el MERCOSUR no participa de ninguna de ellas. Más aun, los denominados Mega Acuerdos que se encuentran en etapas avanzadas de negociación no incluyen a los países del MERCOSUR. El MERCOSUR tiene una agenda de relacionamiento externo reducida en términos comparativos y poco orientada a la generación de oportunidades de empleo y desarrollo económico. Los tres países con dialogo económico y político hasta 2015 eran Jordania, Túnez y Líbano.

La nueva agenda debería estar focalizada en prioridades limitadas a los efectos de provocar éxitos verificables en materia de acuerdos comerciales. Para eso GPS propone las orientaciones que contienen este estudio para construir esta agenda como aportes para el debate. La propuesta del GPS se basa en condiciones previas para articular esta estrategia de negociaciones. Dichas condiciones que deben darse son beneficios económicos, comerciales y sociales que deben reportar los acuerdos comerciales con los potenciales mercados objetivos.

Atento a ello se visualiza que los mercados tradicionales identificados como la Union Europea, Japon, Estados Unidos, China y Rusia representan un potencial crecimiento de 34 mil millones de dólares en caso que el MERCOSUR concrete negociaciones comerciales y poder capturar al menos el 10% del total de importaciones en los productos seleccionados (escenario conservador). Estas proyecciones justifican la necesidad que el MERCOSUR realice un último esfuerzo por establecer un acuerdo comercial con la UE lo antes posible como prioridad número uno de esta nueva agenda internacional.

La histórica negociación con la Union Europea es sin lugar a dudas, la negociación comercial más relevante para el MERCOSUR de los últimos 20 años, pero también es el mayor fracaso, dado que se encuentra abierta desde el año 1996. El año 2016 es una oportunidad nueva de alcanzar un acuerdo comercial mutuamente beneficioso pero para ello el MERCOSUR debe tener una clara vocación negociadora dado que la Comision Europea no tiene características de ser una burocracia con habilidades negociadoras reales. La situación dentro del MERCOSUR en 2016 puede brindarnos nuevas oportunidades. El cambio de gobierno en Argentina y las declaraciones públicas de la nueva administración alientan a pensar que existirá una agenda comercial agresiva. Brasil ha dado claras expresiones de interés en tener una agenda activa en particular con la UE y Uruguay como Paraguay están alentando públicamente recuperar una estrategia de inserción internacional. Atento a ello GPS considera necesario proponer un debate abierto que fomente la adopción de una agenda de relacionamiento externo del MERCOSUR para ser lanzada en el año 2016.

A partir de allí, resulta razonable iniciar contactos para establecer las bases de negociaciones comerciales con mercados como Japón que individualmente representan el primer mercado mundial de importaciones de alimentos y que ya cuenta con convenios comerciales con países competidores del MERCOSUR. Finalmente debería analizarse la conveniencia de iniciar gestiones con Estados Unidos, China y Rusia. El mercado de Hong Kong es un dato interesante pero no se considera relevante para negociar dado que sigue siendo una puerta de acceso al gigante asiático.

En cuanto a mercados no tradicionales, se visualiza la conveniencia de iniciar conversaciones formales dado que son mercados con tasas elevadas de crecimiento de importaciones, poca capacidad de generar autoabastecimiento y baja competitividad industrial en términos relativos. Los países del MAGREB: Marruecos, Argelia, Túnez, Egipto, de la SACU (Botswana, Lesoto, Namibia, Sudáfrica y Suazilandia), Alianza del Pacífico (Chile, México, Colombia y Perú) y los países de la Cooperación del Golfo (Arabia Saudita, Bahrein, EAU, Kuwait, Omán y Qatar) ascienden a más de 10 mil millones de dólares de crecimiento potencial. Particularmente, impacta la importancia comercial que tienen los países que forman el bloque del Golfo, en donde el MERCOSUR había iniciado conversaciones hace una década pero decidió no concluirlos. En cuanto a la Alianza del Pacífico, si bien es un bloque nuevo y activo no se identifican potencialidades de mejoras de acceso dado que en la mayoría de los casos se encuentra con niveles negociados de preferencias arancelarias superiores al 80% en el marco de ALADI. La excepción es México que tiene únicamente acuerdos de complementación económica en sectores limitados (por ejemplos autos y autopartes).

En conclusión, se considera que los mercados seleccionados en este estudio revisten un potencial significativo de generación de oportunidades comerciales que tienen impactos favorables en materia de puestos de trabajo, ingreso de divisas, inversiones, etc. y no se visualizan riesgos reales de desplazamientos de producción local por productos importados.

1. Introducción

El MERCOSUR ha perdido espacio en la agenda de negociaciones económicas internacionales en los últimos años, en virtud de la existencia de múltiples acuerdos comerciales entre países de distintas partes del mundo que buscan posicionar sus economías de forma competitiva para los próximos 20 años.

De los casi 400 acuerdos comerciales declarados en la Organización Mundial del Comercio, el MERCOSUR solo registra una cantidad inferior a diez, es decir se encuentra relegado a los últimos lugares. Esta decisión de no afrontar negociaciones comerciales para mejorar la performance exportadora del bloque podría no tener consecuencias negativas si la Ronda de Doha hubiese rendido sus frutos y se hubiesen adoptados acuerdos de reducción de aranceles y eliminación de barreras no arancelarias. Sin embargo, el estancamiento multilateral con leves acuerdos que no generan beneficios significativos, cuestionan la ausencia de una política de inserción comercial de la región.

De hecho la mayoría de los países competidores del Hemisferio Sur en el sector agroalimentario han implementado una agenda activa de acuerdos comerciales que generan pérdidas de preferencias y desvío de comercio e inversiones hacia otras partes del mundo.

Atento a este escenario de múltiples acuerdos comerciales y frente a un MERCOSUR con señales de recuperar una agenda activa en materia de inserción internacional, es que el GPS considera oportuno realizar aportes para un debate abierto y franco que instale en el bloque una política de inserción comercial beneficiosa para los intereses económicos y sociales de la región.

2. Análisis de la oferta agroexportable de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay al mundo

Como punto de partida de este estudio se han tomado los 21 productos detectados por el Grupo GPS como prioritarios para este análisis. Componen este listado productos con valor agregado en origen y/o son representativos de economías regionales que requieren de una gestión comercial estratégica para incrementar su inserción internacional. Se excluyen productos, como por ejemplo la soja y subproductos de primera molienda, el maíz y el trigo que al momento de elaborarse este análisis no requieren de gestiones oficiales específicas para incrementar su acceso a los mercados internacionales¹. En consecuencia el listado de productos detectados quedó conformado de la siguiente manera²:

- 1 Carnes bovinas, aviares, porcinas y ovinas
- 2 Pescados, crustáceos, moluscos

¹ El azúcar también se encuentra excluida dado que tiene un régimen especial dentro del MERCOSUR y se encuentra con presencia de aranceles intra y extra zona diferenciales, por ello no resulta factible incluirlo en este análisis.

² El listado no está elaborado en orden de importancia relativa sobre el total de exportaciones, pero en todos los casos salvo nueces de Brasil y café, estos productos son exportables por todos los socios originarios del MERCOSUR.

- 3 Cítricos
- 4 Manzanas, peras
- 5 Leche en polvo, manteca y quesos
- 6 Preparaciones para animales
- 7 Arroz
- 8 Jugos de fruta
- 9 Cebolla, ajos frescos
- 10 Té
- 11 Preparaciones en base a carne
- 12 Vegetales preservados
- 13 Semillas
- 14 Cereales para desayuno
- 15 Pastas secas
- 16 Cerveza
- 17 Café
- 18 Dátiles
- 19 Algodón
- 20 Brazil nuts
- 21 Productos forestales

En función de este listado se seleccionaron para cada uno de los cuatro países, se analizaron las exportaciones para el período para el período 2010 – 2014 (5 años calendarios completos) y se tomaron las 10 partidas arancelarias (4 dígitos del Sistema Armonizado) más relevantes por país (en monto).

Ello, dio como resultado, un universo de 30 partidas arancelarias, las que se listan a continuación:

Partida	Descripción
0201	Carne vacuna, fresca o refrigerada
0202	Carne vacuna, congelada
0203	Carne de cerdo, fresca, refrigerada o congelada
0204	Carne de ovino o caprino, fresca, refrigerada o congelada
0206	Despojos comestibles de carne roja
0207	Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 01.05, fresca, refrigerada o congelada
0210	Carne y despojos comestibles, salados o en salmuera, secos o ahumados; harina y polvo comestibles, de carne o de despojos
0303	Pescado congelado, excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 0304
0306	Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de crustáceos, ap
0402	Leche y nata (crema), concentradas o con adición de azúcar u otro edulcorante
0405	Manteca (mantequilla)* y demás materias grasas de la leche; pastas lácteas para untar
0406	Quesos y requesón.
0504	Tripas, vejigas y estómagos de animales,
0713	Hortalizas (incluso "silvestres") de vaina secas desvainadas
0805	Agrios (cítricos) frescos o secos
0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos
0901	Cafe, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de cafe; sucedáneos del café
1006	Arroz
1207	Las demás semillas y frutos oleaginosos

Partida	Descripción
1502	Grasa de animales de las especies bovina, ovina o caprina
1602	Las demás preparaciones y conservas de carne, despojos o sangre.
2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo
2009	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas (incluso silvestres), sin fermentar y sin adición de alcohol
2301	Harina, polvo y "pellets", de carne, despojos, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana
2309	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales
4402	Carbón vegetal (comprendido el de cáscaras o de huesos (carozos)* de frutos), incluso aglomerado
4403	Madera en bruto, incluso descortezada, desalburada o escuadrada
4409	Madera (incluidas las tablillas y frisos para parques, sin ensamblar) perfilada longitudinalmente (con lengüetas, ranuras, rebajes, acanalados, biselados, con juntas en v, moldurados, redondeados o similares) en una o varias caras
4802	Papel y cartón, sin estucar ni recubrir, de los tipos utilizados para escribir, imprimir u otros fines gráficos y papel y cartón para tarjetas o cintas para perforar (sin perforar), en bobinas (rollos) o en hojas de forma cuadrada o
5201	Algodón sin cardar ni peinar.

Estas treinta partidas arancelarias, representaron el 27,3% de las exportaciones totales de los países del ABPU. No obstante, es válido notar que el nivel de incidencia sobre las ventas externas varía significativamente entre los cuatro países, siendo que en Argentina representa algo menos del 19% mientras que en Uruguay, supera ampliamente el 50%.

Participación de los productos seleccionados sobre exportaciones totales Año 2014, en miles de USD

País	Exportaciones Totales	Exportaciones Partidas Seleccionadas	%
Argentina	38.121.108	7.225.469	18,95
Brasil	91.685.645	26.483.284	28,88
Paraguay	6.514.310	1.642.815	25,22
Uruguay	6.786.672	3.730.483	54,97
Total	143.107.735	39.082.051	27,31

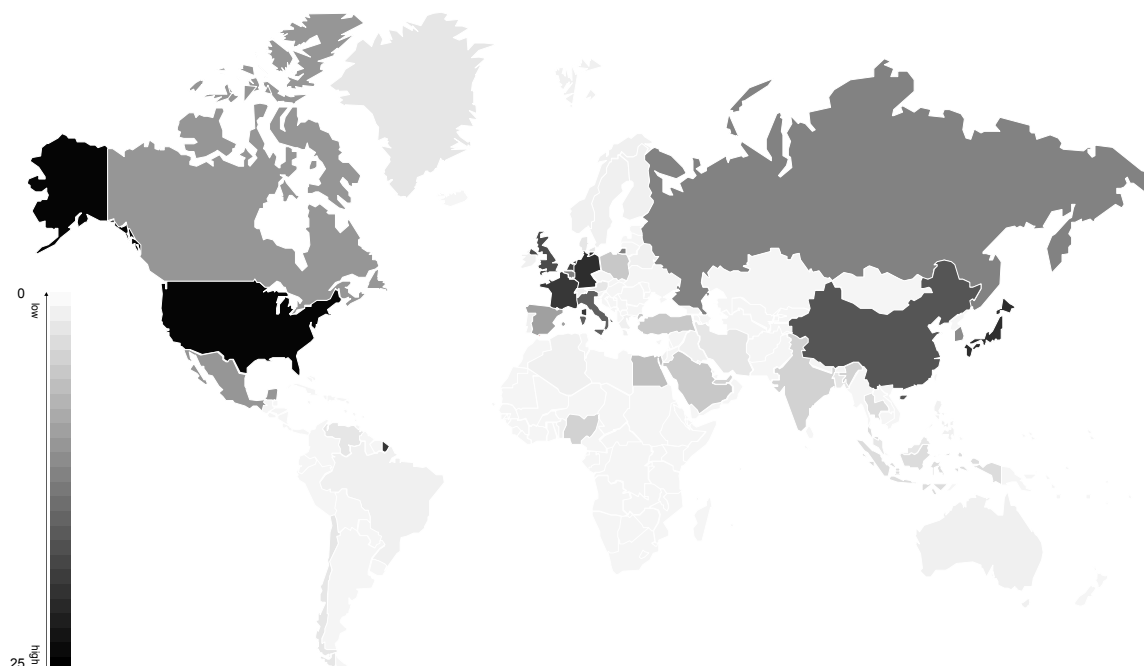
Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

3. Análisis de las demandas mundiales de esos productos

Luego, se procedió a identificar los principales importadores globales, en monto, de las 30 partidas arancelarias que representan a los grupos de productos seleccionados. De este modo, se han identificado los primeros 10 mercados de importación a nivel mundial para el año.

En el mapa que se plantea a continuación, pueden observarse aquellos países que figuran entre esos 10 importadores por partida arancelaria, siendo que los que presentan una coloración más oscura son aquellos que figuran mayor cantidad de veces entre ese selecto grupo.

**Países que figuran entre los 10 principales destinos de importación³
Productos seleccionados- Año 2014, en USD**



Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

De la reiteración de veces que cada país aparece entre los 10 primeros importadores globales de esas 30 partidas arancelarias, se desprende que los principales destinos de manera agregada, en orden descendente son:

1. UE
2. Japón
3. EE.UU y China
4. Rusia
5. Hong Kong y México

Importaciones posiciones seleccionadas. Países prioritarios, millones de USD CIF.

País/Bloque	Importaciones Totales	% Mundial	Importaciones Origen ABPU	Market Share
China	39.622,5	8,6%	1.745,7	4,4%
EE.UU.	36.964,4	8,1%	3.245,4	8,8%
UE*	31.995,1	7,0%	7.516,8	23,5%
Japón	28.360,8	6,2%	1.874,2	6,6%
Rusia	15.153,6	3,3%	4.105,4	27,1%
Hong Kong	12.492,9	2,7%	2.751,8	22,0%
México	9.814,6	2,1%	198,7	2,0%
Total Mercados Prioritarios	174.404,0	38,1%	21.437,9	12,3%
Total Mundial	458.300,9	100,0%		

* Sólo se computan importaciones extracomunitarias.

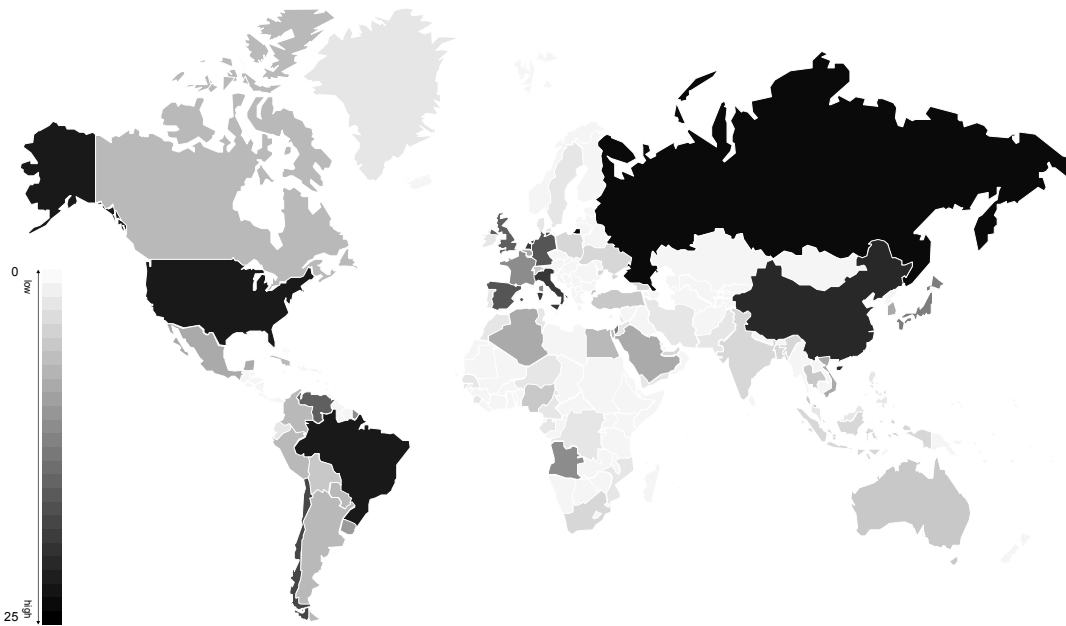
Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

³ Para ver principales 10 países por tipo de producto, ver Anexo I.

4. Análisis de destinos MERCOSUR

A fin de comparar los mayores importadores globales y los principales destinos del ABPU, se procedió a identificar a los 10 primeros mercados de exportación, en forma conjunta, de las partidas seleccionadas.

Países que figuran entre los 10 principales destinos de exportación MERCOSUR⁴ Productos seleccionados- Año 2014, en USD



Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

Entonces, de la cantidad que cada país figura entre los 10 principales destinos de exportación de los socios originales del MERCOSUR, surge que socios más relevantes son:

1. UE
2. Rusia
3. EE.UU y Brasil
4. China
5. Chile

De este modo, se observa que algunos de los principales importadores globales (tales como UE, Rusia, China y EE.UU), ya poseen una posición relevante en las exportaciones de ABPU, aunque, en algunos casos, como China, EE.UU, Japón y México, la participación de éstos países sudamericanos aún no es demasiado relevante.

⁴ Para ver principales 10 países por tipo de producto, ver Anexo II.

Exportaciones posiciones seleccionadas. ABPU, millones de USD FOB.

País/Bloque	Exportaciones Totales	% sobre exportaciones
UE*	9.818,8	23,3%
Rusia	3.975,0	9,4%
EE.UU.	3.203,7	7,6%
China	1.706,2	4,0%
Chile	1.422,0	3,4%
Brasil	1.389,9	3,3%
Total Principales Mercados	21.515,5	51,1%
Total Mundial	42.132,7	100,0%

* Existen diferencias entre lo informado como importación por la UE y lo informado como exportación por los países MERCOSUR, ello puede deberse a operaciones de traders con base en la UE pero con destino final hacia otros mercados.

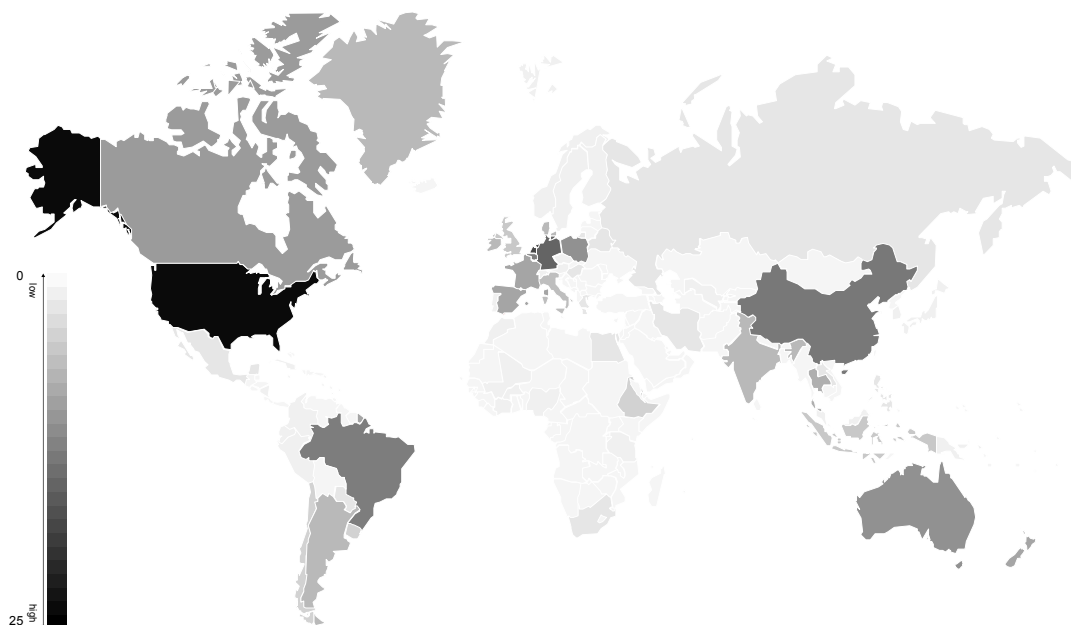
Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

Del mismo modo, se observa que sólo 6 destinos explican más del 50% de las exportaciones conjuntas de los países miembros del MERCOSUR, siendo que la UE tiene la participación más relevante.

5. Análisis de países competidores por producto

Del mismo modo, se procedió a analizar los principales exportadores mundiales de las partidas arancelarias seleccionadas. En el mapa mostrado a continuación, los países sombreados de manera más oscura indican que se repiten más veces entre los 10 exportadores globales de las posiciones seleccionadas.

**Países que figuran entre los 10 principales orígenes de exportación⁵
Productos seleccionados- Año 2014, en USD**



Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

⁵ Para ver principales 10 países por tipo de producto, ver Anexo II.

Si se consideran los principales 5 exportadores en valor para el año 2014 para las 30 partidas arancelarias analizadas, los principales competidores para los países integrantes del MERCOSUR son:

1. EE.UU. y UE
1. China
2. Australia
3. Nueva Zelanda
4. Canadá e India

6. Análisis cruzado mercados destino y competidores – Acceso a mercado

Habiendo identificado los principales importadores y competidores a nivel mundial, se procedió a analizar la vigencia de acuerdos comerciales, como una aproximación a las diferencias en los aranceles y requisitos de acceso que existen entre los diferentes países. De esta manera, se puede observar que los países competidores del MERCOSUR, comparativamente presentan un mejor acceso a mercado, en función a los acuerdos vigentes y en negociación.

Principales importadores y exportadores de productos seleccionados Acuerdos bilaterales o regionales vigentes⁶

Destino/Exportador	EE.UU.	UE	China	Australia	Canadá	India	Nueva Zelanda	MERCOSUR
UE	Acuerdo en negociación		-	-	-	-	-	Acuerdo en negociación
China	-	-		Acuerdo comercial	-	Acuerdo comercial	Acuerdo comercial	-
Hong Kong	-	-	Acuerdo comercial	Acuerdo comercial	-	Acuerdo comercial	Acuerdo comercial	-
México	NAFTA	Acuerdo comercial	-	-	NAFTA	-	-	ALADI
Japón	-	-	-	Acuerdo comercial	-	Acuerdo comercial	-	-
Rusia	-	-	-	-	-	-	-	-
EE.UU.		Acuerdo en negociación	-	Acuerdo comercial	NAFTA	-	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a OMC.

Como se desprende del cuadro anterior, el MERCOSUR no posee, al momento de realizarse este trabajo, preferencias comerciales vigentes con los destinos prioritarios seleccionados, lo que lo diferencia negativamente de la mayoría de sus competidores.⁷ Únicamente posee una negociación comercial abierta desde el año 1996 con la UE, aunque por el momento no ha logrado destrabarla y concluirla. Del mismo modo, existen acuerdos de complementación económica con México en determinados sectores, pero no hay acuerdos comerciales como bloque para establecer condiciones de libre acceso arancelarias y no arancelarias.

⁶ A marzo de 2016.

⁷ En la base de OMC no están publicados todos los acuerdos en negociación, tal como el Trans-Pacific Partnership, el que definitivamente modificaría el cuadro expuesto evidenciando un mayor aislamiento de los países del MERCOSUR en relación a sus socios.

La falta de acuerdos comerciales, no sólo atañe a potenciales beneficios arancelarios, sino que, en la mayoría de los casos, las barreras para-arancelarias se vuelven una muy importante barrera de acceso, dificultando potenciales negociaciones de trato equivalente o preferenciales en materia sanitaria y de calidad. De este modo, los requisitos sanitarios, fitosanitarios y de calidad quedan establecidos unilateralmente por los países compradores, y los países exportadores deben dar fiel cumplimiento a la normativa. De esta manera, las certificaciones de origen, las habilitaciones de establecimientos, los controles de residuos y contaminantes se transforman en cargas pesadas que deben afrontar los exportadores del MERCOSUR, frente a competidores que obtienen reconocimientos de equivalencia de sistemas de control y certificación, a consecuencia de la existencia de acuerdos comerciales.

7. Otros mercados importadores netos de alimentos, evaluación de beneficios comerciales y situación de estado acuerdos comerciales

A fin de enriquecer el análisis hemos decidido incluir en este estudio a ciertos mercados no tradicionales, que se caracterizan por tener baja penetración de productos agroalimentarios del MERCOSUR pero forman parte del grupo de países que tienen más dinamismo o han emprendido negociaciones comerciales con competidores de los países del bloque.

En este listado también se encuentra México (esta vez a través de la Alianza del Pacífico), un importante importador neto de alimentos a nivel global, pero también encontramos otros mercados con altos niveles de importaciones como ser los países del MAGREB o algunos países del Golfo.

En ese sentido, los mercados seleccionados bajo estos criterios fueron los siguientes:

- **MAGREB:** Marruecos, Argelia, Túnez, Egipto
- **SACU:** Botsuana, Lesoto, Namibia, Sudáfrica y Suazilandia
- **Alianza del Pacífico:** Chile, Perú, México y Colombia
- **Cooperación del Golfo:** Bahrein, Qatar, Kuwait, EAU y Arabia Saudita

Importaciones posiciones seleccionadas. Mercados alternativos, millones de USD CIF.

País/Bloque	Importaciones Totales	% Mundial	Importaciones Origen ABPU	Market Share
MAGREB	9.301,6	2,0%	1.449,2	15,6%
SACU	2.864,1	0,6%	216,4	7,6%
Alianza del Pacífico	14.698,8	3,2%	1.771,5	12,1%
Cooperación del Golfo	17.532,5	3,8%	2.568,8	14,7%
Total Mercados Alternativos	44.397,0	9,7%	6.005,8	13,5%
Total Mundial	458.300,9	100,0%		

Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

De modo similar que en el caso anterior, se procedió a comparar el acceso a esos mercados que poseen los países socios del MERCOSUR y sus principales competidores globales.

**Principales importadores y exportadores de productos seleccionados
Acuerdos bilaterales o regionales vigentes⁸**

Destino/Exportador	EE.UU.	UE	China	Australia	Canadá	India	Nueva Zelanda	MERCOSUR
MAGREB	Acuerdo comercial con Marruecos	Acuerdo comercial	-	-	-	-	-	-
SACU	-	Acuerdo comercial con Sudáfrica.	-	-	-	-	-	-
Alianza del Pacífico	Acuerdo comerciales bilaterales con todos los miembros	Acuerdo comercial	Acuerdo comercial con Chile y con Perú.	Acuerdo comercial con Chile.	Acuerdo comerciales bilaterales con todos los miembros	Acuerdo bilateral con Chile.	Acuerdo con Chile.	ALADI
Coop. Del Golfo	Acuerdo comercial con Bahrein y Omán	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a OMC.

8. Consideraciones finales

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar una agenda de negociaciones económicas internacionales que promuevan acceso efectivo a mercados de interés para la agroindustria de la región ABPU (MERCOSUR), sobre la base de beneficios económicos, comerciales y sociales.

En tal sentido, nos encontramos frente a un escenario internacional caracterizado por una transición al multipolarismo, en donde los países promueven múltiples negociaciones económicas con bloques y grupos de países en distintas partes del mundo. De hecho, hoy existen más de 60 negociaciones comerciales abiertas y el MERCOSUR no participa de ninguna de ellas. Más aun, los denominados Mega Acuerdos que se encuentran en etapas avanzadas de negociación no incluyen a los países del MERCOSUR.

El MERCOSUR tiene una agenda de relacionamiento externo reducida en términos comparativos y poco orientada a la generación de oportunidades de empleo y desarrollo económico. Actualmente sólo tiene dialogo económico y político actualmente con tres países; Jordania, Túnez y Líbano.

La histórica negociación con la Unión Europea es sin lugar a dudas, la negociación comercial más relevante para el MERCOSUR de los últimos 20 años, pero también es el mayor fracaso, dado que se encuentra abierta desde el año 1996. El 2016 es una oportunidad nueva de alcanzar un acuerdo comercial mutuamente beneficioso, pero para ello el MERCOSUR debe tener una clara vocación negociadora dado que la Comisión Europea no tiene características de ser una burocracia con habilidades negociadoras reales.

La actual situación dentro del MERCOSUR puede brindarnos nuevas oportunidades. El cambio de gobierno en Argentina y las declaraciones públicas de la nueva administración alientan a pensar que existirá una agenda comercial agresiva. Brasil ha dado claras

⁸ A marzo de 2016.

expresiones de interés en tener una agenda activa en particular con la UE y Uruguay como Paraguay están alentando públicamente recuperar una estrategia de inserción internacional. Atento a ello GPS considera necesario proponer un debate abierto que fomente la adopción de una agenda de relacionamiento externo del MERCOSUR para ser lanzada en 2016.

Esta agenda debería estar focalizada en prioridades limitadas a los efectos de provocar éxitos verificables en materia de acuerdos comerciales. Para eso GPS propone estas orientaciones para construir esa agenda como aportes para el debate. La propuesta del GPS se basa en condiciones previas para articular esta estrategia de negociaciones. Dichas condiciones son beneficios económicos, comerciales y sociales que deben reportar los acuerdos comerciales con los potenciales mercados objetivos.

Estas proyecciones justifican la necesidad que el MERCOSUR realice un nuevo esfuerzo por establecer un acuerdo comercial con la UE lo antes posible como prioridad número uno de esta nueva agenda internacional.

A partir de allí, resulta razonable iniciar contactos para establecer las bases de negociaciones comerciales con mercados como Japón que individualmente representan el primer mercado mundial de importaciones de alimentos y que ya cuenta con convenios comerciales con países competidores del MERCOSUR.

Finalmente debería analizarse la conveniencia de iniciar gestiones con Estados Unidos, China y Rusia. El mercado de Hong Kong es un dato interesante pero no se considera relevante para negociar dado que sigue siendo una puerta de acceso al gigante asiático.

En cuanto a mercados no tradicionales, se visualiza la conveniencia de iniciar conversaciones formales con los mercados identificados, dado que son mercados con tasas elevadas de crecimiento de importaciones, poca capacidad de generar autoabastecimiento y baja competitividad industrial en términos relativos.

Particularmente, impacta la importancia comercial que tienen los países que forman el bloque del Golfo, en donde el MERCOSUR había iniciado conversaciones hace una década pero decidió no concluirlos.

En cuanto a la Alianza del Pacífico, si bien es un bloque nuevo y activo no se identifican potencialidades de mejoras de acceso dado que en la mayoría de los casos se encuentra con niveles negociados de preferencias arancelarias superiores al 80% en el marco de ALADI. La excepción es México que tiene únicamente acuerdos de complementación económica en sectores limitados (por ejemplos autos y autopartes).

En conclusión, se considera que los mercados seleccionados en este estudio revisten un potencial significativo de generación de oportunidades comerciales que tienen impactos favorables en materia de puestos de trabajo, ingreso de divisas, inversiones, etc.

Oportunidades para relanzar las negociaciones económicas internacionales del MERCOSUR

Destino/Partida	0201	0202	0203	0204	0206	0207	0210	0303	0306	0402	0405	0406	0504	0713	0805	0808	0901	1006	1207	1502	1602	2008	2009	2301	2309	4402	4403	4409	4802	5201	TOTAL
Korea, South		X	X		X			X	X										X			X				X	X	X		X	11
Malasia		X								X																					2
Mexico	X		X		X	X	X			X			X			X				X										X	10
Nigeria								X		X								X		X											4
Noruega																								X							1
Pakistán														X															X	2	
Rusia		X	X		X	X		X			X	X			X	X				X			X		X						12
Suiza																											X			1	
Tailandia								X																X					X	3	
Turquia														X					X	X								X	X	5	
Venezuela		X								X																				2	
Viet Nam																								X			X		X	3	
UE	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	27
<i>Alemania</i>	X		X	X		X	X				X	X	X		X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	21
<i>Austria</i>																							X				X			2	
<i>Bélgica</i>				X			X		X		X	X					X		X	X	X	X			X			X		12	
<i>Dinamarca</i>							X														X									2	
<i>España</i>								X	X			X	X	X			X		X	X									X	9	
<i>Finlandia</i>																											X			1	
<i>Francia</i>	X		X	X	X	X	X		X		X	X	X		X		X	X			X	X	X		X	X		X	X	20	
<i>Grecia</i>																										X				1	
<i>Irlanda</i>							X																							1	
<i>Italia</i>	X		X	X			X		X		X	X	X	X	X		X							X	X		X	X	X	16	
<i>Países Bajos</i>	X			X		X	X				X	X	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X			X	19	
<i>Polonia</i>			X										X		X							X				X				5	
<i>Portugal</i>								X																						1	
<i>Reino Unido</i>	X		X	X		X	X				X	X			X	X	X	X			X	X	X		X	X		X	X	18	
<i>Suecia</i>																											X			1	

Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

ANEXO II

Países entre los 10 principales destinos de exportación de ABPU
Productos seleccionados- año 2014 (en valor)

Destino/Parti da	020 1	020 2	020 3	020 4	020 6	020 7	021 0	030 3	030 6	040 2	040 5	040 6	050 4	071 3	080 5	080 8	090 1	100 6	120 7	150 2	160 2	200 8	200 9	230 1	230 9	440 2	440 3	440 9	480 2	520 1	TOTAL
Angola			1		1	1	1	1					1													1					7
Arabia Saudita						1				1	1										1					1					5
Argelia	1									1	1			1		1															5
Argentina			1									1												1					1		4
Australia																						1	1					1			3
Bahrein											1																				1
Bangladesh																								1					1		2
Brasil	1	1		1			1			1	1	1		1	1	1		1	1	1						1	1				15
Bolivia																		1								1		1			3
Camerún								1																							1
Canadá															1	1	1											1			4
Chile	1		1							1		1						1		1	1	1		1	1	1			1		12
China		1		1	1	1		1	1	1	1								1	1			1	1		1			1		14
Colombia								1																1	1			1			4
Congo													1																		1
Cuba										1				1				1						1							4
Ecuador																												1			1
Egipto		1			1						1			1																	4
Emiratos Arabes Unidos						1									1																2
Estados Unidos		1						1	1			1			1	1	1		1		1	1	1		1	1		1	1		15
Filipinas																											1				1
Gabón					1																										1
Gambia																		1													1
Georgia			1								1																				2
Hong Kong		1	1		1	1							1									1									6
India														1												1					2
Indonesia																							1						1		2
Irán		1																													1
Israel		1			1													1	1	1			1			1		1			8
Japón						1			1			1					1		1	1			1				1		1		8
Jordania				1																											1
Korea, South								1	1										1							1			1		5
Kuwait						1																									1
Líbano	1																														1
Malasia																													1		1

Oportunidades para relanzar las negociaciones económicas internacionales del MERCOSUR

Destino/Parti da	020 1	020 2	020 3	020 4	020 6	020 7	021 0	030 3	030 6	040 2	040 5	040 6	050 4	071 3	080 5	080 8	090 1	100 6	120 7	150 2	160 2	200 8	200 9	230 1	230 9	440 2	440 3	440 9	480 2	520 1	TOTAL
Marruecos											1																				1
Mexico					1		1					1							1	1											5
Mozambique																								1							1
Niger										1																					1
Nigeria								1		1										1											3
Pakistán																														1	1
Paraguay												1	1												1						4
Perú					1													1						1							4
Rusia	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1		1	1				1		1									16
Senegal																		1													1
Sierra Leona																		1													1
Singapur			1			1																									2
Sudáfrica																								1	1						2
Suiza	1						1																1								3
Tailandia					1				1																					1	3
Tunez				1																											1
Turquía														1					1												3
Ucrania			1										1																		2
Uruguay			1									1								1		1			1		1				6
Venezuela		1	1			1				1	1	1		1				1							1				1		10
Viet Nam									1															1	1		1			1	5
Yemen																										1					1
UE	1	1		1			1	1	1				1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1		1	1		20
Alemania	1			1			1						1			1	1		1		1			1	1				1		11
Bélgica							1										1				1		1						1		5
Dinamarca																													1		1
España	1			1			1	1	1				1	1	1		1				1					1					11
Francia				1									1		1	1	1					1							1		7
Irlanda							1																								1
Italia	1	1					1		1				1	1	1	1	1			1	1	1				1					13
Países Bajos	1			1			1		1						1	1			1	1	1	1	1		1				1		13
Polonia																			1							1					2
Portugal														1																	1
Reino Unido				1			1								1	1	1				1	1	1			1			1		10
Suecia																	1														1

Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.

ANEXO III

**Países entre los 10 principales orígenes de exportación mundial
Productos seleccionados- año 2014 (en valor)**

Origen /Partida	020 1	020 2	020 3	020 4	020 6	020 7	021 0	030 3	030 6	040 2	040 5	040 6	050 4	071 3	080 5	080 8	090 1	100 6	120 7	150 2	160 2	200 8	200 9	230 1	230 9	440 2	440 3	440 9	480 2	520 1	TOTAL
Argentina		X							X	X				X	X	X						X									7
Australia	X	X		X	X				X	X			X	X				X		X				X						X	12
Bielorrusia										X	X																				2
Brasil	X	X	X		X	X	X						X				X	X			X		X				X	X	X	X	14
Burkina Faso																			X										X	2	
Canadá	X	X	X		X				X					X					X	X					X		X	X	X	12	
Chile								X								X								X			X			4	
China								X	X				X	X	X	X		X	X		X	X	X		X	X		X	X		15
Colombia																	X													1	
Corea del Sur								X																						1	
Costa de Marfil																												X	1		
Cuba																									X					1	
Ecuador									X																					1	
EEUU	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	27
Egipto														X	X															2	
Etiopía				X										X			X		X											4	
Filipinas																						X			X					2	
Finlandia																											X			1	
Hong Kong					X	X																								2	
India		X		X				X	X									X	X										X	7	
Indonesia									X								X								X		X	X		5	
Irán													X							X										2	
Japón								X																						1	
Laos																									X	X				2	
Malasia																										X	X			2	
Mali																												X		1	
Marruecos															X															1	
Mexico														X	X															2	
Myanmar														X												X				2	
Nicaragua		X																												1	
Nigeria																			X											1	
Noruega								X																						1	

Oportunidades para relanzar las negociaciones económicas internacionales del MERCOSUR

Origen /Partida	020 1	020 2	020 3	020 4	020 6	020 7	021 0	030 3	030 6	040 2	040 5	040 6	050 4	071 3	080 5	080 8	090 1	100 6	120 7	150 2	160 2	200 8	200 9	230 1	230 9	440 2	440 3	440 9	480 2	520 1	TOTAL	
Nueva Zelanda		X		X						X	X	X	X			X			X							X					9	
Pakistán																		X													1	
Papua Nueva Guinea																										X					1	
Paraguay		X																								X					2	
Perú																								X							1	
Rusia								X																		X					2	
Sudáfrica															X	X															2	
Sudán																			X												1	
Suecia																												X			1	
Suiza																	X														1	
Tailandia							X		X									X			X	X	X	X	X						8	
Tanzania																			X												1	
Turkemenistán																													X		1	
Turquía						X								X								X									3	
Uruguay		X		X														X		X						X					5	
Uzbekistán																													X		1	
Viet Nam									X								X	X						X							4	
UE	X		X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	26
Alemania	X		X		X	X	X			X	X	X	X				X			X	X		X	X	X		X	X			17	
Austria																												X			1	
Bélgica	X		X	X		X	X			X	X	X					X				X		X		X	X					13	
Dinamarca			X		X		X				X	X									X			X							7	
España			X	X	X		X	X					X		X							X	X								9	
Francia	X		X			X				X	X	X				X				X						X					9	
Grecia																						X							X		2	
Hungría						X																			X						2	
Irlanda	X			X	X						X	X								X	X										7	
Italia							X					X				X	X	X				X	X				X				8	
Países Bajos	X		X	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X			X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	20	
Polonia	X		X			X	X			X		X	X			X					X		X			X		X			12	
Portugal											X																	X			1	
Reino Unido				X							X									X			X	X							5	
República Checa																											X				1	

Fuente: Elaboración propia en base a datos CCI.



GRUPO DE PAÍSES PRODUCTORES DEL SUR

GROUP OF PRODUCING COUNTRIES FROM THE SOUTHERN CONE

Contribuyendo a la producción global sustentable de alimentos
Contributing to the global sustainable food production

www.grupogpps.org hgpps@hotmail.com [@GPSLatinAmerica](https://twitter.com/GPSLatinAmerica)