



Pensamiento & Gestión

ISSN: 1657-6276

ISSN: 2145-941X

Fundación Universidad del Norte - Barranquilla, Colombia.

Valencia González, Catherine; Pinzón Muñoz, Carlos Andrés  
Empresas colombianas dinamizadoras del comercio internacional en la Alianza del Pacífico  
Pensamiento & Gestión, núm. 50, 2021, Enero-Junio, pp. 186-216  
Fundación Universidad del Norte - Barranquilla, Colombia.

DOI: <https://doi.org/10.14482/pege.50.658.155>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64670809008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UDEM 

Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

# Empresas colombianas dinamizadoras del comercio internacional en la Alianza del Pacífico

---

## Colombian Companies Boosting International Trade in the Pacific Alliance

Catherine Valencia González

*catherine.valenciag@uniagustiniana.edu.co*

Profesional en Comercio Internacional por la Universidad Cooperativa de Colombia y magíster en Didáctica de las Ciencias por la Universidad Autónoma de Colombia. Docente e investigadora de la Universitaria Agustiniiana (Uniagustiniana).

Carlos Andrés Pinzón Muñoz

*carlos.pinzonm@uniagustiniana.edu.co*

Profesional en Comercio Internacional por Universidad Jorge Tadeo Lozano, especialista en Economía por la Universidad del Rosario y magíster en Desarrollo Sostenible y Medio Ambiente por la Universidad de Manizales. Docente e investigador de la Universitaria Agustiniiana (Uniagustiniana).

## Resumen

Este artículo identificó mediante la sistematización y el análisis de las exportaciones e importaciones las empresas colombianas que dinamizan el comercio internacional en la Alianza del Pacífico. Los resultados describen el comercio intra-Alianza del Pacífico, detallan las importaciones y exportaciones colombianas con Chile, México y Perú por empresa con mayor volumen de comercio y caracterizan las empresas colombianas con flujos comerciales de doble vía. Se muestra que existe una representación significativa de las importaciones de materias primas, insumos y tecnología, que el 80 % de las empresas exportadoras son multinacionales, que el 50 % de las empresas exportadoras se concentran en la industria de productos de higiene y cuidado personal, y que el 70 % presentan balanzas comerciales deficitarias.

**Palabras clave:** *comercio internacional; acuerdos internacionales; importaciones; exportaciones; empresas; Alianza del Pacífico, Colombia.*



## Abstract

This article, through the systematization and analysis of Colombian exports and imports, identifies the Colombian companies that boost international trade in the Pacific Alliance. The results describe intra-alliance trade, detail Colombian imports and exports, by company, with Chile, Mexico, and Peru, and characterize Colombian companies with two-way trade flows. The text shows that there is a significant representation of imports of raw materials, supplies, and technology; that 80% of exporting companies are multinationals; that 50 % of exporting companies are concentrated in the hygiene and personal care products industry; and that 70% show deficit in their trade balances.

**Keywords:** *international trade; international agreements; imports; exports; companies; Pacific Alliance; Colombia.*

## 1. INTRODUCCIÓN

El aumento de la participación de Colombia en varios acuerdos comerciales genera diferentes preguntas en torno a su aprovechamiento y la dinámica de internacionalización en la última década, toda vez que el panorama exportador latinoamericano ha sido poco favorable debido a la alta dependencia de la exportación de *commodities*, la concentración de las exportaciones hacia los Estados Unidos como gran socio comercial y el retroceso de la industria en las producciones nacionales.

La dependencia de *commodities* ha resultado en esfuerzos concentrados en la explotación y exportación de recursos naturales no renovables que pueden traer impactos negativos por la variación de los precios. En el caso de Colombia, la caída de los precios en 2014 impactó seriamente las exportaciones, el empleo y el producto interno bruto (PIB) (Arroyo et al., 2015).

La significativa concentración del comercio con los Estados Unidos traerá consecuencias a mediano plazo, en tanto desde 2017 se ha evidenciado un cambio en la política comercial estadounidense que ha virado hacia un relativo proteccionismo (Krishnakumar, 2018) que genera un fenómeno aislante del comercio (Castillo, 2018).

La reducción de la participación de la industria en los agregados nacionales latinoamericanos coincide con bajas inversiones en investigación y desarrollo a lo largo del tiempo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2019), con la reducción de la participación de América Latina en el PIB global que pasó del 8,6 % en 2009 al 7,7 % en 2018, y con la caída del 9,4 % del PIB regional y del 5,4 % del PIB colombiano (Fondo Monetario Internacional [FMI], 2020).

Sin embargo, a pesar del desalentador panorama, América Latina presenta aspectos positivos que invitan a fortalecer la industria. Según el FMI (2019), los mercados emergentes han aumentado su participación en la industria del 33 al 55 %, al tiempo que han surgido empresas que crecen por encima de las grandes compañías y generan crecimientos anuales del 5,2 % en sus ingresos. Estas empresas han entrado en el grupo de multilatinas (grandes empresas con capital latinoamericano que operan

por fuera de sus países) y son las llamadas a ser puente integrador en la economía regional (Aguiar et al., 2018).

Ese fortalecimiento industrial conlleva preguntas sobre sus posibilidades en el comercio internacional y con ello indagaciones sobre los beneficios que generan los acuerdos comerciales más allá de las desgravaciones arancelarias y los efectos estáticos del comercio, la inhibición o aceleración de la liberalización multilateral, las complicaciones asociadas con la multiplicidad de normas de origen, el tipo de empresas que pueden beneficiarse de los acuerdos comerciales y la relación entre la reducción de barreras internas y la competitividad de empresas regionales.

En ese sentido, como una primera aproximación el objetivo es reconocer las empresas colombianas que a través del comercio internacional han dinamizado la economía en el acuerdo de la Alianza del Pacífico, lo cual se justifica ante la relativa ausencia de estudios nacionales que revelen las características de las empresas y el amplio número de investigaciones que abordan comercio internacional e integración económica mediante el desempeño sectorial, que incluye el número de operaciones comerciales, los volúmenes de comercio y las balanzas comerciales, de manera que se hace un aporte al estudio de los negocios internacionales desde la nueva teoría del comercio internacional y las investigaciones recientes sobre integración económica que reconocen la relevancia de las empresas en el comercio internacional y su papel en las políticas comerciales.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

El trabajo de investigación fue soportado en el concepto de multilateralismo y en el andamiaje teórico de la competencia monopolística en mercados internacionales (abiertos). Este apartado presenta los aspectos relevantes seleccionados.

### 2.1. Multilateralismo

Algunos economistas consideraron si el regionalismo aceleraba o inhibía la liberalización multilateral del comercio, ya que normalmente esta se da en formas bilaterales o de doble vía: “los acuerdos comerciales tienen

calidad bilateral, que liberaliza a los estados miembros, pero discrimina a los terceros” (Panagariya y Bhagwati, 1999).

Asimismo, la proliferación de acuerdos comerciales preferenciales plantea el peligro de un *spaghetti bowl* que se contrapone a los postulados de la teoría de integración económica convencional (Balassa, 1964). En esencia, cuando las barreras comerciales (incluidos los derechos arancelarios) varían según su origen haciéndose más complejas y específicas a cada acuerdo, operacionalizar los acuerdos será cada vez más difícil y llegará el momento en que las multinacionales se vuelvan verdaderamente globales para aprovechar la identificación del contenido local, por tanto, el origen de la comercialización de los bienes y servicios va a carecer de sentido (Panagariya y Bhagwati, 1999).

Por tanto, los acuerdos comerciales como instrumentos de política comercial propuestos por los países que buscan facilitar el acceso a mercados derivan en empresas que hacen uso de las operaciones de comercio exterior, decidiendo no solo el destino de sus exportaciones, sino también el origen de los insumos y la localización geográfica de sus plantas de producción. Ciertamente, son las empresas las que adoptan los acuerdos comerciales y los materializan en forma de negocios, y cumplen con las distintas reglamentaciones pactadas en dichos acuerdos.

Así, “la revolución de la cadena de valor global ha cambiado el comercio y los acuerdos comerciales. El comercio ahora es importante para fabricar bienes y venderlos” (Baldwin, 2013). A su vez, en la eliminación de las fronteras económicas y el aumento de la competencia, aparecen continuamente ganadores y perdedores. Los ganadores en general son los sectores o las empresas más competitivos del espacio integrado, su superior competitividad se apoya unas veces en los menores costos laborales y otras en la diferenciación productiva basada en los niveles tecnológicos más elevados, en otras palabras, las empresas competitivas son las ganadoras en los procesos de integración (Petit, 2014).

De esta manera, en la actualidad, la crisis del multilateralismo se da fácticamente por el plurilateralismo de los acuerdos que configura un escenario favorecedor para algunos países y, en consecuencia, un aumento sustancial

de obstáculos técnicos al comercio (OTC), dada la rigurosidad documentaria en admisibilidad y otras normas de carácter administrativo.

## 2.2. Competencia monopolística

La competencia monopolística se conoce como una forma de competencia imperfecta, en que un número limitado de oferentes en el mercado tienen poder para influir en los precios de sus productos. Este poder es otorgado por la diferenciación de los bienes ofrecidos. En los modelos de competencia monopolística, se parte de dos supuestos: a) cada empresa puede diferenciar su producto del de sus rivales y b) cada empresa ignora el efecto de su propio precio sobre los precios de las otras empresas (Krugman y Obstfeld, 2006, pp. 125-126).

Claramente, esta explicación está asociada con oligopolios, aunque en la praxis a corto plazo la competencia monopolística se comporta como un monopolio, ya que las empresas tienen poder de mercado y consecuentemente libertad de entrada y salida en el mercado. Este tipo de empresas se verán beneficiadas del comercio por el aumento del tamaño del mercado:

Mediante el comercio con otros y, por tanto, formando un mercado mundial integrado que es más grande que cualquier mercado nacional individual, las naciones pueden reducir estas restricciones. Cada país puede especializarse en la producción de un menor número de productos de lo que lo haría en ausencia del comercio. (Krugman y Obstfeld, 2006, p. 130)

En consecuencia, en la ampliación de mercado, a través del comercio se generan economías de escala internas y externas: las economías de escalas internas se dan cuando los costos unitarios dependen del tamaño de la empresa individual, mientras que las economías de escala externas aparecen cuando los costos unitarios dependen del tamaño de la industria, pero no directamente del tamaño de cada una de las empresas que conforman la industria (Krugman et al., 2012).

En esa dirección, la Alianza del Pacífico es un ejemplo de ampliación de mercado mediante la eliminación de restricciones al comercio, en que la especialización productiva y el comercio generan oportunidades de ganancia mutua, aun cuando no haya diferencia en recursos y tecnología

entre los países participantes. Sería de esperar, gracias a la competencia monopolística, que empresas con economías de escala y poder de mercado fuesen dinamizadoras del comercio entre los países del acuerdo.

### 3.METODOLOGÍA

La investigación construye un *ranking* por volúmenes de comercio (valor de las exportaciones, valor de las importaciones) para empresas con asiento en Colombia, en la Alianza del Pacífico en el periodo 2015-2019. Los datos fueron obtenidos a través de la interfaz del Archivo Nacional de Datos (ANDA) en el Sistema Estadístico Nacional (SEN) de Colombia que permite la descarga de metadatos y microdatos anonimizados en el módulo de comercio internacional donde se encuentran registradas las importaciones y exportaciones mensuales nacionales en formatos SAV y TXT.

Las variables se seleccionaron según la operación de comercio exterior a analizar. En el caso de importaciones de 44 variables disponibles, se emplearon: país de origen (códigos: Chile 211, México 493, Perú 589), posición arancelaria (NABAN), valor CIF en dólares de la mercancía (VA-CID), NIT y razón social del importador (RZIMPO). Mientras que en exportaciones de 29 variables disponibles se utilizaron código país destino (PAIS), posición arancelaria (POSAR), valor total FOB dólares (FOBDOL), NIT y razón social del exportador (RAZ\_SIAL).

El análisis e interpretación de las mediciones se hizo a partir de la suma de los valores CIF (para las importaciones) y valores FOB (para las exportaciones), en dólares por empresa (identificada por NIT) en el periodo de estudio. De igual manera, se agruparon importaciones y exportaciones por subpartida arancelaria para identificar los productos más representativos. La consolidación trabajó con más de 8 millones de datos cuantitativos para el estudio.

A continuación, antes de los resultados de los análisis de importaciones y exportaciones por subpartida arancelaria y la identificación de las empresas, se presenta el contexto de la Alianza del Pacífico.



### 3.1. Alianza del Pacífico

En la actualidad, la Alianza del Pacífico es el acuerdo comercial regional más ambicioso para Colombia. Busca la articulación política, económica, de cooperación y de integración para el crecimiento y la competitividad de sus países miembros (Chile, Colombia, México y Perú), con el fin de hacer de este un bloque económico potencia mundial en los negocios internacionales, enfocando sus esfuerzos en el mercado litoral asiático, a través de un proceso de integración abierto e incluyente, promotor del libre comercio como motor de desarrollo (Alianza del Pacífico, 2016).

La Alianza del Pacífico surge en 2011 y su aparición ha alterado el mapa del regionalismo latinoamericano ante las nuevas tendencias internacionales como los megaacuerdos regionales: el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés) o el (TTIP por sus siglas en inglés), pero también como expresión de la situación crítica de regionalismos previos como la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (Mercosur) (Chaves, 2018). Su objetivo principal es la conformación gradual de un mercado común, definido bajo las siguientes condiciones: la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos a través de la supresión de aranceles aduaneros en cuanto a derechos, restricciones y demás inherentes, así como la adopción de unas políticas económicas y sectoriales comunes entre los involucrados. Además, impulsa el desarrollo, el crecimiento y la competitividad de las economías pudiéndose convertir en plataforma de articulación, política, integración económica y comercial con proyección estratégica a Asia-Pacífico, los Estados Unidos y la Unión Europea (UE), dado que su posición geopolítica se extiende también al Atlántico (Arévalo, 2014; Ardila, 2015; Bertasaghi y Melgar, 2013).

Precisamente, la Alianza del Pacífico es considerada una propuesta nueva y fresca del regionalismo abierto, se caracteriza, igual que algunos de sus posibles socios estratégicos de Asia, por enfocarse en el desarrollo dinámico y la interdependencia de los mercados a través de un proceso de integración abierta y flexible, de una asociación concertada pero voluntaria, una profundización de interdependencia económica. Lo anterior muestra que la Alianza del Pacífico posee estructuras no discriminatorias

y apertura a nuevos miembros bajo la aplicación de la cláusula de nación más favorecida para permitir la liberalización comercial conjunta, que, además, no se concederá algún tipo de poder a organismos supranacionales, facilitará la inversión, promoverá la liberalización y brillará por su ausencia de un líder hegemónico (Chaves, 2018).

A su vez, la Alianza del Pacífico se destaca como proyecto regional novedoso heredero del regionalismo abierto, con rasgos específicos que le imprimen una identidad propia, aún en construcción, y hace parte de la transición que atraviesa ese nuevo multilateralismo fomentando un multilateralismo cooperativo y complementario, que, además, se vuelve una alternativa para aumentar el comercio extrarregional (Ardila, 2015; Chaves, 2018).

La Alianza del Pacífico es un acuerdo comercial preferencial (ACP) de alcance regional, el cual se estableció en 2011, entró en vigor en el 2016, con las desgravaciones arancelarias, a través del protocolo comercial. Aun así, antes del acuerdo, Colombia ya presentaba preferencias arancelarias con cada uno de los países: con Chile desde el 8 de mayo de 2008 cuando entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio Chile-Colombia y con México desde el G3 (Colombia, México y Venezuela) cuando la primera etapa entró en vigor el 1 de enero de 1995.

En 2006, Venezuela se retira del G3, con lo cual se dio paso al G2, que posteriormente fue renegociado durante dos años para dar lugar al protocolo modificadorio. La vigencia del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia comienza el 2 de agosto de 2011 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Min-Comercio], 2021). A su vez, con Perú se han profundizado las relaciones comerciales en la CAN (Prado, 2018).

Una diferencia entre la CAN y Mercosur respecto de la Alianza del Pacífico es que de manera natural se ha venido incrementando el comercio intrarregional, que ha incrementado las ventajas comparativas y en especial el crecimiento y la estabilidad macroeconómica que tienen los cuatro países integrantes, lo cual permitiría generar cadenas de valor en el bloque y su vinculación a cadenas de valor global de carácter intraindustrial. Así, una de las formas para promover y consolidar la Alianza del Pacífico

es expandir las zonas de libre comercio sin aspirar a crear posteriormente uniones aduaneras, desmarcándose del modelo europeo y de la experiencia de la CAN y Mercosur (Chaves, 2018).

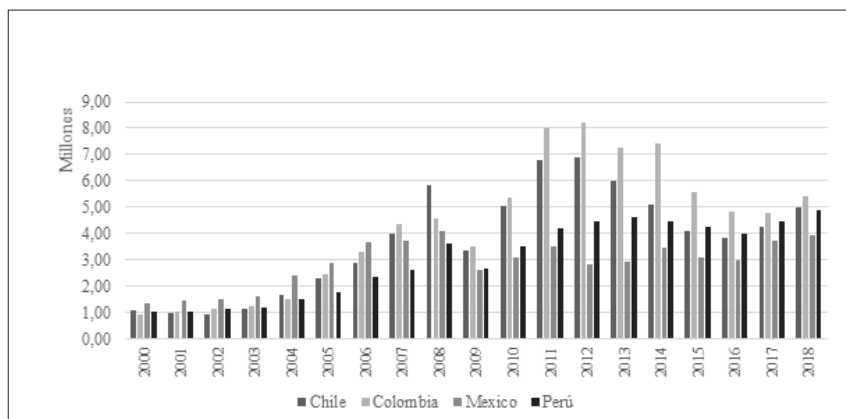
La Alianza del Pacífico genera alianzas productivas distinguidas por el intercambio de ida y vuelta. Existen oportunidades de cadenas de valor en industria liviana entre Colombia y Chile, de química básica entre México y Colombia, y de agroindustria entre Perú y Colombia. Asociado a lo anterior, el potencial comercial no solo está en lo que pueden venderse entre sí, sino en lo que a mediano y largo plazo se estima demandaría el mercado mundial: “

Hay 97 sectores posibles, entre los que producen bienes intermedios y de capital, y bienes de consumo que se pueden aprovechar. En cada país hay entre 4 y 8 de bienes intermedios y entre 6 y 8 de bienes de consumo” (Ardila, 2015, p. 254).

Bajo este esquema, la promesa de valor de la Alianza del Pacífico es atractiva cuando hay una fuerte producción de *commodities*, complementariedad productiva para las diferentes industrias y socios comerciales altamente importadores. En atención a que no es una relación comercial nueva, sino que en diferentes acuerdos se ha fortalecido a largo del tiempo, y hoy cobra una nueva faceta en Alianza del Pacífico.

Ahora bien, el comercio intra-Alianza del Pacífico sugiere que no es una relación comercial nueva e incipiente, sino que, por el contrario, es una relación que se sustenta y fortalece a lo largo del tiempo en diferentes acuerdos comerciales bilaterales. Las cifras de comercio intra-Alianza del Pacífico en el siglo XXI muestran flujos todos los años con picos entre 2001 y 2015. En millones de dólares, las importaciones muestran un crecimiento paulatino desde 2000 hasta 2007 para todos los países, en que Chile aumenta sus importaciones a los países de Alianza del Pacífico, mientras que México y Perú registran un comportamiento normal longitudinalmente. Entre 2000 y 2018, el país que más importaciones realizó, desde los países de Alianza del Pacífico, fue Colombia en 2012, superando los US\$8000 millones, seguido de Chile que en ese año registró casi US\$7000 millones, mientras que para Perú el año de mayor importación

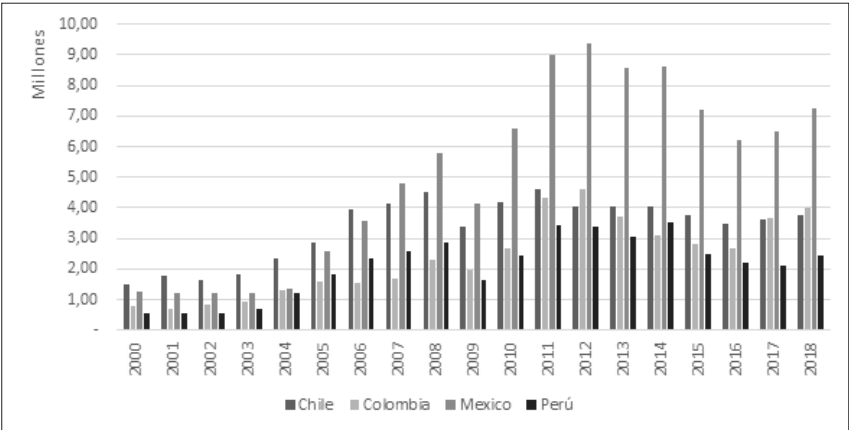
fue 2018, cuando llegó a casi US\$5000 millones. El país con menor volumen de compra en la Alianza del Pacífico es México, que registró en 2008 un poco más de US\$4000 millones (figura 1).



Fuente: UNCTAD (2020).

**Figura 1.** Importaciones intra-Alianza del Pacífico

Con respecto a las exportaciones intra-Alianza del Pacífico durante la primera mitad de la década del siglo XXI, Chile es el principal exportador, a partir de 2007 México registra mayores exportaciones hasta la actualidad y duplica el valor exportado de los demás países como Chile, Colombia y Perú de manera individual. Las exportaciones de Chile, Colombia y Perú son semejantes a largo del tiempo con aumentos leves hasta 2012, posteriormente se muestra una tendencia decreciente de las exportaciones a los países de la Alianza del Pacífico. Los años de mayor volumen de exportaciones son 2011-2015.



Fuente: UNCTAD (2020).

Figura 2. Exportaciones intra-Alianza del Pacífico

Visiblemente el comercio intra-Alianza del Pacífico es el resultado de la suma de esfuerzos bilaterales entre los países miembros, ya que el protocolo comercial entra en vigor en mayo de 2016, y efectivamente hay un flujo comercial importante en años anteriores.

Específicamente, Colombia presenta déficit en su balanza comercial con la Alianza del Pacífico, en que se importa principalmente de México (tabla 1). En cuanto a las exportaciones, estas son homogéneas al resto de Estados parte: en promedio US\$5000 millones en los últimos cinco años.

Tabla 1. Sumatoria total operaciones comerciales,  
2015-2019 (Dolares americanos (USD))

País	Importaciones	Exportaciones
Chile	3 576 738 316	4 153 378 522
México	18 527 587 228	5 843 457 180
Perú	3 782 153 519	4 962 266 469
Total	25 886 479 063	14 959 102 171

Fuente: elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

## 4. RESULTADOS

Los hallazgos se consolidaron en tablas y figuras que sintetizaron aspectos relevantes del comercio de la Alianza del Pacífico en relación con las empresas que se consolidan como importadoras y exportadoras, junto con las que aprovechan el acuerdo en doble vía del comercio.

### 4.1. Comercio con Chile

Con respecto a la importación, los productos que con mayor volumen se nacionalizan en Colombia provenientes de Chile son manzanas (0808.10.00.00) con un promedio anual de 77 millones, cigarrillos (2402.20.20.00), por 60 millones año y una disminución del 30 % durante 2018 y 2019. Alambre de cobre (8081.00.00.00) con una media de importación de 55 millones excepto a 2019 cuando el valor registrado fue de 9.8 millones aproximadamente, seguido se encuentran papeles y cartones multicapas (4810.92.00.00) con 27 millones media anual y los vinos (2204.21.00.00) aproximadamente con 24 millones año.

Por tanto, las empresas colombianas que más volumen de importaciones registran son British American Tobacco y Procables. Se observa en la tabla 2 que, de las 10 empresas, el 40 % pertenecen al sector de alimentos como Nestlé, Almacenes Éxito, Frutcom y El Gran Langostino, y el 20 % a la industria de cables como Procables y Nexans. Mientras que otro 20 % está en fabricación y comercialización de celulosa y manufacturas de madera como Arauco y Masisa. Por su parte, Renault está dedicada al ensamble y comercialización de automóviles.

**Tabla 2. Empresas colombianas con mayor volumen de importación con Chile**

Empresa	Valor en US\$
British American Tobacco Colombia S.A.S	260 031 907
Productora de Cables Procables S.A.S C.I.	169 239 761
Arauco Colombia S.A.	116 290 881
Nexans Colombia S.A.	95 672 603
Nestlé de Colombia S.A.	87 726 983

*Continúa...*

Empresa	Valor en US\$
Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S	69 994 161
Almacenes Éxito S.A.	56 577 293
Masisa Colombia S.A.S.	56 130 164
Frutcom S.A.S	4 984 131
El Gran Langostino S.A.S	47 751 234

**Fuente:** elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

En cuanto a las exportaciones colombianas con destino a Chile, se destacan los bienes como hulla térmica (2701.12.00.10) por un valor de US\$387 millones anuales, con incrementos sustanciales en 2017 y 2018. Vehículos (8703.23.90.90) con una media de anual de US\$38,5 millones y un incremento relevante en 2017. Confitería a base de caña de azúcar (1701.99.90.00) con una media anual de US\$33 millones y una contracción importante a 2016 con un valor de exportación de aproximadamente US\$13 millones. Gasolina para reactores y turbinas (2710.12.92.00) por US\$21 millones en promedio. Y el quinto bien más exportado es medicamentos para uso humano (3004.90.29.00) con una media anual de US\$11 millones.

En consecuencia, las empresas colombianas con mayor volumen de exportación a Chile en 2015-2019 (tabla 3) en su 60 % pertenecen al sector de minería e hidrocarburos como Cerrejón, Drummond, la C.I. Natural Resources, Terpel y Prodeco. El 20 % del sector de alimentos como Azúcares y Miele y Team Food. Bel-Star dedicada a la fabricación y comercialización de productos de cuidado personal y maquillaje. Para cerrar, se encuentra la ensambladora y comercializadora de autos Renault con comercio de doble vía con Chile.

**Tabla 3.** Empresas colombianas con mayor volumen de exportación hacia Chile

Empresa	Valor en US\$
Carbones del Cerrejón Ltda.	670 654 031
Drummond Ltda.	434 202 895
Cerrejón Zona Norte S.A.	397 175 476

*Continúa...*

Empresa	Valor en US\$
C. I. Colombian Natural Resources S.A.S.	312 402 266
Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.	204 241 576
Organización Tèrpel S.A.	105 715 078
C.I. de Azúcares y Miele S.A.	99 556 902
C.I. Prodeco S.A.	87 535 503
Bel-Star S.A.	81 048 502
Team Foods Colombia S.A.	49 590 755

Fuente: elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

#### 4.2. Comercio con México

Con respecto al comercio con México, los productos más importados son aparatos de TV, con tecnología LED (8528.72.00.40) con una media anual de US\$471 millones, seguido de vehículos de 1500 cm<sup>3</sup> a 3000 cm<sup>3</sup> (8703.23.90.90) por US\$458 millones anuales con una contracción importante en 2019. Mientras que los vehículos entre 1000 cm<sup>3</sup> y 1500 cm<sup>3</sup> (8703.22.90.90) registran una media anual de US\$116 millones, las barras de hierro laminadas sometidas a torsión (7214.20.00.00) registran una media de US\$108,6 millones por año y por último máquinas automáticas para procesamiento de datos con una media anual de US\$83 millones con tendencia a la reducción.

Por tanto, las empresas colombianas que mayores importaciones registran de México son las relacionadas con la industria automotriz. El 30 % que lidera este sector son Nissan, Mazda y General Motors, y las comercializadoras de electrónica y tecnología como Samsung y LG. También son importantes empresas del sector minero-energético como Ecopetrol, Tenaris y Targa. Con menor representación, pero no menos importante, aparece Procter & Gamble en el sector de productos de aseo y cuidado personal (tabla 4).



Tabla 4. Empresas colombianas con mayor volumen de importación con México

Empresa	Valor en US\$
Samsung Electronics Colombia S.A.	1 455 827 199
Distribuidora Nissan S.A.	1 062 101 556
LG Electronics Colombia Ltda.	884 469 893
Mazda de Colombia S.A.S.	831 121 049
General Motors Colmotores S.A.	726 731 418
G y J Ferreterías S.A..	485 900 172
Procter & Gamble Colombia Ltda.	442 018 515
Ecopetrol S.A.	432 306 901
Tenaris Tubo Caribe Ltda.	407 388 553
Trafigura Energy Colombia S.A.S.	364 159 465

Fuente: elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

Concerniente a las exportaciones con destino al país azteca, organizadas por volumen en valores FOB, se tienen en los últimos cinco años hullas térmicas (2701.12.00.10) con una media anual de 265 millones, vehículos (8703.23.90.90) por US\$156 millones anuales con un alza significativa a 2017, coques y semicoques de hulla (2704.00.10.00) con una media anual de US\$105 millones con una tendencia altamente creciente, aceites en bruto (1511.10.00.00) aproximadamente US\$36 millones por año. El conjunto de productos se cierra con combustibles livianos para reactores y turbinas (2710.12.92.00) con una media anual de los casi US\$30 millones.

Con este panorama exportador, el 50 % de las empresas que se consolidan en el mercado mexicano son de la industria minero-energética como Prodeco, Drummond, C.I. Milpa, Carbocoque y Terpel. En la tabla 5, se observa que, además, hay una participación importante con empresas como Polipropileno del Caribe dedicada a la fabricación de plástico en formas primarias, Bel-Star en el sector de cuidado personal y maquillaje, Bayer multinacional químico-farmacéutica y Fedecafé, la agremiación nacional encargada de la comercialización internacional del café de Colombia.

**Tabla 5.** Empresas colombianas con mayor volumen de exportación hacia México

Empresa	Valor en US\$
C.I. Prodeco S.A.	968 849 382
Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S.	788 073 544
Polipropileno del Caribe S.A.	192 652 095
Drummond Ltda.	167 076 083
Comercializadora Internacional Milpa S.A.	153 401 406
Bel-Star S.A.	135 347 988
C.I. Carbocoque S.A.	130 316 423
Bayer S. A.	128 232 919
Organización Terpel S.A.	117 003 359
Fedecafé	90 978 687

Fuente: elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

#### 4.3. Comercio con Perú

Con Perú, Colombia tiene una relación dentro del multilateralismo asociado a la CAN desde 1970, en que las importaciones que hacen las empresas colombianas con origen peruano son mayoritariamente de los productos de manufacturas de cobre refinado (7408.11.00.00) con una media anual de US\$132,5 millones, seguido se encuentran los combustibles de aceites livianos (2710.12.99.00) con US\$70 millones anuales, pero con disparidad respecto de los datos de 2018 y 2019, en que no hay registros, manufacturas del plástico (3920.20.90.00) con una media US\$28 millones por año. Confeitería a base de caña de azúcar (1701.99.90.00) registró US\$26 millones promedio anual, con un alza del 90 % para 2019. Cierra el grupo el cinc sin alear (7901.11.00.00) con un promedio anual de US\$21,6 millones sin tendencia o rasgo en particular.

Desde la perspectiva importadora, las empresas con mayor volumen de compra en Colombia están asociadas a las materias primas e insumos como Cables de Energía y Telecomunicaciones y Nexans importadoras de hilos de cobre para la elaboración de cableados, y Ecopetrol en la importación de combustibles livianos. Mientras que las otras compañías como

Bel-Star y Yambal del sector de cuidado personal y maquillaje, Quimpac productora de cloro de soda, Mondelez multinacional del sector de *snacks*, Acerías productora y comercializadora de productos de acero galvanizado y laminado. Materiales Emo perteneciente a la cerámica con productos como pisos, paredes, sanitarios y enchapes, en tanto que la C.I. Tequendama se dedica a la producción y comercialización de aceites *premium*.

**Tabla 6.** Empresas colombianas con mayor volumen de importación de Perú

Empresa	Valor en US\$
Cables de Energía y de Telecomunicaciones S.A.	574 146 531
Ecopetrol S.A.	207 578 955
Bel-Star S.A.	144 413 044
Nexans Colombia S.A.	129 831 728
Quimpac de Colombia S.A.	128 107 363
Yanbal de Colombia S.A.S.	118 474 482
Mondelez Colombia S.A.S.	99 791 488
Acerías de Colombia - Acesco S.A.S.	85 924 052
Materiales Emo S.A.S.	72 149 837
C.I. Tequendama S.A.S.	70 745 537

**Fuente:** elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

Las exportaciones que hacen las empresas colombianas a Perú son aceites crudos de petróleo (2709.00.00.00) con una media anual de US\$144 millones con tendencia creciente, seguido están los artículos de confitería a base de caña de azúcar (1701.99.90.00) con un promedio de US\$58 millones año. Los jabones (3402.20.00.00) registran una media anual de US\$25 millones con tendencia progresiva. Polipropileno (3902.10.00.00) por US\$24,6 millones anuales con una disminución a 2019. Y este grupo de productos lo cierran los perfumes y aguas de tocador (3303.00.00.00) con US\$22 millones anuales aproximadamente, comportamiento sin mayores variaciones en el periodo.

Por tanto, las empresas que más exportan al mercado peruano son Ecopetrol, Trafigura y Terpel, el 30 % en el sector de hidrocarburos, Polipro-

pileno exportación de materias primas y Kimberly empresa reconocida en la industria de papel, con una participación empresarial del 30 %. También las compañías dedicadas a los productos de higiene y cuidado personal Bel-Star, Colgate Palmolive y Procter & Gamble. Este *ranking* lo cierran dos empresas en el sector de alimentos: Azúcares y Miele y Manuelita, dedicadas a la producción y comercialización de caña de azúcar y confitería (tabla 7).

**Tabla 7. Empresas colombianas con mayor volumen de exportación hacia Perú**

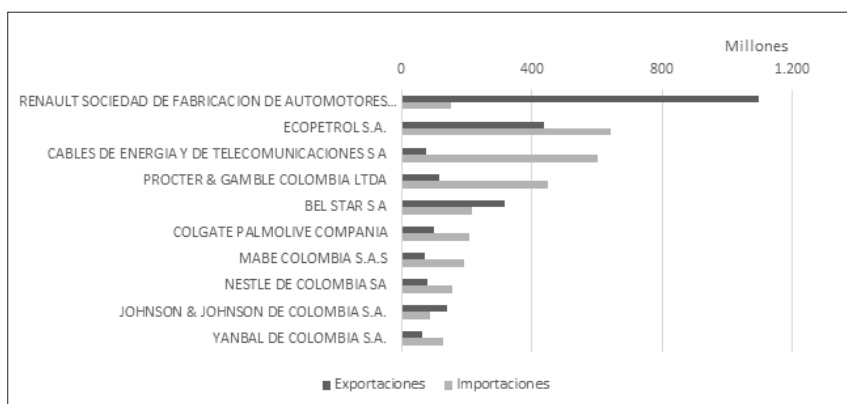
Empresa	Valor en US\$
Ecopetrol S.A.	373 320 055
C. I. Trafigura Petroleum Colombia S.A.S.	191 728 913
Polipropileno del Caribe S.A.	160 962 904
Colombiana Kimberly Colpapel S.A.	116 976 933
Bel-Star S.A.	100 785 508
Colgate Palmolive Compañía	95 408 592
Procter & Gamble Colombia Ltda.	94 327 903
Organización Terpel S.A.	83 988 809
C.I. de Azucars y Miele S.A.	80 045 252
Manuelita S.A.	78 657 227

Fuente: elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

#### 4.4. Empresas dinamizadoras del comercio internacional en la Alianza del Pacífico

Hasta aquí pareciera que buena parte del comercio entre Colombia y la Alianza del Pacífico se pudiera explicar desde la nueva teoría del comercio en que el comercio internacional no es exclusivamente una forma de satisfacer el mercado interno por complementariedad productiva, sino que también es sinónimo de economías de escala, competencia monopolística y comercio intraindustrial. Se identifican las empresas colombianas que durante el periodo 2015-2019 han aprovechado la plataforma comercial de la Alianza del Pacífico para hacer importaciones con exenciones totales o parcial de tributos aduaneros amparados en la legislación nacional (Decreto 2685 de 1999, Decreto 390 de 2016 y Decreto 1165 de 2019).

Los resultados muestran que solo las grandes empresas de manufactura y comercio son eficaces aprovechando el acuerdo comercial de la Alianza del Pacífico. Respecto de su actividad, se encontró que el 100 % son productoras y comercializadoras de diferentes bienes (figura 3). De estas, cinco de diez empresas están dedicadas a productos de higiene y cuidado personal, una es petrolera, una es productora de cables, una ensambla vehículos, una produce y comercializa electrodomésticos y una es del sector alimenticio. De esas empresas, el 80 % son multinacionales con plantas de producción en el país y el 20 % son nacionales.



Fuente: ANDA-SEN (2020).

**Figura 3.** Sumatoria total en las operaciones comerciales de empresas colombianas en la Alianza del Pacífico entre 2015 y 2019.

Renault Sociedad de Fabricación de Automotores, empresa de origen francés, con cincuenta años en el mercado nacional, dedicada a la producción y comercialización de vehículos, como se muestra en la tabla 8, con tendencia exportadora, importa principalmente cajas de cambio (8708.40.10.00), vehículos para el transporte de mercancías (8704.21.10.00), manufacturas de vidrio contrachapados y templados (7007.21.00.00 y 7007.11.00.00) y dispositivos de conexión eléctrica para automóviles (8708.29.50.00). Exporta vehículos (8703.23.90.90, 8703.23.10.90, 8703.22.90.90), parachoques (8708.10.00.00) y aparatos reproductores de sonido o grabación (8527.21.00.00).

Ecopetrol S. A., empresa nacional con sesenta y nueve años en el mercado, dedicada a la exploración, producción, transporte, refinación y comercialización petroquímica. Obsérvese en la tabla 8 que registra una tendencia importadora con déficit comercial en la Alianza del Pacífico. Importa mayoritariamente aceites livianos de material bituminoso (2710.12.99.00), tubos de cobre (7411.29.00.00), iniciadores y aceleradores de reacción y preparaciones catalíticas (3815.90.00.00), bombas centrífugas monocelulares (8413.70.19.00), motores de corriente alterna polifásicos (8501.53.00.00), así como combustibles (2709.00.00.00 y 2710.19.22.00) y manufacturas de plástico (3926.90.90.90).

Cables de Energía y Telecomunicaciones S. A., empresa nacional, con setenta y seis años en el mercado, manufacturera de cables para energía y comunicaciones, con déficit comercial en la Alianza del Pacífico, importa principalmente alambres de cobre (7408.11.00.00), alambre de aluminio sin alear (7605.11.00.00), alambre para bobinas de cobre (8544.11.00.00), cátodos de cobre refinado (7403.11.00.00) y poliamidas (3908.10.10.00), y exporta conductores eléctricos de cobre (8544.49.10.90, 8544.49.10.00, 8544.49.90.00, 8544.60.90.00) y cables para electricidad (7614.90.00.00).

Procter & Gamble Colombia Ltda. es una empresa estadounidense con ciento ochenta y tres años en el mercado y treinta años en el país. Se dedica a la producción y comercialización de productos de consumo de higiene y cuidado personal. En la tabla 8, se observa una tendencia importadora en la Alianza del Pacífico. Importa champús (3305.10.00.00), máquinas de afeitar (8212.10.20.00), medicamentos para la venta al por menor (3004.90.29.00), jabones (3402.20.00.00), desodorantes corporales y antitranspirantes (3307.20.00.00), y exporta jabón (3402.20.00.00), aceleradores de fijación y colorantes de la industria química (3809.91.00.00), máquinas de afeitar (8212.10.20.00), preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética (3302.90.00.00) y cepillos de dientes (9603.21.00.00).

Bel-Star S.A., empresa nacional con treinta y tres años en el mercado colombiano, se dedica a la fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, así como perfumes y preparados de tocador. En

la tabla 8, se evidencia tendencia exportadora, con superávit comercial en la Alianza del Pacífico. Importa frascos de vidrio (7010.90.40.00), productos editoriales, impresos publicitarios, catálogos (4911.10.00.00), envases y tapas de plástico (3923.50.90.00 y 3923.90.00.00), sustancias odoríferas (3302.90.00.00), exporta perfumes y aguas de tocador (3303.00.00.00), preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (3304.99.00.00), maquillaje para labios (3304.10.00.00), maquillaje para ojos (3304.20.00.00) y polvos compactos (3304.91.00.00).

Colgate Palmolive Compañía es una empresa estadounidense con doscientos catorce años en el mercado y setenta y siete años en Colombia. Dedicada a fabricación, distribución y venta de productos de cuidado personal y limpieza en tres grandes categorías: higiene bucal, higiene personal y limpieza del hogar. En la tabla 8, presenta una tendencia importadora con los países de la Alianza del Pacífico. Importa dentífricos (3306.10.00.00), jabones (3402.90.99.00 y 3402.20.00.00), tapas de plástico (3923.50.90.00), desodorantes corporales y antitranspirantes (3307.20.00.00), y exporta jabón de tocador (3401.11.00.00), dentífricos (3306.10.00.00), aceleradores de fijación y colorantes de la industria química (3809.91.00.00), desodorantes corporales y antitranspirantes (3307.20.00.00) e hilo dental (3306.90.00.00).

Mabe Colombia S.A.S. es una empresa mexicana con setenta y seis años en el mercado y veinticinco años en Colombia, dedicada a diseñar, producir y distribuir electrodomésticos. La tabla 8 muestra un déficit comercial. Importa compresores para equipos frigoríficos (8414.30.91.00), lavadoras y secadoras (8450.20.00.00), refrigeradores y congeladores (8418.10.90.00), resistencias calentadoras (8516.80.00.90) y termostatos (9032.10.00.00), exporta variedad de refrigeradores y congeladores (8418.10.20.00, 8418.10.90.00, 8418.10.30.00, 8418.21.20.00, 8418.21.30.00).

Nestlé de Colombia S.A., empresa suiza con ciento cincuenta y cuatro años en el mercado y setenta y seis años en Colombia, se dedica a la fabricación y comercialización de productos alimenticios. En la tabla 8, registra un déficit comercial con los países de la Alianza del Pacífico. Importa fórmulas lácteas para niños de hasta 12 meses (1901.10.10.00), preparaciones

para la alimentación de lactantes o niños de corta edad (1901.10.91.00), productos a base de cereales (1904.10.00.00), esencias o concentrados a base de café (2101.12.00.00) y extractos de malta (1901.90.10.00), exporta demás extractos de malta (1901.90.90.00), extractos, esencias y concentrados (210.11.10.09), galletas dulces (1905.31.00.00), leche condensada (0402.99.10.00) y galletas saladas (1905.90.10.00).

Johnson & Johnson de Colombia S.A., empresa estadounidense con ciento treinta y cuatro años en el mercado y cincuenta y ocho años en el país. Se dedica a investigación, desarrollo, fabricación y venta de productos diversos en el campo de aseo, cuidado personal y la salud. Registra un superávit comercial para con los países de la Alianza del Pacífico. Importa principalmente instrumentos y aparatos de medicina (9018.90.90.00), instrumentos y aparatos electro-médicos (9018.90.10.00), hilos reabsorbibles estériles y ligaduras estériles similares, para suturas quirúrgicas (3006.10.10.00), jabón de tocador (3401.11.00.00) y jeringas, agujas, catéteres, cánulas e instrumentos similares (9018.39.00.00), exporta preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (3304.99.00.00), hilo dental (3306.90.00.00), champús (3305.10.00.00), compresas y tampones higiénicos, pañales para bebés y artículos similares (9619.00.20.10) y jabones (3401.19.90.00).

Yanbal de Colombia S.A.S. es una empresa peruana con cincuenta y tres años en el mercado y cuarenta y uno años en el local. Se dedica a la fabricación y venta directa de productos de belleza y cosméticos. En la tabla 8, presenta un déficit comercial con los países de la Alianza del Pacífico. Principalmente importa preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (3304.99.00.00), impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares (4911.10.00.00), perfumes y aguas de tocador (3303.00.00.00), frascos y tapas de vidrio (7010.90.40.00), frascos y tapas de plástico (3923.50.90.00). Exporta mayoritariamente perfumes y aguas de tocador (3303.00.00.00), preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (3304.99.00.00), maquillaje para labios (3304.10.00.00), bisutería de metal común (7117.19.00.00) y maquillaje para ojos (3304.20.00.00).



Estas empresas son consistentes en los procesos de expansión internacional, pero también son un ejemplo de la implementación de las economías de escala para fortalecimiento de la competitividad. No obstante, en su caracterización se obtuvo que importan materias primas e insumos del resto de países de la Alianza del Pacífico y se exportan bienes terminados al resto de Estados parte.

Las empresas colombianas con flujos concurrentes en importación y exportación con el resto de los países de la Alianza del Pacífico, en su mayoría presentan una tendencia importadora (tabla 8), a excepción de Renault, Bel-Star y Johnson & Johnson.

**Tabla 8.** Empresas con operaciones comerciales de doble vía en la Alianza del Pacífico (en USD).

Empresa	Exportaciones	Importaciones	Volumen comercial	Balanza comercial
Renault Sociedad de Fabricación de automotores S.A.S.	1 097 937 810	153 225 758	1 251 163 568	944 712 052
Ecopetrol S.A.	435 655 619	640 614 252	1 076 269 871	-204 958 633
Cables de Energía y de Telecom S.A.	76 476 502	603 140 567	679 617 069	-526 664 064
Procter & Gamble Colombia Ltda.	115 689 544	447 809 366	563 498 910	-332 119 822
Bel-Star S.A.	317 181 998	215 267 951	532 449 949	101 914 047
Colgate Palmolive Compañía	97 385 896	207 096 993	304 482 888	-109 711 097
Mabe Colombia S.A.S.	72 646 434	190 463 332	263 109 766	-117 816 899
Nestlé de Colombia S.A.	77 315 218	154 207 270	231 522 488	-76 892 052
Johnson & Johnson de Colombia S.A.	139 847 106	88 484 943	228 332 048	51 362 163
Yanbal de Colombia S.A.	63 490 981	128 391 129	191 882 110	-64 900 148

**Fuente:** elaboración propia según datos de ANDA-SEN (2020).

## 5. CONCLUSIONES

Las empresas que dinamizan el comercio internacional de Colombia en la Alianza del Pacífico son grandes empresas dedicadas a la manufactura y el comercio de bienes y en un 80 % son empresas extranjeras. Las actividades industriales con la participación más significativa son productos de aseo y cuidado personal, incluido maquillaje, al cual corresponde la mitad de las empresas concurrentes tanto en importaciones y exportaciones.

Aunque hay una participación diversificada de empresas tanto exportadoras como importadoras, hay una concentración en productos objeto de las operaciones comerciales. Para el caso de Chile, las importaciones se concentran en manufacturas de cobre y alimentos, mientras que las exportaciones en hidrocarburos, vehículos y medicamentos para consumos humano. Con México, la importación se concentra en aparatos y máquinas de tecnología y vehículos. Y en exportación resultan predominantes hidrocarburos y vehículos. Respecto de Perú, se importan materias primas del cobre y combustibles, y se exportan petróleo, jabones y aguas de tocador, mientras que participan en doble vía comercial el polipropileno y la confitería.

La industria automotriz posee la participación más relevante con respecto a volumen de comercio, en que las importaciones tienen mayor relevancia liderado por empresas como Nissan, Mazda, General Motors, Ford, Porsche y Metrokia procedentes de México, en tanto las exportaciones son lideradas por Renault.

Con respecto a las empresas de cuidado personal, higiene y cosméticos como Procter & Gamble, Bel-Star, Colgate Palmolive, Johnson & Johnson y Yambal se sugieren hacer análisis con mediciones de comercio intraindustrial para bienes como maquillaje, champú, jabón, productos de higiene bucal y envases de plástico y vidrio.

En la Alianza del Pacífico, las empresas hacen importaciones tanto de tanto de insumos y materias primas como de productos con mayor valor agregado, mientras que las empresas colombianas son principalmente exportadoras de materias primas dentro del acuerdo. Las manufacturas exportadas son de bajo valor agregado. En ese sentido, es de esperar que,

a mayores cadenas de valor, mayores ventajas competitivas (Baldwin, 2013), y que las empresas competitivas serán las ganadoras en los procesos de integración, independiente de la reducción de costos que busque la multinacional en el proceso de expansión y relocalización en la integración económica (Petit, 2014). Por tanto, las economías de escala son determinantes en productividad, y como lo afirman afirma Krugman y Obstfeld (2006), sin productividad no hay competitividad.

## REFERENCIAS

- Aguiar, M., Azevedo, D., Becerra, J., León, E., Gomes, N., Rivera, R., de T'Serclaes, Jean-W., Ukon, M. y Valle del Olmo, J. (2018, 15 de marzo). *Why Multilatinas hold the key to Latin America's economic future*. <https://www.bcg.com/publications/2018/why-multilatinas-hold-key-latin-america-economic-future>
- Alianza del Pacífico. (2016). *4naciones*. [shorturl.at/uOVY0](http://shorturl.at/uOVY0)
- Archivo Nacional de Datos. (2020). <http://andacna.dane.gov.co/index.php/home>
- Ardila, M. (2015). La Alianza del Pacífico y su importancia geoestratégica. *Pensamiento Propio*, 20(42), 243-262.
- Arévalo Luna, G. A. (2014). La Alianza Pacífico: geopolítica e integración económica. *Revista Via Iuris*, 16, 2014, 159-172. <https://revistas.libertadores.edu.co/index.php/ViaIuris/article/view/442>
- Arroyo Peláez, A. y Cossío Muñoz, F. (2015). *Impacto fiscal de la volatilidad del precio del petróleo en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/39706>
- Balassa, B. (1964). *Teoría de integración económica*. Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana.
- Baldwin, R. (2013). *Multilateralising 21st century regionalism*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. <https://repository.graduateinstitute.ch/record/286980/references>
- Bertasaghi, I. y Melgar, N. (2013). *Análisis del proceso de convergencia iniciado entre la Alianza del Pacífico y el Mercosur*. Universidad Católica del Uruguay.
- Castillo Fernández, D. (2018). El aislamiento comercial de los Estados Unidos. En C. Castorena, M. A. Gadasegui y L. Morgenfeld (eds.), *Estados Unidos contra el mundo: Trump y la nueva geopolítica* (pp. 43-64). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Chaves García, C. A. (2018). Aproximación teórica y conceptual para el análisis de la Alianza del Pacífico. *Desafíos*, 30(1), 21-45. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.5775>

- Fondo Monetario Internacional. (2019, 21 de enero). *Actualización de las perspectivas de la economía mundial*. <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>
- Fondo Monetario Internacional. (2020). *Perspectivas de la economía mundial*. <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/09/30/world-economic-outlook-october-2020>
- Krishnakumar, S. (2018). United States and Its Challenge to Multilateralism in the Global Economy. *India Quarterly*, 74(4), 402-419. <https://doi.org/10.1177/0974928418802074>
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. y Melitz, M. (2006). *Economía internacional: teoría y política* (7.<sup>a</sup> ed.). Pearson. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1517>
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. y Melitz, M. (2012). *International economics: Theory & policy*. Pearson.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021, 2 de mayo). *Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia*. <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-los-estados-unidos>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019: desarrollo en transición*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44525>
- Panagariya, A. y Bhagwati, J. (1999). Preferential trading areas and multilateralism-strangers, friends, or foes. En *Regionalism in trade policy: Essays on preferential trading* (pp. 47-111). World Scientific.
- Petit, J. (2014). La teoría económica de la integración y sus principios fundamentales. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 20(1), 137-162. <https://www.redalyc.org/pdf/364/36433515007.pdf>
- Prado Espinosa, M. M. (2018). La Comunidad Andina: las fuerzas centrífugas ejercidas por los Estados Unidos sobre un régimen comercial en formación. *Desafíos*, 30(1), 135-172. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.5774>
- Presidencia de la República. (1999, 28 de diciembre). Decreto 2685. *Por el cual se modifica la legislación aduanera*. *Diario Oficial* 43834.
- Presidencia de la República. (2016, 7 de marzo). Decreto 390. *Por el cual se establece la regulación aduanera*. *Diario Oficial* 49.808.
- Presidencia de la República. (2019, 2 de julio). Decreto 1165. *Por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen de aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013*. *Diario Oficial* 51002.

- Romano, S., Tirado, A. y García Fernández, A. (2018). *La Estrategia de Seguridad Nacional de EE. UU. y su impacto en América Latina y el Caribe*. <https://www.celag.org/la-estrategia-seguridad-nacional-ee-uu-impacto-america-latina-caribe/>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *2020 Handbook of statistics*. <https://stats.unctad.org/handbook/>

## ANEXOS

### A. Empresas colombianas que más importan en Alianza del Pacífico (2015-2019)

N.º	Empresa	Valor en US\$
1	Samsung Electronics Colombia S.A.	1 455 834 002
2	Distribuidora Nissan S.A.	1 062 104 412
3	LG Electronics Colombia Ltda.	884 560 174
4	Mazda de Colombia S.A.S.	831 121 049
5	General Motors Colmotores S.A.	726 980 440
6	Ecopetrol S.A.	640 614 252
7	Cables de Energía y de Telecomunicaciones S.A.	603 140 567
8	G Y J Ferreterías S.A.	485 900 172
9	Procter & Gamble Colombia Ltda.	447 809 366
10	Tenaris TuboCaribe Ltda.	407 421 859
11	Trafigura Energy Colombia S.A.S.	364 159 465
12	Mondelez Colombia S.A.S.	281 374 873
13	Ford Motor Colombia S.A.S.	281 300 969
14	British American Tobacco Colombia S.A.S.	271 551 689
15	Porsche Colombia S.A.S.	237 767 833
16	Nexans Colombia S.A.	225 519 920
17	Bel-Star S.A.	215 267 951
18	Colgate Palmolive Compañía	207 096 993
19	Mabe Colombia S.A.S.	190 463 332
20	MetroKia S.A.	181 571 931

*Continúa...*

N.º	Empresa	Valor en US\$
21	Dell Colombia Inc.	176 350 275
22	Nestlé de Colombia S.A.	154 259 060
23	Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S.	153 225 758
24	Gaseosas Posada Tobón S.A.	147 732 718
25	Colombiana de Comercio S. A.	132 363 952
26	Alambres y Mallas S.A. Almasa	129 942 086
27	Yanbal de Colombia S.A.S..	128 391 129
28	Quimpac de Colombia S.A.	128 112 383
29	Unilever Colombia SCC S. A. S.	124 020 079
30	Telmex Colombia S.A.	119 068 784
31	Arauco Colombia S.A.	116 290 881
32	Quala S.A.	116 248 338
33	Skberge Colombia S.A.S.	115 610 207
34	Productora de Cables Procables S.A.S. C.I.	114 301 719
35	Ternium Colombia S.A.S.	107 134 185
36	Acerías de Colombia - Acesco S.A.S.	101 716 483
37	Fábrica Nacional de Autopartes S.A. Fanalca S.A.	101 570 834
38	Comercial Internacional de Equipos y Maquinaria S.A.S.	100 653 122
39	Mexichem Resinas Colombia S.A.S.	100 461 625
40	UNE EPM Telecomunicaciones S.A.	98 540 394
41	Laboratorios Sophia de Colombia Ltda.	95 479 796
42	Almacenes Éxito S.A..	95 133 573
43	MPS Mayorista de Colombia S.A.	94 376 333
44	Crown Colombiana S.A.	92 275 023
45	Ajecolombia S.A.	90 145 955
46	Johnson & Johnson de Colombia S.A.	88 484 943
47	Hewlett Packard Colombia Ltda.	87 201 388
48	Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A.	85 089 226
49	DirecTV Colombia Ltda.	83 043 096
50	Industria Nacional de Gaseosas S.A.	80 637 130

## B. Empresas colombianas que más exportan en Alianza del Pacífico

N.º	Empresa	Valor en US\$
1	Renault Sociedad de Fabricación de Automotores S.A.S.	1 116 328 619
2	C. I. Prodeco S.A.	1 095 341 493
3	Carbones del Cerrejón Ltda.	748 215 053
4	Drummond Ltda.	614 459 764
5	Ecopetrol S.A.	435 655 619
6	Cerrejón Zona Norte S.A.	428 008 579
7	C.I. Colombian Natural Resources S.A.S.	401 486 159
8	Polipropileno del Caribe S.A.	380 604 308
9	Bel-Star S. A.	317 181 998
10	Organización Terpel S.A.	306 707 246
11	Bayer S.A.	200 663 921
12	C.I. de Azúcares y Miele S.A.	179 602 154
13	Comercializadora Internacional Milpa S.A..	153 420 296
14	Comercializadora Internacional Productos Autoadhesivos Arclad	147 543 878
15	Johnson & Johnson de Colombia S.A.	139 847 106
16	Colombiana Kimberly Colpapel S.A.	136 440 863
17	C.I. Carbocoque S.A.	130 316 423
18	Federación Nacional de Cafeteros de Colombia	118 348 751
19	Procter & Gamble Colombia Ltda.	115 689 544
20	Mac Johnson Controls Colombia S.A.S.	110 182 614
21	C.I. Trafigura Petroleum Colombia S.A.S.	109 904 666
22	Prebel S.A.	105 205 310
23	Colgate Palmolive Compañía	97 385 896
24	Manuelita S.A.	90 794 217
25	Ingenio Risaralda S.A.	88 935 570
26	Refinería de Cartagena S.A.	84 003 420
27	C.I. Biocosta S.A.	83 680 277
28	C.I. Trafigura Petroleum Colombia S.A.S.	81 824 247
29	Manufacturas Eliot S.A.S.	81 746 036
30	Dow Agrosciences de Colombia S. A.	78 066 527

*Continúa...*

N.º	Empresa	Valor en US\$
31	Nestlé de Colombia S.A.	77 315 218
32	Minipak S.A.S.	77 121 371
33	Cables de Energía y de Telecomunicaciones S.A.	76 476 502
34	Laboratorios Baxter S.A.	76 063 006
35	C.I. Acepalma S.A..	72 688 310
36	Mabe Colombia S.A.S.	72 646 434
37	Productos Familia S.A.	72 074 451
38	Agroindustrias del Cauca S.A.	68 843 011
39	Cristar S.A.S	64 030 916
40	Carbones Andinos S.A.S.	63 637 900
41	Yanbal de Colombia S.A.S.	63 490 981
42	Mexichem Resinas Colombia S.A.S.	61 487 769
43	Sociedad de Comercialización Internacional Girdle & Lingerie	61 344 601
44	Colombina S.A.	60 695 235
45	Procaps S.A.	58 131 897
46	Biofilm S.A.	57 170 780
47	Avon Colombia S. A.S	55 984 824
48	Productos Familia S.A.	50 099 581
49	Team Foods Colombia S.A.	49 787 443
50	Riopaila Castilla S.A.	49 502 587