

BRIDGES NETWORK

PUENTES

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo sostenible

VOLUMEN 16, NÚMERO 5, JULIO 2015



Liderazgos e integración en América Latina

ENTREVISTA

"Queremos negociar con todos los países", Daniel Marteleto Godinho, Secretario de Comercio Exterior de Brasil

INTEGRACIÓN REGIONAL

La integración económica en Centroamérica: desafíos en la segunda década del siglo XXI

PYMES Y SERVICIOS

Servicios de pymes en el comercio internacional



International Centre for Trade
and Sustainable Development

PUENTES

VOLUMEN 16, NÚMERO 5, JULIO 2015

PUENTES

Plataforma global para el intercambio de información sobre comercio y desarrollo sostenible en América Latina.

PUBLICADO POR:

ICTSD

Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible
Ginebra, Suiza

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL
Ricardo Meléndez-Ortiz

EDITOR EN JEFE
Andrew Crosby

DIRECTORA EDITORIAL
Perla Buenrostro Rodríguez (ICTSD)

EDITOR
Patricio Rosas Opazo

ASISTENTE EDITORIAL
Cecilia Mir

CONSEJO EDITORIAL
Carlos Murillo (CINPE)
Pedro Roffe (ICTSD)
Miguel Rodríguez (ICTSD)

DISEÑO GRÁFICO
Flarvet

LAYOUT
Oleg Smerdov

PUENTES agradece sus comentarios y sugerencias en puentes@ictsd.ch

Para eventuales contribuciones consulte nuestra página web <http://ictsd.org/news/puentes/>

ENTREVISTA

4 "Queremos negociar con todos los países"

*Entrevista a Daniel Marteleto Godinho,
Secretario de Comercio Exterior de Brasil*

MERCOSUR

9 La posición de Uruguay en el Mercosur: implicancias para el futuro

Ignacio Bartesaghi

INTEGRACIÓN REGIONAL

14 La integración económica en Centroamérica: desafíos en la segunda década del siglo XXI

Carmen Gisela Vergara

PYMES Y SERVICIOS

19 Servicios de pymes en el comercio internacional: oportunidades y desafíos

Hildegunn Kyvik Nordås

25 Sala de prensa

26 Publicaciones sugeridas

Liderazgos e integración en América Latina



Esta semana, Mercosur celebra su cumbre semestral en Brasilia para abordar, entre otros temas, la integración latinoamericana. Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela, miembros plenos del bloque, intentarán definir el rumbo de la agenda de integración con todas las dificultades que este constante esfuerzo ha implicado desde su creación en 1991 hasta la fecha.

En efecto, Brasil y Uruguay en los últimos meses han mostrado un nuevo liderazgo que busca explorar vías alternas para fortalecer sus relaciones comerciales con socios estratégicos externos al Mercosur. En ese orden de ideas, Brasil ha lanzado su nuevo Plan Nacional de Exportaciones y ha activado negociaciones comerciales con varios países clave. Por su parte, Uruguay participa en negociaciones como la del Acuerdo sobre el Comercio de Servicios (TISA, por sus siglas en inglés) y junto con el gigante sudamericano persigue intercambiar ofertas con la Unión Europea antes del fin del presente año.

La Alianza del Pacífico, a su vez, en el marco de su X cumbre ocurrida a principios de este mes en Perú, consolidó acuerdos en varios frentes como el académico, empresarial y profesional; y además el Acuerdo Marco de la Alianza entraría en vigor este 20 de julio, por el cual finalmente se desgrava el 92% de las mercancías de los cuatro países miembros.

En el frente global, la reciente aprobación de la Autoridad de Promoción Comercial de Estados Unidos (o fast track) acorta el camino para la próxima rúbrica del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés), posiblemente antes de que concluya este 2015.

Estos son los liderazgos comerciales que se activan, reactivan y expanden en medio de crisis políticas, económicas, nacionales e internacionales, de presiones y una mayor exigencia por competitividad y diversificación, sobre todo ante la creciente importancia de los mercados asiáticos y el estancamiento de Estados Unidos y Europa.

En este número de Puentes invitamos a varios expertos a comentar sobre liderazgo e integración en la región, el balance a la fecha y los desafíos actuales para maximizar las oportunidades de negocios, facilitar el comercio, involucrar a las pymes y construir las bases para el comercio moderno y actual que necesita América Latina en las siguientes décadas.

Esperamos que disfruten esta entrega.

El equipo de Puentes.

ENTREVISTA

“Queremos negociar con todos los países”

Entrevista a Daniel Marteleto Godinho, Secretario de Comercio Exterior de Brasil



Daniel Marteleto Godinho
Secretario de Comercio Exterior del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil.

Brasil es la séptima economía del mundo y uno de los países emergentes más importantes. No obstante, el país ha enfrentado dificultades internas y en la economía global. ¿Cuáles son las perspectivas de liderazgo internacional para el país en el contexto actual? ¿Cómo una alianza BRICS puede contribuir a ampliar las posibilidades de liderazgo?

Brasil es una de las mayores economías del mundo y tiene un papel fundamental en el sistema internacional. Para enfrentar los actuales desafíos y preparar al país para los próximos años, el Gobierno Federal promueve un ajuste fiscal vigoroso y consistente y trabaja en iniciativas que buscan la ampliación de la inversión en infraestructura, además de mejorar el ambiente tributario y regulatorio, simplificando y reduciendo la burocracia.

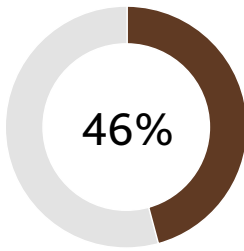
El Gobierno de Brasil también lanzó un Plan Nacional de Exportaciones, construido en estrecha colaboración con el sector privado. Dicho proyecto presenta un conjunto de medidas para fortalecer el comercio exterior brasileño, definido como un elemento estratégico y permanente de la agenda de competitividad y de crecimiento económico de Brasil. Se buscará, asimismo, la ampliación de los mercados, la remoción de las barreras no arancelarias y una mayor integración de la red de acuerdos comerciales.

Cabe destacar, además, el liderazgo de Brasil en la facilitación del comercio. De hecho, el país ya implementó la mayoría de las medidas previstas en el Acuerdo de Facilitación del Comercio y se encuentra implementando un portal único de comercio exterior, una iniciativa de reformulación de los procesos de importación, exportación y tránsito aduanero a fin de establecer procesos más eficientes e integrados. Dicho portal busca reducir la burocracia de las operaciones de comercio exterior, disminuyendo el plazo promedio de exportación de 13 a 8 días y de 17 a 10 días para las importaciones, una vez que esté completamente implementado en 2017.

Debe resaltarse además el nuevo modelo brasileño de acuerdos de cooperación y facilitación de inversiones, el cual contribuye a estimular, acelerar y apoyar la inversión en el exterior, dinamizar la agenda comercial y abrir nuevas iniciativas de integración. De esta manera, dichos acuerdos apoyan la internacionalización de las empresas brasileñas en aquellos países en los cuales Brasil tiene un interés activo, actual y potencial. De hecho, a comienzos de año se firmaron acuerdos con Angola, Mozambique, México y Malawi; mientras otros se encuentran actualmente bajo negociación, principalmente en África y América Latina.

Este contexto de mayor actividad por parte Brasil en el comercio exterior y de mayor integración entre los miembros del grupo BRICS –de peso innegable en la economía internacional– aumenta aún más el protagonismo brasileño en el escenario internacional.

Cabe señalar que la cooperación entre los miembros de BRICS es fundamental para el gobierno brasileño y no solo en los aspectos comerciales. El fortalecimiento institucional del grupo en los últimos años es notable. Ejemplo de lo anterior es la creación del nuevo Banco de Desarrollo, el cual busca establecer un nuevo canal de financiamiento de proyectos de infraestructura y desarrollo sostenible en países en desarrollo.



de la IED recibida por Brasil en 2013 provino de Europa, 15% de América Latina y el Caribe y 14% de Estados Unidos; más de un tercio del total de la IED recibida por la región. (Cepal)

En política comercial internacional, ¿hacia dónde se dirige Brasil y cuáles son sus prioridades para los próximos años? ¿Cuáles son las perspectivas de la relación con China, su principal socio comercial?

Las prioridades para la agenda de comercio exterior brasileña fueron definidas en el Plan Nacional de Exportaciones, el cual identifica cinco pilares estratégicos de actuación: 1) acceso a mercados, 2) promoción comercial, 3) facilitación del comercio, 4) financiamiento y garantía de las exportaciones y 5) perfeccionamiento de los mecanismos de regímenes tributarios de apoyo a las exportaciones.

Para cada pilar fueron establecidas directrices y regímenes específicos que definen las líneas generales y las iniciativas que serán perseguidas en el ámbito de la política de comercio exterior en relación a las exportaciones para el periodo 2015-2018.

Como enfatizó el ministro de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior, Armando Monteiro, el lanzamiento del Plan es un verdadero cambio de paradigma para el comercio exterior brasileño. Dicho reposicionamiento, en lugar de privilegiar a los socios con los que Brasil ya tienen una intensa relación comercial, extiende el foco de actividades del país. Está entre nuestros objetivos ampliar el acceso a los mercados para socios tradicionales y emergentes por medio de negociaciones bilaterales, regionales y multilaterales en áreas ligadas a bienes, servicios, facilitación del comercio, reglamentos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias, contratación pública e inversiones, entre otras.

China, principal socio comercial de Brasil, es obviamente una prioridad para nuestra política comercial. La agenda bilateral ha avanzado en los últimos años. La última visita del primer ministro chino dejó resultados positivos, como el acuerdo para la venta de aviones brasileños y la firma de un protocolo sanitario para retomar las exportaciones de carne bovina brasileña. Creemos que estamos en una nueva fase en la relación sino-brasileña en la cual las inversiones tendrán un papel central, no solo en infraestructura, sino también en producción nacional.

El gobierno ha sido criticado por algunos grupos industriales brasileños por no haber trabajado en la profundización de la inserción de Brasil en las cadenas regionales de valor. ¿Cómo evalúa la actual participación del país en dichos encadenamientos?

Brasil reconoce el papel de las importaciones a la luz de las cadenas de valor y la necesidad de acceso a insumos estratégicos, esenciales para la competitividad de la producción e importación de la industria de servicios brasileños. En este sentido, Brasil intensificará su participación en las cadenas de valor, principalmente por medio de la ampliación de su red de acuerdos comerciales y del apoyo a las empresas brasileñas en su internacionalización.

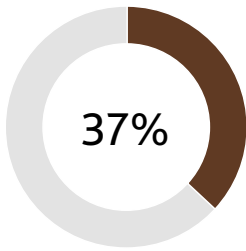
Una de las bases para concretar dicho objetivo, por ejemplo, fue el reciente Acuerdo de cooperación y facilitación de inversiones (ACFI) firmado con México; de hecho el primer acuerdo de inversiones de Brasil en América Latina.

Durante décadas Mercosur ha sido una relevante plataforma comercial para Brasil, así como para el resto de sus socios. ¿En qué sectores y temas usted considera que el bloque tiene más perspectivas de desarrollo en el mediano plazo?

Si bien es innegable que los hechos relacionados al comercio tienen mayor visibilidad respecto a las relaciones intraMercosur, el proyecto es bastante más amplio y complejo que la simple liberalización del comercio.

Desde el inicio del proceso, los países miembros han dedicado muchos esfuerzos al fortalecimiento de la integración en las dimensiones sociales, de institucionalidad democrática, financiera, educativa, laboral y científica, entre otras. En todas estas vertientes hay mucho por avanzar, pero ya hemos logrado interesantes progresos.

En relación al enfoque económico-comercial, tenemos potencial para fortalecer las dimensiones internas y externas del bloque. Internamente, debemos profundizar la integración comercial, perfeccionar los instrumentos comunes de política comercial y remover las barreras al comercio. En la dimensión externa, queremos aumentar la red de



de los bienes exportados por Brasil a Argentina corresponden a intermedios industriales, en un claro comercio de patrón intraindustrial. (Cepal)

acuerdos de Mercosur por medio de las negociaciones con socios en las esferas regionales y extraregionales.

A pesar de las diferencias entre los miembros de Mercosur, los miembros fundadores presentaron una propuesta consolidada a la Unión Europea (UE) en junio. ¿Cuáles son los sectores más sensibles para Brasil? ¿Cuáles son las principales dificultades internas de Mercosur para la consolidación de una propuesta?

Aun cuando los socios de Mercosur persiguen sus propias sensibilidades, todos trabajamos con ahínco en la consolidación de una oferta común que obedezca los criterios acordados con Europa. Podemos confirmar que dicha tarea se realizó de forma exitosa.

En la última reunión ministerial entre la UE y Mercosur, realizada en Bélgica el pasado 11 de junio, las partes se mostraron confiadas con los últimos avances obtenidos y reafirmaron el compromiso total para concluir las negociaciones. De hecho, el intercambio de ofertas debería llevarse a cabo a fines de 2015.

En los últimos años, los países miembros han presentado contrastes en la prioridad dada a Mercosur y los llamados a "flexibilizar" el bloque se ha tornado frecuentes en las declaraciones de los miembros. ¿Cuál es el actual grado de cohesión?

Mercosur es una unión aduanera y por tanto negocia acuerdos arancelarios como bloque. Existen diversas experiencias que demuestran que el bloque permite la flexibilización ante la necesidad de avanzar.

Los acuerdos con terceros países realizados desde la conformación de Mercosur contienen diversas aplicaciones de carácter bilateral –es decir, compromisos diferenciados de los países del bloque en relación a terceros– realizadas sin que implicase una ruptura en el equilibrio interno o en la armonía de los acuerdos.

En esas situaciones se trataron los mismos temas de manera diferente, conforme a los intereses específicos de un país, sin afectar negativamente los intereses de los demás. Asimismo, existe la posibilidad de entendimientos bilaterales en todos los temas no arancelarios, tales como inversión, servicios, contratación pública y otros.

“Las prioridades para la agenda de comercio exterior brasileña fueron definidas en el Plan Nacional de Exportaciones, el cual identifica cinco pilares estratégicos de actuación: 1) acceso a mercados, 2) promoción comercial, 3) facilitación del comercio, 4) financiamiento y garantía de las exportaciones y 5) perfeccionamiento de los mecanismos de regímenes tributarios de apoyo a las exportaciones.”

La Alianza del Pacífico es una plataforma de integración que está tomando más fuerza e interés por parte de los países de la región, pero incluso por otros ajenos como Nueva Zelanda. ¿Cómo ve Brasil a la Alianza del Pacífico? ¿Hay espacios concretos para la colaboración?

La política exterior brasileña tiene como uno de sus pilares la mayor aproximación y cooperación regional. En ese sentido, es de interés para Brasil estrechar sus lazos con los miembros de la Alianza del Pacífico. De hecho, cabe mencionar que tenemos acuerdos con todos los países de la Alianza.

Estamos emprendiendo esfuerzos para profundizar los actuales acuerdos y ampliar su temática con la inclusión de temas no arancelarios como inversiones, servicios y contratación pública. Con México, por ejemplo, firmamos el ACFI y estamos negociando un acuerdo comercial expandido, el cual extiende la cobertura de productos del actual acuerdo y comprende disciplinas no arancelarias.

Con Perú y Colombia se ha presentado una propuesta de anticipación del cronograma de desgravación arancelaria previsto en los Acuerdos de complementación económica 58 y 59, respectivamente. Además, nos encontramos negociando entendimientos en otras áreas. Con Chile, por ejemplo, estamos negociando un ACFI.

¿Cuál es la principal ventaja del nuevo modelo de tratados de inversión promovido por Brasil? Después de México y Mozambique, ¿con qué países podrían firmarse nuevos tratados?

El nuevo modelo de ACFI desarrollado por Brasil parte de un enfoque positivo que busca fomentar la cooperación institucional y la facilitación de los flujos mutuos de inversión entre las partes.

El modelo fue elaborado a partir de importantes puntos de referencia internacionales y amplias consultas con el sector privado brasileño. El ACFI contribuye a mejorar la gobernanza institucional, la mitigación del riesgo y la promoción de las agendas temáticas para facilitar las inversiones, por ejemplo, las visas de negocios y la cooperación regulatoria.

Entre las principales ventajas del nuevo modelo, se incluyen las medidas para reducir la exposición de los inversionistas a riesgos como disciplinas sobre trato nacional, remesas de divisas, expropiación directa o prevención de controversias. El acuerdo también prevé la instalación de centros de coordinación, u *Ombudsmen*, compuesto por representantes gubernamentales. El nuevo modelo también prevé agendas de cooperación y facilitación de inversiones, abarcando temas como visados de negocios y regulación técnica y ambiental.

El instrumento, de forma inédita, también incluye directrices sobre responsabilidad social y corporativa, como el respeto a los derechos humanos y el compromiso con el desarrollo sostenible del Estado receptor y la comunidad local. Por medio del ACFI, Brasil imprime a sus inversiones un sello de calidad, característica ya reconocida en la acción de nuestras empresas transnacionales.

Después de firmar acuerdos con México, Angola, Mozambique y Malawi, Brasil está en negociaciones con Argelia, Marruecos, Túnez, Sudáfrica, Colombia, Perú, Chile y República Dominicana, entre otros. Queremos negociar con países en todas las regiones.

¿Cuál es el impacto que Brasil calcula respecto a la conclusión de negociaciones megaregionales, en particular el Acuerdo de Asociación Transpacífico? ¿Qué le preocupa o motiva al gobierno brasileño?

Las negociaciones y acuerdos comerciales regionales y bilaterales son una realidad inexorable en el comercio internacional. Dicho esto, tenemos que estar atentos a la posibilidad de crear normas fuera del contexto de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que podrían convertirse en la nueva norma. Esto debilitaría el sistema de comercio multilateral, además tendría eventuales impactos negativos para las exportaciones brasileñas.

¿Cómo cree usted que las negociaciones del Asociación Transatlántica de Comercio e Inversión (TTIP) podrían afectar las negociaciones entre Mercosur y la UE?

Los miembros de Mercosur han estado trabajando activamente para concluir las negociaciones de un acuerdo de libre comercio con la UE y estamos atentos a todos los movimientos paralelos de integración comercial que puedan tener efectos sobre dichas negociaciones.

Específicamente en relación a la TTIP, es importante observar los efectos de una eventual liberalización del mercado agrícola europeo para los productos estadounidenses y cómo eso se relacionaría con la participación de las exportaciones de Mercosur a la UE. La armonización o el reconocimiento mutuo de normas técnicas y sanitarias que puedan ser negociados en el TTIP también es una dimensión relevante a considerar.

Desde 2014 y en contraposición a años anteriores, Brasil ha intensificado su actividad en el Órgano de Solución de Diferencias de la OMC. Tomando en cuenta los temas y países cuestionados por Brasil, ¿cómo usted visualiza este cambio de actitud?

Brasil siempre ha figurado como un participante activo del mecanismo de solución de diferencias de la OMC, que ha probado ser un foro fundamental para el comercio internacional.

La participación de Brasil se desglosa en 27 casos como reclamante, 15 casos como demandado y en 95 casos como tercera parte, en un total de 496 diferencias. Al respecto, el rendimiento ha sido regular y frecuente desde la creación de la OMC al presente, con uno o dos casos por año, y solo entre 1997 y 2002 se ha dado un aumento de la participación en dicho órgano, con 21 casos en 6 años.

Dentro de esos casos se pueden destacar el de subvenciones al algodón americano en contra de Estados Unidos, iniciado en 2002 y finalizado con un acuerdo en octubre de 2014; y el caso de aeronaves civiles contra Canadá, iniciado en 1997 y finalizado con un fallo favorable para Brasil en julio de 2002.

Esto indica la confianza que tiene el país en el sistema de solución de diferencias de la OMC, no solo como un foro de defensa de los intereses comerciales, sino también como una contribución al debate jurídico sobre las disciplinas de la organización y, por tanto, respecto a la consolidación de las normas del sistema multilateral de comercio.

La próxima Conferencia Ministerial de la OMC en Kenia podría aportar resultados al comercio multilateral en diversos temas. ¿Cuáles son las expectativas de Brasil en este sentido? ¿Cuál es la apuesta de Brasil a la Ronda Doha?

Brasil históricamente ha defendido que la Agenda de Desarrollo de la Ronda Doha sea plenamente respetada, conforme a lo acordado en su lanzamiento. Para Brasil, es fundamental que los temas de agricultura, bienes industriales y servicios estén contemplados. El éxito de la Ronda dependerá del equilibrio de estos temas.

Teniendo en cuenta el respeto de dichos principios, Brasil seguirá negociando con ahínco para concluir la Ronda.

MERCOSUR

La posición de Uruguay en el Mercosur: implicancias para el futuro

Ignacio Bartesaghi

¿Cómo ha cambiado la política comercial de Uruguay en los últimos años? ¿Cuál ha sido el impacto de Mercosur en su desarrollo? ¿Aún se habla de una unión aduanera? Estas y otras interrogantes responde el autor en un interesante artículo que propone diversas recomendaciones de política para avanzar en los próximos desafíos.

Las definiciones en política exterior son de suma importancia para el desarrollo de los países en general, pero mucho más para el caso de los países pequeños. Precisamente, las primeras acciones en la estrategia de inserción de Uruguay se refirieron al plano multilateral, mostrando una actitud muy activa en el marco del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y posteriormente en la conformación de la Organización Mundial de Comercio (OMC), uno de los mayores logros de la Ronda Uruguay.

A partir de la década del sesenta, Uruguay inició un proceso de apertura comercial, por cierto muy progresivo, a partir de su participación en la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, hoy Asociación Latinoamericana de Integración, donde logró suscribir acuerdos selectivos con Argentina y Brasil.

Más allá de dichos esfuerzos, y en un contexto bien distinto al de las décadas anteriores, en 1991 Uruguay tomó la decisión de mayor envergadura en términos comerciales, ingresar al Mercado Común del Sur (Mercosur). Este proceso de integración generó en su momento profundas expectativas y aún, en sus logros y fracasos, sigue marcando la política de inserción de Uruguay.

Uruguay y el Mercosur: un recuento obligado

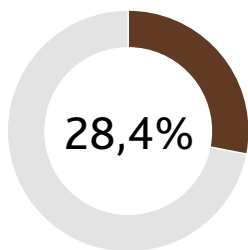
Luego de un estratégico acercamiento bilateral entre Argentina y Brasil a principios de la década de los ochenta, Uruguay acompañó las negociaciones que culminaron con la firma del Tratado de Asunción y la consiguiente conformación del Mercosur.

Dicho tratado se firmó en momentos en que a nivel internacional se daba un cambio en el paradigma negociador. Impulsado especialmente por Estados Unidos (EE.UU.), dicho modelo buscaba implementar una estrategia que ya no estaría centrada exclusivamente en el ámbito multilateral, sino que también avanzaría en el plano subregional con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y en el plano plurilateral con la creación del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico.

Respecto a América Latina y el Caribe, la nueva estrategia de EE.UU. en su política de inserción se confirmó con el lanzamiento de las negociaciones para conformar el Área de Libre Comercio de las Américas. Posteriormente, se refrendaría con el acuerdo con los países centroamericanos (CAFTA-RD) y una serie de tratados de libre comercio (TLC) con gran parte de las economías del continente.

La decisión de ingresar al Mercosur marcó la estrategia de inserción exterior del país, ya que desde el momento en que se decidió establecer una unión aduanera con los socios del bloque se cedió soberanía en la política comercial, al menos en términos teóricos. Esto imposibilitaba principalmente la firma de acuerdos comerciales de forma bilateral, ya que en caso contrario se afectaría el arancel externo común, principal componente –si bien no el único– de una unión aduanera.

No obstante lo anterior, Uruguay visualizaba en la década de los noventa a otro Mercosur que el que se conoce en el presente. Inicialmente se trataba de un acuerdo de base



del total de las exportaciones de Uruguay en 2014 estuvieron destinadas a Mercosur, principal socio comercial del país, mientras que Asia siguió muy de cerca con un 27,8% del total exportado. (Uruguay XXI)

económica y comercial, que buscaba iniciar un proceso progresivo y profundo de la economía nacional, principalmente a través de una baja de los aranceles y una expansión del mercado interno, lo que aumentaría el nivel de competitividad de algunos sectores productivos para una mayor inserción internacional.

Si bien en los primeros años del proceso de integración se alcanzaron avances concretos como la disminución arancelaria, el aumento del comercio intrarregional, la creación de un desarrollo institucional y normativo adecuado y la suscripción de acuerdos con otros países de la región (Chile y Bolivia), los embates económicos por los desequilibrios generados desde la crisis asiática en adelante culminaron con la devaluación del real brasileño de 1999 y la crisis económica e institucional de Argentina del año 2001.

Lo anterior llevó a un punto de quiebre en el Mercosur, donde los intereses nacionales se priorizaron frente a los regionales, paralizando gran parte de los objetivos originarios y registrándose una estrepitosa caída de los flujos intrarregionales. La tabla 1 da cuenta del sucesivo desarrollo de las exportaciones nacionales al Mercosur desde el año 2001.

Tabla 1. Exportaciones uruguayas al Mercosur

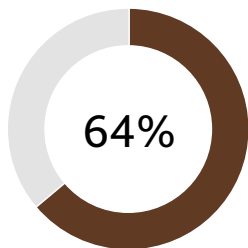
Año	Millones de US\$	Variación
2001	862	n/c
2002	618	-28%
2003	680	10%
2004	798	17%
2005	817	2%
2006	1.023	25%
2007	1.352	32%
2008	1.837	36%
2009	1.717	-7%
2010	2.400	40%
2011	2.719	13%
2012	2.754	1%
2013	2.805	2%
2014	2.685	-4%

Fuente: elaboración propia sobre la base de Trade Map.

En los hechos, desde el año 1999 en adelante, las dos potencias industriales del Mercosur (Brasil y Argentina) comenzaron a solicitar excepciones al arancel externo común, impulsando incluso el alza de la tarifa en algunos sectores productivos nacionales que se estaban viendo afectados por la competencia internacional e implementando un importante número de medidas proteccionistas que afectarían no solo a las importaciones de los países extrazona, sino también a las corrientes de comercio entre los socios.

Se trata del primer eslabón de una serie de frustraciones que afectó principalmente a los países pequeños, los que no cuentan con mercados de tamaño necesario como para resguardarse. Concomitantemente al proceso de aplicación de políticas proteccionistas, los socios iniciaron una serie de incumplimientos de los laudos aprobados en el marco del Sistema de Solución de Controversias del bloque, lo que afectó de forma invalorable la credibilidad del proceso por parte de los operadores, lo que genera incertidumbre para la captación de inversiones desde el exterior.

Si bien luego de superada la crisis regional los países se vieron favorecidos por el buen desempeño de la economía mundial registrado hasta fines de la primera década del siglo XXI –especialmente por la favorable evolución de los precios internacionales a impulso de la demanda china, lo que repercutió en robustos crecimientos del producto interno bruto del Mercosur con sus consabidos efectos en el comercio intrarregional–, las políticas



de las exportaciones de Uruguay a la propia región durante 2014 estuvieron dirigidas a Brasil, 16% a Argentina y 15% a Venezuela. (Uruguay XXI)

proteccionistas no dejaron de existir y el número de excepciones no solo se mantuvieron, sino que por momentos se vieron potenciadas.

Los sucesivos gobiernos han seguido con atención la evolución del Mercosur, asumiendo sus deficiencias tanto por las restricciones al libre flujo de mercancías debido a la aplicación de medidas proteccionistas, como al escaso dinamismo a la hora de suscribir acuerdos comerciales de impacto económico.

Lamentablemente, las propuestas sobre la necesidad de perfeccionar el Mercosur y de dinamizar su agenda externa han resultado infructuosas; también lo han sido las propuestas para flexibilizar la posibilidad de que los miembros puedan negociar de forma adelantada o diferenciada con países externos al bloque –salvo la excepción permitida en el caso de México, ya que Uruguay negoció un TLC de forma individual. Cabe recordar que Mercosur habilitó el acuerdo suscrito entre Uruguay y México en 2003 (vigente desde 2004) con el denominado Acuerdo de Complementación Económica N° 54 para la conformación de un Área de Libre Comercio entre Mercosur y México firmado en 2002.

Los planteamientos de Uruguay en cuanto a la agenda externa tuvieron dos puntos cúlmenes en el caso de EE.UU., tanto con el intento del Presidente Jorge Batlle en 2001, como con el del Presidente Tabaré Vázquez en 2006. En dichas ocasiones, si bien con mayor énfasis en la segunda debido al perfil del Presidente Lula da Silva, Brasil se mostró contrario a la posibilidad de que Uruguay pudiera negociar de forma individual un TLC con EE.UU., alegando que el Mercosur es una unión aduanera y que por tanto debe seguir una política comercial común. Además, desde el año 2000 el bloque reforzó dicha exigencia con la aprobación de la Decisión N° 32/00 del Consejo del Mercado Común, la cual ratifica que los miembros deben negociar en conjunto.

Respecto al punto anterior, cabe señalar que en términos teóricos debe reconocerse que al ser parte de una unión aduanera debe seguirse una política comercial común, ya que al ingresar a la misma los miembros resignan a la posibilidad de definir los niveles arancelarios de forma unilateral. No obstante, la Decisión N° 32/00 no sería una restricción a los planteamientos por flexibilizar al bloque, ya que la misma no fue incorporada por los socios del Mercosur a sus ordenamientos jurídicos nacionales y además ratifica una imposibilidad que ya estaba planteada en una norma superior, esto es, el artículo primero del Tratado de Asunción.

¿Es el Mercosur una unión aduanera?

Luego de 24 años desde la constitución del esquema preferencial podría aseverarse de forma objetiva que no se ha podido consolidar una unión aduanera, lo que tiene que ver con el importante número de excepciones que se aceptaron para conformarla, como los desvíos al arancel externo común, la ausencia de un código aduanero vigente y de políticas de defensa comercial conjuntas, la exclusión de sectores productivos en la definición de una tarifa común, la existencia de regímenes especiales de importación y zonas francas, entre otras excepciones que desnaturalizan el instrumento.

Se observa, por tanto, que las reacciones principalmente de Brasil (Argentina ha tenido una resistencia algo más moderada frente a los planteamientos de Uruguay sobre dicho asunto), se basaron en intereses políticos y no jurídicos, ya que el objetivo de la potencia regional es mantener al bloque unido frente a las principales decisiones de política internacional.

Principales retos y recomendaciones de cara al futuro

En la actualidad, los retos para Uruguay respecto al Mercosur son de una importancia estratégica de la talla de los existentes en momentos en que Uruguay tomó la decisión de integrarse al bloque. El desafío principal parece estar centrado en plantearle a Mercosur una renovación de sus metas sobre la base del sinceramiento de sus socios que permita la introducción de flexibilidades y redefiniciones al menos en la política de inserción externa de los miembros, lo que llevaría a aumentar el margen de maniobra en las negociaciones internacionales.

De tener éxito, se podría avanzar en la negociación en curso con la Unión Europea (UE), donde Brasil ya muestra algunos cambios respecto a su posición inicial de negociar de forma conjunta, especialmente por las diferencias con Argentina en la confección de la oferta del bloque. Alcanzar un acuerdo con el bloque europeo daría un impulso a la agenda interna y externa del Mercosur, elevando sus estándares comerciales e impulsando las postergadas reformas internas para enfrentar las nuevas dinámicas globales. Asimismo, el posible cierre de las negociaciones con la UE acrecentaría el interés de EE.UU. en la región, favoreciendo la profundización de las relaciones comerciales con la primera potencia mundial.

“Uruguay visualizaba en la década de los noventa a otro Mercosur que el que se conoce en el presente. Inicialmente se trataba de un acuerdo de base económica y comercial, que buscaba iniciar un proceso progresivo y profundo de la economía nacional, principalmente a través de una baja de los aranceles y una expansión del mercado interno.”

En términos de impacto, para un país con una marcada especialización en el sector agroindustrial y en los servicios los beneficios esperados por el cierre de un acuerdo con los dos actores mencionados, así como por la posible conclusión de la Ronda Doha de la OMC, serían de suma importancia para Uruguay.

No se debería desconocer, además, la importancia que ha adquirido la región de Asia-Pacífico en el crecimiento económico internacional de las últimas décadas, en las nuevas formas de producción por impulso de las cadenas globales de valor y en la participación activa de esta región en las denominadas megas negociaciones comerciales.

Recuperar la soberanía para negociar acuerdos comerciales permitiría a Uruguay avanzar en la negociación externa con las economías asiáticas, donde existen oportunidades comerciales en sectores en los cuales el país posee elevados niveles de competitividad internacional. En este sentido, sería recomendable explorar la posibilidad de avanzar en la firma de acuerdos comerciales con algunas de las economías de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático o con otras potencias como Japón, República de Corea, India o incluso China, si bien en este último caso aún pueden generarse impactos de consideración en la industria local.

Para afrontar dichos desafíos, Uruguay debe contar con una clara estrategia de inserción internacional, indispensablemente consensuada al interior del país. Al respecto, si bien han existido diferentes esfuerzos para la definición de estrategias nacionales en los que se han involucrado al sector gubernamental, empresarial, académico y sindical debe reconocerse que desde la decisión de ingresar a Mercosur, el país no ha logrado consensuar una estrategia de inserción comercial. Esta realidad, que no es ajena a la de otros países de Mercosur, lleva a que algunas de las iniciativas planteadas por los sucesivos gobiernos nacionales queden en el camino, como ocurrió con el intento de negociar bilateralmente con EE.UU. en 2006.

El nuevo gobierno, con el impulso de la Cancillería y del ministerio de Economía y Finanzas, reconoce la dimensión de las transformaciones internacionales y la tardía reacción de Mercosur frente a las mismas. También asume que el mercado regional continuará mostrando algunas dificultades en términos de desempeño económico y en la profundización y cumplimiento de la legislación regional, para lo cual se hace imperioso avanzar en la agenda externa para superar las desventajas arancelarias y normativas

que enfrenta el país. Esta política es confirmada por la posición seguida respecto a las negociaciones con la UE, su participación en el Acuerdo sobre el Comercio de Servicios (TISA, por sus siglas en inglés) o su coincidencia respecto a la estrategia de la Alianza del Pacífico, de la cual el país es miembro observador.

Para tener éxito en la posición seguida por el nuevo gobierno, que por cierto es compartida, sería necesario plantear expresamente la reformulación de la meta de alcanzar una unión aduanera en Mercosur, lo que llevaría a recuperar la soberanía en la política comercial del país.

Esta decisión no implica retroceder en uno de los logros sustanciales del bloque, que es la conformación de una zona de libre comercio. Por el contrario, la misma debe ser profundizada y perfeccionada con la eliminación de las barreras proteccionistas que la han debilitado. Asimismo, cabe recordar que Mercosur no ha logrado aprobar regulaciones en las disciplinas mayormente negociadas a nivel internacional en áreas donde también podrían registrarse avances sustantivos, pero en las cuales el país deberá progresar de forma unilateral.

La instalación de un nuevo gobierno suele instalar el debate de la inserción externa del país. El reto será entonces avanzar en algunas de las propuestas anteriormente mencionadas, para lo cual se exigirá una diplomacia muy fina basada en equilibrios internos y externos, pero que deberá ponderar las tendencias internacionales y los contextos económicos imperantes.

Para alcanzar dichos objetivos deberán superarse numerosas barreras, incluida la cultural. Esta última actúa como un freno a las reformas demandadas en base a sustentos ideológicos e intereses sectoriales que en algunas ocasiones se anteponen al interés general y postergan decisiones que son claves para alcanzar un mayor desarrollo económico.



Ignacio Bartesaghi

Director del Departamento de Negocios Internacionales e Integración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica del Uruguay. Doctor en Relaciones Internacionales. Forma parte del Sistema Nacional de Investigadores del Uruguay.

INTEGRACIÓN REGIONAL

La integración económica en Centroamérica: desafíos en la segunda década del siglo XXI

Carmen Gisela Vergara

Los desafíos económicos de la región demandan entender los instrumentos de política disponibles para concretar objetivos de desarrollo. La aplicación de medidas sobre facilitación de comercio y el fortalecimiento de los encadenamientos productivos a nivel regional son dos instrumentos centrales para sortear los desafíos en esta segunda década del siglo XXI.

Centroamérica es una región privilegiada con un acervo rico en recursos naturales; con un clima compatible para el cultivo de productos agrícolas y la promoción turística; con una posición geográfica estratégica tanto desde la perspectiva de la conectividad como geopolítica; con un capital humano mejorado en comparación a décadas atrás; y sobre todo con una interesante trayectoria en el afán de promover la integración económica entre sus países.

La retadora combinación de privilegios que goza Centroamérica y los desafíos que le corresponden para este nuevo milenio requiere entender todos los instrumentos de política disponibles para la concreción de objetivos de desarrollo ambiciosos, siendo uno de estos instrumentos de política la agenda de integración económica enunciada a través del Tratado General de Integración Económica Centroamericana en 1960 y reactualizada en el marco del Protocolo de Guatemala de 1993.

Panorama económico de Centroamérica en el nuevo siglo

Vista como región, Centroamérica no solo se caracteriza por un ser un puente conector de masas continentales y marítimas, sino que corresponde a un mercado de cerca de 45 millones de habitantes localizado en una extensión territorial con importantes atractivos distribuidos en cerca de 500,000 km². Sumado a esto, su localización facilita la actividad comercial por su cercanía con socios estratégicos como México, Colombia, los países del Caribe y los Estados Unidos.

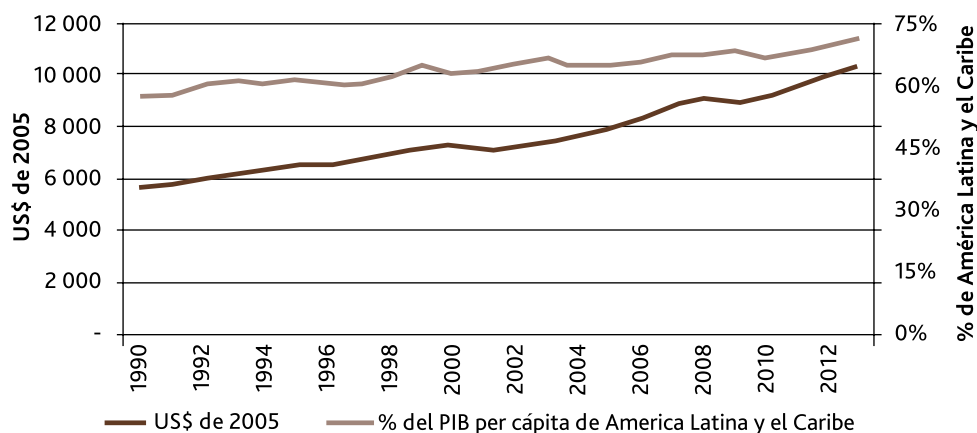
La modernización productiva en la región empezó a tejerse con mayor tenacidad a partir de la década de los 90, cuando los países centroamericanos apostaron de manera estratégica por transitar hacia la democratización de sus sociedades, evolucionar hacia un marco más agresivo de apertura comercial y reestructurar el andamiaje institucional de la integración centroamericana.

Vale indicar que, a pesar de esta sucesión de cambios, la profundidad de la transformación productiva con equidad en Centroamérica continua siendo tarea en progreso, cuyo mayor avance es una condición necesaria para disponer de condiciones de desarrollo humano en el nuevo siglo.

En términos del producto interno bruto (PIB) per cápita real, la región centroamericana ha logrado un avance al acelerar su tendencia convergente de ingresos con respecto a la región latinoamericana. Desde 1990 al presente, los ingresos per cápita en Centroamérica son 1,8 veces más altos, registrando un crecimiento mayor en relación a los países de ingreso alto, los que aumentaron su PIB per cápita 1,4 veces; mientras América Latina y el Caribe lo hizo en razón de 1,5 veces respecto a 1990, tal y como se expresa en la figura 1.

En materia de comercio exterior, los esfuerzos de penetración en mercados internacionales llevados a cabo en el ámbito regional han concluido con una cartera de socios comerciales más amplia y basada en una oferta exportable paulatinamente más diversificada, aunque con vasto espacio de mejora (Sieca, 2014).

Figura 1. Crecimiento de los ingresos per cápita y PIB para América Latina y el Caribe, 1990-2013



Notas: Dirección de Inteligencia Económica (Sieca), con información del Banco Mundial. PIB per cápita ajustado por paridad de poder adquisitivo.

Como muestra de ello, en 2014 los países de la región centroamericana interactuaron con un promedio de 119 mercados de destino de las exportaciones extrarregionales. En el ámbito de los productos de exportación a mercados foráneos cabe señalar que se exportaron cerca de 1.577 tipos de mercancías distintas, incrementándose en alrededor de un 1,8% la diversidad de productos exportados a terceros respecto del año anterior.

En la actualidad, más del 80% del comercio realizado por Centroamérica tiene como contraparte algún mercado con el cual existe seguridad jurídica concertada a través de un tratado de libre comercio (TLC). Esto dimensiona la importancia brindada por los Estados centroamericanos a la protección y promoción de las relaciones comerciales con el mundo.

Facilitación del comercio y cadenas regionales de valor

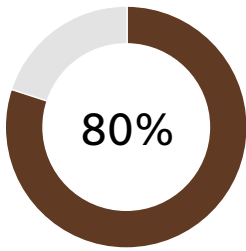
La integración económica, como instrumento de desarrollo, ha demostrado ser un importante aliado de las economías de la región en la búsqueda de mayores oportunidades para los miembros de las sociedades. Centroamérica goza en la actualidad de una zona de libre de comercio que ha logrado eliminar la inmensa mayoría de las barreras arancelarias al comercio intrarregional y dismantelar barreras no arancelarias aplicadas en el pasado.

El mercado intrarregional es un espacio de oportunidades para los diversos sectores productivos de la región, en especial para el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas dadas las condiciones de cercanía geográfica entre los países de la región y los patrones socio-culturales fáciles de comprender entre sí.

No obstante lo anterior, el complejo ambiente de operaciones en el cual se circunscriben algunas actividades económicas en la región se convierte en un obstáculo para aprovechar en su totalidad las ventajas otorgadas de manera natural en el plano geopolítico. Es por esto que el aumento en inversión de infraestructura de calidad al servicio del potencial logístico regional, la aplicación de medidas integrales para la facilitación del comercio y la disminución de los trámites y costos para la apertura de empresas son algunos de los actuales desafíos más relevantes en la región.

Según el Doing Business del Banco Mundial, el costo de exportación de un contenedor en Centroamérica se ubica en promedio alrededor de los US\$ 1.112, cifra 2,4 veces mayor al costo asociado para el mismo contenedor operado en Singapur, economía que encabeza el Enabling Trade Index del Foro Económico Mundial. Asimismo, el tiempo asociado a los trámites de dicho contenedor es de 15 días, tiempo 2,4 veces mayor al reportado en Singapur.

La coyuntura descrita dio pie para que en la XLIII Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los países miembros del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), celebrada el 27 de junio de 2014 en Punta Cana, República Dominicana, los



del comercio realizado por Centroamérica se lleva a cabo por medio de un tratado de libre comercio.

presidentes de la región establecieron mandatos específicos para trabajar de manera coordinada en temas como procedimientos comunes de trámites que se realizan en los puestos fronterizos y facilitación del comercio y competitividad, dando énfasis a la gestión coordinada en fronteras en el corredor logístico centroamericano.

En seguimiento a dichos mandatos, el Consejo de Ministros para la Integración Económica (Comieco) solicitó el apoyo técnico del Banco Interamericano de Desarrollo –quien constituyó un equipo multidisciplinario integrado por especialistas de dicha institución, de la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos de América y de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (Sieca)– y se ha encargado de definir cinco medidas de corto plazo como parte de una estrategia de facilitación del comercio. Esta tiene como objetivo suprimir los obstáculos al intercambio de bienes que incrementan los costos de transacción a través de la simplificación de los trámites aduaneros, la armonización de los procedimientos, los servicios, así como la documentación y las corrientes de información.

Las cinco medidas propuestas contempladas en el corto plazo incluyen:

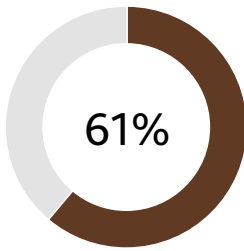
- 1 *Transmisión electrónica anticipada de los documentos y formularios asociados al comercio antes de llegar al paso fronterizo*: declaración anticipada de formulario aduanero único Centroamericano (Fauca), declaración única aduanera (DUA), declaración de mercancías (DM) y declaración única de tránsito (DUT).
- 2 *Agilización y coordinación de controles migratorios*: realización de un solo control en el país de salida e interfaz con país de ingreso.
- 3 *Certificados fitosanitarios y zoonosanitarios electrónicos*: diseño de un sistema para emisión y envío de certificados sanitarios en el servidor regional o VUC.
- 4 *Registro por medio de dispositivos de radio frecuencia (RFID)*: control para tener información real de tiempos de pasos de cruce en fronteras y con ello mejorar la toma de decisiones de manera informada.
- 5 *Utilización de sistemas de cámaras en pasos de frontera*: Colocación de cámaras web y vídeos informativos para evaluar cola de espera de transporte en cada punto fronterizo.

Si bien los esfuerzos citados no son suficientes para mejorar las condiciones de acceso al mercado regional, constituyen un avance importante con miras a potenciar, en el corto plazo, el aprovechamiento del mercado intrarregional, mejorar el ambiente de operaciones en la región e incrementar la eficiencia de los servicios aduaneros.

Por otro lado, el compromiso de los Estados miembros de avanzar hacia la unión aduanera centroamericana se hizo evidente en los mandatos presidenciales de la XLIV Reunión Ordinaria de Jefes de Estado y de Gobierno de los países miembros del SICA el pasado mes de diciembre en Placencia, Belice. En dicha reunión se instruyó al Comieco a desarrollar una hoja de ruta que contemple tiempos y acciones concretas para avanzar hacia el logro de este anhelo de larga data para la región.

En esta línea, las Repúblicas de Guatemala y Honduras han establecido una hoja de ruta para consolidar la unión aduanera de sus territorios el próximo 1 de diciembre de 2015, cumpliendo ya con el objetivo planteado de contar con aduanas interoperables en Agua Caliente el 1 de junio de este año. A la fecha se ha logrado avances sustanciales en el proceso de establecimiento de la unión aduanera entre ambos países, entre los cuales destacan:

- Firma del “Marco General de los Trabajos para el Establecimiento de una Unión Aduanera entre Guatemala y Honduras” (febrero de 2015).
- Presentación del “Modelo a Implementar para Puestos Integrados en Agua Caliente y El Florido” (febrero de 2015).



de la población total de Centroamérica tiene entre 15 y 64 años. Dicho rango ascendería al 67% hacia 2043, lo que podría implicar impactos considerables en la economía, en los recursos no renovables y en la demanda de bienes y servicios.

- Firma del "Protocolo de habilitación para la implementación de la Unión Aduanera" (abril de 2015).
- Aprobación del "Plan de Implementación de los Puestos Integrados en Agua Caliente y El Florido" (abril de 2015).
- Aprobación del "Modelo de Establecimiento del "Fondo Estructural y de Inversiones de la Unión Aduanera entre Guatemala y Honduras" (abril de 2015).
- Aprobación del "Plan de Implementación de la Unión Aduanera entre Guatemala y Honduras" (mayo de 2015).
- Aduanas de Agua Caliente funcionando como puesto integrado.

La tarea pendiente de lograr una mayor profundización del mercado intrarregional enlazada con la creciente necesidad de integrarse a los mercados internacionales constituye un reto no solo para los sectores productivos de la región, sino también en el ámbito de las instituciones públicas y privadas que brindan soporte al comercio de la región.

En este ámbito, Sieca ha definido el fortalecimiento de las cadenas de valor de carácter transfronterizo como una de sus áreas de acción y para ello actualmente está trabajando en conjunto con la sede subregional de México de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe para la puesta en marcha de un proyecto de fortalecimiento de las cadenas regionales de valor en Centroamérica.

Se espera que dicho proyecto permita generar mayor valor agregado doméstico en la composición de sus exportaciones tanto intra como extrarregionales y contemple la inclusión de nuevos motores de desarrollo para la región, vinculados a las tendencias globales para que puedan aprovechar las potencialidades centroamericanas en industrias claramente identificadas como la de textiles y confección, turismo, manufactura de componentes electrónicos y servicios relacionados con software y computación, economía creativa (economía naranja) e industria agroalimentaria o agro-negocios.

El fortalecimiento de este tipo de encadenamientos corresponde a un espacio de política industrial acorde con el contexto económico y social de la región (Padilla, 2014) y abre una ventana de oportunidades para el impulso de sectores de la economía con potencial exportador, generando externalidades positivas para los actores claves vinculados en el proceso de integración económica.

El análisis de los encadenamientos busca identificar políticas públicas que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades productivas de la región centroamericana desde un enfoque integral e inclusivo que permita la participación efectiva de los actores de la cadena y emita recomendaciones de política pública para reforzar la capacidad de inserción de los actores en el mercado intrarregional y en los mercados internacionales.

Los desafíos de la región

La época posterior a la crisis económica del 2008-2009 se ha caracterizado por la transición en la configuración geopolítica que da señales de una mayor preponderancia por parte de las economías en desarrollo. Adicionalmente, los patrones del comercio internacional continúan cambiando respecto a décadas anteriores, transitando hacia esquemas de integración comercial cada vez más ambiciosos y bajo una estructura de deslocalización productiva.

Resulta fundamental, en este sentido, que las economías centroamericanas logren vincularse y adaptarse a los nuevos retos de la presente época en aras de brindar mayores condiciones de crecimiento económico acompañadas de equidad.

Un elemento importante es que cerca del 61,4% del total de la población en Centroamérica corresponde a personas con un rango de edad entre los 15 y 64 años y, según proyecciones del Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía, la región se encuentra en un proceso de transición demográfica por lo que este porcentaje de población aumentará hasta el 67,1% en el año 2043, punto máximo del bono demográfico regional.¹

Los efectos de este fenómeno demográfico pueden ser positivos en materia de crecimiento económico al expandir las capacidades del mercado regional y aumentar los ingresos laborales respecto al consumo (Yoo, 1994; Delgadillo, 2010), pero también generará presiones importantes en los recursos no renovables, la demanda de bienes y servicios públicos de calidad, así como en el desarrollo de oportunidades favorables en el mercado laboral.

La adaptación de Centroamérica exige enfrentar importantes desafíos tales como la materialización de nuevos avances en la agenda de integración centroamericana; la implementación de medidas integrales en materia de facilitación de comercio; el impulso de la transformación productiva basada en el capital humano de alta calidad, la preparación tecnológica e innovación; y la inserción en la economía internacional abarcando mayores segmentos de mercado y participando en las cadenas globales de valor en los eslabones de mayor valor agregado.

La solución a estos desafíos debe suceder a través de una agenda inclusiva, que pondere por igual las necesidades de todos los miembros de la sociedad y que evolucione de manera armónica con el bienestar del medio ambiente y la protección del patrimonio ecológico y cultural de la región.

¹ Bono demográfico regional se puede definir como el fenómeno que ocurre en el proceso de transición demográfica cuando la población en edad de trabajar (económicamente activa) es mayor que la dependiente (niños y adultos mayores), por lo que el potencial productivo de la economía es superior.



Carmen Gisela Vergara
Secretaría General de la
Secretaría de Integración
Económica Centroamericana.

PYMES Y SERVICIOS

Servicios de pymes en el comercio internacional: oportunidades y desafíos

Hildegunn Kyvik Nordås

En el mundo actual, existe una gran variedad de oportunidades para las pequeñas y medianas empresas, no solo en el área de los bienes, sino por sobre todo en el sector de servicios. Sin embargo, dichas oportunidades coexisten con una serie de obstáculos que podrían ser aliviadas con políticas gubernamentales acertadas, como recomienda la autora en el siguiente artículo.

Las empresas que participan en el comercio internacional son, en promedio, más grandes, más productivas y más frecuentemente son de propiedad extranjera que aquellas que ofrecen sus servicios solo dentro de una economía local. Sin embargo, existen numerosas oportunidades para que las pequeñas y medianas empresas (pymes) ingresen al comercio internacional.❶

Los servicios se han convertido en una fuente cada vez más importante de ingresos para las empresas manufactureras. Dichos negocios suman alrededor del 35% del total de exportaciones de servicios de Italia y 12% del Reino Unido, mientras que en Francia 14% de los exportadores de servicios de negocios están registrados como empresas manufactureras.

Es más probable que las empresas que operan principalmente en el sector de servicios exporten tantos servicios como su tamaño les permita. A mediados de la década del 2000, la proporción de servicios exportados por empresa en Finlandia fue de 6% en las empresas con 1 a 9 empleados, 10% en aquellas con 10 a 19, 30% de las que operaban con 50 a 249 empleados y 60% en aquellas con 250 o más empleados.

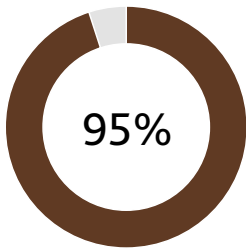
Francia, Irlanda y Eslovenia siguen patrones similares, aunque el total de exportadores es mucho más pequeño en Francia, mucho más grande en Eslovenia y ligeramente mayor en Irlanda.

Desafortunadamente, no existe información similar para los países de América Latina, pero un panorama general muestra que las pymes y las nuevas empresas están menos orientadas a la exportación que las de otras regiones, incluyendo Asia y África en desarrollo.

La *Enterprise Surveys* del Banco Mundial, la cual cubre un conjunto de compañías en cada país, reporta que 13% de las pymes y menos del 5% de las pymes en servicios en América Latina y el Caribe exportan más del 1% de sus ventas. Entre los países más grandes, Argentina y Colombia tienen la mayor parte de las pymes que presentan una orientación exportadora, mientras que México y Venezuela cuentan la menor proporción.

No obstante lo anterior, hay sectores de exportación de servicios donde las pymes han entrado con éxito. En el área de servicios de biotecnología que apoyan al sector primario de Brasil, 85% de las firmas en 2011 tenían menos de 50 empleados y un cuarto de las firmas del sector exportó.

En Costa Rica, por su parte, los servicios de *software* e información son una importante industria exportadora y aun cuando la mayor parte de los exportadores se encuentran afiliados a multinacionales extranjeras, hay una interesante participación de compañías locales, sobre todo en servicios de tecnologías de la información. La mayoría de estas, hacia 2010, eran pequeñas empresas con 15 empleados en promedio y cerca del 10% de las firmas locales exportó.



de las compañías en América Latina y el Caribe son consideradas pymes, pero solo 13% de ellas participan en exportaciones. (BID)

Las pymes comercian servicios directa e indirectamente

Las pymes exportan servicios directamente a los mercados extranjeros a través de plataformas digitales u otros medios, exportan de forma indirecta al brindarle servicios a las ramas locales de empresas multinacionales o bien venden a exportadores locales. También interactúan con compañías extranjeras por medio de acuerdos de franquicia y utilizando plataformas extranjeras para gestionar sus negociaciones localmente.

Los empresarios del siglo XXI tienen acceso a canales de información y comunicación de alcance global a muy bajo costo. En el mundo virtual, el desarrollo de productos digitales requiere de talento, habilidades e imaginación, pero también es cierto que es posible duplicarlos y venderlos a costos marginales bajísimos o bien generar ganancias gracias a la publicidad segmentada.

En este escenario, las compañías pequeñas pueden producir un producto especializado de consumo global. Las nuevas empresas de alta tecnología en ingeniería, diseño, juegos de computadora, aplicaciones y otros servicios computacionales son pymes globales.②

Internet suele verse como un espacio comercial global sin límites, en donde los empresarios pueden encontrar clientes en cualquier lugar del mundo. Sin embargo, esto no podría estar más alejado de la realidad. Las ventas a un nicho de mercado global no se dan por sí solas.

Algunos de los problemas que se encuentran fuera de la red existen también "en línea". Una vez que un producto (o vínculo para llegar a él) se sube a una plataforma, portal o red digital y se publica su existencia podría todavía requerirse de una amplia campaña publicitaria para atraer la atención del mercado objetivo y motivar la compra. Una vez que se logró vender el producto será necesario establecer comunicación con los clientes.

Estos son, precisamente, puntos débiles de las pymes. Las nuevas empresas de tecnología suelen armarse con ingenieros y otros expertos en tecnología, pero comúnmente dejan fuera a publicistas y estrategias de negocios en la fase de creación de las empresas.

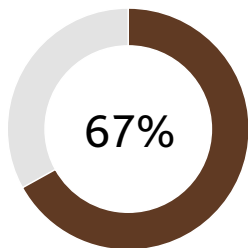
Es más, las empresas de tecnología necesitan continuar innovando, creciendo o ambos para mantenerse competitivas. Compañías de biotecnología, por ejemplo, en Argentina y Brasil que fallan en lo anterior son comúnmente no rentables e incapaces de establecerse en mercados extranjeros.

Esto no implica que las pymes no puedan impactar las redes sociales sin la necesidad de grandes esfuerzos publicitarios, pero es posible que las que lo hacen sean unas cuantas que corren con suerte.

En un estudio reciente de la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC, por sus siglas en inglés) se reveló que solo un tercio de las ventas en línea de las compañías con fuerte presencia digital se entregaron digitalmente en Estados Unidos. Las pymes representaron 24,3% de las ventas en línea y 22,8% de las entregas digitales. La participación en las ventas entregadas digitalmente es mucho mayor cuando se trata de exportaciones, pues representan 40,6% de las ventas en línea. La cifra comercial no distingue entre empresas grandes o pequeñas, pero queda claro que las pymes aportan un porcentaje muy bajo de ventas en línea en ese país.

Vale la pena observar que las importaciones en línea de los Estados Unidos son menos de la mitad de las exportaciones y solo 6,2% se entregan de forma digital.③ Debido a que estas cifras surgen de una encuesta no hay información disponible sobre los números absolutos de pymes que participan en el comercio digital y en qué sectores lo hacen.

En América Latina y el Caribe, cerca del 45% de las pymes cubiertas por la encuesta del Banco Mundial ya mencionada reportó tener su propio sitio en Internet, solo superadas por aquellas en mercados emergentes de Europa del Este y Asia Central.



del total de trabajadores en América Latina, aproximadamente, se emplea en una pyme. (Cepal)

Comprar servicios en línea requiere un alto grado de confianza. Los sistemas de pago seguro, plataformas de Internet y portales con marcas confiables han aumentado la confianza de los consumidores que compran en línea. Es posible que los pequeños hoteles ubicados fuera de los circuitos turísticos, por ejemplo, no recibirían tantas reservaciones de turistas extranjeros si no se publicitaran en esos portales de confianza. Tanto la confianza como los servicios de pago seguro son fundamentales para las ventas en línea de productos entregados en línea.

“Las regulaciones más engorrosas presentan costos para todas las compañías. Por lo mismo, antes de liberar a las pymes de dichas regulaciones o compensarlas por medio de subsidios sería mejor que los gobiernos busquen la manera de simplificarlas y transparentarlas para todos a la vez.”

El caso de las franquicias

Gran parte del comercio de servicios de las manufactureras incluye servicios entre ramas, regalías, franquicias y publicidad. Las pymes están involucradas en este mercado principalmente a través de franquicias de servicios de venta y posventa.

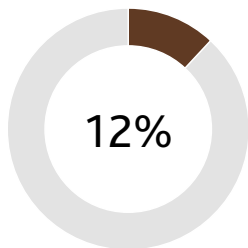
Los franquiciadores suelen firmar acuerdos con pymes prestadoras de servicios locales para obtener servicios publicitarios, de distribución, venta y reparación de productos. Ejemplos de ello son los concesionarios de coches, por ejemplo, que operan según lo establecido en acuerdos de franquicia con fabricantes automovilísticos; estaciones de gasolina con tiendas multiservicios y acuerdos firmados con compañías petroleras y minoristas; bares que funcionen como franquicias de cerveceras o estéticas y salones de belleza operan como franquicias de fabricantes de productos de belleza y cuidado del cabello. Las franquicias también son comunes en los sectores de servicios como restaurantes de comida rápida, consultoría y bienes raíces.

No debe olvidarse que las franquicias han detonado preocupaciones antimonopolio relacionadas a los acuerdos de exclusividad, territorios exclusivos, vinculación de productos y permanencia de precios al menudeo, por mencionar solo algunos. En otros casos la preocupación se ha centrado en los derechos mismos de las franquicias.

Sin embargo, a través de estas las pymes prestadoras de servicios pueden participar en los mercados internacionales. Es una solución de mercado para muchas de las barreras de acceso a las que se enfrentan las pymes, entre ellas el acceso a las redes de proveedores, publicidad, finanzas y *know-how*. Si bien no hay información disponible sobre empleo y venta de franquicias, estas emplearon a más de 8,5 millones de personas en Estados Unidos en 2014.

Las plataformas de Internet son un canal significativo para las exportaciones directas de las pymes. Además, la importación de servicios a partir de estas plataformas representa una nueva forma de conexión entre microempresarios o proveedores independientes de servicios y clientes locales.

Algunos que han llamado la atención de los medios –y de los reguladores– son el transporte de pasajeros como Uber y Lyft, hospedaje como Airbnb y trabajos temporales y proyectos como TaskRabbit. Las plataformas de Internet crean espacios comerciales en donde se promueven, venden y pagan servicios en línea, pero los cuales son entregados a los clientes de manera real y concreta por proveedores de servicios locales.



del crédito total en América Latina se destina a las pymes, poco menos de la mitad de lo que reciben las pymes de los países OCDE. El acceso al financiamiento es una de las principales barreras para dichas compañías. (Cepal)

En principio, tales plataformas reducen los costos de búsqueda y transacción para proveedores y clientes. Sin embargo, las plataformas también pueden obstruir la entrada, lo que podría generar preocupaciones de política de competencia.

La forma más común de internacionalización para las pymes de servicios es quizá como parte de redes internacionales o cadenas de valor. Las pymes siguen a sus principales clientes al extranjero y también se ofrecen como subsidiarias de compañías multinacionales en su propio país. Estas, a su vez, incorporan servicios a sus exportaciones de bienes o las convierten en proveedores para sus operaciones regionales o globales. Si consiguen entrar con éxito a las cadenas globales de valor, las compañías pequeñas suelen crecer con rapidez.

El siglo de las micromultinacionales

Hal Varian, economista en jefe de Google, dijo en un texto para *Foreign Policy* en 2011 que el siglo XXI le pertenece a las micromultinacionales. Además, las recientes publicaciones sobre negocios están llenas de historias sobre micro multinacionales y compañías que son globales desde su nacimiento o renacimiento.④

El conocimiento es una de las principales fuentes de competitividad en el presente siglo. Los productos intensivos en conocimiento pueden llegar lejos gracias a costos insignificantes. Las economías de escala cada vez son menos importantes en la etapa de producción y los patrones de tecnología y demanda cambian con rapidez. En este entorno, las organizaciones pequeñas, flexibles y versátiles resultan ser las más aptas.

Aunque son muchas las oportunidades, también abundan los retos y obstáculos a los que se deben enfrentar las micromultinacionales. En primer lugar, es más difícil para las pymes absorber las pesadas regulaciones y la burocracia que para las grandes compañías. En segundo lugar, el poder de permanencia requiere mantenerse al día con la evolución tecnológica y los gustos cambiantes de los clientes, lo que requiere recursos humanos y financieros significativos.

Las compañías nacen pequeñas y algunas también nacen globales. La gran mayoría de compañías de servicios que logran sobrevivir en los mercados internacionales crecieron rápido y se volvieron sustentables. Algunas crecen de forma orgánica, otras se integran a redes internacionales y a muchas las compran empresas de mayor tamaño.

¿Es necesaria una política de intervención?

Algunas empresas crecen, se expanden, pero algunas otras nunca lo logran o no tienen la intención de hacerlo. Pueden ser personas que trabajen de forma independiente o pequeños negocios familiares a los que les basta con darle un sustento a su familia. Otra razón para no crecer es el hecho de que las compañías se mantienen solo con una sólida base de clientes o una base de clientes con proveedores alternativos. Aquí figuran los negocios de familia, particularmente en países en desarrollo, restaurantes, estilistas, constructoras, transportistas y otros proveedores personales. Es poco probable que estas empresas entren al comercio internacional.

Un reciente estudio de McKinsey Global Institute muestra que las pymes con menos de 10 empleados en México en sectores tradicionales representan el 41% del empleo, mientras que las compañías modernas con más de 500 empleados solo representan el 20%.

No obstante, el sector de las pymes tradicional se ha mostrado rezagado en el crecimiento económico y da cuenta de una productividad laboral de solo el 28% en relación a la que se presenta en las grandes y modernas compañías. Es más, mientras que en estas últimas la productividad ha aumentado en un 5,8% por año durante el periodo 1999-2009, ha decaído cerca de un 6,5% anualmente en las pequeñas compañías.

Las pymes son responsables de dar una buena parte de los empleos, entre 60% y 80% de acuerdo a la información disponible. Sin embargo, es un mito que las pymes sean las generadoras de empleos netos más importantes. No existe evidencia de una relación

sistemática entre el tamaño de la compañía y el crecimiento una vez revisada la edad de la compañía. Las compañías jóvenes son las principales innovadoras y generadoras de empleos. Las pymes establecidas prácticamente no generan muchos nuevos empleos.

¿Más productivas porque exportan o exportan porque se volvieron más productivas?

Los costos para entrar a mercados extranjeros son altos y no dependen de las ventas e ingresos subsecuentes. Entre más elevado sea el volumen de ventas, más bajo será el costo promedio de entrada y de negociación con el mercado extranjero. Es por eso que es poco probable que las pymes exporten o tengan presencia comercial en mercados extranjeros y también es la razón por la que las compañías exportadoras son más productivas que aquellas que no lo hacen.

El apoyo a la exportación de las pymes podría resultar en pérdidas si los costos de entrada se duplican para las compañías que no puedan recuperarlos a través de sus ventas. El apoyo podría justificarse si las compañías aprenden y se vuelven más productivas por medio de la exportación, implicando que dicho apoyo reeditaré en el largo plazo.

Sin embargo, la evidencia del efecto de aprendizaje a través de la exportación arroja resultados disímiles. Dado que existe muy poca evidencia de que el apoyo a la entrada de las pymes a los mercados de exportación tiene efectos positivos en el empleo y la prosperidad, sería mejor reducir los costos de entrada a los mercados que dictan las políticas a fin de facilitarle la vida a los empresarios.

Por ejemplo, los costosos procesos de registro, obtención de permisos y cumplimiento de normas frenan el emprendimiento. Tales regulaciones también desalientan a los trabajadores independientes y pequeños negocios familiares y evitan que se incorporen a la economía formal. Lo anterior, junto a la falta de acceso a crédito, es de hecho uno de las principales limitaciones para la productividad y competitividad para las pymes mexicanas.

Recomendaciones de política

La política de intervención mejora el bienestar cuando los mercados no producen el mejor resultado social, cuando la falla del mercado está bien definida, las medidas de política están bien orientadas y la ganancia por la intervención es mayor a los costos de financiamiento y administración.

El apoyo para aumentar la participación de pymes prestadoras de servicios en el comercio internacional suele basarse en argumentos como que este tipo de compañías son importantes para la generación de empleos, que las exportaciones son buenas para la productividad y, por lo tanto, las pymes deben aventurarse a la exportación, aunque siempre sin una idea clara de la deficiencia del mercado que los gobiernos buscan corregir.

Las recomendaciones de política aquí mencionadas tienen en común el reducir las barreras de entrada a mercados locales y extranjeros. Es probable que dichas reformas aumenten la eficiencia de la economía y le permitan a las compañías ajustarse a la tecnología y a los mercados cambiantes. Es más, las gravosas regulaciones afectan a las pymes más que a las grandes compañías y serían estas las principales beneficiarias de las reformas regulatorias.

Las políticas orientadas directamente a las pymes y a su entrada a los mercados extranjeros deberían limitarse a dar información de los mercados extranjeros a través de, por ejemplo, embajadas, agencias promotoras de la exportación y sitios electrónicos especializados. Los procesos disponibles relacionados a los créditos de exportación no deberían ser más engorrosos de lo necesario para con eso asegurar que los beneficiarios cumplan con las condiciones para obtener el crédito.

La política debería enfocarse sobre todo en eliminar los obstáculos innecesarios para los emprendedores y las barreras de entrada a los mercados extranjeros. Por ejemplo, 1) reformas relacionadas a la regulación nacional que beneficiarían a las nuevas empresas y a las pymes, reduciendo la carga de los requisitos para la concesión de licencias y armonizándolas con socios comerciales hasta donde sea posible; 2) abstenerse

de estigmatizar la quiebra; 3) asegurar telecomunicaciones y mercados financieros competitivos y de buen funcionamiento, incluso aquellos para capitales de riesgo; 4) abstenerse de proteger a los beneficiarios de las nuevas empresas que usen tecnologías destructivas; y 5) proteger los derechos de propiedad intelectual.

Las medidas para las políticas comerciales más importantes deben facilitar el flujo natural de personas que ofrezcan servicios entre fronteras, eliminar las barreras para establecer oficinas y sucursales en otros lugares; permitir que la información fluya libremente entre fronteras; permitir el financiamiento conjunto entre fronteras; y adecuar los derechos de autor y similares a la economía digital.

Por último, en comparación con las grandes compañías es más difícil para las pymes absorber las pesadas regulaciones y procedimientos administrativos. No obstante, las regulaciones más engorrosas presentan costos para todas las compañías. Por lo mismo, antes de liberar a las pymes de dichas regulaciones o compensarlas por medio de subsidios sería mejor que los gobiernos busquen la manera de simplificarlas y transparentarlas para todos a la vez.

-
- ❶ Este artículo ha sido adaptado de un estudio más extenso que se puede encontrar en Nordås, H. (2015). *Services SMEs in International Trade: Opportunities and Constraints*. Geneva, Switzerland: ICTSD & WEF.
 - ❷ Nótese que el System of National Accounts (SNA) considera tales productos digitales como de captura de conocimiento y no de servicios. Ver sección 6.22 del [manual del SNA](#).
 - ❸ La USITC calculó la participación en 2012 a partir de un exhaustivo estudio en donde 80% de quienes respondieron fueron pymes con entre 10 y 500 empleados. Las industrias digitales intensivas son la editorial, cinematográfica y edición de sonido, radiodifusión, sindicatos de noticias, publicación de programas computacionales, procesamiento de datos, sitios electrónicos, portales de búsqueda de Internet, finanzas y seguros, maquinaria y equipo para manufactura, distribución y algunos servicios selectos para negocios.
 - ❹ Nacer globalmente suele referirse a las compañías cuyas ventas al extranjero representan 25% de su total antes de los tres años de su nacimiento. El término renacimiento global hace referencia a las compañías que han actuado localmente por años, pero que se volvieron globales en un corto periodo.



Hildegunn Kyvik Nordås
Analista principal de Política
Comercial en OCDE y miembro
del Grupo de Expertos en
Servicios de la [Iniciativa E15](#).

Sala de prensa

Visite nuestro sitio web para consultar más novedades: <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes>

Culmina X Cumbre de la Alianza del Pacífico

La X Cumbre de la Alianza del Pacífico, celebrada el 1 y 3 de julio en Paracas, Perú, reunió a los mandatarios de Chile, Colombia, México y Perú, afianzando la integración económica del bloque regional que representa, en conjunto, la octava economía del mundo.

Los países discutieron sobre los principales objetivos del bloque y acordaron la Declaración de Paracas, documento que incluye logros y nuevos mandatos para avanzar en cambio climático, fortalecimiento de las ventanillas únicas de comercio exterior y otros.

Asimismo, el Acuerdo Marco entrará en vigor este 20 de julio, desgravando del 92% de los aranceles del comercio de la Alianza, lo cual representa un claro avance en la integración comercial de los países que conforman el bloque regional. Finalmente, 10 nuevos Estados decidieron sumarse como observadores al bloque de integración.

Se expande ACE 53 entre México y Brasil

La I ronda de negociaciones del Acuerdo de Complementación Económica 53 entre México y Brasil, se celebró los días 7 y 8 de julio en Brasilia, Brasil, y reunió a los representantes de asuntos comerciales de ambos países con el objetivo de mejorar el intercambio comercial y ampliar el universo arancelario.

A la luz de lo anterior, los encargados de fortalecer las relaciones comerciales entre ambas naciones discutieron los parámetros de la negociación comercial relativas a acceso a mercados, reglas de origen, facilitación del comercio, reglas de comercio internacional, servicios e inversión y solución de diferencias.

Actualmente, el acuerdo que data desde 2002 concede preferencias a 12% de las líneas arancelarias, por lo que su ampliación implicaría mejorar el tratamiento arancelario y expandir la lista de productos incluidos en dicho acuerdo. La II ronda de negociaciones se celebrará en octubre próximo en la Ciudad de México.

Avanza diálogo para TLC entre China y Colombia

Los gobiernos de China y Colombia decidieron acelerar las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones durante la visita oficial del presidente del Senado colombiano, José Name, al país asiático a principios del mes de julio.

Durante el encuentro con su homólogo chino, Zhang Dejiang, se informó que se iniciará el estudio de factibilidad, el cual fortalecerá las relaciones bilaterales y profundizará la cooperación en diversas áreas como infraestructura, energías renovables e inversión en capacidad productiva.

El senador Name expresó su interés por continuar el acercamiento, pero negociando un tratado beneficioso que respete las marcas y derechos de autor y que además establezca que China invertirá en tecnología agrícola en Colombia. El próximo encuentro se realizará el segundo semestre de este año.

Finaliza visita oficial de Brasil a Estados Unidos

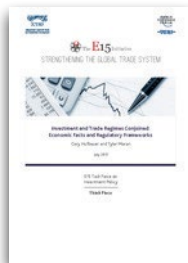
El presidente de EE.UU., Barack Obama, recibió a principios de julio en Washington a su par brasileña, Dilma Rousseff, en el marco de una visita oficial con el fin de renovar las relaciones diplomáticas e impulsar el comercio bilateral, sellando diversos acuerdos en defensa, educación, seguridad social, cambio climático y comercio.

Además de la firma de un Memorandum de Intención sobre facilitación del comercio y cooperación respecto a estándares de regulación, se acordó la reapertura del mercado estadounidense para la carne fresca de res proveniente de Brasil y la participación de este último en el programa estadounidense *Global Entry* para fines de la primera mitad de 2016.

Las partes anunciaron además el compromiso mutuo de incrementar notablemente su apuesta por la generación eléctrica con fuentes renovables, obteniendo el 20% de su electricidad en los próximos 15 años a partir de dichas renovables, sin incluir la energía hidroeléctrica.

Publicaciones sugeridas

Puentes recomienda en esta sección algunas nuevas publicaciones de ICTSD y otras instituciones que están contribuyendo al estudio y una mejor comprensión del comercio internacional, con implicaciones también para América Latina.



Regímenes conjuntos de comercio e inversión Investment and trade regimes conjoined

Recientes investigaciones sugieren que el comercio y las inversiones están estrechamente ligadas. La liberalización del comercio puede promover las inversiones, pero debe corresponderse con un ambiente favorable que acoja y regule las inversiones sin obstaculizar su camino.

Los autores de esta publicación abordan el contexto en que las inversiones se han desarrollado hasta ahora y analizan nuevos escenarios en donde estas se complementan con el comercio. Se abordan brevemente las cadenas de valor y sus implicancias en la ecuación presente para luego continuar con los aspectos regulatorios que afecta el nexo entre comercio e inversiones. <http://bit.ly/1RlQX9K>



Medidas comerciales para abordar la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada Trade-related measures to address illegal, unreported and unregulated fishing

Además de contribuir a la crisis ecológica global relacionada a la sobrepesca y el agotamiento de la biodiversidad, la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada afecta las actividades de pesca legítimas y la seguridad alimentaria, distorsiona mercados y socava esfuerzos en curso para poner en práctica políticas pesqueras sostenibles.

Esta publicación de la Iniciativa E15 ofrece un análisis jurídico comparativo de medidas e iniciativas que buscan evitar consecuencias adversas para los medios de subsistencia que se extienden más allá de la pesca, ofreciendo recomendaciones para los gobiernos, organizaciones internacionales, actores privados y comunidad global. <http://bit.ly/1ByXkPU>



Energía limpia y acceso a infraestructura Clean energy and access to infrastructure

Para cumplir con los objetivos propuestos para hacer frente al cambio climático y garantizar el suministro de energía, es necesario conectar un gran número de energías renovables a las redes de electricidad en las próximas décadas.

La presente publicación de la Iniciativa E15 tiene como objetivo analizar cómo las reglas del comercio internacional podrían mejorar el comercio de energía renovable a través de una infraestructura fija. Al esbozar las características del transporte de energía, el estudio explica las disciplinas de la OMC relacionadas al comercio de energía limpia a través de infraestructura fija e incluye sugerencias de políticas públicas para adaptar las normas vigentes a los desafíos de integración de energías limpias. <http://bit.ly/1fxpL6P>



Disposiciones sustantivas de los AII y elaboración de futuros tratados Substantive provisions in IIAs and future treaty-making

Existen tres retos fundamentales con respecto a las disposiciones de fondo de los acuerdos internacionales de inversión (AII): objeto limitado, amplia protección de la inversión y la inseguridad jurídica. Hay quienes coinciden con que los AII deben ir más allá de un concepto de desarrollo que solo se centre en el crecimiento económico, sino que además deberían involucrar aspectos sociales, políticos y jurídicos para lograr un desarrollo sostenible.

La presente publicación plantea tres conjuntos de opciones para los tomadores de decisiones respecto a cómo abordar estos desafíos. El estudio sugiere que mientras estos tres retos pueden perseguirse independientes unos de otros, es recomendable combinarlos para alcanzar un mejor enfoque. <http://bit.ly/1SXgONT>



Competencia regulatoria en mercados globalizados
Regulatory competition in globalising markets

El artículo en cuestión se llevó a cabo sobre la base de tres encuestas implementadas en 28 países en desarrollo sobre las condiciones que han cambiado en relación a las inversiones entre 1990 y el 2000. De acuerdo a los resultados, es posible observar procesos significativos de apertura de mercados y desregulación y modernización y globalización de las normas locales e instituciones relevantes para el comercio.

Consecuente a lo anterior, el texto aborda la nueva perspectiva de política que emergió en la década de los 80, los cambios en la política en el mundo en desarrollo desde 1980 abordando algunos de los resultados de la encuesta como condiciones de inversión, instituciones, trabajo, entre otros. El texto concluye con reflexiones de interés y sugerencias de política en economías globalizadas. <http://bit.ly/1HhrCpl>



La nueva ruta de la seda: comercio entre Asia y América Latina y el Caribe

La relación comercial entre Asia y América Latina y el Caribe (ALC) ha mejorado considerablemente en los últimos años. La demanda por materias primas de América Latina, por tanto, se ha incrementado a niveles sin precedentes. Entre 2000 y 2013, el comercio entre Asia y ALC de energía y minerales creció a un promedio de 10,9% al año, llegando a US\$ 33 mil millones en 2013.

La presente publicación del BID hace un seguimiento de la relación comercial en los sectores de energía y minerales entre ALC y Asia, con especial atención a China e India en las últimas tres décadas. Se presenta además una perspectiva del futuro del comercio entre dichas regiones en los sectores mencionados. <http://bit.ly/1dsf1Fk>



Una mirada a los países del Proyecto Mesoamérica

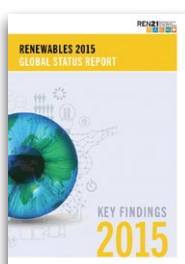
El Proyecto Mesoamérica es un bloque regional conformado por 9 Estados del sur de México, América Central, República Dominicana y Colombia que articula esfuerzos de integración, cooperación y desarrollo. El objetivo es enfrentar los retos en materia económica, comercial y energética de manera conjunta desde la cooperación y la concertación regional.

La presente publicación de la Cepal ofrece estadísticas y datos que informen y apoyen los trabajos del bloque regional. El estudio está diseñado para tomadores de decisiones, diseñadores de políticas públicas, analistas y académicos. <http://bit.ly/1LxTEQR>



Cambio climático y comercio agroalimentario
Climate change and the agri-food trade

La presente publicación del ITC contiene una encuesta realizada a los exportadores agroalimentarios en Perú y Uganda. Los resultados demuestran que el cambio climático está reduciendo la competitividad de las exportaciones agrícolas en ambos países. Como resultado, los exportadores proponen integrar el cambio climático en las políticas públicas específicas a largo plazo, así como en las estrategias de inversión. El estudio ofrece una serie de recomendaciones como una plataforma internacional sobre el clima para compartir las mejores prácticas y la información climática fiable. <http://bit.ly/1FKfadS>



¿Qué países generan más energía a partir de fuentes renovables?
Which countries generate the most power from renewables?

El crecimiento de la energía renovable continuó con fuerza en 2014 a pesar de la dramática caída de los precios del petróleo en la segunda mitad del año. Un 59% de toda la nueva energía generada en el mundo proviene de fuentes renovables.

La presente publicación de REN21 proporciona una visión integral del mercado de las energías renovables y las políticas de desarrollo en todo el mundo, incluyendo recomendaciones de política pública. El estudio ubica a China como el líder mundial en capacidad de energía renovable, seguido por Estados Unidos y Alemania. <http://bit.ly/1KKsgQl>

SIGA EXPLORANDO EL MUNDO DEL COMERCIO Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE CON LA RED BRIDGES DE ICTSD

PONTES

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo sostenible para el mundo de habla portuguesa- *Idioma portugués*
www.ictsd.org/news/pontes

BIORES

Análisis y noticias sobre comercio y ambiente para una audiencia global- *Idioma inglés*
www.ictsd.org/news/biores

BRIDGES

Noticias relativas al comercio mundial desde una perspectiva de desarrollo sostenible- *Idioma inglés*
www.ictsd.org/news/bridges

桥

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo sostenible para el mundo de habla china- *Idioma chino*
www.ictsd.org/news/qiao

МОСТЫ

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo con enfoque en los países del CEI- *Idioma ruso*
www.ictsd.org/news/bridgerussian

BRIDGES AFRICA

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo sostenible con énfasis en África- *Idioma inglés*
www.ictsd.org/news/bridges-africa

PASSERELLES

Análisis y noticias sobre comercio y desarrollo sostenible con énfasis en África- *Idioma francés*
www.ictsd.org/news/passerelles



Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible

Chemin de Balexert 7-9
1219 Geneva, Switzerland
+41-22-917-8492
www.ictsd.org

La producción de PUENTES es posible gracias al apoyo generoso de todos nuestros donantes, que incluyen:

DFID – Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido

SIDA – Agencia Sueca para el Desarrollo Internacional

DGIS – Ministerio de Relaciones Exteriores de Holanda

Ministerio de Relaciones Exteriores, Dinamarca

Ministerio de Relaciones Exteriores, Finlandia

Ministerio de Relaciones Exteriores, Noruega

PUENTES también recibe contribuciones en especie de nuestro socio colaborador y de los miembros del Consejo Editorial.

PUENTES recibe publicidad pagada y patrocinios para apoyar el costo de la publicación e incrementar su impacto a nivel global y en Latinoamérica. La aceptación de las propuestas queda a discreción de los editores. Las opiniones expresadas en los artículos firmados de PUENTES son responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista de ICTSD.



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons de Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

Precio: US\$ 10.00
ISSN 1563-0013

