

CARTA ECONOMICA

*Centroamérica ante la Globalización***Introducción**

Es de suma importancia para los países centroamericanos implementar una política de comercio exterior coherente y con una visión de largo plazo. La percepción de los empresarios de la región es que en nuestros países no existe tal política, por lo que resulta cada vez más difícil aprovechar los beneficios de la globalización.

La presente carta económica es un resumen del estudio *En Busca de una Política de Comercio Exterior para Centroamérica* elaborado por CIEN-CIPE. Al inicio se presenta la política comercial adoptada en los últimos años. Seguidamente se describen los resultados de una encuesta realizada por el CIEN entre empresarios centroamericanos, en cuanto a su percepción sobre el tema de comercio exterior. Por último se hace una propuesta para implementar una política de comercio exterior integral y de largo plazo, que pueda ayudar a solucionar el problema de la pobreza y permitir a los centroamericanos ser partícipes de los beneficios de una economía cada vez más globalizada.

Historia de la política de comercio exterior en Centroamérica

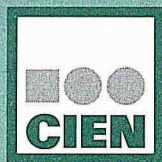
En Centroamérica han prevalecido distintas políticas públicas, bastante uniformes, sobre la integración de nuestros países con el resto del mundo. A partir de la década de los 50 y durante casi 30 años se promovió la sustitución de importaciones y el Mercado Común Centroamericano. Aun cuando hubo avances, especialmente en la industrialización de la región, en 1980 su fracaso era obvio. A partir de entonces se pasó a una modalidad de promoción de las exportaciones, la cual ha favorecido una mayor apertura comercial. Hoy pareciera que el enfoque de la política económica está en los tratados de libre comercio. Sin embargo, quedan muchas dudas sobre la efectividad de tal política comercial y sobre si los empresarios y consumidores han percibido realmente los beneficios de la misma.

¿Existe actualmente una política de comercio exterior en la región?

Durante los meses de octubre y noviembre del 2001 el CIEN realizó, a nivel centroamericano, una encuesta entre empresarios exportadores sobre sus perspectivas para el 2002. Se entrevistó a un total de 200 ejecutivos de empresas exportadoras en Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua (50 en cada país). Se les formularon preguntas en torno a varios temas relacionados con el comercio exterior, a fin de determinar si sus respectivos países tienen una agenda de comercio exterior conocida y aceptada por todos los sectores, y definir los obstáculos en cada uno de ellos para promoverla y crear economías competitivas.

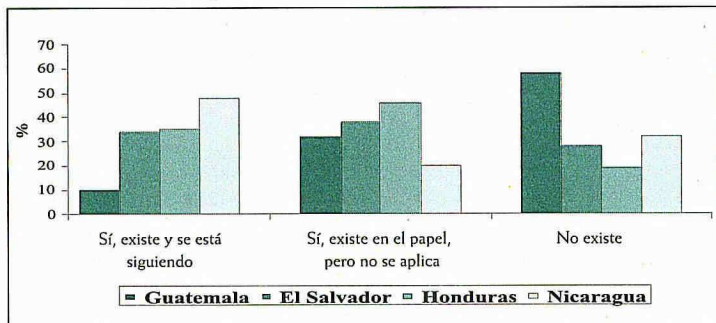
La percepción de los empresarios centroamericanos es que en nuestros países no existe una política de comercio exterior coherente y con una visión de largo plazo.

En esta Carta Económica se presenta un resumen del estudio "En Busca de una Política de Comercio Exterior para Centroamérica" elaborado por el CIEN con el apoyo de CIPE.



Los resultados revelaron una percepción un tanto pesimista de la política comercial de la región. La mayoría de las personas consideraron que no existe, o no se sigue, una política de comercio exterior definida y coherente; tan solo el 32% de los encuestados contestaron que dicha política sí existe (ver gráfica 1). Estos resultados muestran que falta camino por recorrer en la promoción de una visión compartida sobre el comercio exterior.

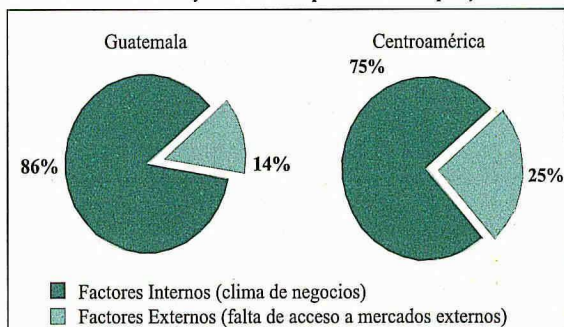
Gráfica No. 1
Existencia de una política de comercio exterior, definida y coherente



Fuente: Estudio sobre comercio exterior, CIEN/2002.

No debe extrañar que los empresarios hayan identificado acciones de los distintos gobiernos de la región entre los obstáculos principales para impulsar esta política. Uno de los problemas que más se mencionó, especialmente en Guatemala y Nicaragua, fue la falta de voluntad y de apoyo por parte de los gobiernos, y la ausencia de comunicación entre éstos y el sector privado. Otro factor que fue mencionado con regularidad en los distintos países fue el relativo a la política fiscal que ha resultado ser errática. Además, la falta de competitividad de la producción regional en el mercado internacional, desconocimiento de tratados internacionales por parte de la industria, existencia de un bloqueo de grupo de poder nacional o extranjero, el favoritismo y la corrupción en los trámites aduanales y el poco incentivo al inversionista extranjero son otros obstáculos.

Gráfica No. 2
Factores internos y externos que son más perjudiciales



Fuente: Estudio sobre comercio exterior, CIEN/2002.

Los resultados de la encuesta realizada por el CIEN entre empresarios centroamericanos exportadores revelaron una percepción un tanto pesimista de la política comercial de la región

Los empresarios identificaron acciones de los distintos gobiernos de la región entre los obstáculos principales para impulsar una política de comercio exterior definida y coherente. Por ejemplo, se mencionó con regularidad que la política fiscal ha resultado ser errática.

Respecto a las dificultades para exportar, en general, los empresarios centroamericanos mencionaron como factor principal la falta de competitividad de los productos de la región en el mercado internacional.

Los entrevistados también refirieron una serie de factores estructurales que impiden o dificultan las exportaciones. En general, los empresarios centroamericanos mencionaron como factor principal la falta de competitividad de los productos de la región en el mercado internacional. Además, la falta de ambiente propicio para la inversión, los altos costos del transporte, la inseguridad en la región, los trámites engorrosos en las aduanas, la falta de mano de obra calificada, y una infraestructura y servicios públicos deficientes. Cabe recordar que, sin un adecuado clima de negocios, es imposible promover cualquier tipo de política económica destinada a aumentar la inversión o la producción (ver gráfica 2). Cuando se discute la política de comercio exterior, es importante tomar en cuenta que de poco sirven las elaboradas propuestas y recomendaciones, si no se trabaja en lo básico: seguridad, certeza jurídica, ley y orden, un mejor clima de negocios y mayor competitividad.

La política de comercio exterior centroamericana actual

Según los entrevistados, la política de comercio exterior actual está conformada principalmente por la negociación de tratados de libre comercio, por medidas para lograr mayor integración centroamericana y por la creación de zonas francas. Esto contrasta con la opinión que tienen sobre lo que deberían ser los elementos prioritarios que deben conformar la política comercial. Ellos piensan que, a la hora de negociar tratados de libre comercio, la selección de los socios comerciales ha respondido más a criterios políticos que a una estrategia económica y comercial. Por ejemplo, en la mayoría de los casos no se ha tomado en cuenta la opinión del sector privado para determinar con cuáles países es oportuno negociar.

La política comercial debe basarse en la creación de un programa para mejorar el clima de negocios. Esta es la opinión generalizada, lo cual no necesariamente ha sido una prioridad. Además, los empresarios mencionaron como una solución de corto plazo la promoción de las exportaciones, mediante incentivos fiscales y tratamientos preferenciales en las zonas francas. Pareciera que la falta de competitividad de la región pretende compensarse a través de estas medidas, solución que, si bien tiene efectos positivos a corto plazo, no debiera entenderse como sustitutiva de la resolución de problemas estructurales existentes en la falta de competitividad.

Tabla No. 1
Elementos que conforman la política comercial actual y las prioridades que deberían de tener en una política de comercio exterior

| | Prioridades | | % Empresarios | |
|---|-------------|-----|---------------|-----|
| | Guatemala | C.A | Guatemala | C.A |
| Tratados de libre comercio | 86% | 75% | 4 | 2 |
| Integración centroamericana | 44% | 46% | 8 | 5 |
| Tratados multilaterales | 40% | 40% | 9 | 6 |
| Zonas francas y/o exoneración de impuestos | 36% | 45% | 2 | 4 |
| Reducción unilateral de aranceles a la importación | 34% | 23% | 6 | 1 |
| Programa para mejorar clima de negocios y aumentar competitividad | 16% | 23% | 1 | 3 |
| Tipo de cambio neutral | 14% | 9% | 5 | 8 |
| Protección | 12% | 10% | 7 | 7 |
| Asistencia técnica del Gobierno a empresas exportadoras | 6% | 15% | 3 | 9 |

Fuente: Estudio sobre comercio exterior, CIEN/2002.

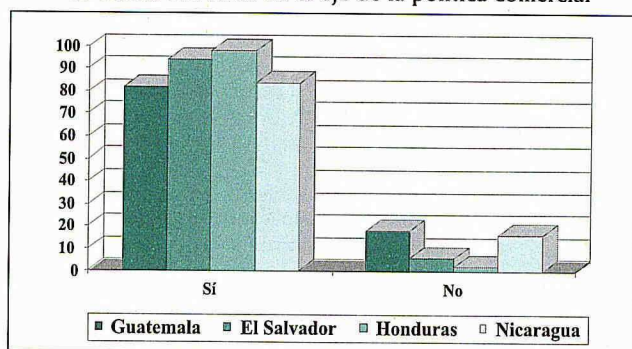
La necesidad de mayor integración regional. Los empresarios centroamericanos también insistieron en la necesidad de que exista mayor integración, ya que, si bien el comercio interregional ha crecido, el proceso de integración centroamericana ha sido muy lento, y no se ha basado en una visión clara y de largo plazo sobre el destino de la región.

La región centroamericana no cuenta con una política claramente definida, integral y de largo plazo. En fin, la opinión general de las personas entrevistadas es que, si bien hay algunos lineamientos y esfuerzos en materia de comercio exterior, la región centroamericana no cuenta con una política claramente definida, integral y de largo plazo, que esté conduciendo estos esfuerzos de una manera efectiva y eficiente. Se necesitan mejoras estructurales para promover las exportaciones de manera sostenida. Consideran que el eje en torno al cual debe girar la política de comercio exterior debe ser la búsqueda de la productividad y la eficiencia (ver gráfica 3). Asimismo, debe haber una visión de largo plazo, tanto en el sector público como en el privado, se debe trabajar en pro de una política de comercio exterior conjunta, para permitir a los centroamericanos ser partícipes de los beneficios de la globalización.

Los empresarios centroamericanos también insistieron en la necesidad de que exista mayor integración, basada en una visión clara y de largo plazo sobre el destino de la región.

Gráfica No. 3

La búsqueda de la productividad y la eficiencia (la competitividad) se deben convertir en el eje de la política comercial



Fuente: Estudio CIEN/2002.

Propuesta

Los empresarios centroamericanos son conscientes de que una política de comercio exterior adecuada puede ayudar a resolver los problemas de desarrollo económico y de combate a la pobreza. En la medida que se desarrollan los mercados, se generan más empleos y se promueve el crecimiento económico. Al trascender el mercado local, se potencializan los recursos productivos. Se generan círculos virtuosos, donde aumentan la inversión nacional y extranjera, y el acceso a nuevas tecnologías, que dan lugar a proyectos de mayor escala; también se generan más empleos, mejora la calidad de los productos y se reducen los costos. Con ello se fortalece la capacidad empresarial.

Se necesitan mejoras estructurales para promover las exportaciones de manera sostenida. El eje en torno al cual debe girar la política de comercio exterior debe ser la búsqueda de la productividad y la eficiencia.

El comercio exterior es una solución a la pobreza, dado que es capaz de generar el nivel de empleo que con tanta urgencia necesitan nuestros países, a través de la captación de inversión directa y transferencia de tecnología, incrementando el valor agregado de nuestros productos y creando más y mejores empleos.

Los gobiernos y el sector privado deben trabajar unidos, para poder aprovechar mejor los beneficios de la globalización.

El comercio exterior es una solución a la pobreza, dado que es capaz de generar el nivel de empleo que con tanta urgencia necesitan nuestros países, a través de la captación de inversión directa y transferencia de tecnología, incrementando el valor agregado de nuestros productos y creando más y mejores empleos. A continuación se hacen algunas propuestas

1. Promover la competitividad. Para que la región centroamericana se destaque en materia de comercio internacional, es necesario que se promueva la competitividad, entendida como una cultura de desarrollo. Para ello es imprescindible un plan de nación, que incluya un sentido de urgencia, un clima local favorable al comercio y los negocios, en el que debe existir certeza y estabilidad jurídica, un moderno marco institucional, desburocratización, bienestar social y seguridad ciudadana, trabajo en conjunto entre el Gobierno y el sector privado, Estado de Derecho y políticas internas definidas, para negociar en el exterior. El Estado debe cumplir su papel de facilitador. También debe existir un balance ambiental, estabilidad macroeconómica, educación integral, salud e infraestructura básica, y un eficiente sector empresarial capacitado.

2. Contar con una instancia mixta para definir e implementar la política de comercio exterior. Debe existir una política de comercio exterior coherente, impulsada por una entidad mixta, integrada por el sector privado y el Gobierno, para poder aprovechar los beneficios de la globalización. Es de vital importancia que se reconozca el papel crucial de los gobiernos, coordinando y apoyando este tipo de políticas. Para alcanzar el éxito, es esencial una adecuada comprensión del papel que le toca desempeñar a cada uno. Los gobiernos y el sector privado deben trabajar unidos; no pueden trabajar sin coordinación. Ambas partes se necesitan para que cualquier propuesta resulte viable.

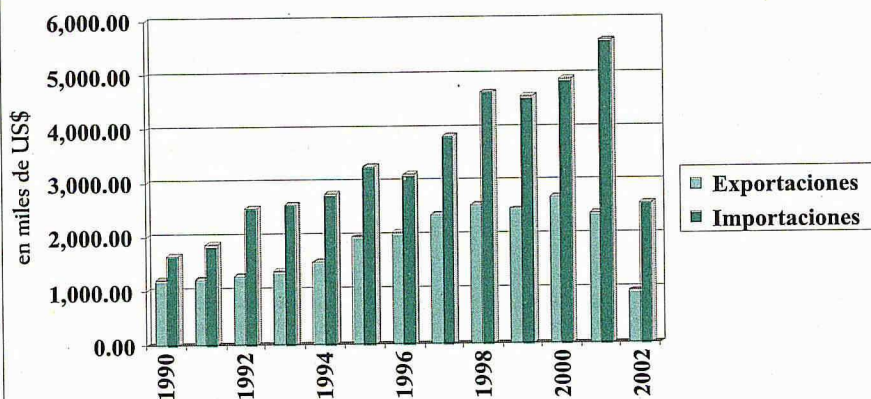
3. Generar información sobre comercio internacional. Se debe buscar que las instancias públicas no estén dispersas ni sean confusas. El sector privado necesita información para el comercio. Por esa razón se necesita una buena organización en el sector público, con fuentes confiables de información que sirvan a los empresarios a tomar mejores decisiones.

Todavía quedan muchos obstáculos por superar en cada país del área. Sin embargo, aun con las peculiaridades de cada uno, existe un consenso generalizado de que las oportunidades están afuera. Sabemos cuál es el destino: el resto del mundo, y sabemos cuál es el camino: la competitividad. La pregunta es: ¿cómo nos vamos a mover de aquí para allá?

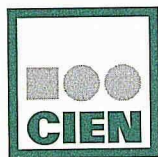
Competitividad: capacidad de las empresas para competir, de manera que éstas alcancen y superen los estándares internacionales en sus distintos ámbitos de acción. La misma se origina en la fortaleza y la eficiencia de la infraestructura productiva y técnica del país, así como en los elementos que determinan el entorno económico, social e institucional en el cual operan las empresas.

Gráfica No. 5

Exportaciones e Importaciones de Guatemala (1990-2002)



Fuente: Banco de Guatemala
2002: Hasta Mayo



CENTRO DE
INVESTIGACIONES
ECONOMICAS
NACIONALES

12 Calle 1-25, Zona 10 Edificio Géminis 10
Torre Norte, Nivel 17, oficina 1702
Tel./Fax: (502) 335-3415, 335-3416
cien@cien.org.gt. • <http://www.cien.org.gt>

Carta Económica es una publicación mensual del CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS NACIONALES -CIEN-. El CIEN es una entidad privada, apolítica y no lucrativa con personalidad jurídica reconocida el 12 de octubre de 1984.

Carta Económica está registrada como correspondencia de 2a. clase en la Dirección General de Correos, bajo el número 2728, folio 79 con fecha 14 de junio de 1989.

Tiraje: 2,500 Ejemplares • Suscripción: 12 meses Q. 125.00
• Suscripción 12 meses fuera de Centroamérica Q. 150.00