

# 2

## Marcos de referencia y política del comercio internacional

Al concluir el estudio de este capítulo, usted podrá:

- Comprender la forma en la cual el comercio ha influido en la historia humana.
- Comprender el rol de las instituciones internacionales.
- Apreciar la forma en la cual los gobiernos influyen en el comercio y lo administran.

### EL MERCADO INTERNACIONAL

### 2.1

#### Glosario de un negociador comercial: lo que dijeron y lo que en realidad quisieron decir

“¡Una propuesta ambiciosa!”  
(Es improbable que obtenga cualquier clase de apoyo).

“¡Una propuesta innovadora!”  
(Realmente parece caída de los árboles).

“Este documento está desequilibrado.”  
(No contiene ninguno de nuestros puntos de vista).

“Esta propuesta logra un buen equilibrio.”  
(Nuestros intereses están completamente salvaguardados).

“Me gustaría hacer algunos breves comentarios.”  
(Usted dispone de tiempo para una taza de café).

“Haremos comentarios más detallados en una etapa posterior.”  
(Espero que su nombramiento haya terminado antes de que vuelva a saber de nosotros).

“Este documento contiene algunas características interesantes.”

(Le diré de manera diplomática algunas razones por las cuales se debería retirar).

“El documento será determinante para nuestras decisiones.”  
(No lo he leído).

“Necesitamos transparencia en el proceso.”  
(Me preocupa que no me incluyan en los acuerdos secretos).

“El inglés no es mi lengua materna.”  
(Estoy a punto de darle cátedra sobre un detalle de la sintaxis).

“El delegado de... habló en forma elocuente acerca de este tema.”  
(No tengo la menor idea de lo que quiere decir).

“Un documento muy completo.”  
(Tiene más de dos páginas y parece tener muchos títulos).

FUENTE: Anónimo.

El entorno internacional está cambiando rápidamente. Las empresas, las personas y los diseñadores de políticas se ven afectados por estos cambios, los cuales ofrecen nuevas oportunidades pero también representan nuevos retos. Si bien los principales cambios en la economía y en la seguridad tendrán un profundo efecto sobre el mundo, el hecho de enfrentarse a ellos en forma exitosa por medio de la imaginación, la

inversión y la perseverancia puede producir un nuevo y mejor orden mundial y una mejor calidad de vida.

Este capítulo inicia destacando la importancia del comercio para la humanidad. Se delinean desarrollos históricos selectos que fueron provocados o fueron influidos por el comercio internacional. A continuación se presentan desarrollos más recientes del comercio, junto con las instituciones internacionales que han surgido para regular y facilitar el comercio. Como lo muestra la sección *El mercado internacional 2.1*, los intentos de las naciones para negociar los términos comerciales y regular el comercio internacional pueden ser tediosos y excesivamente burocráticos.

El capítulo analizará y discutirá las posiciones del país en el entorno del comercio mundial y explicará el impacto del comercio. Se describirán varios esfuerzos emprendidos por los gobiernos para administrar el comercio restringiendo o promoviendo exportaciones, importaciones, transferencia de tecnología e inversiones. Por último, el capítulo presentará una perspectiva estratégica para los futuros desarrollos en las relaciones comerciales.

---

## LA DIMENSIÓN HISTÓRICA

Muchos pueblos a lo largo de la historia han adquirido preeminencia en el mundo por medio de sus actividades comerciales, entre ellos los etruscos, los fenicios, los egipcios, los chinos, los españoles y los portugueses. Para subrayar el rol del comercio, veremos más de cerca algunos ejemplos selectos.

Uno de los principales poderes del mundo en la historia antigua fue el Imperio Romano. Su impacto sobre el pensamiento, el conocimiento y el desarrollo todavía se puede sentir en nuestros días. Incluso mientras expandían sus territorios por medio de conflictos armados, los romanos le daban un énfasis principal a fomentar las actividades económicas. Los principales enfoques utilizados para implementar este énfasis fueron la *Pax Romana*, o Paz Romana y la acuñación de una moneda común. La *Pax Romana* aseguraba que los comerciantes pudieran viajar a salvo por las carreteras que construían, mantenían y protegían las legiones romanas y sus tropas afiliadas. La acuñación de una moneda común, a su vez, aseguraba que las transacciones de negocios se llevaran a cabo fácilmente en todo el imperio. Además, Roma estableció una legislación sistemática, ubicaciones de mercados centrales por medio de la fundación de ciudades y un excelente sistema de comunicaciones que se asemejaba a una antigua versión del Pony Express; todas estas medidas contribuyeron al funcionamiento del mercado internacional y a la reducción de la incertidumbre en los negocios. Como resultado, el bienestar económico dentro del imperio aumentó en forma muy marcada en comparación con el exterior.

Pronto, las ciudades-nación y las tribus que no eran parte del imperio quisieron compartir los beneficios de pertenecer. Se unieron al imperio como aliadas y convinieron en pagar un tributo e impuestos. O bien, como los reinos más distantes al oriente, satisficieron el gusto de los romanos por las especias y los artículos de lujo mediante relaciones comerciales. Las redes indirectas del comercio romano se extendían a través del Mar Rojo, el Golfo de Arabia y el Océano Índico y por medio de los comerciantes árabes e indios.<sup>1</sup> Por consiguiente, el inmenso crecimiento del Imperio Romano se desarrolló a través de los vínculos de negocios más que por medio de la marcha de sus legiones y de sus contiendas armadas. Por supuesto, los romanos debían hacer esfuerzos sustanciales para facilitar los negocios de modo que valiera la pena mantener esta relación. Por ejemplo, cuando los piratas amenazaron las rutas marítimas, Roma, bajo Pompeyo, envió a una gran flota para someterlos. Los costos de la distribución internacional, y por tanto del marketing internacional, se redujeron considerablemente debido a que se perdían menos bienes con los piratas. Como resultado, los bienes se podían poner a disposición a precios más bajos, lo que a su vez se traducía en una mayor demanda. Por supuesto, hay pocas cosas nuevas bajo el sol. Como podemos ver en la sección *El mercado internacional 2.2*, incluso hoy los piratas amenazan las rutas marítimas.

## EL MERCADO INTERNACIONAL

## 2.2

## El pirata de los tiempos modernos

Hace más de dos milenios, Pompeyo, el general y cónsul romano, necesitó equipar una flota para someter a los piratas que interferían con el transporte marítimo de mercancías. Combatió, ahorró a los enemigos sobrevivientes, y de esa manera se deshizo del problema. En 2011, la piratería a gran escala ha regresado, con un efecto importante sobre los costos y las prácticas de envío. La Organización Marítima Internacional (OMI) reportó numerosos ataques de piratas en 2010 en África Oriental, el Océano Índico, el Mar de Arabia y el Mar del Sur de China, así como en África Occidental, América del Sur y el Caribe.

Para 2010, la OMI informó que se había reportado que 1027 miembros de tripulaciones de barcos habían sido tomados como rehenes y que habían sido asaltados 57 barcos. La mayoría de los ataques ocurrió en el Golfo de Aden, convirtiéndolo en las aguas cuyo cruce era más peligroso. El Golfo de Aden conecta al Océano Índico con el Mar Rojo, de ahí que sea vital para la navegación de 22 000 barcos al año. Más de 4% del suministro de petróleo del mundo se transporta a través de él. Los piratas somalíes han cambiado la forma de hacer negocios allí.

Esos piratas están equipados con algunas de las mejores armas y naves, y utilizan veloces lanchas con escaleras, ganchos, granadas y rifles de ataque. No obstante que 30 países han enviado recursos para

patrullar el Golfo de Aden y las aguas a lo largo de la costa de Somalia, los piratas están muy activos y tienen mucho éxito. En 2010, obtuvieron cerca de 238 millones de dólares en dinero de rescates de personas, corporaciones o naciones. Considerando que la mayoría de los somalíes tiene pocos medios para percibir otro ingreso, la piratería es un negocio atractivo.

Esos piratas somalíes son capaces de escapar de los navíos más poderosos en el mundo utilizando sus armas y su conocimiento del entorno. Las empresas simplemente pagan el dinero del rescate a fin de evitar un daño a su carga y a los miembros de la tripulación. La utilización de rutas de navegación alternas sería costosa en extremo. Requeriría que los barcos rodearan el Cabo de Buena Esperanza de Sudáfrica, una ruta que es miles de millas más larga. Según Noel Choong, jefe del centro de reportes de piratería de la Oficina Marítima Internacional, operar un barco cuesta de 20 000 a 30 000 dólares al día. Sin embargo, se está haciendo algún progreso. En 2011, por medio de los esfuerzos contra la piratería de operaciones navales conjuntas como el Operation Ocean Shield de la OTAN, los buques de guerra han tenido mayor éxito en la prevención de asaltos y en la liberación de rehenes. Pero hasta que los países puedan asegurar totalmente las aguas del Golfo de Aden, y mientras los costos del rescate sean menores que el costo de desviar los barcos, los piratas somalíes seguirán obteniendo beneficios.



© U.S. Navy Foto de Mass Communications Specialist. 1st. Class Cassandra Thompson/Released

Fotografía de la Marina de Estados Unidos de un Esquife pirata sospechoso destruido por proyectiles.

FUENTES: John Lyman, "Piracy in the Gulf of Aden: A Focused Approach", *Journal of Foreign Relations*, 19 de abril de 2011; (OTAN) Operation Ocean Shield, [http://www.manw.nato.int/page\\_operation\\_ocean\\_shield.aspx](http://www.manw.nato.int/page_operation_ocean_shield.aspx). "World's Navies Scramble to Curb Upturn in

Piracy", *Washington Post*, 11 de septiembre de 2008; "100 Hostages Held by Somali Pirates", *Washington Post*, 27 de septiembre de 2008; y Operation Ocean Shield, Wikipedia, [http://en.wikipedia.org/wiki/Operation\\_Ocean\\_Shield](http://en.wikipedia.org/wiki/Operation_Ocean_Shield).

El hecho de que los negocios internacionales eran uno de los principales factores que mantenían unido al Impero Romano también puede verse en su decadencia. Cuando las tribus “bárbaras” invadieron el imperio, no fue principalmente debido a la guerra y las prolongadas batallas por lo que Roma perdió terreno. Las tribus externas en realidad estaban atacando un imperio que ya estaba considerablemente debilitado debido a que ya no podía ofrecer los beneficios de la afiliación. Los antiguos aliados ya no veían ninguna ventaja en estar asociados con los romanos y cooperaron de buen grado con los invasores en vez de enfrentar prolongadas batallas.

En una forma similar, podríamos interpretar la evolución del feudalismo europeo como una función del comercio y el marketing. Debido a que los agricultores con frecuencia se veían privados de sus cosechas como resultado de incursiones de otras tribus o personas extranjeras, decidieron unirse y protegerse entre ellos. Al entregarle cierta porción de sus “ganancias” a un protector, se podían asegurar de conservar la mayor parte de sus bienes. Y si bien este sistema inicialmente funcionó bastante bien al reducir los costos de producción, comercialización y distribución, finalmente resultó en la aparición del sistema feudal, que tal vez no fue lo que los iniciadores pretendían que fuera.

Es interesante observar que el sistema feudal fomentó el desarrollo de una economía de estado cerrada, la cual estaba enfocada internamente y finalmente concebida para la autosuficiencia y la seguridad. Sin embargo, el comercio medieval todavía prosperó y se desarrolló mediante las exportaciones. En Italia, Holanda y las ciudades alemanas anseáticas, el ímpetu para el comercio lo proporcionó el comercio Este-Oeste. Entre los negocios internacionales más rentables en este periodo se encontraba el comercio de especias que ofrecía especias de alto costo a la aparentemente insaciable demanda del paladar europeo medieval y de insumos para la medicina y la autoprescripción de la época. El comercio de especias llevaba pimienta y canela de India y Sri Lanka, y nuez moscada, macis y clavos de las entonces misteriosas Islas de las Especias (las Molucas en la actual Indonesia), de la mano de los comerciantes musulmanes en Alejandría y Bagdad hasta llegar a los mercaderes de Venecia en el Mediterráneo.<sup>2</sup> Las ganancias del comercio de especias a través de Medio Oriente crearon la riqueza de Venecia y de otros puertos mediterráneos. Europa también importaba arroz, naranjas, colorante, algodón y seda. Los comerciales de Europa del Este en turno exportaron armas, madera, ropa de lana a cambio de esos bienes de lujo. Un legado importante de este comercio se encuentra en muchas palabras inglesas, francesas y españolas de origen árabe, como *diván*, *bazar*, *alcachofa*, *naranja*, *jarra* y *arancel*.<sup>3</sup>

Sin embargo, la importancia del comercio no siempre ha persistido. Por ejemplo, en 1895, para financiar la renovación del palacio de verano, la Emperatriz Viuda Tz'u-hsi embargó los fondos del gobierno que se habían asignado a los embarques chinos y su marina. Como resultado, la participación de China en el comercio mundial casi se interrumpió. En las siguientes décadas, China operó en un aislamiento casi total, sin ninguna transferencia de conocimientos del exterior, sin un flujo de entrada importante de bienes y sin los incrementos en la innovación y la productividad que resultan de la exposición al comercio internacional.

El efecto del alejamiento del comercio mundial quedó de manifiesto durante la década de 1930. La Ley Smoot-Hawley aumentó los aranceles para reducir el volumen de importaciones a Estados Unidos con la esperanza de que eso restaurara el empleo a nivel nacional. El resultado, sin embargo, fue un incremento de los aranceles y de otras barreras para las importaciones de la mayoría de los países con los que comerciaba. Estas medidas fueron factores que contribuyeron a la depresión subsiguiente y al colapso del sistema financiero, lo que a su vez preparó el escenario para la Segunda Guerra Mundial.

El marketing y el comercio internacional también se han considerado desde hace largo tiempo como herramientas valiosas para los fines de la política exterior. Por ejemplo, el uso de la coerción económica por parte de naciones o grupos de naciones se remonta a las ciudades-estado griegas y la guerra del Peloponeso. En épocas más recientes, fue un factor importante durante las guerras napoleónicas. Al sitiar las ciudades, los combatientes podían “causar la ruina comercial y la escasez de alimentos trastornando el comercio”.<sup>4</sup> De manera similar, durante la Guerra Civil en Estados Unidos, el Norte implementó una estrategia de negarle oportunidades de comercio internacional

al Sur, privándolo así de los ingresos por concepto de exportaciones requerido para importar sus productos. En la década de 1990, la invasión iraquí de Kuwait resultó en un embargo comercial a Iraq por parte de las Naciones Unidas, con la meta de invertir la agresión. Después de que el gobierno sofocara las protestas civiles en Uzbekistán, la Unión Europea impuso una serie de sanciones en su contra. Esas sanciones incluían prohibiciones de viajar al país para los altos funcionarios y una prohibición sobre la venta o transferencia de armas, equipo militar o cualquier otro equipo que pudiera ser utilizado para la represión interna.<sup>5</sup> Aunque las privaciones no suelen producir un cambio en la política, sí pueden tener un gran impacto sobre el estándar de vida de los ciudadanos de una nación.

### División global

Después de 1945, el mundo se dividió ideológicamente en dos bloques, Oriente y Occidente, una división que tuvo importantes implicaciones para las relaciones comerciales. La Unión Soviética, como líder del bloque oriental, desarrolló el Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME o COMECON), que se enfocó en desarrollar fuertes vínculos entre los miembros del bloque soviético y desalentó las relaciones con Occidente. Estados Unidos, a su vez, era el principal proponente de crear una “Pax Americana” para el mundo occidental, impulsado por la creencia de que el comercio internacional era una clave para la prosperidad mundial. Muchos meses de negociaciones en Londres, Ginebra y Lake Success (Nueva York) culminaron el 24 de marzo de 1948 en La Habana, Cuba, con la firma de la carta para una Organización Internacional de Comercio (OIC).

Esta carta, una serie de convenios entre 53 países, estaba destinada a cubrir las políticas comerciales internacionales, las prácticas de negocios internas, los convenios de bienes, el empleo y la reconstrucción, el desarrollo económico y la inversión internacional y la constitución de una nueva agencia de las Naciones Unidas para administrarlo todo. Además, se inició un Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés) con el propósito de reducir los aranceles entre los países, y se crearon instituciones internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

No obstante que la OIC incorporaba muchas nociones previsoras, la mayoría de las naciones se negó a ratificarla, temiendo su poder, su tamaño burocrático y su amenaza para las soberanías nacionales. En consecuencia, aquel enfoque que facilitaría el comercio internacional nunca llegó a existir. Sin embargo, otras organizaciones concebidas en esa época siguen funcionando y han hecho contribuciones importantes al mejoramiento del comercio internacional.

---

## INSTITUCIONES TRANSNACIONALES QUE AFECTAN AL COMERCIO MUNDIAL

### Organización Mundial de Comercio (OMC)

La Organización Mundial de Comercio (OMC) tiene sus orígenes en el GATT, del cual se convirtió en la organización sucesora en enero de 1995. Para entender mejor el surgimiento de la OMC, es necesario un breve repaso del GATT. La historia del GATT ha sido interpretada como “una notable historia de éxito de una organización internacional de la posguerra que sin embargo nunca tuvo ese objetivo”.<sup>6</sup> Comenzó a funcionar en 1947 como una serie de reglas de no discriminación, procedimientos transparentes y conciliación de disputas en el comercio internacional. Uno de sus instrumentos más importantes es la cláusula de la nación más favorecida (NMF), que requiere que cada país miembro del GATT le otorgue a cada otro miembro el mismo tratamiento preferencial que le otorga a cualquier otro país en lo que concierne a las importaciones y exportaciones. Es decir, la NMF es la cláusula de igual oportunidad del comercio internacional. A lo largo del tiempo, el GATT evolucionó hasta convertirse en una institución que patrocinaba rondas sucesivas de negociaciones de comercio internacional con un enfoque clave en una reducción de los altos aranceles que prevalecían.

Al principio de su existencia, el GATT logró la liberalización del comercio en 50 000 productos, lo que equivalía a las dos terceras partes del valor del comercio entre sus participantes. En años subsiguientes, negociaciones especiales del GATT como

la Ronda Kennedy y la Ronda de Tokio redujeron aún más las barreras comerciales y desarrollaron mecanismos mejorados para dirimir disputas, crearon medidas relacionadas con los subsidios y establecieron una definición más explícita de las reglas para los controles de importación.

A pesar de esos logros impresionantes, o tal vez debido a ellos, el GATT se volvió menos eficaz a lo largo del tiempo. Los impuestos se redujeron drásticamente. Por ejemplo, la tasa de aranceles de Estados Unidos cayó de 26% en 1946 hasta un promedio de 1.3% para 2010.<sup>7</sup> Por consiguiente, es improbable que las reducciones adicionales tengan un impacto importante en el comercio mundial. La mayoría de las importaciones entra a Estados Unidos libre de impuestos o bien está sujeta a aranceles más bajos. Los aranceles altos se aplican principalmente a las importaciones de productos lácteos, bebidas y tabaco, así como de ropa, azúcares y dulces. En estas industrias, los aranceles tienden a incrementarse con el grado de procesamiento.<sup>8</sup>

Muchas naciones desarrollaron nuevos instrumentos para administrar y distorsionar los flujos de comercio, instrumentos no arancelarios que no estaban cubiertos bajo las reglas del GATT. Algunos ejemplos son los “acuerdos voluntarios” para restringir el comercio, acuerdos bilaterales o multilaterales especiales como el tratado multifibras que restringe el comercio en textiles y vestido, además de otras barreras no arancelarias. Por otra parte, el GATT, fundado por 24 gobiernos con una misma mentalidad, estaba diseñado para operar por consenso. A medida que aumentaba el número de países afiliados, la regla del consenso solía conducir a un punto muerto de muchas actividades del GATT.

En enero de 1995, después de muchos años de negociaciones a menudo contenciosas, finalmente fue ratificado el acuerdo de la Ronda de Uruguay. Como parte de esta ratificación, se creó una nueva institución, la Organización Mundial de Comercio, OMC, que ahora es la organización responsable de supervisar la implementación de todos los convenios multilaterales negociados en la Ronda de Uruguay y de los que se negociarán en el futuro.<sup>9</sup> El GATT ha dejado de existir como una institución separada y se ha convertido en parte de la OMC, que también es responsable del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS, por sus siglas en inglés), de los acuerdos en materia de derechos de propiedad intelectual (TRIPS), de los convenios sobre aspectos relacionados con el comercio (TRIMS), y de administrar una extensa variedad de acuerdos en materia de comercio e inversiones internacionales. Al mes de agosto de 2011, la OMC tenía 153 miembros, con Vanatu, Samoa y Rusia esperando la membresía, como se describe en la sección *El mercado internacional 2.3*.

La creación de la OMC ha ampliado considerablemente la esfera de acción de los convenios comerciales internacionales. Muchas áreas que dejó sin cubrir el GATT, como servicios y agricultura, ahora los abordan, por lo menos hasta cierto grado, las reglas internacionales; se han desarrollado procedimientos más rápidos para dirimir disputas y se ha modernizado el proceso de toma de decisiones. No obstante que la OMC tratará de seguir tomando decisiones basadas en un consenso, ahora se toman provisiones para que las decisiones se tomen por mayoría de votos si es que no se puede lograr dicho consenso.

La OMC hace contribuciones importantes para mejorar los flujos de comercio e inversión en todo el mundo. Sin embargo, una OMC exitosa bien podría infringir la soberanía de las naciones. Por ejemplo, una forma más moderna de dirimir disputas significa que las decisiones se toman con mayor rapidez y que es necesario confrontar con mayor frecuencia a las naciones que violan las reglas del comercio internacional. Es probable que las decisiones de la OMC que afectan a las grandes naciones comerciales provoquen un resentimiento. Algunos gobiernos pretenden ampliar el mandato de la OMC para que también intervenga en causas y problemas sociales como las leyes laborales, la competencia y la migración. Debido a que muchas naciones temen que las causas sociales se utilicen para idear nuevas reglas de proteccionismo contra sus exportaciones, la inclusión de esos aspectos se podría convertir en una razón clave para una división y disensiones dentro de la OMC.<sup>10</sup> Grupos externos, como las organizaciones no gubernamentales y las alianzas de interés especial, creen que el comercio internacional y la OMC representan una amenaza para sus causas.

## EL MERCADO INTERNACIONAL

2.3

## El miembro faltante de la OMC

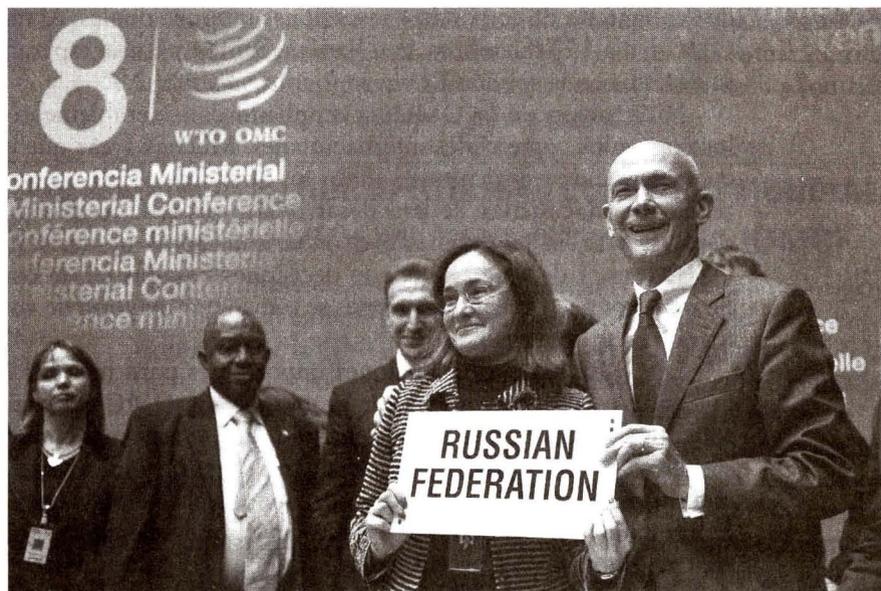
En la actualidad, la membresía en la OMC se considera como un requisito indispensable para cualquier economía de mercado. En 2011, la OMC estaba lista para ampliarse a 155 naciones miembro, con el acceso planeado de Vanatu y Samoa. Aunque el comercio internacional, en particular en turismo y derivados del coco, es vital para las economías de esos dos países, su potencial membresía en la OMC no está atrayendo mucha atención en comparación con Rusia, el siguiente país en espera.

Rusia, la undécima economía del mundo, con un PIB que en 2011 se aproximaba a 1.5 billones de dólares, es la única economía líder que para 2011 aún no se integraba en la OMC. Después de 17 años de negociaciones, la membresía de Rusia se está considerando como algo probable en un futuro cercano. Rusia ha convenido esencialmente en consolidar las reducciones de aranceles acordadas en múltiples negociaciones bilaterales con cerca de 50 naciones y en armonizar sus leyes sobre acceso al mercado con los requerimientos de la OMC.

La inclusión de Rusia ha sido obstaculizada por varios miembros de la OMC, incluyendo la Unión Europea, Estados Unidos y Georgia, entre otros. En el 2010, Rusia y Estados Unidos llegaron a acuerdos que

establecían los términos para resolver varios aspectos clave, incluyendo políticas de fijación de precios para las exportaciones de madera, tarifas de ferrocarriles y derechos de vuelos a baja altura en Siberia. Desde el punto de vista de Estados Unidos, quedaron varios problemas por resolver. Entre éstos se encontraban las preocupaciones de los norteamericanos por los derechos humanos y el compromiso de Rusia con el estado de derecho, además de aspectos comerciales como las restricciones de inversión, la protección de los derechos de propiedad intelectual y las normas de seguridad de los alimentos. Rusia espera que el Congreso de Estados Unidos revoque la enmienda Jackson-Vanik de 1975, la cual imponía aranceles y penalidades comerciales sobre Rusia para penalizar sus restrictivas políticas de emigración, eliminadas desde hace largo tiempo.

Tal vez el mayor obstáculo para el acceso de Rusia es Georgia, su país vecino. Desde 2008, cuando ambos países estuvieron en guerra, las tropas rusas ocupan los territorios georgianos de Abkhasia y Ossetia del Sur, y Rusia impone su propia administración aduanal en esas áreas. Debido a que cualquier miembro de la OMC tiene el derecho de vetar la inclusión de un nuevo país, Georgia se encuentra en una posición de poder. Esta situación muestra que siempre hay consecuencias no intencionales de la guerra.



Propuesta de Rusia para unirse a la OMC.

FUENTES: CIA World Factbook, <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>; World Trade Organization, [http://www.wto.org/english/thewto\\_e/ace\\_e/a1\\_russie\\_e.htm](http://www.wto.org/english/thewto_e/ace_e/a1_russie_e.htm); Jennifer M. Freedman, "Russia Moves Closer to WTO Membership with EU Deal", *Bloomberg*

*Businessweek*, 7 de diciembre de 2010; Josh Rogin, "Foreign Policy", *The Cable*, 29 de octubre de 2010; y Doug Palmer, "Obama Wants Russia Trade Vote before WTO Deal: Trade Official", *Reuters*, 22 de junio de 2011.

En 2001 inició una nueva ronda de negociaciones comerciales internacionales. Ya que fueron celebradas en la ciudad de Doha (Qatar), estas negociaciones son conocidas como la “Ronda de Doha”. La meta era apresurar más la liberalización de los mercados, en particular para ayudar a las naciones empobrecidas y en desarrollo. Además, la meta era ampliar el rol de la OMC para abarcar otras actividades comerciales en las cuales había insuficientes reglas para su definición y estructura debido a una exclusión determinada de los gobiernos en las negociaciones anteriores o a la nueva tecnología que estaba transformando el mercado global. Algunos ejemplos incluyen el comercio en bienes agrícolas, las regulaciones antidumping y el comercio electrónico.

Las negociaciones habían estado marcadas en gran parte por desacuerdos entre las economías desarrolladas y en desarrollo. Los aspectos que suscitaban mayor división seguían siendo los aranceles y subsidios agrícolas en la Unión Europea y Estados Unidos y los aranceles sobre mercancías en los países en desarrollo. Aunque hubo muchos intentos por concertar compromisos, las partes nunca llegaron a un acuerdo. Después de 11 años de juntas, concesiones y disentimientos, las negociaciones aún no han concluido.<sup>11</sup>

A menos que los defensores del comercio y la OMC estén apoyados por sus gobiernos y por otros grupos de interés externos en los aspectos comerciales, es improbable que haya un progreso importante en la liberalización del comercio y la inversión. Por consiguiente, será necesario que la OMC se enfoque en su misión fundamental, que es facilitar el comercio y la inversión internacionales, garantizando un foro para la discusión de los asuntos más importantes.

## El Fondo Monetario Internacional

El Fondo Monetario Internacional (FMI), concebido en 1944 en Bretton Woods en New Hampshire, estaba diseñado para dotar de estabilidad a la estructura monetaria internacional. Obtenía fondos de sus miembros, quienes se suscribían mediante una cuota basada en los patrones de comercio esperados y pagaban 25% de la cuota en oro o en dólares y el resto en sus monedas locales. Esos fondos se utilizarían para dar protección a los países contra las fluctuaciones temporales en el valor de su moneda. Por consiguiente, la meta original del FMI era proporcionar tipos de cambio fijos entre los países.

El resultado, tal vez no pretendido, de utilizar el dólar estadounidense como la principal moneda del mundo fue una superabundancia de las reservas en dólares en la década de 1960. Esto obligó a Estados Unidos a abandonar el estándar del oro y devaluar el dólar, lo cual resultó en tipos de cambio flexibles o flotantes en 1971. A pesar de este importante cambio, el FMI, como institución, ha contribuido claramente a proporcionar liquidez internacional y a facilitar el comercio internacional.

A lo largo del tiempo, el sistema del FMI ha sufrido muchas presiones. En la década de 1980, parte de esta presión fue provocada por las considerables deudas en las cuales habían incurrido los países menos desarrollados como resultado de créditos para el desarrollo demasiado prolongados y de cambios en el costo de la energía. En la década de 1990, una importante presión adicional resultó de los requerimientos financieros de los antiguos países socialistas que buscaban fondos para mejorar sus economías. Doce antiguas repúblicas soviéticas se unieron al FMI. Las principales fluctuaciones en la moneda entre los antiguos clientes también han presionado los recursos del FMI.

En 2005, el FMI convino en cancelar 3300 millones de dólares de la deuda que tenían las 20 naciones más pobres del mundo.<sup>12</sup> En 2008, el FMI necesitó emprender actividades totalmente nuevas diseñadas para estabilizar el sistema financiero y desarrollar un estímulo económico global. En vista del retraso mundial de las economías y de la crisis financiera, el FMI necesitaba ir más allá de sus clientes tradicionales de los mercados emergentes y las economías en desarrollo. Incluso economías del mercado ya consolidadas, como Islandia, Irlanda y Grecia, requerían ayuda financiera. A fin de asegurar que el estímulo local no se vería sofocado por restricciones globales, el FMI trabajó para asegurar expansiones simultáneas en las economías. La meta general de las nuevas facilidades de préstamos a corto plazo cambió al rápido establecimiento de la liquidez y al desarrollo de una nueva confianza con la finalidad de extinguir la crisis de confianza.<sup>13</sup> En su primera conferencia de prensa en su rol como directora administrativa del FMI en 2011, Christine Lagarde identificó los dos aspectos más apre-

miantes para el FMI. En primer lugar estaban los problemas de la deuda soberana que enfrentaban los países de la zona euro y otros. La segunda área de preocupación era el problema de los enormes flujos de capital a las economías emergentes a medida que los inversionistas buscaban tasas de rendimiento más altas de las que estaban disponibles en las economías desarrolladas.<sup>14</sup>

Como resultado de todas estas necesidades financieras globales, el futuro rol del FMI podría ser muy diferente. Si la institución puede movilizar a sus miembros para que proporcionen los medios financieros para un rol activo, sus logros pasados podrían palidecer en vista de las nuevas oportunidades y requerimientos. Al mismo tiempo, sin embargo, la nueva orientación también requerirá una nueva forma de pensar acerca de las reglas bajo las cuales opera el FMI. Por ejemplo, no está muy claro si las estrictas reglas económicas y las medidas del desempeño son igualmente aplicables a todos los países que buscan la ayuda del FMI. Las nuevas condiciones económicas que no se han experimentado hasta la fecha podrían requerir diferentes tipos de enfoques. Además, tal vez el vínculo entre la estabilidad económica y política se agrandará, pero también cambiará la misión del FMI.

## El Banco Mundial

El nombre oficial del Banco Mundial es Banco Internacional para la Reconstrucción y el Desarrollo. Se formó en 1944 para ayudar a los países que padecían los estragos de la guerra. Después de completar este proceso con gran éxito, ha asumido la tarea de ayudar al desarrollo del mundo. Con nuevas naciones surgiendo del pliegue colonial de las potencias mundiales de principios del siglo xx, el banco ha hecho importantes esfuerzos para ayudar a las economías incipientes a participar en una moderna estructura económica de comercio. Más recientemente, el banco comenzó a participar activamente con el FMI para resolver los problemas de deuda del mundo en desarrollo y para poner en marcha la economía de mercado en los países que formaban parte del bloque soviético.

Se han desarrollado importantes debates en torno a la efectividad de los gastos del banco. En las décadas de 1970 y 1980, los fondos se invirtieron en proyectos de in-

Una tarea clave del Banco Mundial es reducir la pobreza en el mundo.

fraestructura en los países en desarrollo, con base en la expectativa de que esa inversión impulsaría rápidamente las economías de esas naciones. Sin embargo, en retrospectiva, parece que muchos de los fondos fueron despilfarrados por regímenes corruptos y que muchos proyectos grandes se han convertido en elefantes blancos, produciendo poco en términos de progreso económico. Además, algunos proyectos han tenido importantes efectos secundarios negativos para ciertas naciones. Por ejemplo, la carretera a través del bosque tropical de Brasil ha provocado la migración de personas a las áreas protegidas y está alterando un equilibrio ecológico muy frágil.

El Banco Mundial ahora trata de reorientar su perspectiva enfocándose más en la creación de capacidad y en el desarrollo de capital humano por medio de inversiones en educación y salud. Los criterios clave del desempeño ahora son la sustentabilidad del crecimiento y el desarrollo, la estabilización de los precios de los commodities, la seguridad alimentaria, la apertura al comercio mundial en todos los países y una mayor participación de los poderes económicos y las naciones en desarrollo en el gobierno del banco.<sup>15</sup> A medida que se acerca a su principal reto de reducir la pobreza global, el Banco Mundial “proporciona ayuda técnica, financiera y de otros tipos a los más necesitados y en donde puede tener el mayor impacto y promover el crecimiento, es decir, en los países más pobres, los estados frágiles, el Mundo Árabe y los países de ingreso medio; también ayuda a resolver problemas de bienes públicos globales y a proporcionar conocimientos y servicios educativos”.<sup>16</sup>

## Instituciones regionales

La OMC, el FMI y el Banco Mundial operan a un nivel global. Los cambios regionales también han tenido lugar a partir de la necesidad de fomentar el comercio entre los países. De importancia particular fue la transformación de los **bloques económicos** que integraban las actividades económicas y políticas de las naciones.

El concepto de la integración regional se utilizó hace más de 170 años cuando Alemania desarrolló la Zollverein (Unión Aduanera de Alemania) para eliminar las barreras aduanales internacionales. Su desarrollo en la época moderna inició en 1952 con el establecimiento de la Comunidad Europea de Carbón y Acero, que estaba diseñada para crear un mercado común de carbón, acero y hierro entre seis países. Gradualmente, esas naciones desarrollaron una unión aduanal y crearon aranceles externos comunes. La meta final que se contemplaba era el movimiento completamente libre de capital, servicios y personas a través de las fronteras nacionales y el desarrollo conjunto de políticas internacionales comunes. A lo largo del tiempo, estas metas se han alcanzado en gran medida. La Unión Europea (UE) ahora representa un mercado común de tamaño formidable, constituye una potencia económica mundial, y el bienestar de todos los miembros de la UE se ha incrementado considerablemente desde la formación del bloque.

Otros grupos de naciones han formado convenios de mercado similares. Entre ellos se encuentran el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el MERCOSUR en América Latina y el Consejo de Cooperación del Golfo (CCG). Estas uniones se formaron por diferentes razones y operan con diferentes grados de cohesión según el entorno específico. Se enfocan en aspectos como formar una unión aduanera, un mercado común, una unión económica o una unión política.

De manera simultánea a la formación de estos bloques económicos, el sector privado ha empezado a desarrollar sus propias instituciones de comercio internacional. En particular, cuando los gobiernos no son lo bastante rápidos para abordar los principales temas que preocupan a las empresas globales, los negocios han tomado la delantera, proporcionando un foro para la discusión de los mismos. Un ejemplo es el Diálogo Transatlántico de Negocios (DTN), que es una organización no gubernamental compuesta por líderes de negocios de Europa y Estados Unidos. Al reconocer la ineficiencia de los estándares en competencia y a menudo contradictorios, y de los prolongados procedimientos de prueba, este grupo está trabajando para lograr convenios mutuos de reconocimiento, sumamente necesarios para la industria. Los ejecutivos de las principales empresas internacionales que participan en esta organización tratan de simplificar el marketing global buscando formas de alinear los estándares y regulaciones internacionales.

Las actividades de todas estas instituciones demuestran que la unión de fuerzas a nivel internacional permite actividades de marketing internacional más exitosas, lo que resulta en un mejor estándar de vida y proporciona un contrapeso eficaz para los grandes bloques económicos. Lo mismo que en la política, el comercio ha refutado el antiguo postulado de que “el fuerte es más fuerte cuando está solo”. Las naciones han llegado a reconocer que las actividades de comercio son de gran importancia para su bienestar económico. A largo plazo, las actividades de exportación de una nación son la clave para el flujo de entrada de importaciones y, por consiguiente, para la provisión de elección, competencia y nuevos puntos de vista. A mediano y largo plazos, la balanza de pagos se debe mantener. A corto plazo, “un déficit externo se puede financiar retirando activos previamente acumulados o acumulando deudas a otros países. Sin embargo, con el tiempo, se debe establecer un proceso de ajuste para eliminar el déficit”.<sup>17</sup>

La urgencia de los ajustes variará con base en el país en cuestión. A algunos países les resulta muy difícil obtener la aceptación de un número cada vez mayor de pagarés. Otros, como Estados Unidos, pueden tener déficits de billones de dólares y todavía son un prestatario preferido debido a su estabilidad política, la seguridad económica percibida y la utilización del dólar americano como una moneda de reserva y de referencia de negocios en todo el mundo. Por supuesto, esas ventajas temporales pueden cambiar. Antes de la aparición del dólar, la libra inglesa fue durante muchos años la moneda de reserva preferida.

## COMPARACIÓN DE LAS POSICIONES COMERCIALES

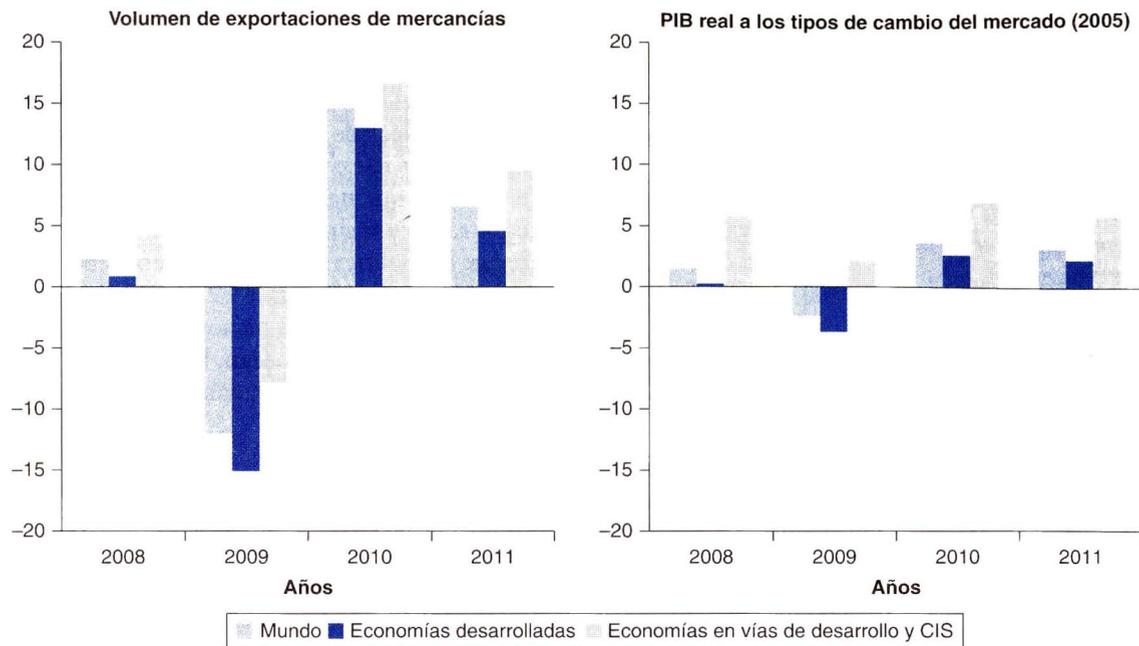
A lo largo de los años, las posiciones del comercio internacional han cambiado considerablemente cuando se miden en términos de la participación del mercado mundial. Por ejemplo, en la década de 1950 las exportaciones de Estados Unidos representaban 25% de las exportaciones mundiales totales. Desde entonces, esta participación ha disminuido en gran medida. No es que las exportaciones de Estados Unidos hayan disminuido realmente durante ese tiempo. La historia del éxito de Estados Unidos en la participación del mercado mundial tiene su origen en el hecho de que la economía estadounidense no fue destruida por la guerra. Debido a que otros países tenían poco para exportar y una mayor necesidad de importaciones, la posición de Estados Unidos en las exportaciones era prominente. Sin embargo, a lo largo del tiempo, a medida que otros socios comerciales entraron en escena y obtuvieron una mayor participación en el mercado mundial, el crecimiento de las exportaciones de Estados Unidos no pudo avanzar al mismo paso que el crecimiento de las exportaciones mundiales totales. La figura 2.1 muestra la participación en exportaciones e importaciones de varios países y regiones comerciales en el mercado mundial. Algo notable es el grado al cual las importaciones de Estados Unidos superan a las exportaciones.

Otro desarrollo importante es el surgimiento de China como una potencia comercial. En apenas una década, China incrementó más de cuatro veces su comercio en mercancías. Ahora China tiene un superávit comercial con los tres principales centros económicos del mundo: Estados Unidos, la Unión Europea y Japón. China también reemplazó a México como el segundo socio comercial más importante de Estados Unidos y ahora es el tercer mercado más grande para las exportaciones de Estados Unidos.<sup>18</sup>

La figura 2.2 pone de relieve la impresionante escalada de la economía China. En 1990, la participación de China en las exportaciones mundiales era de 2% aproximadamente, pero para 2010 era de más de 10%. En 2010, China era el socio comercial número uno de seis de las naciones del G20 y el socio número dos de otros cinco países del G20.<sup>19</sup>

### Un diagnóstico de la posición comercial de Estados Unidos

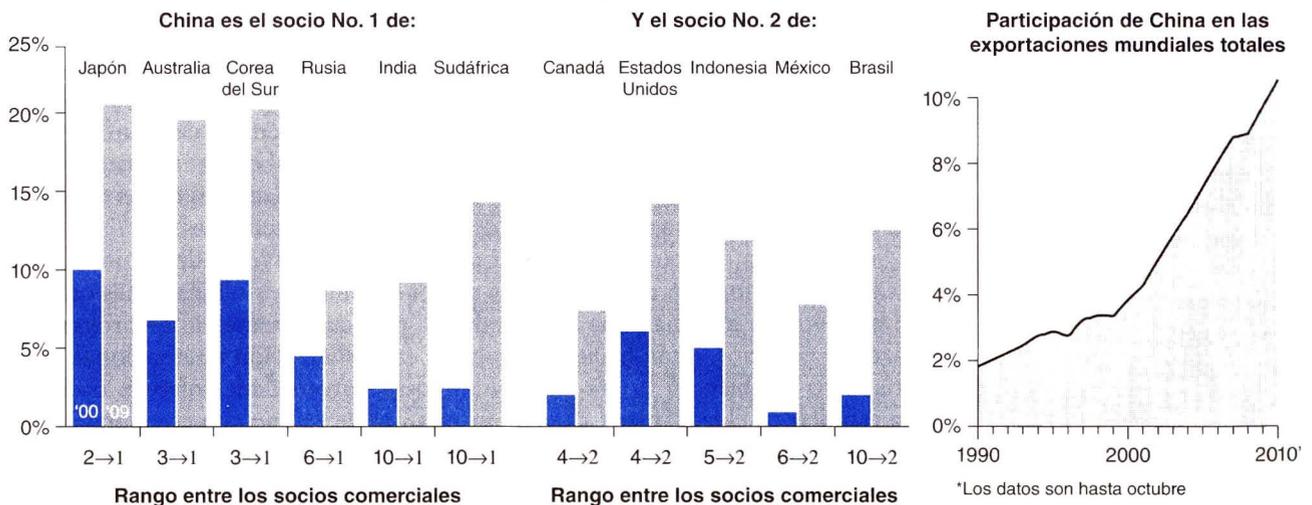
Los desarrollos que acabamos de enumerar nos llevan a buscar la razón de esos cambios. No debemos atribuir los cambios en el desempeño comercial de Estados Unidos simplemente a factores temporales como el valor del dólar, el subsidio de las exportaciones del extranjero o el precio del petróleo. Necesitamos ir más a fondo para determinar las verdaderas causas de la disminución en la competitividad internacional de Estados Unidos.

**FIGURA 2.1** Exportaciones e importaciones de mercancías como porcentaje del comercio mundial, 2008-2011

FUENTE: Organización Mundial de Comercio, Perfiles comerciales por país, <http://www.wto.org>.

**FIGURA 2.2** El factor China

Participación del comercio de países seleccionados (importaciones más exportaciones) con China a principios y a finales de la década del 2000.



FUENTE: Dirección de Estadísticas Comerciales del FMI, a través de Karim Foda, Brookings Institution.

Desde la Segunda Guerra Mundial, los diseñadores de políticas norteamericanos han estado convencidos de que Estados Unidos es líder absoluto de la economía y la política del mundo. Por otra parte, en muchos países prevalecía la creencia de que dicho país estaba obligado a ayudarlos con su desempeño comercial, debido a que sin su ayuda nunca podrían desempeñar un rol significativo en la economía mundial. Al mismo tiempo, había una gran admiración por el “ingenio yanqui”, es decir, la idea de que las empresas estadounidenses eran las mejores en el mundo. Por consiguiente, el sector privado de Estados Unidos parecía no necesitar ninguna ayuda en sus esfuerzos comerciales internacionales.

El resultado de esta forma de pensar fue un continuo esfuerzo para ayudar a los países extranjeros en su desarrollo económico. Al mismo tiempo, no se prestaba demasiada atención a las empresas nacionales en Estados Unidos. Esta política estaba bien concebida y era bien intencionada y produjo éxitos espectaculares. Los libros escritos a finales de la década de 1940 describen el enorme poder económico de Estados Unidos y la tarea aparentemente imposible de resucitar las economías extranjeras. Comparar los planteamientos de esos libros con el desempeño económico de países como Japón y Alemania hoy demuestra que las políticas de ayudar a estimular las economías extranjeras de hecho se vieron coronadas por el éxito.

Esas políticas fueron tan exitosas que nadie deseaba modificarlas. Estados Unidos siguió alentando el comercio extranjero y sin intervenir en las empresas nacionales en la década de 1990. A pesar de que las políticas estaban bien concebidas, el entorno en el cual se aplicaban estaba cambiando. En la década de 1950 y a principios de la de 1960, Estados Unidos de nuevo alentó con éxito a otras naciones para que se convirtieran en socios completos en el comercio mundial. Sin embargo, las empresas de Estados Unidos estaban colocadas en una clara desventaja cuando esas políticas continuaron durante largo tiempo.

Se aseguró a las empresas estadounidenses que “debido a su tamaño y a la diversidad de sus recursos, la economía estadounidense podía satisfacer los deseos del consumidor y las necesidades nacionales con un mínimo de confianza en el comercio extranjero”.<sup>20</sup> La disponibilidad de un gran mercado interno estadounidense y la relativa distancia de los mercados extranjeros resultaron en que los fabricantes de Estados Unidos simplemente no experimentaban una necesidad competitiva de buscar negocios más allá de sus fronteras. Posteriormente, en el sector privado había una percepción generalizada de que las exportaciones y el marketing internacional eran demasiado riesgosos, complejos y que, por consiguiente, no valían la pena.

Esta percepción también resultó en crecientes brechas en el conocimiento del marketing internacional entre los gerentes en Estados Unidos y los del extranjero. Mientras que los ejecutivos de negocios en la mayoría de los países se veían obligados, por el pequeño tamaño de sus mercados, a estudiar muy rápidamente los mercados extranjeros y aprender acerca de la sensibilidad cultural y las diferencias del mercado, la mayoría de los gerentes en Estados Unidos se mantuvo en una dichosa ignorancia de la economía global. De manera similar, la educación en Estados Unidos pasaba por alto que el entorno de negocios global, los idiomas y las culturas extranjeras eran un área de máxima prioridad. Debido a esa falta de interés global, a lo inadecuado de la información, a la ignorancia de dónde y cómo vender internacionalmente, al desconocimiento de las condiciones del mercado extranjero y a las complicadas regulaciones comerciales, el sector privado temía dedicarse a actividades de negocios internacionales.

Sin embargo, las condiciones han cambiado. La mayoría de las instituciones de educación superior han reconocido las responsabilidades y obligaciones que trae consigo el liderazgo mundial. Las universidades, particularmente en los programas curriculares de negocios, están haciendo hincapié en la dimensión internacional, no sólo en teoría, sino también en la práctica. Numerosas universidades ofrecen oportunidades para estudiar en el extranjero, diseñan programas de verano con componentes globales y esperan una orientación global de sus estudiantes.

Los gerentes también han intensificado su compromiso internacional. Muchas empresas recién fundadas son globales desde el principio, dando origen al término de *nacida global*.<sup>21</sup> El comercio electrónico ha hecho que sea más factible llegar a la comunidad de negocios global, no importa si la empresa es grande o pequeña. El Departamento de Estado norteamericano les ofrece capacitación en relaciones de negocios y de gobierno a los nuevos embajadores y los instruye para que presten mucha atención a las necesidades de la comunidad de negocios de Estados Unidos.

En efecto, está aumentando el interés prestado a los mercados internacionales como una oportunidad para encontrar clientes y como una fuente de suministro. Por tanto, se puede esperar que también aumente considerablemente la necesidad de tener conocimiento del marketing internacional.

## IMPACTO DEL COMERCIO Y LA INVERSIÓN

### El efecto del comercio

Las exportaciones, en un sentido macroeconómico, son importantes en términos de equilibrar la cuenta comercial. Las exportaciones son importantes debido a que pueden afectar los valores de la moneda y las políticas fiscales y monetarias de los gobiernos, modelar la percepción acerca de la competitividad y determinar el nivel de importaciones que se puede permitir un país. Pero la constante erosión de la participación de Estados Unidos en las exportaciones mundiales totales ha tenido repercusiones, esas sí muy reales. También ha resultado en un **déficit comercial** de mercancías, que ha sido constante desde 1975. Para 1987, Estados Unidos informó de un déficit en aquel entonces récord con importaciones de productos que excedían a las importaciones en más de 171 000 millones de dólares. Debido a los incrementos en las exportaciones, el déficit comercial de mercancías disminuyó en los años siguientes, sólo para volver a subir una vez más a alturas récord en 2010, llegando a 635 000 millones de dólares.<sup>22</sup> Las estadísticas comerciales actualizadas se pueden consultar en el sitio web de la Administración de Comercio Internacional de Estados Unidos ([www.trade.gov](http://www.trade.gov)). Esos déficits comerciales tan grandes son insostenibles a largo plazo.<sup>23</sup>

A su vez, han tenido un impacto importante sobre Estados Unidos y sus ciudadanos. Indican que un país, en sus actividades internacionales, está consumiendo más de lo que produce. Una forma clave de reducir los déficits comerciales es incrementar las exportaciones. Un enfoque así es altamente benéfico por varias razones.

Las exportaciones pueden ser útiles en la generación de empleos. Por ejemplo, en Estados Unidos el empleo relacionado con exportaciones representa 39.5% en la industria de computadoras y electrónica y 34% en la industria del cuero.<sup>24</sup> En 2001, cada mil millones de dólares en exportaciones respaldaban, en promedio, la creación de 11 500 puestos de trabajo.<sup>25</sup> Para 2011, esta cifra había disminuido a 5000, en gran parte debido a la eficiencia y la automatización.<sup>26</sup>

Algo de igual importancia es que, por medio de la exportación, las empresas pueden desarrollar **economías de escala**. Al ampliar su alcance de mercado y atender a los clientes en el extranjero, una empresa puede producir más y hacerlo en una forma más eficiente. Como resultado, la empresa puede lograr costos más bajos y mayores utilidades tanto en casa como en el extranjero. Mediante la exportación, la empresa también se beneficia con la diversificación del mercado. Puede aprovechar diferentes tasas de crecimiento en diferentes mercados y lograr la estabilidad al no ser excesivamente dependiente de un mercado en particular. La exportación también permite que la empresa aprenda de la competencia y demuestre su capacidad para sobrevivir en un entorno menos familiar a pesar de los costos de transacción más altos. Todas estas lecciones también pueden hacer que la empresa sea una competidora más fuerte a nivel nacional.<sup>27</sup>

En el lado de la importación, las empresas se ven expuestas a una nueva competencia, lo que puede ofrecer nuevos enfoques, mejores procesos, o mejores bienes y servicios. A fin de mantener su participación de mercado, las empresas se ven obligadas a competir en forma más eficaz mejorando sus propios productos y actividades. A su vez, los consumidores tienen más opciones para elegir. Las presiones competitivas ejercidas por las importaciones también funcionan para mantener una alta calidad y precios bajos.

### El efecto de la inversión internacional

Las actividades de marketing internacional no se limitan al comercio, sino que se trata de un amplio espectro de participación, gran parte de la cual resulta en actividades de inversión directa internacional. Esas actividades de inversión pueden ser cruciales para el éxito de una empresa en mercados nuevos y en crecimiento.

Durante décadas, Estados Unidos fue el principal inversionista extranjero directo en el mundo. Las multinacionales y subsidiarias extranjeras brotaban por todas partes. Sin embargo, hoy las empresas internacionales de muchos países invierten cada vez más en todo el mundo.

La **inversión extranjera directa** es muy amplia en muchas industrias de Estados Unidos. Casi uno de cada siete empleados en el sector manufacturero trabaja para una

**filial extranjera**, es decir, una empresa estadounidense en la cual por lo menos 10% es propiedad de entidades extranjeras. Sin embargo, la propiedad extranjera no está distribuida igualmente entre todas las industrias. La inversión extranjera directa tiende a concentrarse en sectores específicos en los que los inversionistas extranjeros creen que pueden contribuir mejor y beneficiarse más con su inversión.

En general, las filiales extranjeras aportan más de 5.6 millones de puestos de trabajo en Estados Unidos.<sup>28</sup> Entre 2003 y febrero de 2011, dieron comienzo o fueron anunciados más de 7500 nuevos proyectos de inversión “greenfield”, es decir, proyectos totalmente nuevos.<sup>29</sup> Como resultado de la inversión extranjera, tanto los diseñadores de políticas como el resto de los ciudadanos pueden llegar a preocuparse por la dependencia de los propietarios extranjeros, aunque es difícil establecer la validez de sus preocupaciones.

Hasta cierto punto, esa inversión extranjera directa sustituye a las actividades comerciales. Como resultado, las empresas que operan sólo en el mercado interno podrían ser sorprendidas por los embates de la competencia extranjera y, al no estar preparadas para responder rápidamente, podrían perder su participación del mercado nacional. Sin embargo, la sustitución por el comercio dista mucho de ser completa. En muchos casos, las filiales extranjeras también son participantes importantes en el comercio. Pueden importar materia prima o componentes y exportar parte de su producción.

Si bien la teoría sugiere una política de inversión abierta que acepte a las corporaciones extranjeras, existe cierto grado de inquietud acerca del rápido crecimiento de dicha inversión. Por consiguiente, muchos países revisan los futuros proyectos de inversión importantes para evaluar su efecto y determinar su deseabilidad. Por ejemplo, en Estados Unidos, la revisión del gobierno la lleva a cabo un comité interagencias llamado Comité de Inversiones Extranjeras en Estados Unidos (CFIUS, por sus siglas en inglés). Este comité realiza un escrutinio de las actividades de inversión extranjera desde el punto de vista de su impacto sobre la seguridad nacional de Estados Unidos, y ocasionalmente las rechaza. En 2011, el CFIUS le negó la autorización a Huawei, el fabricante chino de equipo de telecomunicaciones, para su planeada adquisición del proveedor de la defensa de Estados Unidos, 3Leaf Systems, lo cual motivó una queja de los funcionarios chinos acerca de un trato injusto.<sup>30</sup> En otro ejemplo, en 2010 los funcionarios canadienses bloquearon la adquisición de PotashCorp por parte de la empresa australina BHP Billiton argumentando la protección del interés nacional.

Si bien las restricciones pueden servir a la seguridad nacional o a la obtención de metas políticas, también le imponen un costo a la sociedad. Es posible preservar a las industrias nacionales, pero con un gran riesgo para el libre flujo del capital y a un costo considerable para los consumidores. Una restricción sobre la inversión puede permitir un mayor control sobre las industrias nacionales y, sin embargo, también les niega el acceso al capital extranjero y a menudo a la innovación. Esto, a su vez, puede resultar en un mayor control de los mercados de crédito, tasas de interés más altas y una disminución en la buena disposición para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado mundial.

## RESPUESTAS DE LA POLÍTICA A LOS PROBLEMAS COMERCIALES

La palabra *política* implica que hay una serie coordinada de actividades continuas en las ramas legislativa y ejecutiva del gobierno para tratar de abordar el comercio internacional de Estados Unidos. Por desgracia, esos esfuerzos concertados sólo suceden rara vez. Las respuestas de la política han consistido principalmente en reacciones políticas y ad hoc, las cuales han cambiado a lo largo de los años desde un profundo pesar hasta el proteccionismo. Mientras que en el último siglo la mayoría de los legisladores y funcionarios administrativos simplemente lamentaban la falta de desempeño de Estados Unidos en los mercados internacionales, más recientemente, las presiones de la industria han obligado a una mayor actividad.

### Restricciones de las importaciones

En vista de los persistentes déficits comerciales, la creciente inversión extranjera directa y la tendencia de algunas empresas e industrias a buscar una enmienda legislativa para

corregir las fallas en el mercado, el Congreso de Estados Unidos ha estado cada vez más dispuesto a proporcionarle al presidente más poderes para restringir el comercio. También se han aprobado muchas resoluciones y una legislación previniendo al presidente para que preste mayor atención al comercio. Sin embargo, la mayoría de esas advertencias sólo tienen prevista una creciente amenaza contra los importadores extranjeros, y no promueven mejores condiciones para los exportadores estadounidenses. El poder del ejecutivo para mejorar las oportunidades de comercio internacional para las empresas estadounidenses por medio de negociaciones internacionales y un relajamiento de reglas, regulaciones y leyes, se ha visto cada vez más restringido con el tiempo.

También ha existido una tendencia a hacer caso omiso de los logros de las negociaciones internacionales anteriores. Por ejemplo, en el Congreso una enmienda iba unida a una legislación proteccionista, estipulando que una legislación de comercio internacional de Estados Unidos no debería entrar en vigor si no está de conformidad con las reglas negociadas internacionalmente. Una abrumadora mayoría votó en contra de la enmienda, demostrando una falta de preocupación legislativa por esos convenios de comercio internacional. También ha habido una tendencia a buscar favores políticos a corto plazo, generalmente limitados al ámbito nacional, en vez de encontrar soluciones internacionales a largo plazo. La legislación comercial se ha vuelto cada vez más orientada a patrones comerciales específicos y a industrias específicas. En ocasiones, Estados Unidos trata de transferir sus propias leyes comerciales al extranjero, especialmente en áreas como los controles antimonopolio o de exportación, lo que ha resultado en conflictos bilaterales. Durante las negociaciones comerciales internacionales, a menudo se espera que las expectativas concernientes a costos de producción, estructura social y patrones culturales se adopten plenamente en el extranjero.

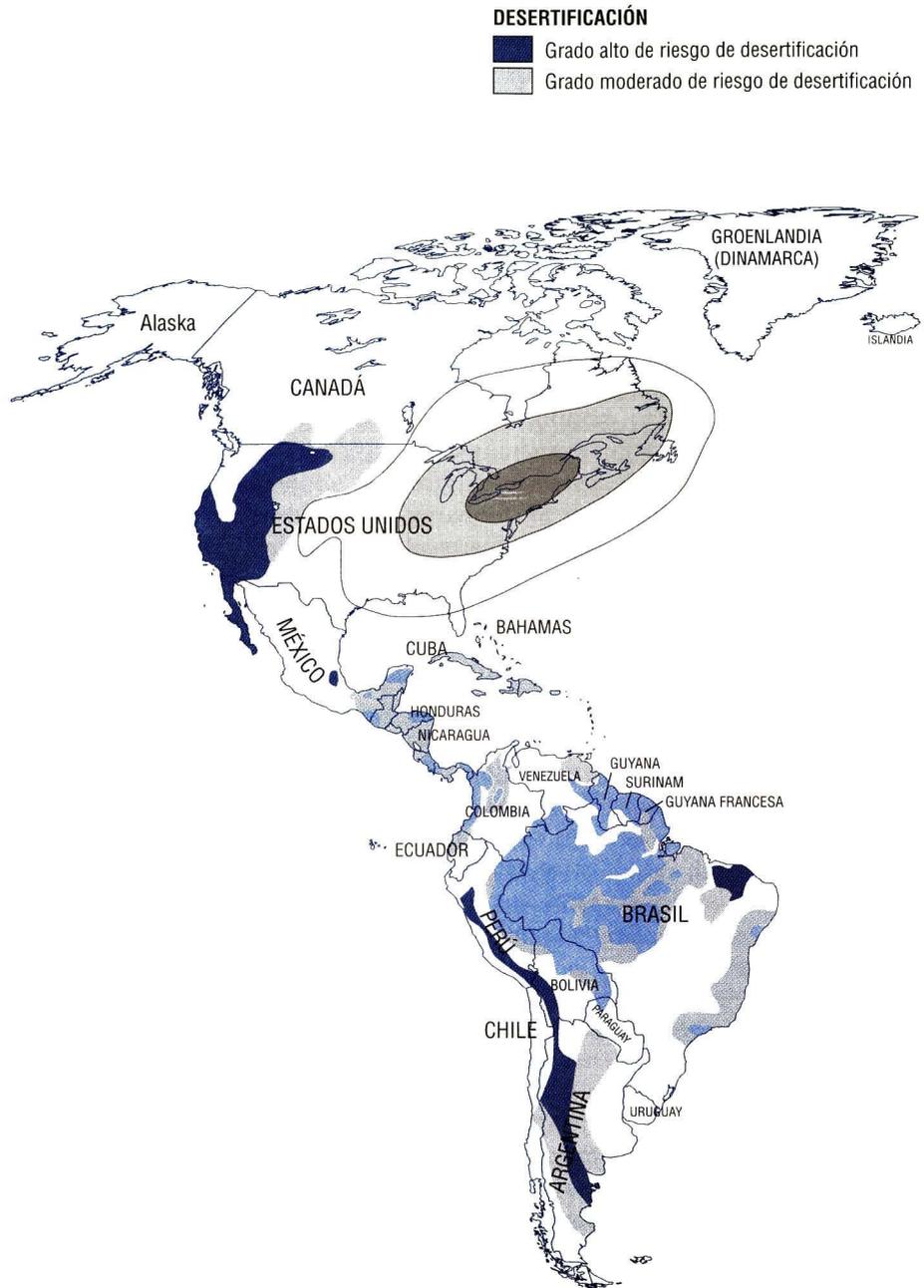
Sin embargo, a pesar de todos estos desarrollos, Estados Unidos todavía es uno de los más fuertes defensores del libre comercio, de lo cual es testimonio su gran volumen de importaciones y su continuo déficit comercial. No obstante que esta defensa es compartida, al menos oficialmente, por las naciones en todo el mundo, los gobiernos se han vuelto muy creativos en el diseño y la implementación de barreras comerciales, algunas de las cuales se muestran en la figura 2.3.

Un método típico consiste en las restricciones de importación “voluntarias” que se aplican selectivamente contra los socios comerciales. Esas medidas se han utilizado principalmente en áreas como textiles, automóviles y acero. Las restricciones voluntarias, que por supuesto se implementan con la ayuda de severas amenazas contra los socios comerciales, tienen el propósito de ayudar a las industrias nacionales a reorganizarse, reestructurarse y recuperar su posición comercial de los años pasados. Muchas de estas restricciones suelen fracasar, ya que no toman en cuenta que la baja económica de la industria nacional tal vez no ha sido causada por los importadores.

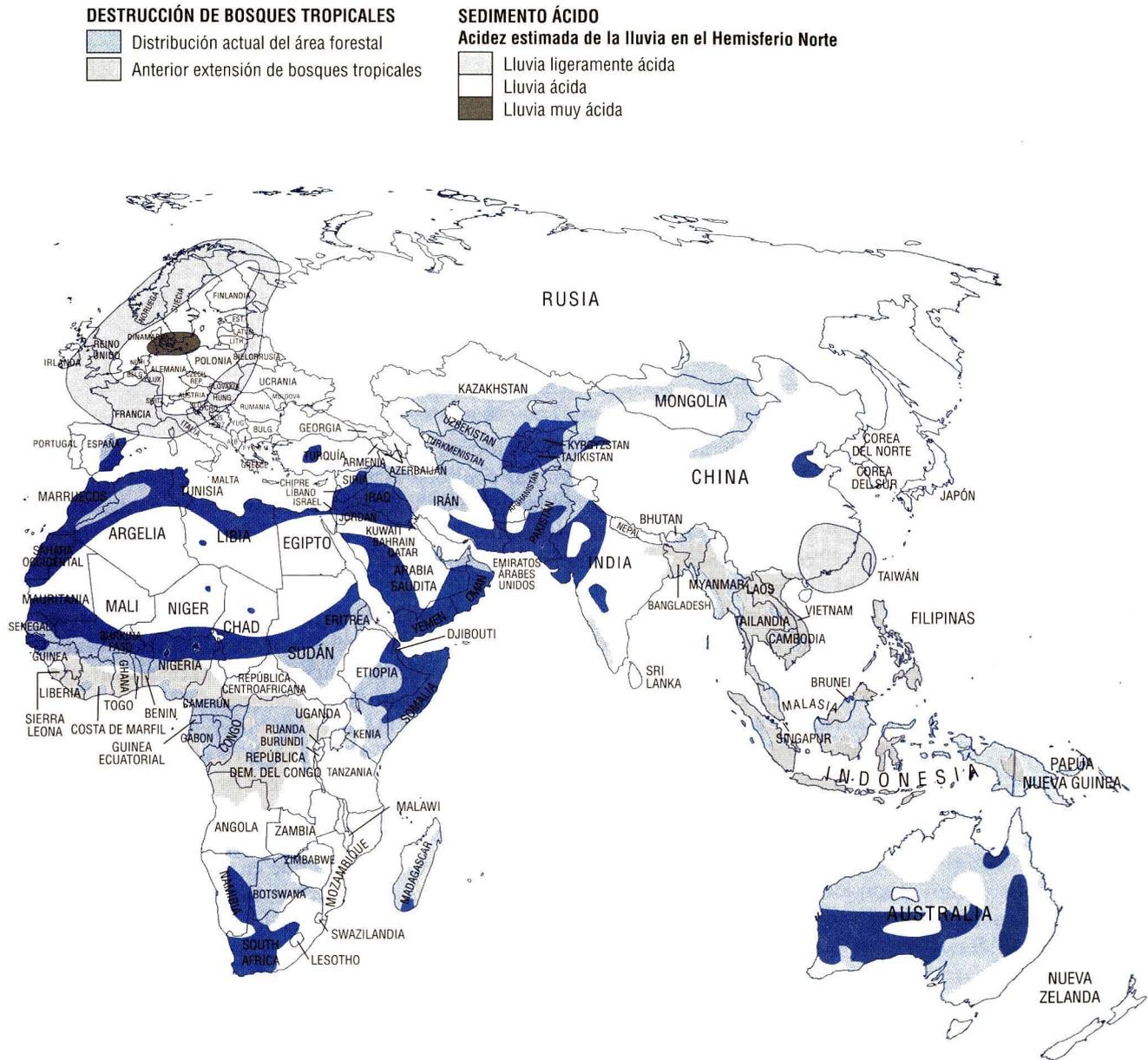
La industria del acero proporciona un buen ejemplo. La capacidad de producción y la oferta de acero claramente excedían a la demanda mundial. Esto es el resultado tanto de proyectos de desarrollo industrial demasiado ambiciosos, motivados por aspiraciones nacionalistas, como de la innovación tecnológica. Sin embargo, una mirada más de cerca a la industria del acero muestra que la demanda de acero también se ha reducido. Por ejemplo, en la industria automotriz se están produciendo menos automóviles y se están fabricando en forma diferente a como se hacía hace diez años. En respuesta a las preferencias cambiantes del consumidor, la regulación del gobierno y los precios más altos del petróleo, hoy los automóviles son más compactos, más ligeros y mucho más eficientes en cuanto al combustible. El peso de los automóviles se ha reducido hasta 40% desde la década de 1970.<sup>31</sup> Conforme a eso, es necesario menos acero para su producción. Además, muchos componentes que antes eran de acero ahora se están reemplazando con componentes hechos de otros materiales, como el plástico. Si las importaciones de acero se eliminaran totalmente, aun así las industrias del acero no recuperarían las ventas perdidas debido a un cambio considerable en la industria automotriz.

Si los países no utilizan el sutil mecanismo de los convenios voluntarios, a menudo recurren a los anticuados aranceles. Por ejemplo, se estimó un impuesto de 49.4% para las motocicletas pesadas importadas a Estados Unidos. Esta regulación mantuvo en el negocio a Harley-Davidson Company, el último productor estadounidense de

## El entorno global: una fuente de conflicto entre las naciones desarrolladas y las menos desarrolladas



FUENTES: Cengage Learning 2013; basado en *Environment Atlas*.



FUENTE: Cengage Learning 2013; Basado en *Environment Atlas*.

**FIGURA 2.3 Barreras comerciales**

Literalmente hay cientos de formas de construir una barrera.

La siguiente lista incluye sólo algunas de las barreras comerciales a las que se enfrentan los exportadores.

- Autorización especial de importación
- Restricciones sobre el procesamiento de datos
- Limitaciones de exportación voluntarias
- Depósitos anticipados de importación
- Impuestos a las transacciones en moneda extranjera
- Solicitudes de licenciamiento preferencial
- Impuestos al consumo
- Derechos de licenciamiento
- Licencias discrecionales
- Restricciones comerciales sobre el comercio electrónico
- Prácticas anticompetitivas
- Reglas de marketing opresivas
- Barreras ecológicas
- Medidas de impuestos discriminatorias
- Falta de protección a la propiedad intelectual
- Cuotas del país
- Requerimientos de pruebas y etiquetado
- Prohibiciones de temporada
- Provisiones de salud y sanitarias
- Certificación
- Licenciamiento para operar con divisas
- Requerimientos de trueque y contracomercio
- Sobrecargas aduanales
- Impuestos de sellos
- Honorarios de factura consular
- Impuestos al transporte
- Subsidios de exportación

FUENTES: Adaptada de Crowell y Mooring, "Report to the Directorate General Trade of the European Commission, Interim Evaluation of the European Union's Trade Barrier Regulation," 2005; y Oficina del Representante de Comercio de Estados Unidos, "2008 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers," Washington, D.C., 28 de marzo de 2008. Para más información, refiérase a <http://www.ustr.gov>.

motocicletas. Aunque desde entonces se han eliminado esos aranceles, y un año antes de eso, nos podemos preguntar con toda razón si el costo impuesto a los consumidores estadounidenses que preferían productos extranjeros durante los cuatro años de imposición de aranceles estaba justificado. Si bien los aranceles promedio se han reducido considerablemente, su aplicación específica todavía puede tener un efecto importante sobre los flujos del comercio.

Un tercer método mediante el cual se ha restringido el comercio son las **barreras no arancelarias**. En comparación con los aranceles o incluso con los subsidios, que son visibles y al menos obligan a los productos a competir por su aceptación en el mercado en dimensiones distintas al precio, es mucho más difícil detectar, demostrar y cuantificar algunas barreras no arancelarias. Por ejemplo, esas barreras pueden ser campañas del gobierno o del sector privado a favor de consumir "lo nacional", que afectan a los importadores y a los inversionistas directos extranjeros. Otras barreras no arancelarias consisten en brindar un trato preferencial a los licitadores nacionales por encima de los licitadores extranjeros, utilizando estándares no comparables con los estándares internacionales, haciendo énfasis en el diseño más que en el desempeño y presentando dificultades generales para el ingreso de productos extranjeros al mercado. Las más famosas a este respecto son probablemente las medidas implementadas por Francia. Para detener o al menos reducir la importación de grabadoras de video extranjeras, Francia decretó que todas deberían ser enviadas a través de la oficina aduanal en Poitiers. Esta oficina aduanal estaba ubicada en la parte central del país, lamentablemente contaba con poco personal y sólo estaba abierta algunos días a la semana. Además, los pocos agentes aduanales en Poitiers insistían en abrir cada paquete por separado para inspeccionar la mercancía. En el transcurso de pocas semanas, las importaciones de grabadoras de video en Francia se detuvieron. Sin embargo, el gobierno francés se refirió a los convenios internacionales y argumentó que todas las medidas oficiales estaban en cumplimiento total con la ley.

El resultado principal de todas estas restricciones comerciales es que se emprenden muchas acciones contrarias a lo que sabemos que es bueno para el mundo y sus ciudadanos. Las industrias están preservadas, pero afectando la estructura comercial del mundo y a un costo considerable para los consumidores. Los costos directos de estas acciones están ocultos y no inconforman al público debido a que están difundidos entre

una multitud de personas. Sin embargo, esos costos son reales y onerosos, y afectan directamente el estándar de vida de las personas y la competitividad de las empresas. Por ejemplo, si los subsidios y aranceles agrícolas se hubieran eliminado en las negociaciones comerciales de la Ronda de Doha, para 2015 las ganancias de la economía mundial habrían aumentado cerca de 287 000 millones de dólares anualmente. Estas ganancias no necesariamente significan que los precios disminuirían. La eliminación de las distorsiones artificiales incrementaría los precios para algunos bienes agrícolas. Por ejemplo, las proyecciones muestran que los precios del algodón se incrementarían 21 %, pero el incremento beneficiaría primordialmente a los países de África al sur del Sahara, actualmente una de las regiones más pobres del mundo.<sup>32</sup>

## Esfuerzos de promoción de las exportaciones

Numerosos países proporcionan ayuda en la promoción de exportaciones para sus empresas. Las razones clave para esa ayuda son la necesidad nacional de ganar moneda extranjera, el fomento del empleo a nivel nacional y el incremento en la actividad económica. Muchas formas de promoción de las exportaciones pueden ser consideradas como una distorsión del comercio por parte del gobierno, debido a que el apoyo gubernamental simplemente resulta en un subsidio de la rentabilidad o en una reducción del riesgo. Sin embargo, hay casos en los cuales esa intervención puede estar justificada. El apoyo del gobierno puede ser apropiado si anula las prácticas extranjeras injustas, incrementa la transparencia del mercado y, por consiguiente, contribuye a un mejor funcionamiento de los mercados,<sup>33</sup> o si ayuda a superar, en interés de la competitividad nacional a largo plazo, la orientación a corto plazo de las empresas.<sup>34</sup>

El Departamento de Comercio de Estados Unidos pone a disposición de las empresas una impresionante variedad de datos sobre los desarrollos del comercio extranjero y el marketing. Su Servicio Comercial proporciona un vínculo con los negocios de Estados Unidos en términos del flujo de información y ayuda en el mercado. Se hacen esfuerzos para coordinar las actividades de diversas agencias federales. Como resultado de esos esfuerzos, se ha creado una red nacional de centros de ayuda para exportaciones capaz de proporcionar soluciones integrales para los exportadores en busca de consejo de exportación y ayuda financiera. Además, se creó una red de apoyo entre las agencias que ayuda a las empresas estadounidenses a obtener contratos para grandes compras del gobierno en el extranjero. Una diversidad de agencias ahora trabajan de manera coordinada a fin de seguir mejorando los servicios a los exportadores de Estados Unidos.

Sin embargo, en términos de esfuerzos comparativos, las actividades de promoción de exportaciones de Estados Unidos todavía están muy por debajo del apoyo proporcionado por otras naciones industriales importantes. Muchos países también ofrecen considerables niveles de apoyo al sector privado, el cual existe en un grado mucho menor en Estados Unidos. Lo que es todavía más importante: del total de gastos de promoción de exportaciones de Estados Unidos, la mayor parte (casi 50 %) sigue estando destinada al sector agrícola, y se dedican relativamente pocos fondos a los consejos de exportación e investigación del mercado para las empresas de manufactura y servicios. Sin embargo, también es necesario considerar que las regulaciones de la OMC restringen considerablemente la capacidad de los gobiernos para promover sus exportaciones manufactureras, a pesar de que la oportunidad para la promoción de exportaciones de servicios está sustancialmente menos regulada.

Ha surgido un nuevo enfoque en el área de financiamiento de las exportaciones. Los diseñadores de políticas han reconocido cada vez más que los negocios de Estados Unidos se pueden encontrar en desventaja si no pueden cumplir con las tasas de financiamiento subsidiado de los proveedores extranjeros. El Banco de Importaciones y Exportaciones de Estados Unidos, cuyo objetivo es enfrentar las condiciones de financiamiento de exportación del extranjero, ha ofrecido **créditos de ayuda mixta** en los años recientes. Estos créditos asumen la forma de préstamos compuestos parcialmente de tasas de interés comerciales y de tasas de interés de ayuda al desarrollo altamente subsidiadas. El banco también ha iniciado un esfuerzo importante para llegar a los negocios de menor tamaño y ayudarlos a tener éxito en sus exportaciones.

La legislación fiscal que restringía el empleo de ciudadanos norteamericanos por parte de empresas nacionales en el extranjero también ha sido cambiada, y ahora es más favorable para las empresas estadounidenses. En el pasado, con algunas excepciones, los estadounidenses que vivían en el extranjero estaban totalmente sujetos a los impuestos federales de Estados Unidos. Debido que el costo de la vida en el extranjero a menudo puede ser bastante alto, la renta mensual de un departamento pequeño puede ser de 4000 dólares o más; esta estructura de impuestos a menudo imponía una carga significativa a las empresas y a los ciudadanos estadounidenses, y muchas veces las empresas no podían enviar a sus empleados estadounidenses al extranjero. Sin embargo, como resultado de una revisión del código fiscal que permite que una cantidad considerable del ingreso (hasta 85 700 dólares en 2007) quede libre de impuestos,<sup>35</sup> ahora es posible destinar a más estadounidenses al extranjero. Sus empleadores también pueden especificar el uso de productos nacionales y por consiguiente mejorar las oportunidades competitivas de las empresas de Estados Unidos.

Otro desarrollo en la promoción de exportaciones fue la aprobación de la Ley de Empresas de Comercio de Exportación de 1982. Con el propósito de ser la respuesta de Estados Unidos a las *sogoshoshas*, o empresas comerciales internacionales japonesas, esta legislación permite que las empresas trabajen juntas para formar **consorcios de exportación**. La idea básica era proporcionar al comprador extranjero un “centro de compras de una sola parada” en el que un grupo de empresas estadounidenses podía ofrecer una gran variedad de productos complementarios y competitivos. Al exentar a las empresas estadounidenses de los actuales estatutos antimonopolio y permitir que los bancos cooperaran en la formación de esas empresas por medio de una participación directa de capital y el financiamiento de las actividades comerciales, el gobierno esperaba que más empresas pudieran participar en el mercado internacional. A pesar de que esta legislación originalmente fue aclamada como un golpe maestro y una medida clave para aumentar la competitividad estadounidense en el extranjero, no ha atraído a un gran número de empresas exitosas. Según parece, la legislación no ha proporcionado incentivos suficientes para que los bancos, las empresas de exportación de servicios o los exportadores participen en esos consorcios.

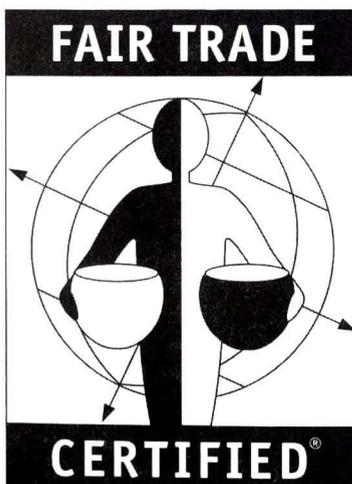
## UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA DE LAS POLÍTICAS DE COMERCIO E INVERSIÓN

Todos los países tienen políticas de comercio e inversión internacional. La importancia y la visibilidad de esas políticas han aumentado en forma impresionante a medida que el comercio internacional y los flujos de inversión se han vuelto más pertinentes para el bienestar de la mayoría de los países. Debido a los crecientes vínculos entre los países, cada vez será más difícil diseñar la política interna sin estudiar las repercusiones internacionales.

### La perspectiva de Estados Unidos

Estados Unidos necesita una política comercial positiva en vez de reactiva, necesita respuestas ad hoc a situaciones específicas. Una **legislación proteccionista** puede ser útil, siempre y cuando no se apruebe. Por ejemplo, las propuestas en el Congreso pueden ser bastante útiles como instrumentos de negociación en los convenios internacionales. Sin embargo, si se aprueba y se firma para convertirla en ley, la legislación proteccionista puede resultar en la destrucción de comercio internacional y de la estructura de inversiones. Por ejemplo, en 2010 la Cámara de Representantes de Estados Unidos aprobó la Ley de Reforma Monetaria para el Comercio Justo para autorizar al Departamento de Comercio de Estados Unidos a imponer el pago de derechos compensatorios a fin de equilibrar el subsidio de las exportaciones de cualquier país extranjero mediante una moneda artificialmente depreciada. Este proyecto de ley estaba orientado específicamente a China. El Senado de Estados Unidos se había demorado hasta 2011 para someter a votación ese proyecto, tal vez debido a que proporciona un apalancamiento útil para Estados Unidos en las negociaciones comerciales con China.

Se ha sugerido que varias agencias reguladoras podrían involucrarse en la administración de la política comercial de Estados Unidos. Si bien esas agencias podrían ser



© AP Images/PFNNewsFoto/Green & Black's

Esta marca de Fair Trade Certified designa a un artículo como de conformidad con la Ley de Comercio Justo.

útiles para abordar problemáticas muy específicas, existe el riesgo de que la política comercial esté determinada por un nuevo coro de voces discordantes. Si la tarea de establecer una política comercial y de inversiones, hoy a cargo del poder ejecutivo, se dejara en manos de las agencias (o incluso de los estados), el concepto de *nuevo federalismo* podría adquirir un significado bastante inesperado y podría hacer que se interrumpiera el progreso a nivel de las negociaciones internacionales. Ningún negociador de Estados Unidos puede esperar que se mantenga la buena voluntad de las contrapartes extranjeras si no puede poner sobre la mesa los problemas que se pueden negociar sin tener que verificar constantemente con varias autoridades.

Los déficits comerciales de Estados Unidos a lo largo de los años han ocasionado un enorme desencanto ante las políticas comerciales pasadas. La decepción ante las negociaciones comerciales del pasado es el resultado de expectativas demasiado altas. Con frecuencia, el público ha esperado erróneamente que las negociaciones comerciales exitosas afectaran a la economía nacional en una forma importante, aunque el problema abordado fuera sólo de menor importancia económica. Sin embargo, acumulativamente y a lo largo del tiempo, la reducción de los aranceles comerciales y las barreras no arancelarias ha afectado en forma impresionante el bienestar económico de los consumidores.

La política comercial de Estados Unidos no necesita cambiar. En vez de tratarla como un fenómeno “exterior”, se debe reconocer que el desempeño económico a nivel nacional determina la competitividad global. Por consiguiente, la política comercial debe enfocarse más en lo nacional, mientras que la política interior se debe volver más internacional en su visión. Un enfoque de este tipo debe buscar por lo menos cinco metas clave. En primer lugar, el país debe mejorar la calidad y la cantidad de la información que comparten el gobierno y los negocios para facilitar la competitividad. En segundo lugar, la política debe alentar la colaboración entre las empresas en áreas como tecnología de bienes y procesos. En tercer lugar, la industria de Estados Unidos debe superar colectivamente su renuencia a las exportaciones y su orientación financiera a corto plazo. En cuarto lugar, Estados Unidos debe invertir en sus personas, proporcionando educación y capacitación apropiadas para los retos competitivos del siglo veintiuno. Por último, el Congreso le debe dar autoridad a la rama ejecutiva para negociar los convenios internacionales con una certidumbre razonable de que el resultado de la negociación no estará sujeto a enmiendas insignificantes. Por consiguiente, la renovación de la **autoridad de promoción comercial (APC)**, que conserva el derecho del Congreso de aceptar o rechazar los tratados y convenios comerciales, pero reduce los procedimientos de enmiendas, es muy importante. Esa autoridad es fundamental para que tengan éxito nuevos acuerdos a gran escala, como la Ronda de Doha o la Alianza Transpacífica. Sin embargo, la APC expiró el 1 de julio de 2007 y, hasta 2012, la administración del presidente Obama no ha solicitado su renovación.

También será necesario tener una nueva perspectiva sobre las relaciones gobierno-negocios. En las décadas anteriores, el gobierno y las empresas se mantenían a distancia prudente y se consideraba que era inapropiado involucrar al gobierno en las actividades del sector privado. Sin embargo, ahora la colaboración más estrecha entre el gobierno y las empresas se considera clave para una mayor competitividad. Escucharse más mutuamente unos a otros y la consideración conjunta de las repercusiones nacionales e internacionales a largo plazo de hecho pueden dar buenos resultados. Tal vez eso hará que tanto los negocios como el gobierno tengan más capacidad de respuesta a sus mutuas necesidades. Al menos reducirá los fracasos que pueden resultar de una falta de colaboración y de una comprensión insuficiente de los vínculos.

## Una perspectiva internacional

Desde una perspectiva internacional, las negociaciones comerciales y de inversión deben continuar. Al hacerlo, la política del comercio y la inversión pueden adoptar un enfoque ya sea multilateral o bilateral. Las **negociaciones bilaterales** se llevan a cabo principalmente entre dos naciones, mientras que las **negociaciones multilaterales** se realizan entre varias naciones. El enfoque también puede ser amplio, cubriendo una amplia variedad de bienes, servicios o inversiones, o puede ser limitado en el sentido de que se enfoca en problemas específicos.

A fin de abordar aspectos comerciales definidos en forma limitada, las negociaciones bilaterales y un enfoque particular parecen bastante atractivos. Los problemas muy específicos se pueden discutir y resolver oportunamente. Sin embargo, para tener éxito a escala global, las negociaciones necesitan producir ganadores. Las negociaciones bilaterales definidas en forma limitada requieren que para cada problema haya un ganador y un perdedor claramente identificados. Por consiguiente, esas negociaciones tienen menos oportunidad de un éxito a largo plazo debido a que nadie quiere ser el perdedor. Esto apunta hacia negociaciones multilaterales a una mayor escala, en la cual

## EL MERCADO INTERNACIONAL

## 2.4

### La realidad del comercio electrónico

Internet ofrece enormes oportunidades para que las empresas y las personas colaboren y se comuniquen con mayor rapidez y en forma más económica que nunca. Sin embargo, la nueva tecnología también plantea retos para los diseñadores de políticas, las empresas y los consumidores de la actualidad. A medida que se almacena más información en línea y más personas hacen compras por Internet, la seguridad se está convirtiendo en un problema importante. Los *hackers* han aprovechado las fallas de seguridad en los sitios web y las bases de datos para robar información, incluyendo números de tarjetas de crédito y de seguridad social. También han atacado las computadoras personales, corporativas y del gobierno conectadas a Internet explotando los puntos débiles en los sistemas operativos y los navegadores. Con la globalización de la tecnología, el *hacking* se ha convertido en un asunto cada vez más serio. ¿Quién tiene la jurisdicción en estos casos? ¿Es el país en donde está ubicada la computadora atacada? ¿El país desde el cual está atacando el *hacker*? ¿O el país en donde tiene su sede la empresa? Muchas naciones necesitan desarrollar leyes para combatir los delitos informáticos, y las leyes existentes varían considerablemente de un país a otro.

En el pasado, los consumidores podían comprar productos extranjeros a través de distribuidores y minoristas en sus países. Hoy, pueden eludir totalmente a los intermediarios y comprar el producto directamente con el fabricante a través de Internet. ¿Pero qué sucede si un consumidor le compra un producto a una empresa relativamente poco conocida y el producto está defectuoso o si el consumidor resulta lastimado por el producto? Muchos países tienen leyes de protección al consumidor bastante amplias, pero muchos no. ¿El consumidor puede demandar con base en las leyes de su país, o en las leyes del país en el cual tiene su sede la empresa? Debido a las diferencias en las teorías legales y los pagos por daños, ¿las corporaciones se deberían preocupar por las demandas legales de todos los países del mundo?

Un aspecto de particular importancia para el comercio electrónico internacional es la privacidad de los

datos. Estados Unidos trabaja junto con la Unión Europea por medio de un mecanismo bilateral, el Marco de Protección de Datos de la Unión Europea y Estados Unidos, que permite que las empresas estadounidenses satisfagan los requerimientos más estrictos de la Directiva de Privacidad de Datos de la Unión Europea por medio de un proceso de autocertificación. En 2009, el Departamento de Comercio de Estados Unidos fue anfitrión de la Conferencia de Protección de Datos en Washington, y se esperaba que Europa fuera la anfitriona de la conferencia 2011-2012. Estados Unidos también sostiene discusiones bilaterales continuas con Suiza, Japón, India y sus socios en el convenio de libre comercio sobre la privacidad de los datos.

Un hito para el comercio electrónico fue el caso del portal Yahoo! en Internet. Algunos cibernautas franceses pensaron que sería divertido vender artefactos nazis en la red. La Liga Internacional Contra el Racismo y el Antisemitismo y la Unión de Estudiantes Judíos de Francia emprendieron una acción legal a fin de impedir que Yahoo! permitiera la venta de esos artefactos. Pudieron demandarlos conforme a las leyes francesas que prohibían cualquier tipo de incitación al odio o promoción de memorabilia nazi.

Algunos críticos sugieren que el comercio electrónico debe estar regulado por la Organización Mundial de Comercio. En 2005, la OMC realmente emprendió una acción contra la industria internacional de apuestas en línea. No obstante, hasta 2011 la OMC no había progresado mucho en la regulación del comercio electrónico. La conciliación de las disputas se deja en manos de los tribunales nacionales. Es difícil mantenerse a la par de la tecnología y hay poco personal capacitado para realizar la tarea. Sin embargo, a medida que el comercio electrónico se vuelve más popular, será necesario tomar algunas medidas para proteger la seguridad y la privacidad de las personas.

FUENTES: Global Research, <http://www.guava.co.uk>, acceso el 15 de febrero de 2012; International Association for Computer Information Systems, <http://www.iacis.org>, acceso el 15 de febrero de 2012; "E-commerce is 'business channel of the future'", 25 de septiembre de 2008, [http://networking.onestopclick.com/technology\\_news/e-commerce-is-'business-channel-of-the-future'\\_18796870.htm](http://networking.onestopclick.com/technology_news/e-commerce-is-'business-channel-of-the-future'_18796870.htm); y Departamento de Comercio, "2009 Electronic Commerce Industry Assessment", <http://web.ita.doc.gov>, acceso el 14 de julio de 2011.

las concesiones se pueden intercambiar entre los países, haciendo posible que todos los participantes surjan y se declaren triunfadores. La dificultad radica en idear incentivos suficientes para llevar a los socios apropiados y deseables a la mesa de las negociaciones. Un área que se beneficiaría considerablemente con las negociaciones multilaterales es la regulación del comercio electrónico e Internet, como se describe en la sección *El mercado internacional 2.4* (para una descripción más extensa sobre el comercio electrónico, vea el capítulo 9).

Los diseñadores de políticas deben estar dispuestos a priorizar las metas a largo plazo. Con demasiada frecuencia, las medidas que serían benéficas a largo plazo se sacrifican a costa de la conveniencia a corto plazo con tal de evitar un problema y ahorrarse los costos políticos más inmediatos. Sin embargo, dados los crecientes vínculos entre las naciones y sus economías, esos ajustes son inevitables. En el pasado reciente, el volumen del comercio y la inversión siguieron creciendo para todos. Los conflictos se minimizaron y las posibilidades de ajuste se incrementaron muchas veces. Sin embargo, en tiempos de una mayor competencia y una escasez de recursos, es probable que los conflictos se incrementen en forma significativa. Por consiguiente, se requerirá una coordinación económica cuidadosa entre las principales naciones comerciales. Esa coordinación resultará hasta cierto punto en la pérdida de la soberanía nacional.

También será necesario que se diseñen nuevos mecanismos para evaluar las medidas restrictivas. Los beneficiarios de la acción del comercio y la inversión están por lo general claramente definidos y tienen mucho que ganar, mientras que los perdedores son mucho menos visibles, lo que hará que la creación de una coalición sea un aspecto fundamental. El costo total de las medidas de la política que afectan al comercio y a los flujos de inversión se debe evaluar, se debe comunicar y se deben tomar en consideración antes de que sean implementadas.

Las partes afectadas necesitan interesarse y unir sus fuerzas. Las voces de los minoristas, los consumidores, los mayoristas y los fabricantes necesitan ser escuchadas. Sin embargo, los diferentes grupos que promueven la intervención o los subsidios del gobierno también necesitarán demostrar claramente lo que entregarán a cambio de la acción del gobierno. Será necesario desarrollar un plan específico de desempeño a fin de asegurar el uso prudente de los recursos. Esas medidas colocarán a la acción del gobierno y a las expectativas corporativas en un contexto que sea transparente y aceptable para los consumidores.

## RESUMEN

El comercio internacional ha tenido un papel importante en la historia del mundo. Procesos históricos como la aparición y la caída del Imperio Romano o la transición al feudalismo se pueden atribuir al comercio. Desde 1945, las naciones occidentales han hecho esfuerzos concertados para mejorar el entorno del comercio y ampliar las actividades comerciales. A fin de lograrlo, se crearon varias organizaciones internacionales como la OMC, el FMI y el Banco Mundial. Además, se formaron varios bloques económicos como la UE, el TLC y el MERCOSUR. Muchas de estas organizaciones han sido muy exitosas en su misión y, sin embargo, las nuevas realidades del entorno del comercio requieren nuevos tipos de acción.

Recordemos del capítulo 1 que las décadas recientes han estado marcadas por un enorme crecimiento en el comercio mundial. Además, ha habido cambios significativos en las posiciones comerciales de muchos países. Por ejemplo, habiendo alcanzado 25% en la década de 1950, la participación de Estados Unidos en las exportaciones mundiales ha disminuido bruscamente; por el contrario, la participación de China en el comercio mundial ha aumentado sustancialmente tan sólo en los años más recientes. Además, la inversión extranjera directa ha llegado a desempeñar un rol importante en la economía mundial.

La OMC es el foro clave para las disputas y negociaciones comerciales. Sin embargo, hay crecientes tensiones entre los países desarrollados y en desarrollo, en particular en la esfera de la agricultura.

A pesar de los llamados para la liberalización del comercio, algunos políticos pretenden mejorar el desempeño del comercio amenazando al mundo con un creciente

proteccionismo. El peligro de una política de este tipo radica en el hecho de que el comercio mundial se reduciría y disminuirían los estándares de vida. A largo plazo, el proteccionismo no puede impedir el ajuste ni incrementar la productividad y la competitividad. En consecuencia, es importante mejorar la capacidad de las empresas para competir a nivel internacional y proporcionar una estructura de comercio internacional que facilite las actividades de marketing internacional, pero también debemos tener en mente las consecuencias del desplazamiento del comercio, que puede requerir ciertas adaptaciones.

## TÉRMINOS CLAVE

Pax Romana	inversión extranjera directa	legislación proteccionista
bloque económico	filial extranjera	autoridad de promoción comercial (APC)
nacida global	barrera no arancelaria	negociación bilateral
déficit comercial	crédito de ayuda mixto	negociación multilateral
economías de escala	consorcio de exportación	

## PREGUNTAS PARA DISCUSIÓN

1. ¿Por qué el comercio internacional es importante para una nación?
2. ¿En qué forma el GATT condujo a la creación de la OMC?
3. Proporcione ejemplos de acuerdos comerciales multilaterales frente a bilaterales.
4. ¿Cuál es el estado actual de las negociaciones comerciales multilaterales de la Ronda de Doha? ¿El convenio está progresando?
5. ¿En qué forma las preferencias del consumidor por diferentes productos afectan la posición comercial de un país?
6. ¿Cuáles son los diferentes roles de la OMC, el FMI y el Banco Mundial?
7. ¿Los países deberían restringir la inversión extranjera directa en sus industrias nacionales?

## EJERCICIOS EN INTERNET

1. ¿Cuáles son las cinco ramas principales del Banco Mundial y cuáles son sus misiones? (Consulte la información disponible en la página del Banco Mundial, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).)
2. Para el último año, ¿cuáles son los cinco principales exportadores de mercancía del mundo? ¿Cuáles son los cinco países principales exportadores de servicios comerciales? (Consulte los datos en la página de la OMC, [www.wto.org](http://www.wto.org).)
3. ¿Qué países están negociando para unirse a la Alianza Transpacífica? ¿Qué países podrían estar interesados en unirse a este grupo? (Utilice la información del Representante de Comercio de Estados Unidos en [www.ustr.gov](http://www.ustr.gov) y las agencias de comercio internacional de otros países que negocian con la Alianza Transpacífica.)

## DESAFÍO

### El efecto pirata

Los piratas aumentan el costo de la carga y los precios de los embarques. Algunos creen que las compañías transportistas simplemente deberían tomar la "ruta larga" para ganarles distancia a los piratas. Otros argumentan que si se armara en forma apropiada a la tripulación, sería fácil repeler a los piratas y la carga estaría a salvo.

¿Quién tiene razón?

#### Para discusión

1. ¿Por qué la piratería es un problema para el comercio oceánico?
2. ¿Las empresas transportistas deben seguir la ruta larga, o se deben preparar para enfrentarlos? ¿Quién tiene razón?
3. ¿Qué deberían hacer las compañías transportistas para proteger a sus tripulaciones y su carga?

## LECTURAS RECOMENDADAS

- Aaronson, S. y J. Zimmerman. *Trade Imbalance: The Struggle to Reconcile Human Rights Concerns in Trade Policy Making*. Cambridge University Press, 2008.
- Bernstein, William J. *A Splendid Exchange: How Trade Shaped the World*. Nueva York: Grove Press, 2009.
- Brown, Chad. *Self-Enforcing Trade: Developing Countries and WTO Dispute Settlement*. Washington, DC: Brookings Institution, 2010.
- Chanda, Nayan. *Bound Together: How Traders, Preachers, Adventurers, and Warriors Shaped Globalization*. New Haven, CT: Yale University Press, 2009.
- Finger, Michael J. *Institutions and Trade Policy*. Northampton, MA: Edward Elgar, 2002.
- Razeen, Sally. *New Frontiers in Free Trade: Globalization's Future and Asia's Rising Role*. Washington, DC: Cato Institute, 2008.
- Ryan, Damian y Calvin Jones. *Understanding Digital Marketing: Strategies for Engaging the Digital Generation*, segunda edición. Londres: Kogan Page, 2012.

## NOTAS FINALES

1. Nayan Chanda, *Bound Together* (New Haven, CT: Yale University Press, 2009).
2. William J. Bernstein, *A Splendid Exchange: How Trade Shaped the World* (Nueva York, Grove Press, 2009), 110-11.
3. Henri Pirenne, *Economic and Social History of Medieval Europe* (Nueva York: Harcourt, Brace and World, 1933), 142-146.
4. Margaret P. Doxey, *Economic Sanctions and International Enforcement* (Nueva York: Oxford University Press, 1980), 10.
5. Russian News and Information Agency, <http://en.rian.ru>, acceso el 7 de diciembre de 2011.
6. Thomas R. Graham, "Global Trade: War and Peace", *Foreign Policy* (primavera de 1983): 124-137.
7. Organización Mundial de Comercio, <http://www.wto.org>, acceso el 7 de diciembre de 2011.
8. "WTO Trade Policy Review of the United States 2010 WTO Secretariat Summary", comunicado de prensa, [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/tp\\_r\\_e/tp\\_r\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/tp_r_e.htm), acceso el 7 de diciembre de 2011.
9. *Business Guide to Uruguay Round* (Ginebra, Suiza; International Trade Centre and Commonwealth Secretariat, 1995).
10. Michael R. Czinkota, "The World Trade Organization—Perspectives and Prospects", *Journal of International Marketing* 3, número 1 (1995): 85-92.
11. Organización Mundial de Comercio, <http://www.wto.org>, acceso el 7 de diciembre de 2011.
12. "IMF Backs Poverty Debt Write-Off", BBC News, 21 de diciembre de 2005, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/4550778.stm>.
13. "IMF to Launch New Facility for Emerging Markets Hit by Crisis", Fondo Monetario Internacional, Washington, DC, 29 de octubre de 2008.
14. Fondo Monetario Internacional, transcripción de la conferencia de prensa del 6 de julio de 2011, <http://www.imf.org>, acceso el 7 de diciembre de 2011.
15. Banco Mundial, *Global Monitoring Report* (Washington, DC: Banco Mundial, 2008).
16. Banco Mundial, <http://worldbank.org>, acceso el 7 de diciembre de 2011.
17. Mordechai E. Kreinin, *International Economics: A Policy Approach*, quinta edición (Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich, 1987), 12.
18. T. Lum y Dock Nanto, *China's Trade with the United States and the World*, reporte del CRS al Congreso, 4 de enero de 2007.
19. Datos del comercio mundial, OMC, Ginebra, 2011.
20. Krenin, *International Economics*, 6.
21. Gary Knight y S. Tamer Cavusgil, "Innovation, Organizational Capabilities and the Born Global Firm", *Journal of International Business Studies* 35, número 2(2004): 124-141.
22. International Trade Administration, [www.trade.gov](http://www.trade.gov).
23. Catherine L. Mann, *Is the U.S. Deficit Sustainable?* Septiembre de 1999, <http://www.iie.com>.
24. *U.S. Jobs Supported by Exports of Goods and Services* (Washington, DC: Departamento de Comercio de Estados Unidos, 2002).
25. Discusión con Analistas del Departamento de Comercio, Washington, DC, 2012.
26. Discusión con Analistas del Departamento de Comercio, Washington, DC, 2012.
27. Michael R. Czinkota, "A National Export Development Strategy for New and Growing Business", observaciones hechas al National Economic Council, Washington, 6 de agosto de 1993.
28. Invest in America, [http://www.invesamerica.gov/home/ia\\_main\\_001154.asp](http://www.invesamerica.gov/home/ia_main_001154.asp), acceso 12 de julio de 2011.
29. *Ibidem*.
30. Troutman Sanders, <http://www.troutmansanders.com>, acceso el 12 de julio de 2011.
31. Comisión Europea, "Success for Low-Weight Auto Parts Project", [http://ec.europa.eu/research/transport/news/items/success\\_for\\_low\\_weight\\_auto\\_parts\\_project\\_en.htm](http://ec.europa.eu/research/transport/news/items/success_for_low_weight_auto_parts_project_en.htm), acceso el 9 de diciembre de 2011.
32. Kym Anderson, Will Martin y Dominique van der Mensbrughe, *Distortions to World Trade: Impacts on Agricultural Markets and Farm Incomes* (Washington, DC: Banco Mundial, 2005).
33. Michael R. Czinkota, "The Export Promotion Rationale", *Marketing Management*, enero de 2012.
34. Masaaki Kotabe y Michael R. Czinkota, "State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis", *Journal of International Business Studies*, invierno de 1992, 637-658.
35. *Publication 54, Tax Guide for US Citizens and Resident Aliens Abroad* (Washington; DC: Internal Revenue Service, 2012).