

REPUBLICA DEL ECUADOR
INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES

**ESTRATEGIAS COMERCIALES QUE EL ECUADOR
DEBE UTILIZAR PARA INSERTARSE CON ÉXITO
EN EL MUNDO GLOBALIZADO**

**Plan de la tesis para optar
Al Título de Máster en Seguridad y Desarrollo**

**Autor: Eco. Arturo Barbosa G.
Asesor: Eco. Raúl Nieto Játiva**

Quito, 18 de abril de 2000

TITULO DE LA TESIS

Por:

Tesis de Grado de Maestría aprobado (a) en nombre del Instituto de Altos Estudios Nacionales por el siguiente Tribunal, a los _____ días del mes de _____, Mención Honorífica (y) (o) Publicación.

NOMBRE
C.I.

NOMBRE
C.I.

NOMBRE
C.I.

AGRADECIMIENTO

Al culminar el XXVII Curso Maestría en Seguridad y Desarrollo con Mención en Gestión Pública y Gerencia Empresarial, quiero dejar expresa constancia de mi sentimiento de gratitud al Instituto de Altos Estudios Nacionales, a sus Directivos, Asesores, Personal Administrativo y a todos los compañeros con quienes compartimos las aulas de clase, porque hicieron posible el cumplimiento de los objetivos en este curso.

Asimismo, deseo consignar mi reconocimiento al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, por la oportunidad que me brindó para prepararme en este prestigioso Instituto.

De manera especial, agradezco al señor Economista Raúl Nieto Játiva, por su acertada y experimentada dirección en la elaboración de la presente Tesis.

DEDICATORIA

A mi Esposa e hijas por su valiosa comprensión y permanente apoyo.

INDICE GENERAL	P.P.
LISTA DE CUADROS.....	vii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
ANTECEDENTES.....	4
1.1. La Normatividad vigente para el Desarrollo del Comercio Exterior Ecuatoriano en la década de 1990.	4
1.2. Participación del Ecuador en los diferentes organismos de integración.....	11
1.3. Análisis de la base legal que rige el Comercio Exterior Ecuatoriano.....	27
CAPITULO II	
ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES APLICADAS POR PAISES DE AMERICA LATINA.	44
2.1. El caso de México.....	49
2.2. El caso de Chile.....	56
2.3. El caso de Argentina.....	66
2.4. El caso de Brasil.....	68
2.5. El caso de Colombia.....	74
CAPITULO III	
ASPECTOS COMPARATIVOS ENTRE ECUADOR Y LOS PAISES: MEXICO, CHILE, ARGENTINA, BRASIL Y COLOMBIA, RESPECTO DEL MANEJO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL.	82
3.1. Con Colombia.....	94
3.2. Con México.....	95
3.3. Con Chile.....	101
3.4. Con Brasil.....	104
3.5. Con Argentina.....	107
CAPITULO IV	
LA PROMOCION DE EXPORTACIONES COMO MECANISMO DEL DESARROLLO.....	110
4.1. Consorcios de Exportadores.....	110
4.2. Traidings.	111

4.3. Ferias Internacionales.....	112
4.4. Salones de Exposiciones.....	116
4.5. Misiones Comerciales.	117
4.6. Comisiones Mixtas.....	117
4.7. Ronda de Negociaciones en el marco de la OMC.....	119
 CAPITULO V	
LOS ORGANISMOS DE APOYO A LA PROMOCION DE EXPORTACIONES.....	121
5.1. La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones - CORPEI-, como promotora de las exportaciones e inversiones.....	121
5.2. El Programa Fondo para la Competitividad de las Exportaciones	125
5.3. Las Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones.....	127
5.4. Las Cámaras de Producción.	130
5.5. La Federación de Exportadores del Ecuador –FEDEXPOR.....	132
 CAPITULO VI	
LAS ESTRATEGIAS PARA INSERTARNOS EN EL MERCADO GLOBALIZADO.....	134
6.1. La negociación internacional.....	134
6.2.- El nuevo rol de las Consejerías Comerciales.....	136
6.3. ¿Cómo desarrollar una imagen de credibilidad en el mercado internacional?.....	137
6.4. El esquema de dolarización.....	140
6.5. La Ley para la Transformación Económica del Ecuador.....	145
6.6. Políticas de Producción.....	146
6.7. Instrumentos de Promoción de Exportaciones.....	147
 CAPITULO VII	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	149
7.1. Conclusiones.....	149
7.2. Recomendaciones.....	155
REFERENCIAS.....	161

LISTA DE CUADROS

CUADRO	P.P.
1. Balanza Comercial del Ecuador.....	6
2. ECUADOR: Exportaciones por grupos de Productos.....	7
3. ECUADOR: Exportaciones por Continente y Area Económica.....	9
4. Balanza Comercial de México.....	53
5. Balanza Comercial de Chile.....	61
6. CHILE: Diversificación de Exportaciones.....	64
7. Balanza Comercial de Brasil.....	73
8. Balanza Comercial de Colombia.....	81
9. Balanza Comercial del Ecuador.....	84

INTRODUCCION

El tema “ESTRATEGIAS COMERCIALES QUE EL ECUADOR DEBE UTILIZAR PARA INSERTARSE CON ÉXITO EN EL MUNDO GLOBALIZADO”, responde a las expectativas que todo país en desarrollo como el Ecuador, mantienen respecto al sector externo, para alcanzar las metas del desarrollo y bienestar.

Conviene entonces analizar los esfuerzos que ha efectuado el país para alcanzar una mayor participación dentro del comercio mundial, ya sea a través de la implementación de modelos económicos como el de sustitución de importaciones definido por la Comisión Económica para Latinoamérica -CEPAL-, con los aciertos y fracasos que hoy son plenamente identificados, o tratando de afianzar su presencia en determinados mercados con productos específicos, para los cuales mantiene ventajas tanto comparativas como competitivas frente a países competidores.

En el camino hacia la incorporación de la economía ecuatoriana al mercado externo, se tomó como modelo de integración el llevado a la práctica por la Unión Europea. De esta forma, desde 1969, el Ecuador participa en el Grupo Andino y la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI-.

Este mercado ampliado subregional ha permitido -mediante la suscripción de acuerdos de complementación económica y de apertura de mercados como el Tratado de Montevideo de 1980- mantener un trato preferencial para productos tradicionales y consolidar con Colombia, Bolivia (noviembre 1992) y con Venezuela (febrero de 1993), una Zona de Libre Comercio, cuyos efectos han sido beneficiosos para el país, según los resultados del intercambio comercial traducidos en la balanza comercial.

De igual manera, con el propósito de promover las exportaciones en el mercado externo, el Ecuador ha utilizado los mecanismos implementados por otros países, creando para el efecto los organismos responsables de su aplicación, siempre y cuando no contravengan disposiciones contempladas en Acuerdos Multilaterales como el GATT.

Finalmente, siguiendo la corriente de apertura hacia el mercado externo que desde 1988 se hizo presente en los países en desarrollo, Ecuador entre 1992 y 1996, completó el proceso para su plena incorporación a la economía mundial, pasando a ser parte de la Organización Mundial de Comercio -OMC-, con las ventajas y compromisos que contiene el Acuerdo de Adhesión a este Organismo multilateral de comercio.

La adhesión a la OMC le permitió al país poner orden en los órganos internos responsables de la formulación y administración de la política de comercio exterior, a la vez que establecer una coordinación entre los sectores privado y público, aspectos éstos que han contribuido a enfrentar con éxito la apertura comercial.

La adopción del sistema de dolarización por parte del Gobierno actual, justifica y obliga el análisis del tema propuesto, éste debe ser discutido en foros nacionales, con la participación de todos los sectores involucrados, a fin de que a corto plazo, dentro del desarrollo económico del país. se dé prioridad al comercio exterior y la inversión

En efecto, el tema cobra prioridad nacional cuando se dispone que el dólar es la moneda de uso corriente en las transacciones nacionales y se le resta la facultad que tenía el Banco Central del Ecuador de emitir dinero, por lo que una de las vías de ingreso de divisas, aparte de los préstamos de organismos internacionales de financiamiento, son las exportaciones y las inversiones.

Por lo tanto, corresponderá a los sectores privados, a las Cámaras de la Producción, a empresarios, industriales y exportadores, dar la máxima atención al sector externo, orientando tanto sus acciones y decisiones hacia la producción exportable.

Tomando en cuenta que para incrementar los ingresos por exportaciones, se debe propender a la exportación de productos con mayor valor agregado, pues son los que en la actualidad demanda el mercado internacional, ya que los productos básicos, además de estar llegando a un punto de saturación, se encuentran sujetos al deterioro constante de los términos del intercambio y son sustituidos por productos sucedáneos u obtenidos en laboratorios.

El sustento del tema desarrollado como tesis, exportar cada día más, incluyendo en nuestra oferta exportable el mayor valor agregado posible.

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1. La Normatividad vigente para el Desarrollo del Comercio Exterior Ecuatoriano en la década de 1990

Históricamente, el desarrollo de la economía ecuatoriana ha estado fuertemente influenciada por la evolución de las relaciones comerciales con el mercado mundial. Este hecho que se ha venido observando desde 1910 con la apertura del Canal de Panamá, no ha variado en los últimos años, por el contrario se ha acentuado con la adopción de un modelo de desarrollo basado en una política de estímulo al crecimiento orientado hacia la exportación, que viene gestándose desde finales de la década de los 80, con el nuevo giro de la política comercial que adoptaron una gran mayoría de países en desarrollo, que luego de la aplicación de una política de sustitución de las importaciones pasaron a la política de apertura hacia el mercado externo. Este hecho en el Ecuador ha determinado una importante participación del comercio exterior en la estructura de la economía ecuatoriana.

En efecto, la política de comercio exterior, impulsada durante la última década, ha tenido como objetivos principales, el lograr incrementos en las tasas de crecimiento de las exportaciones, así como impulsar una diversificación creciente tanto de mercados como de productos de exportación, principalmente de los llamados no tradicionales, partiendo del hecho real y cierto de que el país dispone de materias primas y de mano de obra, dos importantes componentes de la riqueza nacional que deben ser aprovechados para la incorporación de valor agregado en los productos que exportamos.

Si bien es cierto que la promoción y la consolidación del sector externo de la economía nacional sigue siendo todavía una meta de largo

alcance, a pesar de disponer de los elementos necesarios para ello, como lo veremos más adelante, las cifras estadísticas proporcionadas por el Banco Central del Ecuador sobre el comportamiento del comercio exterior y de las principales variables económicas, revelan que en los últimos años, se han logrado avances significativos en temas claves como la reducción de la dependencia del comercio exterior, sobre todo en lo referente a las exportaciones petroleras, el notable impulso dado a la exportación de productos no tradicionales, tanto en los sectores primarios como industrializados, debido sobre todo, al conocimiento que se tiene de la demanda internacional y el deseo que tiene la nueva generación de empresarios, de aprovechar de las oportunidades que nos brindan mercados seleccionados de países desarrollados, como los Estados Unidos de América del Norte y la Unión Europea, que nos otorgan, al igual que a los cuatro países andinos, preferencias arancelarias traducidas en eliminación de aranceles y/o reducción de los mismos, para el ingreso de nuestra oferta exportable a esos mercados, situación que nos favorece dentro de las acciones que en política de promoción y diversificación de las exportaciones, está implementando el gobierno nacional, en coordinación con la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones -CORPEI- y que ha permitido a muchos exportadores, posicionarse en segmentos importantes del mercado mundial que no han sido debidamente atendidos por la competencia, como es el caso de las flores, camarones, frutas exóticas, entre otros.

En igual sentido, se viene observando en los últimos años, una diversificación del destino de nuestras exportaciones, abarcando a otros mercados, aprovechando nuestra presencia en la Organización Mundial de Comercio -OMC-, de la que somos miembros desde el 21 de enero de 1996, que nos ha permitido beneficiarnos de las disposiciones de la Cláusula de la Nación más Favorecida -NMF-, para colocar nuestros productos en muchos mercados que pueden considerarse como nuevos,

dentro de los 135 mercados de los países que forman parte de este organismo multilateral de comercio, en las mismas condiciones que lo hacen otros que han sido miembros, anteriormente del GATT y desde el 1 de enero de 1995, de la Organización Mundial de Comercio, situación que nos ha permitido, liberalizarnos e independizarnos, de alguna manera, de la dependencia que hemos mantenido respecto de los Estados Unidos de América, que ha constituido y sigue constituyendo nuestro principal mercado de destino de nuestras exportaciones y así mismo, proveedor de nuestras necesidades, por la vía de las importaciones.

Un breve análisis del comportamiento de las dos variables del comercio exterior ecuatoriano, entre 1990 y 1997, último año considerado como normal para el desarrollo de las exportaciones, nos indica que los resultados son positivos para el país, por cuanto durante 8 años consecutivos, el país ha obtenido saldos favorables en balanza comercial. En efecto, según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, estos son los resultados:

Cuadro No. 1:

Balanza Comercial del Ecuador

(Cifras en millones de US dólares FOB y CIF)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1990	2.724	1.865	859
1991	2.851	2.399	452
1992	3.102	2.431	671
1993	3.066	2.562	504
1994	3.843	3.622	221
1995	4.411	4.153	258
1996	4.900	3.932	968
1997	5.264	4.955	309
1998	4.203	5.576	-1.373

F U E N T E : ESTADISTICAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACION : AUTOR

El comportamiento demostrado en el Cuadro No. 1, que antecede, obedece al incremento de las exportaciones que de 2.724 millones de US

dólares obtenidos en 1990, pasan a los 5.264 millones en 1997, con una tasa de crecimiento promedio anual del 10,1 %. De igual manera, las importaciones que durante 1990 registraron 1.865 millones de US dólares, para 1997 ascendieron a 4.954,8 millones, con un ritmo de crecimiento que en términos porcentuales promedio por año, representa el 16 %.

Sin embargo, para 1998 vemos que las exportaciones apenas alcanzaron el valor de 4.203 millones de US dólares, disminuyendo en 1.061 millones frente al año 1997, que en porcentajes equivale al 20,2 %, caída que es consecuencia de varios factores coyunturales, entre los que se pueden citar la presencia del fenómeno de El Niño, la caída de los precios del petróleo en el mercado externo y la crisis financiera de los países asiáticos y de la Federación de Rusia y Brasil, respectivamente.

Cuadro No. 2:

ECUADOR: EXPORTACIONES POR GRUPOS DE PRODUCTOS

(Cifras en millones de US dólares FOB)

AÑOS	TOTAL		PETROLEO		TRADICIO.		NO TRADIC.	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
1990	2.724	100,00	1.418	52,06	1.120	41,12	186	6,83
1991	2.851	100,00	1.152	40,41	1.481	51,95	218	7,65
1992	3.101	100,00	1.345	43,37	1.438	46,37	318	10,25
1993	3.066	100,00	1.257	41,00	1.293	42,17	516	16,83
1994	3.843	100,00	1.305	33,96	1.848	48,09	690	17,95
1995	4.411	100,00	1.560	35,37	1.996	45,25	855	19,38
1996	4.900	100,00	1.776	36,24	2.012	41,06	1.112	22,69
1997	5.264	100,00	1.557	29,58	2.565	48,73	1.142	21,69
1998	4.203	100,00	923	21,96	2.177	51,80	1.103	26,24

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORACION: AUTOR

De igual manera y según las mismas cifras sobre exportaciones proporcionadas por el Banco Central del Ecuador en el cuadro No. 2, nos

permite ver cual ha sido el comportamiento de las exportaciones por grupos de productos, durante el período 1990 - 1998, constatando que las exportaciones petroleras se incrementaron sustancialmente al pasar de 2.724 millones de US dólares en 1990 a 4.203 millones en 1998; igual comportamiento se observa en las exportaciones tradicionales y no tradicionales que de 1.120 y 186 millones de US dólares obtenidos en 1990, se pasa a 2.177 y 1.103 millones, respectivamente, en 1998.

Sin embargo, conviene destacar que durante el período la participación del petróleo en términos porcentuales con relación al total global de las exportaciones ha ido disminuyendo, así, del 52,1 % obtenido en 1990, se llega al 29,6 en 1997 y 21,96 % en 1998; mientras que las exportaciones tradicionales y no tradicionales presentan una tendencia diferente, con incrementos importantes, pues del 41,1 y 6,8 %, registrados en 1990, pasan al 51,8 y 26,2 % en 1998. Este fenómeno es muy importante porque muestra que la economía ecuatoriana en el período señalado, ha disminuído su dependencia en el rubro petrolero. Así, a pesar de que los precios del crudo se deprimieron, la economía no presentó el nivel de crisis características de décadas anteriores.

Este comportamiento, además, demuestra que el país está aprovechando las oportunidades que brinda la apertura comercial, a través de una acertada política de inserción, basada en el fomento y diversificación de la oferta exportable, acompañada de una capacidad empresarial en terminos de competitividad en el marco de los compromisos adquiridos por el país con la Organización Mundial de Comercio -OMC-.

Entre los rubros más representativos de nuestras ventas al exterior, constan: el banano, camarones y pescado, flores, frutas frescas, verduras y legumbres y también artículos o bienes industrializados como: productos alimenticios preparados (frutas, jugos y concentrados enlatados),

elaborados del mar, textiles, productos de madera, químicos y farmacéuticos, vehículos, etc.

Cuadro No. 3:

ECUADOR: Exportaciones por Continente y Area Económica

(Cifras en millones de US dólares FOB)

AÑOS	TOTAL		USA		ALADI		CAN		EUROPA		ASIA	
	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%	VALOR	%
1990	2.724	100,0	1585	58,2	281	10,3	178	6,5	314	11,5	148	5,4
1991	2.851	100,0	1313	46,1	355	12,5	203	7,1	501	17,6	414	14,5
1992	3.101	100,0	1326	42,8	422	13,6	189	6,1	560	18,1	492	15,9
1993	3.066	100,0	1305	42,6	516	16,8	289	9,4	575	18,8	398	13,0
1994	3.843	100,0	1594	41,5	722	18,8	393	10,2	879	22,9	404	10,5
1995	4.411	100,0	1769	40,1	762	17,3	361	8,2	995	22,6	505	11,4
1996	4.900	100,0	1859	37,9	852	17,4	428	8,7	1097	22,4	603	12,3
1997	5.264	100,0	2032	38,6	1029	19,5	636	12,1	1229	23,3	575	10,9
1998	4.203	100,0	1637	38,9	878	20,9	548	13,0	1035	24,6	345	8,2

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACION: AUTOR

En el cuadro No. 3, al analizar las exportaciones por país y área de destino en el período 1990 - 1998, se demuestra que las ventas a los países del continente americano, se ha ido incrementando anualmente, así de 2.234,9 millones de US dólares exportados en 1990 se pasa a 2.775,2 millones en 1998 y el promedio anual de ese período fue de 2.558,9 millones, que en porcentajes equivale al 67,7% de las exportaciones totales, figurando como principales compradores Estados Unidos de América con el 48,2%; los países de la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI- con el 13,5%, entre los que destacan Chile con el 3,7 %, Argentina con el 0,9 %, México con el 0,7 % y Brasil con el 0,4 %; y, los países de la Comunidad Andina de Naciones con el 7,8 %, en el que resaltan Perú con el 3,8 % y Colombia con el 2,6%.

Las exportaciones con destino al mercado de Europa también se incrementaron sustancialmente, al pasar de los 208,4 millones de US dólares obtenidos en 1990 a los 1.017,1 millones en 1997 y 872,4 millones en 1998, que en porcentaje promedio para el período, representa el 17,6 % del total global de nuestras exportaciones.

Respecto a las exportaciones destinadas a los mercados de Asia, estas aumentaron de 148,2 millones de US dólares en 1990 a 344,6 millones en 1998 y en porcentaje promedio para el período, significaron el 11,4% de las exportaciones totales, constituyendo Corea del Sur y Japón nuestros principales destinatarios, con porcentajes promedio de 6,6 y 2,4%, en su orden.

Un análisis de los datos consignados nos permite asegurar que algunos mercados considerados como tradicionales, como los Estados Unidos de América, aún se mantienen como primeros demandantes. Sin embargo, resulta importante resaltar que a pesar de haberse incrementado el valor de sus exportaciones, ya que de 1.585 millones de US dólares reportados en 1990, se pasa a 2.032,1 y 1.637,2 millones en 1997 y 1998, respectivamente, su participación porcentual respecto al total de las exportaciones del país, ha ido disminuyendo gradualmente, así del 58,2 % de 1990, pasa al 38,6 % en 1997 y 38,9 % en 1998.

Mientras que otros mercados, como el caso de los países de la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI-, que en promedio durante el período en mención significaron el 13,5 % de nuestras exportaciones, se presentan como potenciales demandantes de productos ecuatorianos en el mediano plazo, situación que debe ser debidamente analizada dentro de las políticas que en comercio exterior adopten las autoridades correspondientes, máxime si se tiene en cuenta la presencia de una zona de libre comercio dentro de la Comunidad Andina de Naciones -CAN- y de acuerdos de complementación económica y de apertura de

mercados con la mayoría de los países de la ALADI, que constituyen los pasos previos a la consolidación de una amplia zona de libre comercio, si los resultados de las negociaciones con el Mercado Común del Sur - MERCOSUR- progresan y más aún, si tenemos en cuenta la futura Area de Libre Comercio de las Américas -ALCA- que está propiciando el gobierno norteamericano para el año 2005, cuyo proceso de conformación se encuentra avanzando a pasos acelerados.

La información estadística que antecede, confirma el hecho de que está dando resultados la política de diversificación de mercados como consecuencia de los esfuerzos que han desarrollado los Gobiernos de turno en coordinación con la empresa privada para captar mayores espacios de demanda en el mercado mundial.

1.2. Participación del Ecuador en los diferentes organismos de integración¹

En la expectativa de alcanzar el desarrollo económico y bienestar social, el Ecuador ha participado en todos los esquemas de integración que bajo diferentes denominaciones, se han implementado, sobre todo en América Latina, desde la década de los 60, convencido como está de que la integración económica regional, constituye uno de los principales medios a través de los cuales podrá acelerar su proceso de desarrollo económico y asegurar un mejor nivel de vida para todos los ecuatorianos.

Es así como en la década de los 60, el Ecuador se adhirió a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio -ALALC-, cuyos fines se orientaron particularmente, a: asegurar un tratamiento especial para los países de menor desarrollo económico relativo dentro de la subregión; fortalecer los lazos de amistad y solidaridad entre los pueblos; establecer mecanismos de comercio compatibles con el desarrollo económico y social;

impulsar la cooperación con otros países y áreas económicas, convencidos de la necesidad de contribuir a la obtención de un nuevo esquema de cooperación horizontal entre países en desarrollo y sus áreas de integración, inspirados en los principios del Derecho Internacional en materia de desarrollo, a fin de promover un proceso convergente que conduzca al establecimiento de un Mercado Común Regional.

Esta declaración de principios que rompía la tónica respecto de las ideas de soberanía y territorialidad, estaban inspirados en el Tratado de Roma de 1950 que creó la Comunidad Económica Europea que logró agrupar alrededor de los principios de la integración, a 12 Estados que a la presente fecha y con la integración de 3 Estados más, ha conformado la Unión Europea consolidando los objetivos propuestos en su declaración de principios: Zona de Libre Comercio, Unión Aduanera y Unión Económica.

1.2.1. La Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI²

Frente a los magros resultados de la aplicación de los principios de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio -ALALC-, después de 20 años de aplicación, los países miembros reunidos en Montevideo, el 12 de agosto de 1980, suscribieron lo que se conoce como el Tratado de Montevideo de 1980, mediante el cual se crea la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI-, en el que rescatando lo positivo de la ALALC, los firmantes se comprometen a proseguir el proceso de integración encaminado a promover el desarrollo económico-social, armónico y equilibrado de la región, teniendo como objetivo a largo plazo, el establecimiento, en forma gradual y progresiva, de un Mercado Común Latinoamericano.

¹ Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, 12 de agosto de 1999.

² Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, 12 de agosto de 1999.

Los países de ALADI constituyen un potencial mercado para Ecuador. Durante 1998, el comercio del Ecuador hacia ese mercado, con excepción de los países de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, alcanzó el valor de 1.053,9 millones de US dólares.

La defensa del patrimonio histórico en el marco de la ALADI frente al Mercado Común del Sur -MERCOSUR- y el Area de Libre Comercio de las Américas -ALCA-, va a constituir una de las estrategias del Ecuador en sus relaciones con este bloque, ya que los Acuerdos de Alcance Parcial, los Acuerdos de Complementación Económica, las Preferencias Arancelarias Regionales como la Nómina de Apertura de Mercados, el Acuerdo Regional para la Recuperación y Expansión del Comercio y la Preferencia Arancelaria Regional, son instrumentos para el desarrollo de nuestras exportaciones salvaguardando la producción nacional; además, se deberá tener en cuenta los siguientes principios contemplados al momento de su constitución:

- “Pluralismo, sustentado en la voluntad de los países miembros para su integración, por encima de la diversidad que en materia política y económica, pudiera existir en la región;
- Convergencia, que se traduce en la multilateralización progresiva de los Acuerdos de Alcance Parcial, mediante negociaciones periódicas entre los países miembros, en función del establecimiento del Mercado Común Latinoamericano;
- Flexibilidad, caracterizada por la capacidad para permitir la concertación de Acuerdos de Alcance Parcial, regulada en forma compatible con la consecución progresiva de la convergencia y el fortalecimiento de los vínculos de integración;
- Tratamientos diferenciales, establecidos en la forma que en cada caso se determine, tanto en los mecanismos de alcance regional como en los

de alcance parcial, sobre la base de la determinación de tres categorías de países que se integrarán, tomando en cuenta sus características económico-estructurales; y,

- Múltiple, para posibilitar distintas formas de concertación entre los países miembros, en armonía con los objetivos y funciones del proceso de integración, utilizando todos los instrumentos que sean capaces de dinamizar y ampliar los mercados a nivel regional.”³

1.2.2. La Comunidad Andina⁴

En el marco de la ALALC y por presentar similitud en cuanto al desarrollo se refiere, a fines de 1969, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú y Venezuela, resolvieron suscribir, sobre la base de los principios de la integración, el Acuerdo de Cartagena, cuyo objetivo final fue alcanzar un desarrollo armónico y equilibrado de las economías de los 6 países, constituir una Zona de Libre Comercio y una Unión Aduanera, objetivos que solo fueron posibles a partir de 1992. Por discrepancias al tratamiento de la inversión extranjera, en 1973 Chile se apartó del Grupo y se mantiene independientemente de los bloques que se han constituido en América Latina.

El mercado subregional de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, tiene vital importancia para el país, en virtud que cuenta con una población aproximada de 103,9 millones de habitantes, un comercio intrasubregional que bordea los 9.833 millones de US dólares en 1997 y durante el período 1992-1998, el comercio con esos países se ha incrementando significativamente.

³ Acta de Constitución de la Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI.

⁴ Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP sobre la base de documentos y actas de reuniones remitidos por la Comunidad Andina de Naciones, 12 de agosto 1999.

Según cifras estadísticas, en 1998 el comercio global del Ecuador con los países de la CAN arroja los siguientes valores: Colombia 874,7 millones de US dólares, Venezuela 328,7 millones, Perú 297,5 millones y Bolivia 23,3 millones.

Partiendo del hecho real de que en 1998 alrededor del 13 por ciento de nuestras exportaciones y el 17,5 % de nuestras importaciones tienen como destino y origen los países de la CAN, se debe continuar dando atención prioritaria a las siguientes áreas⁵:

- Perfeccionar el proceso de integración, a fin de avanzar en el proceso de liberalización del comercio en el sector de los servicios y la adopción de normativas para garantizar un comercio subregional transparente y sin distorsiones, hasta llegar a la conformación del Mercado Común, con la inclusión plena del Perú;
- Consolidar la Unión Aduanera Andina, eliminando las excepciones al arancel externo común, preservando el trato especial para Ecuador. Con este propósito, en el mes de mayo del presente año, se suscribió la Decisión 466, mediante la cual se establece un nuevo cronograma para la eliminación del residual de subpartidas de las listas de excepciones al Arancel Externo Común Andino, de la siguiente manera:
 - A más tardar el 31 de julio del presente año, se retiró el 20% de la lista actual.
 - Al 31 de enero del año 2000, se retirará el 40% de la lista actual y, a más tardar el 31 de julio del 2000, habrá que eliminar el residual de la lista.

⁵ Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, basado en la estrategia de negociación del país ante la CAN, 12 de agosto 1999.

- Con la aprobación de la Decisión 466, el país logró en gran medida el propósito deseado, otorgar al sector productivo un mayor plazo para mantener un nivel arancelario bajo que le permita proveerse de materias primas, insumos y bienes de capital a menores costos, situación que a no dudarlo atenuará las actuales circunstancias adversas en las que se desarrollan las actividades productivas del país.
- Alcanzar una posición de país en términos de consenso al interior de la CAN para continuar con las negociaciones con el MERCOSUR, ALCA y otros bloques de integración;
- Apoyar la posición de la Comunidad Andina en las negociaciones con la OMC, el MERCOSUR, ALCA, Unión Europea, países de la Cuenca del Pacífico; y, acuerdos para establecer zonas de libre comercio con el Mercado Común Centroamericano, la Comunidad del Caribe y México.
- En el marco del Acuerdo de Paz y Límites y del convenio de aceleración y profundización del libre comercio entre los dos países, suscrito con Perú el 26 de octubre de 1998, en negociaciones efectuadas los días 5, 6 y 7 de mayo de 1999, se acordó que 586 nuevos productos se incrementen a la nómina de desgravación total, con lo cual, cerca del 80 % de las exportaciones ecuatorianas ingresarán al Perú libre de aranceles.
- Además, durante las últimas negociaciones⁶ se ha acordado que el Perú procederá a eliminar las restricciones y permita exportar 500 tm/año de carne de ganado bovino, 50 tm/año de maíz y 20 mil tm/año de azúcar; y, se encuentra en estudio la posibilidad del establecimiento de un camal binacional, aspectos que permitirán dinamizar las economías de los dos países, generando nuevas oportunidades para los sectores productivos e impulsando el crecimiento económico y el empleo más eficiente de los

⁶ Decreto N° 1329 publicado en el Registro Oficial N° 296 del 12 de octubre de 1999.

recursos naturales de la región fronteriza. Esta nueva relación va a permitir un ambiente de confianza y cooperación recíproca que contribuirá a incrementar las inversiones en los dos países, aspectos que se complementarán, en coordinación con las Autoridades del Perú, en el menor tiempo posible, para la expedición de un Reglamento que permita el reconocimiento recíproco de los certificados de conformidad con normas técnicas oficiales y obligatorias y la agilización de los procedimientos comunitarios sobre expedición e inscripción de registros sanitarios, así como la eliminación de las restricciones sanitarias y fitosanitarias que constituyen obstáculos innecesarios al comercio recíproco que se pretende incrementar.

- En la aplicación del Convenio de Integración Fronteriza, Desarrollo y Vecindad y el aprovechamiento de los recursos que para el efecto están entregando organismos internacionales de financiamiento, se aunará esfuerzos para evitar trabas al comercio, modernizar la infraestructura vial, equipamiento de los puertos, dotación de servicios a los pasos de frontera, modernizar las aduanas, entre otras acciones.

Conviene destacar que durante el último período, la CAN ha logrado que la Unión Europea mantenga las preferencias andinas hasta el año 2001 y además el 30 de octubre de 1998, se suscribió el Acuerdo mediante el cual se establece el Consejo de Comercio e Inversión entre la Comunidad Andina y los Estados Unidos de Norteamérica, mecanismo para incrementar y facilitar el intercambio comercial de bienes y servicios y el flujo de inversiones.

1.2.3. EL MERCOSUR⁷

A partir de 1997, los países miembros de la Comunidad Andina, iniciaron negociaciones con los Estados partes del Mercado Común del Sur

⁷ Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, agosto 1999.

-MERCOSUR-, con miras a la conformación de una zona de libre comercio entre los dos bloques de países.

Con este propósito el 16 de abril de 1998 se suscribió, en Buenos Aires, un Acuerdo Marco en el que se estipula que las negociaciones para el establecimiento de una Zona de Libre Comercio entre la Comunidad Andina y el MERCOSUR, tendría como primera etapa, la suscripción de un Acuerdo de Preferencias Arancelarias, sobre la base de los Acuerdos de Alcance Parcial suscritos bilateralmente en el marco de la ALADI (Patrimonio Histórico); Acuerdo que también podría incluir, eventualmente, productos nuevos con corrientes de comercio.

El Acuerdo Marco señala, así mismo que, en la primera etapa se negociarían márgenes de preferencia fijos e incorporará las disciplinas comerciales vigentes, en el marco de la ALADI. Para cumplir con este objetivo, los bloques presentaron listas de interés, las cuales sirvieron de base para establecer el ámbito de productos para la primera etapa de negociación, que alcanzó cerca de 3.500 subpartidas NALADISA, que representan el 50% del universo arancelario.

A pesar de los esfuerzos realizados, el esquema de negociación bloque a bloque se vió frecuentemente entrampado, debido a que no se logró llegar a consensos respecto al propósito que se perseguía. Por una parte, la Comunidad Andina fundamentó su estrategia en preservar el acceso al MERCOSUR, de aquellos productos del Patrimonio Histórico que generaron comercio, con la inclusión de muy pocos productos nuevos, buscando la multilateralización de las preferencias recibidas.

El MERCOSUR, por su parte, pretendió con el acuerdo, mejorar sustancialmente las condiciones de acceso que tiene actualmente en la Comunidad Andina. Esto explica, en gran medida, la estructura de su lista de interés que contempló un 50% de subpartidas nuevas. Adicionalmente, el MERCOSUR se mostró renuente a cambiar el esquema de negociación

4 + 4, es decir, bloque a bloque, por una modalidad combinada 4 + 1, 2 + 2, 3 + 1, 3 + 4, 1 + 1, etc, como lo proponía la Comunidad Andina⁸.

La rigidez de la estrategia de negociación establecida por el MERCOSUR, sumada a otros factores que debilitaron y resquebrajaron la posición de ese bloque, impidieron que se concrete una negociación conjunta entre la Comunidad Andina y MERCOSUR, tal como estuvo prevista, lo que desembocó en que Brasil manifieste su voluntad política de continuar con las negociaciones con la Comunidad Andina, alejándose de sus demás socios.

Es así que a partir del 21 de abril de 1999, la Comunidad Andina y la República Federativa del Brasil mantuvieron cinco encuentros de negociación, que permitieron la suscripción del Acuerdo de Preferencias Arancelarias.

El Acuerdo fue suscrito el 3 de julio de 1999, por los países miembros de la Comunidad Andina: Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela y la República Federativa del Brasil, en él se establecen márgenes de preferencia fijos sobre un universo de aproximadamente tres mil subpartidas arancelarias, como un primer paso para la creación de una Zona de Libre Comercio entre la Comunidad Andina y el MERCOSUR.

El Acuerdo que tendrá una vigencia de dos años, entró a regir a partir de mediados del mes de agosto de 1999, luego de efectuarse los ajustes técnicos y administrativos que demandó la protocolización del mismo ante la Secretaría General de la ALADI y, la respectiva incorporación en las legislaciones internas de cada uno de los países; entre tanto se prorrogó por cuarenta y cinco días los Acuerdos de Alcance Parcial vigentes entre los Países Andinos y el Brasil.

⁸ Ayuda Memoria sobre negociaciones CAN-MERCOSUR, preparada por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, julio 1999.

Con el acuerdo suscrito se prevé en principio incrementar significativamente las corrientes comerciales existentes entre las partes y mejorar las relaciones entre la Comunidad Andina y Brasil; a la vez que se confirma la voluntad de continuar las negociaciones del proyectado Acuerdo de Complementación Económica entre los países miembros de la Comunidad Andina y los del MERCOSUR, para conformar una Zona de Libre Comercio, situación que redundará en beneficios económicos para los dos bloques.

El Ecuador, por su condición de país de menor desarrollo económico relativo, reconocida tanto en el Cap. XIII del Acuerdo de Cartagena como en el Cap. III del Tratado de Montevideo 1980, logró materializar su tratamiento especial en esta negociación a través del Anexo III del mismo, en el cual se establece un ámbito de 57 subpartidas del interés exportador, para acceder al mercado brasileño en condiciones más favorables que las de sus Socios Andinos.

Este ámbito incluye preferencias del 100% para los siguientes productos: del mar frescos, refrigerados o congelados, sardinas en conservas, camarones, langostas, flores frescas, melones, té negro, bombones, manteca y aceite de cacao, chocolates rellenos, hongos, confituras y mermeladas, palmito, ácido acetilsalicílico (aspirina), madera de balsa, sombreros de paja toquilla, vajilla de cerámica, grifería sanitaria, taladros y otras herramientas electromecánicas con motor incorporado; con 80% de preferencia: banano, piñas, sorbitol, hilados texturados; con 75% de preferencia: conservas de atún, entre los más destacados; todos estos productos de la oferta exportable ecuatoriana de trascendental importancia hacia ese mercado⁹.

⁹ Decreto N° 1318 publicado en el Registro Oficial N° 294 del 8 de octubre de 1998.

Por otro lado, vista la crisis económica y fiscal que vive el país, que ha causado recesión y depresión del aparato productivo nacional y, con el propósito de ofrecer alternativas de abastecimiento, se otorgaron preferencias al Brasil en materias primas, insumos y bienes de capital, que demandan los sectores productivos, que a no dudarlo, contribuirán a reactivar la economía nacional, no así para bienes suntuarios y productos sensibles que si fueron de interés de la contraparte.

Los logros más relevantes alcanzados por el Ecuador en esta negociación se pueden sintetizar en los siguientes¹⁰:

- Un tratamiento diferenciado respecto del resto de los países de la Comunidad Andina.
- Preservar y mejorar en muchos casos, las condiciones de acceso de los principales productos de exportación ecuatorianos, en un mercado de casi ciento ochenta millones de habitantes.
- Eliminación de cupos, cuotas y restricciones que figuraban en el Acuerdo de Alcance Parcial No. 11, lo que facilita las operaciones aduaneras tanto en origen como en destino.
- Proveer de materias primas y bienes de capital en condiciones más favorables a los sectores productivos del país, lo cual contribuirá a mejorar su competitividad en ese y otros mercados internacionales.

Los beneficios que se esperan del Acuerdo, se harán evidentes cuando los sectores exportador y productivo del país hagan uso de las preferencias acordadas, dependiendo por consiguiente de sus actores, el cabal aprovechamiento de las ventajas de acceso alcanzadas en el mismo.

1.2.4. Area de Libre Comercio de las Américas-ALCA¹¹

¹⁰ Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, 12 de agosto 1999.

Constituirá en el mediano plazo el mayor mercado del hemisferio occidental, pues abarcará desde Alaska hasta Tierra de Fuego e involucrará a más de 850 millones de habitantes, con un movimiento de comercio y servicios calculado en 13 billones de US dólares, por lo que la participación del país en su proceso de conformación es prioritaria, a fin de ir conociendo los detalles, oportunidades y retos que involucra e irse organizando internamente, para lograr el mejor aprovechamiento del ALCA que se espera sea una realidad en el año 2005.

El Ecuador, en coordinación con el sector privado nacional y con los demás países miembros de la Comunidad Andina, participa activamente en las diversas acciones que se desarrollan para la conformación del ALCA. En este ámbito, nuestro país tendrá la gran responsabilidad de presidir el proceso de negociación para la conformación del ALCA y por ende, el Comité de Negociaciones Comerciales -CNC-, conformado a nivel de Viceministros, desde el 1 de mayo del 2001 hasta el 31 de octubre del 2002.

Ecuador ejerce la Vicepresidencia del ALCA y del Comité de Negociaciones Comerciales -CNC-, a partir del 1 de noviembre de 1999 hasta el 30 de abril del 2001 y la Presidencia, está a cargo de Argentina.

Para facilitar las negociaciones tendientes a la constitución del Area de Libre Comercio de las Américas -ALCA-, se han conformado nueve grupos de negociación:

- Acceso a Mercados (origen de las mercaderías, normas y barreras técnicas, procedimientos aduaneros, salvaguardias)
 - Agricultura (medidas sanitarias y fitosanitarias)
 - Servicios
-

- Inversión
- Subsidios, Antidumping y Derechos Compensatorios
- Políticas de Competencia
- Compras del Sector Público
- Derechos de Propiedad Intelectual
- Solución de Diferencias

Ecuador ejercerá permanentemente la Vicepresidencia en el grupo de Derechos de Propiedad Intelectual. Es vocero de la Comunidad Andina en el grupo de Agricultura, no obstante que solicitó ser vocero en Derechos de Propiedad Intelectual y Comité de Pequeñas Economías. Así mismo, es vocero alterno en los grupos de Compras del Sector Público, Solucion de Controversias y Comité Consultivo de Pequeñas Economías.

La delegación ecuatoriana a los grupos de negociación señalados anteriormente los presiden funcionarios de alto nivel del MICIP. A la presente fecha se han realizado cinco reuniones de negociación de los grupos, cuyos resultados son esperanzadores en la medida en que se han logrado concretar acercamientos mutuamente convenientes para los intereses de las partes.

1.2.5. La Unión Europea¹²

La Unión Europea que cuenta con una población de 374,1 millones de habitantes, constituye un potencial mercado para el país. El comercio global con esa zona económica durante el año 1998 alcanzó la cifra de 1.662,1 millones de US dólares.

¹² Informe elaborado por la Dirección Nacional de Comercio Exterior-MICIP, 12 de agosto 1999.

El Acuerdo de Cooperación entre la Comunidad Andina y la Unión Europea y el trato diferenciado que contempla la Ley de Preferencias Andinas de la Comunidad, constituyen para el Ecuador importantes instrumentos para expandir sus exportaciones hacia los países miembros de la Unión Europea.

En mayo de 1998, se logró alcanzar la prórroga del SGP Andino para productos industrializados y agrícolas hasta el 31 de diciembre del año 2001, con lo que se robusteció la promoción y diversificación de las exportaciones de productos no tradicionales.

Sin embargo, constituye prioritario apoyar las negociaciones tendientes a la firma de un nuevo Acuerdo de Cooperación entre la Comunidad Andina y la Unión Europea en nuevos campos de cooperación, que permita consolidar el intercambio comercial y ampliar los flujos de inversión.

En el proceso de reconvención del Grupo Especial sobre el régimen de importación de banano de la Unión Europea, planteado por el Ecuador en el marco del Organismo de Solución de Diferencias de la OMC, el fallo del Panel fue favorable para el país al recomendar que las cuotas impuestas al Ecuador como a otros abastecedores sustanciales son inconsistentes con el Art. XIII:2 del GATT/94 y los Arts. II y XVII del GATT en lo relacionado con el manejo de las licencias de importación¹³.

Frente a estos hechos, la gestión diplomática del Ecuador debe encaminarse a persuadir a los países de la Unión Europea para el cumplimiento del fallo y al mismo tiempo solicitar al Organismo de Solución de Diferencias de la OMC, para que mediante resolución apruebe el fallo del Panel.

¹³ Fallo de la OMC.

1.2.6. La Cuenca del Pacífico¹⁴

La Cuenca del Pacífico surge como un enorme mercado y una nueva opción de desarrollo para el país, con extraordinaria capacidad de consumo, tiene un mercado de 2.420 millones de habitantes, de los cuales 186 millones están en Japón, Corea, Singapur, Taiwan, Taipei Chino y Hong Kong, países donde el ingreso per cápita promedio bordea los 7.908,2 US dólares y el PIB promedio alcanza los 600.949,7 millones de US dólares.

El comercio global con la Cuenca del Pacífico durante el año 1998, alcanzó 6.361,2 millones de US dólares que significa el 66% del comercio global del país. Las exportaciones ecuatorianas con ese destino fueron de 2.736.9 millones de US dólares, equivalente al 66,1% del total exportado, mientras que las importaciones sumaron 3.624,1 millones que representa el 66% del total de importaciones del país.

Se aspira que superada la crisis financiera que atravesaron los países del Asia-Pacífico, surgida en la necesidad de ejecutar ajustes en los sistemas financieros nacionales, los países Asiáticos manejarán enormes masas de recursos que se calcula representan más de un tercio de todos los ahorros mundiales, recursos que con seguridad luego de superar los problemas descritos, serán colocados en el extranjero, por lo que, el sector privado de nuestro país deberá tomar las previsiones del caso para poder captar parte de esos recursos.

Conviene destacar que la Cuenca del Pacífico, luego de la crisis financiera, se encuentra sólidamente institucionalizado, principalmente sobre la base de tres Organismos: Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico -APEC-, Consejo de Cooperación Económica del Pacífico -PECC-

¹⁴ GUERRERO MURGUEYTIO, Mario. La política del Ecuador frente a la Cuenca del Pacífico. Grandes lineamientos. Ministerio de Relaciones Exteriores y Comité Ecuatoriano para la Cuenca del Pacífico-CECP, Quito, febrero 1998.

y Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico -PBEC-, que son los que han conseguido aglutinar organizadamente a los sectores gubernamental, empresarial y académico en pos de la consecución de objetivos regionales, hecho loable pero que sin embargo despierta suspicacia en el manejo y valoración, debido a que la institucionalidad de la Cuenca, por sí misma, bien puede significar un obstáculo desde la perspectiva de los países que opten por una nueva membresía, cuando estos no son capaces de mostrar garantías en cuanto a concretar una participación eficiente y sistemática.

Además ha demostrado estar consolidado, hasta el punto en que frente a la última crisis financiera, el APEC ha tenido suficiente fuerza como para reaccionar lanzando una enérgica señal, de profundo contenido político, por lo que se adelanta la instrumentación del proceso de desarancelización en nueve sectores de la economía: pesca, medio ambiente, juguetes, telecomunicaciones, material médico, bisutería, productos forestales, productos químicos y equipamiento energético. Se tenía previsto que este proceso debía iniciarse en el año 2010 para el caso de los socios industrializados y en el año 2020 para los países en vías de desarrollo, sin embargo que ahora empezó a estructurarse en 1999, lo que constituye un gran signo de aliento para los inversionistas al comprobar que nada será suficientemente grave como para obstaculizar el establecimiento de un mercado libre en la Cuenca.

En el entendido de que la Cuenca del Pacífico constituye una nueva opción de desarrollo nacional, Ecuador debe aprovechar al máximo y en el lapso más corto posible su incorporación, dado que son muchos los competidores con los que el país debe disputarse las enormes y variadas oportunidades que ofrece en el campo comercial, financiero y de cooperación técnica, oportunidades a las que tendremos más fácil acceso por la vía de la institucionalidad regional, esto es por medio de concretar nuestra membresía de pleno derecho en el foro de Cooperación

Económica Asia-Pacífico -APEC-, en el Consejo de Cooperación Económica del Pacífico -PECC- y en cualquier otro organismo que mostrarse ser pertinente, sin descuidar la efectiva, atenta y responsable participación del país en el Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico -PBEC-, en el que participa desde 1997; como se indicó, el ingreso del país a los mencionados Organismos es la única posición desde la que el Ecuador podrá ser actor y parte de la gestión de las áreas esenciales del Pacífico y parte de la toma de decisiones tan trascendentales, como las relacionadas con la constitución del Área de Libre Comercio -APEC-, que por sus dimensiones constituirá un hito económico en el proceso de globalización.

El Gobierno Nacional a través del MICIP, apoya y robustece las acciones sugeridas por el Comité Ecuatoriano de la Cuenca del Pacífico -ECUPEC-, para continuar el proceso de acercamiento hacia los países de la Cuenca del Pacífico.

1.3. Análisis de la base legal que rige el Comercio Exterior Ecuatoriano

Es un hecho real que hasta antes de 1992, no existió una política de estado de largo plazo en materia de comercio exterior y por consiguiente una base legal que regule las relaciones del Ecuador con el exterior, optando los gobiernos de turno, por aprobar ciertos lineamientos de comercio exterior que, definidos por el entonces Consejo Nacional de Desarrollo -CONADE-, eran implementados como políticas de comercio.

1.3.1. La Ley de Facilitación Exportaciones y del Transporte Acuático¹⁵

Por este motivo, se puede afirmar la falta evidente de un marco jurídico e institucional, aparte de la Ley de Facilitación de las Exportaciones

¹⁵ Ley N° 147 de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático, publicada en el Registro Oficial N° 901 del 25 de marzo de 1992.

y del Transporte Acuático que a finales de 1992 fue expedida para regular, como la misma Ley lo menciona, algunos aspectos de la actividad comercial, entre ellas: la libertad de exportación sobre todo de productos básicos, al eliminar las patentes de exportación para banano, café, cacao, productos del mar, entre los más importantes; declarar de libre exportación todos los productos, excepto aquellos que constituyen parte del patrimonio histórico y cultural, los animales y plantas declarados en estado de extinción y los alimentos de primera necesidad cuando en el corto plazo se prevea un desabastecimiento del mercado interno.

Como parte fundamental de esta Ley, puede mencionarse la eliminación de la Ley de Reserva de Carga, una disposición que como cuello de botella, disponía, en forma imperativa, la obligatoriedad de transportar el 50 por ciento de sus productos de exportación e importación, en barcos de bandera nacional o asociados.

1.3.2. Principales normativas de la Organización Mundial de Comercio¹⁶

El objetivo básico y fundamental del GATT/OMC, a partir del 1 de enero de 1995, es el de establecer reglas multilaterales para el comercio de mercaderías, servicios, la inversión y la propiedad intelectual relacionados con el comercio, el medio ambiente, el desarrollo, etc.; crear un sistema de comercio liberal y abierto en el que las empresas de los países miembros puedan comercializar unas con otras, en condiciones de competencia leal y sin distorsiones.

Las reglas antes detalladas, prescriben, aunque parezcan complejas y su terminología jurídica muchas veces desorientadora y que se ha prestado para interpretaciones erróneas, sobre todo por parte de países

¹⁶ Normativas de la Organización Mundial de Comercio-OMC, 1 de enero de 1995, Acuerdo de Marrakesh.

desarrollados en el marco del anterior GATT y a incumplir con sus compromisos, se basan en principios y normas sencillos. Estos son:

La **Protección de la rama de la producción nacional mediante los aranceles**,¹⁷ que obliga a los gobiernos a defender a los sectores considerados como sensibles de su economía, mediante la imposición de aranceles, en un nivel apropiado, evitando constituir a este instrumento de política fiscal en un obstáculo al comercio. En este campo cabe recordar que con la vigencia de la política de sustitución de las importaciones, la defensa de la industria nacional se la efectuaba a través de la imposición de altos aranceles que en muchos casos superaba el 350 por ciento sobre el valor CIF y que en términos promedio, este arancel no bajaba del 85 por ciento.

Bajo este principio, se recomienda a los países reducir y, cuando sea posible, eliminen la protección de la producción nacional recortando los derechos de aduana y supriman los demás obstáculos al comercio en el marco de las negociaciones comerciales multilaterales. Los aranceles así reducidos, quedan consolidados en listas especiales que cada país negocia al adherirse al GATT/OMC, los mismos que no pueden ser modificados hacia arriba, salvo en circunstancias muy especiales y con una dispensa del organismo que regula el comercio mundial. Para el caso ecuatoriano, esta consolidación se efectuó tomando en cuenta el Arancel Externo Común, que contempla los niveles del 5, 10, 15 y 20 por ciento para la casi totalidad del universo arancelario, excepto vehículos para los cuales el arancel es del 40 por ciento. Con estos niveles arancelarios, el país se comprometió para con las partes contratantes, a consolidar, en algunos casos, 10 puntos más arriba del AEC y en los casos que comprometen a las materias primas, insumos, bienes intermedios y de capital, en los mismos niveles del Arancel Externo Común, a fin de que el empresario e industrial tengan una previsividad del mercado en el mediano y largo plazo

y una política de precios clara, conociendo por anticipado los costos de producción.

El **Trato de la Nación Más Favorecida -NMF-¹⁸**, que sienta el principio de la no discriminación, dispone que los países no pueden gravar las importaciones procedentes de un país determinado con derechos de aduana más altos que los aplicados a las demás importaciones procedentes de otros países. Hay, sin embargo, varias excepciones a esta regla, una de ellas es al comercio que se genera entre las partes contratantes que intervienen en una zona de libre comercio, en donde los aranceles desaparecen para facilitar la libre movilidad de las mercaderías originarias y procedentes de estos países y otra excepción, el trato que otorgan países desarrollados y de economía en transición a países en desarrollo a través del Sistema Generalizado de Preferencias, SGP y la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, tanto de los Estados Unidos de América del Norte como de la Unión Europea, a la presentación del Certificado de Origen forma "A".

Finalmente, está la regla del **Trato Nacional¹⁹**, que obliga a los países a no discriminar en la aplicación de aranceles, tasas y demás impuestos, a los productos nacionales de los extranjeros. Una medida de esta naturaleza debe afectar en igual forma a los productos importados y a los de producción nacional.

1.3.3. La Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI²⁰

Frente a la ausencia de una norma que en materia de comercio exterior e inversiones, regule dos de las más importantes ramas de la

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Normativas de la Organización Mundial de Comercio-OMC, 1 de enero de 1995, Acuerdo de Marrakesh.

¹⁹ Normativas de la Organización Mundial de Comercio-OMC, 1 de enero de 1995, Acuerdo de Marrakesh.

²⁰ Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

actividad a las que el Gobierno Nacional ha declarado de prioridad nacional, las Cámaras de la Producción, sometieron a consideración del Gobierno y de los organismos estatales especializados, el proyecto de lo que posteriormente sería aprobado por el Congreso Nacional como la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI-, el 22 de mayo de 1997 y publicada en el Registro Oficial No. 82 del 9 de junio del mismo año.

El objetivo fundamental de la Ley es el de crear un marco legal e institucional apropiado para hacer efectivo el desarrollo del comercio exterior y las inversiones como prioridad nacional; entre los más importantes principios que prevé esta Ley, están los siguientes²¹:

- Asegurar la libertad adecuada para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación;
- Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido del desarrollo;
- Aprovechar las oportunidades generadas por el comercio mundial de bienes y servicios para beneficio de la producción exportable del país.
- Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, mejorar su competitividad internacional, preservando el medio ambiente.
- Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones;
- Garantizar la adecuada coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo;
- Fortalecer la vinculación entre los sectores público y privado para ejecutar, en conjunto, la estrategia de impulso del comercio exterior.

Como se manifiesta en el documento de su presentación, la promulgación de esta Ley, inaugura, de manera efectiva un moderno modelo de dirección y manejo de nuestro comercio exterior y constituye un conjunto de principios y disposiciones orientadas hacia una economía abierta, fundamentada en la libre competencia y en el libre mercado. La Ley define una estructura institucional clara y precisa, con una trascendente innovación al incorporar la participación real del sector privado en las decisiones a través del Consejo de Comercio Exterior que constituye el organismo rector de las políticas de comercio exterior, organismo colegiado del que participan funcionarios de los sectores privado y público, al que se le asigna entre otras, las siguientes funciones²²:

- Determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, integración, inversión directa, en concordancia con el principio de libre comercio, el entorno del comercio mundial, los compromisos internacionales asumidos por el país en esta materia, el programa macroeconómico y con los planes de desarrollo del país, en general y sectorial;
- Proponer los lineamientos y estrategias de las negociaciones internacionales que el gobierno nacional realiza en materia de comercio exterior, integración económica e inversión directa, así como conformar grupos de negociadores estables del sector público y privado, integrados por personas especializadas y con probada experiencia en la materia,
- Establecer los lineamientos generales que sirvan de base para la formulación del plan estratégico de promoción de exportaciones e inversión directa, a cargo de la Corporación de Promoción de Exportaciones -CORPEI-;

²¹ Ibid.

- Dictar la política relativa a los procedimientos de exportación e importación, en coordinación con el Ministerio de Finanzas y Crédito Público;
- Emitir criterio para la resolución del Presidente de la República sobre los conflictos de competencia que pudieren presentarse entre los distintos organismos del sector público que son parte del sector comercio exterior;
- Definir políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción nacional y promover programas y proyectos que permitan desarrollar actividades productivas, con miras a la exportación.

En igual forma, la Ley asigna al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, hoy Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo²³ la responsabilidad en la ejecución de la política sobre comercio exterior, poniendo de esta manera fin a un largo período de superposición y dispersión de funciones en el manejo de los temas inherentes al comercio exterior de bienes, servicios, tecnología, integración, inversión directa, la coordinación institucional y la representación del país ante organismos internacionales vinculados con el comercio exterior de los cuales el país forma parte, además de asignarle, entre otras, las siguientes funciones²⁴:

Elaborar y presentar ante el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, COMEXI, informes técnicos que contengan propuestas para la adopción de políticas sobre temas que son de su exclusiva competencia;

²² Normativas de la Organización Mundial de Comercio-OMC, 1 de enero de 1995, Acuerdo de Marrakesh.

²³ Decreto Ejecutivo N° 1323 publicado en el Registro Oficial N° 294 del 8 de octubre de 1999.

²⁴ Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

- Participar en foros y organismos internacionales de comercio y en los procesos de negociación bilateral y multilateral en materia de comercio exterior e inversión extranjera directa;
- Evaluar y aplicar la política relativa a la corrección y prevención de las prácticas desleales al comercio que como restricciones afecten el normal desenvolvimiento de las corrientes comerciales;
- Preparar, en coordinación con el Ministerio de Finanzas y Crédito Público y el Servicio Nacional de Aduanas, las propuestas de política arancelaria, normas de valor de las mercaderías en aduana, regímenes aduaneros especiales y de procedimientos de exportación e importación para conocimiento y resolución del COMEXI;
- Recopilar, producir y divulgar informes estadísticos sobre comercio exterior e inversiones;
- Organizar y establecer un Sistema Nacional de Metrología, normas técnicas, normas sanitarias, certificados de calidad y acreditación de laboratorios para control y emisión de certificados o registros sanitarios y de calidad;
- Dirigir el Servicio Comercial en el Exterior y con él, participar en el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa que estructura la Ley;

Como parte complementaria a las actividades de comercio exterior e inversión extranjera, la Ley conforma la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones -CORPEI²⁵, como una institución privada sin fines de lucro, encargada, por mandato de la Ley, de promover las exportaciones ecuatorianas y atraer las inversiones. Para el cumplimiento de estas disposiciones, se le ha confiado la organización y dirección de una

²⁵ Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

red de oficinas externas que se ubicarán en los principales mercados internacionales considerados como estratégicos.

Constan como funciones específicas de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, las siguientes²⁶:

- Orientar y ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el país y en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo, la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción externa;
- Apoyar los esfuerzos de las personas naturales y/o jurídicas exportadoras, en el desarrollo de procesos, tales como:
 - Diversificación de mercados, productos y exportadores;
 - Incremento del valor agregado en los productos y volúmenes exportados;
 - Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador;
 - Perfeccionamiento de la inserción de las empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional;
 - Propiciar la formación de consorcios de exportadores,
 - Contribuir al desarrollo económico del Ecuador mediante la atracción de la inversión directa al país.

²⁶ Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI” publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

Para el cumplimiento de estas actividades, la Ley establece las siguientes fuentes de recursos para la CORPEI²⁷:

- Los aportes que de acuerdo con la Constitución Política de la República y la Ley entregue el Estado;
- Los fondos no reembolsables que destinen a este propósito los organismos internacionales o de países amigos;
- Los recursos provenientes de contratos celebrados para la ejecución de programas sectoriales de promoción;
- Los legados o donaciones legalmente aceptados; y,
- Los aportes del sector exportador e importador que se traduce en:
 - Las cuotas redimibles del 1,5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado;
 - Del 0,50 por mil del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados; y
 - Del 0,25 por mil sobre el valor FOB de todas las importaciones.

1.3.4. Reglamento de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones²⁸

La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones - CORPEI-, constituida según la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, es una institución privada sin fines de lucro, creada con el fin de contribuir al crecimiento económico sustentable del país, mediante el diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, tanto en

²⁷ Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

²⁸ Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

el país como en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que, en conjunto y con el cofinanciamiento de las unidades productivas nacionales, se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su difusión externa. Su gestión cuenta con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, el Servicio Comercial y los órganos del Servicio Exterior ecuatoriano y en coordinación estrecha con el sector privado.

Para cumplir con sus objetivos, la CORPEI, de acuerdo con lo que establece el Reglamento, deberá trabajar en el desarrollo de cuatro ventajas competitivas:

- Una **Red Comercial Externa** amplia y debidamente coordinada para actuar con eficiencia en el eje demanda - oferta. Esta oferta contará con funcionarios propios, con funcionarios de los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Comercio Exterior, Integración, Pesca y Turismo y con los servicios prestados por ecuatorianos extranjeros o Cámaras de la Producción en ciertos mercados seleccionados.
- Un **Centro de Información Comercial**, con una extensa base informática actualizada, pertinente y relevante, que proporcionará a los usuarios y a los funcionarios de la CORPEI, información con valor agregado, de una manera ágil y oportuna, para el diseño de estrategias comerciales de la oferta exportable ecuatoriana.
- **Servicios adecuados a las necesidades de los usuarios**, para el efecto, la CORPEI contará con un grupo de Coordinadores Sectoriales, cuya función será trabajar de cerca con los distintos gremios y exportadores, en el diseño de estrategias que permitan desarrollar ventajas competitivas para el sector.

- La **Promoción de las Inversiones Directas**, como un factor muy importante para vender proyectos de inversión desarrollados por el sector privado y lograr así diversificar e incrementar la oferta exportable y diversificar los mercados. La CORPEI estará presente en distintos eventos y foros de inversionistas para resaltar la imagen del país como destino de inversión en sectores en los que el Ecuador tiene ventajas por las características de su posición geográfica, calidad de sus suelos, mano de obra abundante, luminosidad y otros factores exclusivos que le caracterizan a nuestro país.

1.3.5. La Ley de la Propiedad Intelectual²⁹

Con fecha 22 de abril de 1998, mediante Ley No. 83, el Congreso Nacional expidió la Ley de la Propiedad Intelectual, la misma que entró en vigencia mediante publicación en el Registro Oficial No. 320 del 19 de mayo del mismo año, cuyo objetivo fundamental fue adoptar las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de la

Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio -ADPIC-, por sus siglas en español, el mismo que está vigente en el país desde el 31 de julio de 1996, luego de la adhesión del Ecuador a la Organización Mundial de Comercio, OMC.

Esta Ley regula los derechos de autor y derechos conexos, la propiedad industrial que abarca las invenciones, dibujos y modelos industriales, los esquemas de trazado de circuitos integrados, la información no divulgada y los secretos comerciales e industriales, las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales e industriales, las apariencias distintivas, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y cualquier otra creación destinada al uso agrícola, industrial o comercial y las obtenciones vegetales. Esta Ley

reconoce las decisiones adoptadas por la Comunidad Andina de Naciones, CAN, de la que el Ecuador forma parte y de los convenios internacionales vigentes en el Ecuador como normas directas de aplicación de los derechos sobre la Propiedad Intelectual. En su aplicación tienen preferencias las disposiciones que mayor protección otorgan, observando las disposiciones de la OMC en materia del Trato de la Nación Más Favorecida -NMF- y Trato Nacional.

En esta Ley, merece destacarse la disposición referente a la protección de las obtenciones vegetales que se hallan protegidas mediante el otorgamiento de un certificado de obtendor a todos los géneros y especies vegetales cultivadas que impliquen el mejoramiento vegetal heredado de las plantas, en la medida que aquel cultivo y mejoramiento, no se encuentren prohibidos por razones de salud humana, animal o vegetal. Para su tramitación no se requiere la presencia de las muestras vivas, sino la indicación del lugar en que se encuentran o el documento que acredite su depósito ante una autoridad competente de cualquier país miembro de la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales.

Finalmente, cabe destacar que como todo cuerpo legal destinado a establecer reglas claras sobre el alcance y protección, la Ley contiene disposiciones para reprimir la competencia desleal, la violación de cualquiera de los derechos sobre la propiedad intelectual, estableciendo disposiciones para los casos de violación.

1.3.6. Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones³⁰

Esta Ley, que también fue expedida por el Congreso Nacional el 2 de diciembre de 1997 y promulgada en el Registro Oficial No. 219 del 19 de diciembre del mismo año, como parte integrante de la política comercial en

²⁹ Ley de Propiedad Intelectual publicada en el Registro Oficial N° 320 del 19 de mayo de 1998.

el campo de las inversiones, tiene por objeto fomentar y promover la inversión nacional y extranjera y regular las obligaciones y derechos de los inversionistas para que puedan contribuir, de manera efectiva, al desarrollo económico y social del Ecuador, buscando la generación de empleo, el uso adecuado de materias primas e insumos nacionales, el crecimiento de las áreas productivas, el incremento y diversificación de las exportaciones, el uso y desarrollo de tecnologías adecuadas y la integración eficiente de la economía nacional con la internacional.

De acuerdo con lo que dispone la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, corresponde al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones - COMEXI-, la formulación de las políticas de promoción de inversiones, tanto a nivel nacional como del exterior. Esta Ley enmarca en un solo cuerpo legal, tanto las reglamentaciones como las decisiones andinas, permitiendo que el Ecuador cuente con un instrumento de promoción y presentación externa para la atracción de inversiones. Las disposiciones de esta Ley marcan un cambio trascendental en la orientación del Ecuador hacia la inversión extranjera, sustituyendo un esquema basado en la protección y control; dicho esquema se resume, entre otras, en las siguientes disposiciones³¹:

- Establece un sistema de promoción de inversiones a nivel nacional, bajo el marco creado por la LEXI, con la finalidad de sentar las bases y desarrollar un proceso que permita lograr un óptimo clima de inversiones y su adecuado mantenimiento;
- Reitera que las inversiones extranjeras, subregionales y neutras, gozan de iguales derechos y tienen el mismo tratamiento que las nacionales;

³⁰ Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones publicada en el Registro Oficial N° 219 del 19 de diciembre de 1997.

³¹ Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones publicada en el Registro Oficial N° 219 del 19 de diciembre de 1997.

- Garantiza que la inversión extranjera podrá efectuarse en cualquier sector económico productivo, sin autorización previa y en las mismas condiciones que la inversión nacional;
- Establece total libertad para negociar la inversión registrada en el país;
- Dispone que la capitalización de cuentas patrimoniales efectuadas de acuerdo con la Ley y registradas en el Banco Central del Ecuador, son consideradas como reinversiones;
- Confiere libertad de acceso al sistema financiero nacional y al mercado de valores para la obtención de créditos de corto, mediano y largo plazo que posibiliten el desarrollo de proyectos de inversión, así como la apertura de cuentas bancarias que faciliten sus operaciones;
- Otorga estabilidad tributaria para permitir el mantenimiento de reglas de juego en períodos compatibles con el desarrollo de proyectos de inversión de mediano y largo plazo;
- Abre la posibilidad de suscribir convenios de inversión con los inversionistas extranjeros, con el propósito de evitar interpretaciones sobre el tratamiento asignado a dichos inversionistas, garantizando de este modo, la aplicación fiel de las normas y preceptos considerados por la Ley.

1.3.7. Reforma Arancelaria

Como consecuencia de las corrientes de apertura comercial y acercamiento al mercado mundial que se presentaron a fines de la década de los 80 entre los países en desarrollo, el Ecuador no pudo sustraerse a esta tendencia, porque la consideró apropiada para el cumplimiento de sus programas de desarrollo y porque para esa misma época, ya se habían formulado las primeras manifestaciones de los sectores privados por su incorporación al Acuerdo General, tomando como base las

recomendaciones de nuestro representante diplomático en los Estados Unidos de América del Norte.

Es a partir de 1988 cuando, por recomendaciones de la Presidencia de la República, el Ministerio de Finanzas y Crédito Público, establece un programa de trabajo para revisar su política arancelaria y arancel de importaciones, considerados hasta la fecha como los instrumentos más adecuados para la protección de la industria nacional y medios para proveer de recursos al Estado por la vía del cobro de derechos aduaneros. Es un hecho que la vigencia de altos aranceles contribuyó al desarrollo de algunos sectores, resultado de cuya protección lograron desarrollarse hasta alcanzar los sitios que hoy ostentan, pero que en la mayoría de los casos, frenó el desarrollo de otros, permitiendo su permanencia en el mercado a través de la protección que recibieron por la vía de las Leyes de Fomento Industrial.

Es así como a través de 4 procesos de reforma arancelaria, se logró reducir los aranceles, desde el 190 por ciento para productos considerados como no indispensables para el desarrollo, hasta los niveles actuales que contempla el Arancel Externo Común del 5, 10, 15 y 20 por ciento, para la casi totalidad del universo arancelario y del 40 por ciento para los vehículos automóviles.

De acuerdo con las recomendaciones de la OMC de ir reduciendo los aranceles a través de sucesivas rondas de negociaciones hasta su eliminación total y la aspiración de los países desarrollados de que los países en desarrollo liberalicen el comercio exterior, el Ecuador redujo los niveles arancelarios sin ningún beneficio de inventario, por cuanto lo hizo en forma unilateral, sin recibir reciprocidad de ningún otro país, menos aún, dentro de un proceso de negociación como el que tuvo que enfrentar para adherirse al GATT/OMC. De todas maneras, el Ecuador ha cumplido con una etapa básica y fundamental dentro del proceso de apertura a la

economía internacional, eliminando, a partir del 21 de enero de 1996 en que entra en vigencia la adhesión a la OMC, la casi totalidad de las barreras no arancelarias, excepto para productos utilizados en la rama farmacéutica, por los desvíos de que pueden ser objeto productos como precursores que son ilegalmente utilizados en el procesamiento de estupefacientes.

Paralelamente, el Gobierno a través de los estamentos competentes, procedió a reformar la política comercial, introduciendo las reformas consideradas como básicas y necesarias, para adaptar nuestra legislación a la normativa OMC. Por este motivo se dice que dentro de los esquemas de integración tanto regional como mundial, los países pierden su identidad en cuanto al marco jurídico que requiere, por cuanto la normativa regional o multilateral se impone a la nacional.

CAPITULO II

ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES APLICADAS POR PAISES DE AMERICA LATINA.

Según el informe de la CEPAL, de diciembre de 1996³², es un hecho que los países, especialmente aquellos identificados como en vías de desarrollo, de acuerdo con sus necesidades y expectativas, para insertarse en el contexto de la economía mundial siguiendo las corrientes de la apertura comercial que prevaleció desde finales de la década de los 80, han definido sus estrategias comerciales, reconociendo que el sector externo, que constituye el motor del desarrollo, impulsará un cambio sustancial en las estructuras productivas y en la mentalidad de los nuevos empresarios, creando de esta manera los elementos básicos y sustanciales que favorecerán los cambios que todos esperan alcanzar a través del fomento y la diversificación de la producción orientada a la exportación. Para hacer frente a esta situación, los países de la región modificarán drásticamente sus estrategias de desarrollo.

Por esto se puede afirmar que la inserción internacional de numerosos países de América Latina y el Caribe, ha generado una intensificación del esfuerzo exportador y la liberalización de las importaciones, procesos que se iniciaron en los años 80, luego del cambio de la política de sustitución de importaciones. Sin embargo, el relativo dinamismo del sector exportador no siempre se reflejó en el comportamiento global de la economía, así por ejemplo, en la década de los 80, en América Latina y el Caribe, según datos de la Comisión Económica para América Latina -CEPAL³³, el producto interno bruto creció a una tasa promedio del 1,2 por ciento anual, mientras que entre 1990 y 1994 este crecimiento alcanzó el 3,4 por ciento.

³² Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

³³ Ibid.

Por tanto, vale decir que la creciente importancia del sector exportador en las economías de la región puede atribuirse, por una parte, al dinamismo del mismo sector y por otra, al deficiente desempeño de la economía latinoamericana en su conjunto. Este fenómeno, se debe a que durante los años 80, ante una situación de elevado servicio de la deuda externa y el colapso del flujo de nuevo financiamiento para hacer frente a las transformaciones necesarias, los países de la región debieron realizar ajustes recesivos, traducidos en una marcada restricción monetaria y del gasto fiscal, así como en devaluaciones monetarias que tenían el doble propósito de frenar las importaciones y promover las exportaciones. En las primeras etapas signadas por elevados costos de financiamiento interno e insuficientes mejoras de productividad, el costo del ajuste recayó en los salarios reales, el empleo y la actividad productiva, lo cual contribuyó a reducir, aún más, la demanda interna.

En lo que respecta a la evolución de la economía mundial a finales de la década de los 80 y principios del 90, se observan algunas características que merecen destacarse:³⁴:

- Menor dinamismo en las economías de los principales países industrializados en comparación con décadas pasadas y recesión en los países de economía en transición, particularmente en aquellos que anteriormente formaron parte del bloque de economía centralmente planificada;
- Acentuadas tendencias hacia la globalización y al cambio tecnológico, gracias a los adelantos alcanzados sobre todo en el campo de las telecomunicaciones;
- Reordenamiento de los principales mercados, con creciente significación en los del sudeste asiático en lo que respecta a la dinámica mundial y

con numerosos países en desarrollo, en busca de mayor presencia en los principales mercados internacionales; y,

- Una impresionante expansión en la movilidad internacional del capital extranjero, con la apropiada creación de los sistemas para facilitar la intermediación financiera.

En términos generales, se puede afirmar, luego de analizar los acontecimientos que se sucedieron en esta década que existió un ambiente de acentuada globalización que se expresa en un aumento del volumen del comercio con respecto a la producción mundial, un gran impulso a la inversión extranjera directa y empresas transnacionales, un sistema financiero mucho más flexible y dinámico y una nueva organización mundial de la producción y del comercio que se caracteriza por la importancia de la subcontratación y del intercambio intraindustrial.

La tendencia globalizadora no está exenta de tensiones derivadas de los desequilibrios comerciales en los países de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico -OCDE, en particular los elevados superávits en Japón y los déficits en los Estados Unidos de América, la persistencia de sentimientos proteccionistas y el riesgo latente de que la conformación de agrupaciones de países conduzca a bloques económicos más cerrados.

La Ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales, ha ampliado considerablemente la gama de instrumentos que deben someterse al veredicto de la Organización Mundial de Comercio -OMC, el foro multilateral sobre la política comercial. Esto significa que los gobiernos deben rendir cuenta de las políticas adoptadas, que antes del establecimiento de la OMC, correspondían solo al ámbito nacional; y por otra, que a partir de 1994, la política comercial ha adquirido una mayor

³⁴ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

complejidad, sobre todo por la inclusión de los nuevos temas adoptados a la conclusión de la Ronda Uruguay, como son los servicios y las transacciones internacionales³⁵.

Según la CEPAL, en términos de sus funciones, la política comercial puede definirse:

“como el conjunto de intervenciones que realiza el Estado con el propósito deliberado de modificar el volumen, contenido, valor y la orientación de las transacciones comerciales de bienes y servicios entre un país y el resto del mundo, para promover o proteger la producción y el empleo nacionales en determinadas ramas de actividad industrial o para solucionar problemas relativos a las cuentas externas. Estas medidas gubernamentales pudieron y/o pueden adoptarse con fines de restricción de las importaciones o exportaciones y el fomento de las exportaciones de ciertos bienes y servicios. Es importante destacar que se trata de medidas deliberadas y/o selectivas, ya que las políticas macroeconómicas y sectoriales influyen en los flujos del comercio, pero en forma indirecta”³⁶.

La política comercial se ha concentrado en el tema de acceso a los mercados y en la estructura de protección existente en los países, con lo cual “las medidas que han ido adoptando los gobiernos para mantener y/o ampliar las ventajas comerciales del país, forman parte de la historia de la política comercial, en la que la liberalización unilateral no constituye la regla sino una excepción”³⁷.

En los últimos años se han producido numerosos cambios en los temas abordados por la política comercial, como consecuencia de la evolución de los procesos de integración internacional. En efecto, la integración se relaciona con la internacionalización de la producción en donde predomina el sector servicios y la amplia movilidad de los capitales.

³⁵ Documentos de la Organización Mundial de Comercio-OMC.

³⁶ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

³⁷ Ibid.

Por este motivo se dice que los países deben adecuar sus políticas a las nuevas disposiciones internacionales y a las exigencias impuestas por los demás, para mitigar los efectos directos e indirectos que pueden tener las medidas que adopten a nivel nacional en lo que respecta a los flujos de comercio e inversión.

Cabe señalar que “no se trata solamente de un simple cambio de instrumentos, es decir, de una sustitución de las restricciones a las importaciones impuestas mediante aranceles, barreras no arancelarias y medidas cuantitativas por una legislación que proteja la producción nacional de la competencia desleal identificada con el dumping y la plena utilización de las salvaguardias permitidas por la OMC”³⁸. La adecuación de la legislación interna redundará en cambios institucionales permanentes y exige el perfeccionamiento de los cuadros del Estado para asumir con eficacia el rol regulatorio.

Con este marco general de fondo, a continuación se pretende analizar el marco jurídico que en política comercial han adoptado algunos países latinoamericanos para insertarse en la economía internacional y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado mundial a través de la apertura comercial.

Los ejemplos que a continuación se detallan, nos permiten tener una idea clara de los esfuerzos desplegados por gobiernos de países seleccionados en su afán de crear la base jurídica e institucional que les permita alcanzar objetivos considerados básicos para promover las tendencias del comercio exterior.

³⁸ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

2.1. El caso de México³⁹

El modelo de desarrollo económico basado en la sustitución de importaciones, se inicia en México y otros países latinoamericanos a mediados de la década de los 80. El antecedente más importante que indica el cambio de orientación en lo económico, se encuentra a principios de esa década, cuando el colapso de los precios del petróleo y sus derivados y las altas tasas de interés, desencadenaron la crisis de la deuda externa de los años 82. Es a partir de esta fecha cuando el gobierno mexicano implementa un programa de ajuste y estabilización de la economía dirigido a restablecer el equilibrio de los principales indicadores económicos. Cuando se superó la época de oro de los precios del petróleo y estos no regresaron a precios exorbitantes observados en meses anteriores, la economía mexicana experimentó cambios profundos en su estructura. Es en 1985, que el gobierno mexicano luego de cinco años de haber pospuesto su decisión de adherirse al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio -GATT-, cuando reveyó esta decisión y culminó en un tiempo récord los trámites que ello demanda, con lo cual la decisión de abrir su economía a la competencia internacional daba sus primeros pasos. En el marco de este período es cuando el sector industrial debió enfrentar una situación inédita, al tener que competir en el mercado interno con importaciones muchas veces de precio inferior y superior calidad. La respuesta del aparato productivo fue lenta y solo las empresas grandes pudieron, como en el caso de las

industrias de los demás países en desarrollo que se adhirieron al GATT/47, incorporarse al esquema exportador, lo que en cierta medida dio lugar a que México negociara el acuerdo de libre comercio con Estados Unidos de América y Canadá.

³⁹ MÁTTAR, Jorge. Promoción de las Exportaciones en México. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998; CEPAL. Notas sobre la economía y el desarrollo N° 570-571, febrero 1995.

Según la CEPAL⁴⁰, México ha venido aplicando una política de apertura comercial que se inicia en 1982, con su ingreso al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio -GATT- y que se ha intensificado marcadamente en los años 90, década en la que este país ha suscrito acuerdos de libre comercio, tanto con sus principales interlocutores comerciales de América Latina en el Marco del Acuerdo de Montevideo de 1980, como con otros países de la subregión; y, ha establecido vínculos cada vez más estrechos de intercambio comercial y de cooperación, con la Unión Europea y países de la Cuenca del Pacífico, en el marco del foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico, identificado como APEC.

Hasta fines de 1995, México había suscrito acuerdos de libre comercio con Chile (1992), Estados Unidos de América del Norte y Canadá, en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, más conocido como el TLC por sus siglas en español y NAFTA por sus siglas en inglés (North American Free Trade Agreement) en 1994, destacándose que este Acuerdo es, hasta la presente fecha, el único que se ha concertado entre países altamente industrializados y en desarrollo, por lo que su implementación ha traído consigo algunas dificultades que se han ido solucionando con el paso del tiempo, a través de arduos procesos de negociación, en los que no ha estado ausente el criterio de nacionalismo que ha mantenido México durante toda su historia republicana respecto de su vecino del norte, en 1994; y, con Colombia, Venezuela, Costa Rica y Bolivia, en 1995. El proceso de negociaciones ha continuado durante 1996 con miras a la concertación de acuerdos con países centroamericanos, entre ellos con Nicaragua, Guatemala, Honduras y El Salvador que conforman el llamado "Triángulo Norte". De igual manera, México ha liderado las acciones para conformar la Asociación de Estados del Caribe, incluyendo a Venezuela y Colombia, con el propósito de favorecer la

⁴⁰ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

integración económica y liberalizar el comercio regional, siguiendo una estrategia nacional basada en el reconocimiento de la necesidad de una mayor integración mexicana en la economía mundial que exige, como complemento de las negociaciones comerciales, políticas de promoción industrial y de comercio exterior, aprovechando de esta manera el mayor grado de desarrollo que ostenta dentro de la región del Caribe.

“Según el plan nacional de desarrollo, México debe alcanzar una tasa de inversión total superior al 24 % del producto interno bruto, objetivo que exige el mantenimiento de un clima de certidumbre y estabilidad, que permita estimular no solamente la inversión nacional sino también la extranjera”⁴¹, a la que le asigna un papel fundamental como propulsora del crecimiento económico.

La estrategia de política industrial y de comercio exterior del gobierno mexicano indica que el fomento de las exportaciones debe ser complementado con la sustitución eficiente de las importaciones y la consolidación del mercado interno, aspiración en la que se considera indispensable integrar a los sectores industriales de alta competitividad con proveedores mexicanos capaces de aumentar el contenido nacional de las exportaciones y de competir exitosamente en un mercado interno abierto.

Para lograr este objetivo, se han adoptado tres estrategias generales destinadas a: **1)** fortalecer al sector exportador; **2)** fomentar la creciente integración en el plano productivo de la microempresa y las empresas pequeñas y medianas; y, **3)** promover el desarrollo de un mercado interno a través de la sustitución de las importaciones, aprovechando el espíritu nacionalista que mantienen los mexicanos a todo aquello que es producto del país.

⁴¹ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

Es necesario destacar que a partir de la apertura económica emprendida por México a mediados de la década de los 80, la economía mexicana ha experimentado un auge en exportaciones sin precedentes en su historia comercial. En efecto, entre 1991 y 1997, las exportaciones de bienes pasaron de los 43 mil millones de dólares a más de 110 mil millones de dólares, en términos CIF. Este dinamismo ha sido liderado particularmente por la industria manufacturera, cuyas exportaciones se triplicaron en el mismo período, alcanzando el 87 % del total exportado en 1997, lo que demuestra lo acertado de las políticas adoptadas en materia de promoción y diversificación de exportaciones. Actualmente, el sector exportador depende preferentemente de la actividad económica global. El auge exportador ha sido un proceso complejo y no puede concluirse diciendo que abarca a la industria en su totalidad.

De acuerdo con las cifras estadísticas sobre comercio exterior del Banco Mundial, el comportamiento del intercambio comercial mexicano entre 1994 y 1998 ha sido:

Cuadro No. 4**Balanza Comercial de México**

(Cifras en millones de US dólares)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1994	60.882	63.075	-2.193
1995	79.542	75.858	3.684
1996	96.000	93.574	2.426
1997	110.431	114.846	-4.415
1998	117.500	130.811	-13.311

**F U E N T E : ESTADISTICAS INTERNACIONALES BANCO MUNDIAL
ELABORACION : AUTOR**

De conformidad con los resultados obtenidos por México en su intercambio comercial y de acuerdo con la práctica que utilizamos al analizar los resultados de la balanza comercial, podríamos decir que para este país, la apertura comercial no ha dado los resultados esperados, habida cuenta de que mantiene, sobre todo en 1998, un saldo deficitario bastante considerable, más si tenemos en cuenta el análisis que precede, se concluye que no es un indicativo confiable el saldo de la balanza comercial, sino el crecimiento que experimenta el sector industrial a partir de insumos importados para luego de procesados exportarlos al mercado mundial. Esta apreciación se cumple si tenemos en cuenta que México se encuentra formando parte del NAFTA con los Estados Unidos de América y Canadá, según se indicó antes y que este poder de demanda de un mercado ampliado ha posibilitado a México expandir su industria y por ende, su comercio hacia sus dos socios comerciales principales, aparte de los mercados que también los tiene en el contexto de ALADI y del Mercado Común Centroamericano del cual también forma parte.

Las principales entidades gubernamentales que promueven la venta de productos mexicanos en el exterior, son la Secretaría de Comercio Exterior y Fomento Industrial -SECOFI-, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público -SHCP-, y los Bancos de Desarrollo Nacional Financiero -NAFIN- y el Banco Nacional de Comercio Exterior -BANCOMEXT-. La SECOFI se encarga principalmente de autorizar programas de exportación por empresas, llevar un registro de las operaciones anuales de empresas de comercio exterior, reformar, adicionar o abrogar decretos cuando los agentes involucrados lo crean pertinente, a fin de hacer más ágiles los procedimientos legales y administrativos. El BANCOMEXT brinda servicios a la banca de desarrollo orientada a fomentar la competitividad internacional de las empresas mexicanas y a promover las exportaciones particularmente no petroleras así como la inversión extranjera en el país y la realización de coinversiones con empresas y organismos de otros países. Este banco ofrece a las empresas involucradas con el comercio exterior, servicios financieros así como apoyos a través de las instituciones financieras intermediarias que tienen línea de crédito con el Banco.

Como organismo promotor de las exportaciones e inversiones, el Banco de Comercio Exterior, BANCOMEXT, proporciona un apoyo integral, tratando de⁴²:

- Identificar las necesidades y requerimientos de las empresas exportadoras, a fin de ofrecerles productos y servicios financieros, promocionales y de información que los satisfagan íntegramente;
- Identificar a los sectores con mayor potencial para los negocios internacionales y en los que México cuenta con ventajas competitivas;

⁴² MÁTTAR, Jorge. Promoción de las Exportaciones en México. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

- Identificar, evaluar y difundir las oportunidades de negocios en los mercados internacionales. Para ello este Banco cuenta con una red de oficinas en el exterior, ubicadas en lugares que México pueda tener un potencial de oportunidades para sus negocios. Las empresas sujetas a crédito tienen que estar relacionadas directa o indirectamente con la actividad de exportación.

Un mecanismo utilizado por el gobierno mexicano para promover el desarrollo de nuevos mercados de exportación son los **encuentros empresariales**. Así es como se fomenta las alianzas estratégicas e intercambios comerciales. Como ejemplo ilustrador de la eficacia de este mecanismo basta señalar que entre septiembre de 1996 y agosto de 1997, se realizaron 1.025 entrevistas de negocios, de las cuales el 70 por ciento fueron exitosas, desembocando en negocios. Otro mecanismo bastante utilizado por México son las ferias internacionales concebidas para promover las exportaciones no petroleras, contar con personal que tenga experiencia comprobada en la realización de ferias internacionales o bien contratar servicios de empresas especializadas.

No debemos olvidar que en México como en otros países, sobre todo desarrollados, el éxito del desarrollo del comercio exterior se debe también a la presencia de empresas transnacionales con sucursales en ese país, que consideran al país como una plataforma para promover su promoción, teniendo presente que este país cuenta con la infraestructura necesaria en materia de telecomunicaciones, se encuentra limitando con los Estados Unidos de América del Norte, considerado como el principal centro de demanda mundial y que dispone de abundante mano de obra calificada, disciplinada y sobre todo muy barata la misma que ha incrementado su productividad durante los últimos 10 años, lo que constituye un hecho importante para la economía de México.

2.2. El caso de Chile⁴³

Pocas economías han sido tan estudiadas y debatidas como la chilena durante muchos años, como consecuencia de los diferentes modelos de desarrollo adoptados, pasando desde un moderado sistema socialista de economía planificada hasta los extremos de una economía neoliberal o de libre mercado y el de apertura total a la economía internacional. Chile está clasificado como uno de los países en desarrollo más avanzado en América Latina, alcanzando durante las décadas pasadas, niveles de ingreso per cápita más altos que Brasil, Panamá y México.

Actualmente ostenta un sitial preponderante dentro de los países que han creado riqueza vía exportaciones, con el concurso de la empresa privada y la dirección del sector estatal, manteniéndose, como ningún otro país, alejado de los dos principales bloques económicos que se han constituido en América Latina, ya sea el MERCADO COMUN DEL SUR - MERCOSUR- o la COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES -CAN-, con los cuales ha suscrito algunos acuerdos comerciales y de complementación económica.

A partir de 1979, Chile adoptó una estructura de arancel uniforme que se ha mantenido en un 11 % desde 1991. Como resultado de los compromisos de la Ronda Uruguay, los aranceles fueron consolidados ante la OMC en un 35 %, los mismos que se redujeron al 25 %, con excepción de aquellos relacionados con los productos que se encuentran afectados por sistemas de bandas de precios, particularmente los lácteos que

⁴³ MACARIO, Carla. De las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998; Evolución del Comercio Exterior de Chile con países con Acuerdos Económicos Internacionales. INTERNET; Potencial Agrícola y Agroindustrial de Chile. INTERNET.

disminuyeron al 31,5 %. Estos límites también se aplican a la suma de posibles sobretasas y el derecho general de aduanas⁴⁴.

En la práctica, con las modificaciones derivadas de los acuerdos y compromisos firmados en el marco de la ALADI, el arancel promedio quedaría en torno al 9 %, sin incluir los compromisos que Chile pueda adquirir en el marco del MERCOSUR. De igual manera, el Gobierno chileno dio a conocer su intención de rebajar los aranceles, a partir de 1997, en alrededor de cuatro puntos y se ha comprometido ante el foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico, llegar a establecer un arancel cero para el año 2010.

Las actividades de fomento de las exportaciones han sido asignadas a instituciones con una larga experiencia como PROCHILE, la Fundación Chile y la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO. También se han adaptado varios instrumentos y mecanismos para promover las exportaciones, entre los que se destacan el sistema simplificado de reintegro a exportadores para la devolución del 3, 5 o 10 % del valor FOB de mercaderías exportadas, como reintegro de gravámenes a insumos, reintegro sujeto a que el valor anual de exportación no supere un cierto monto, líneas especiales de crédito y fondos de garantía, la concesión de facilidades para el pago de derechos aduaneros por importación de bienes de capital, apoyo a comités de exportadores y algunos fondos especiales para el sector agrícola.

En 1995 se comenzó a tomar medidas con el fin de modificar la estructura institucional de la promoción de las exportaciones, reorientándolas con el objeto de que contribuyan al proceso de internacionalización de las empresas chilenas, crear nuevos mecanismos de apoyo a la comercialización y dar mayor importancia a las funciones de

⁴⁴ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

intermediación de las asociaciones de empresarios del sector privado en general.

En el ámbito de las regulaciones, el congreso chileno aprobó, en diciembre de 1996, la nueva Ley de Defensa del Consumidor. El organismo rector en este campo, es el Servicio Nacional del Consumidor -SERNAC-, al que desde 1970 en que fue creado, se suman la Comisión Antimonopolios y la Fiscalía Nacional Económica que se encargan de las regulaciones y la promoción de la competencia en las diferentes áreas⁴⁵.

En consonancia con la reciente vinculación con diversos países y bloques económicos, desde 1992 la inversión directa de empresas chilenas en el exterior ha cobrado especial importancia; estas inversiones se encuentran en Argentina, Perú y Brasil. También se ha registrado una cuantiosa entrada de inversiones en el país, la misma que está orientada básicamente a la minería, aunque últimamente también han adquirido importancia los servicios y la industria que representaron el 70 % de la inversión extranjera directa en Chile durante el primer semestre de 1996. Desde comienzos de 1997, el Gobierno chileno ha mostrado un gran interés por acelerar las negociaciones con varios países para evitar la doble tributación.

Finalmente, como producto de los acuerdos de la Ronda Uruguay, se prevé introducir algunas modificaciones en el sistema jurídico chileno, entre otras cosas, con respecto a las medidas compensatorias, en caso de prácticas comerciales restrictivas, valoración en aduana, sistema de simple reintegro y pago diferido de los derechos de aduana por importación de bienes de capital e implementación del acuerdo sobre los aspectos del comercio relacionados con la Propiedad Intelectual.

⁴⁵ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

Como ya se indicó, Chile ha suscrito acuerdos comerciales que incluyen programas de liberación con el MERCOSUR, con cada uno de los países de la Comunidad Andina de Naciones, con México y con Canadá; y, recientemente, con Cuba que para inicios de 1999 se convirtió en el décimo segundo país de la Asociación Latinoamericana de Integración, ALADI. La evolución de las exportaciones efectuadas bajo dichos acuerdos ha sido muy dinámica, si tenemos en cuenta los siguientes indicadores:

Para 1990, los envíos efectuados bajo acuerdos con programas de liberación representaron apenas un 12,5 % sobre el total exportado que en valores equivale a 1.070 millones de dólares. Para 1997, dichas exportaciones ascendieron a casi 3.490 millones de dólares, lo que equivale a un 20 % del total exportado durante dicho año. Durante esos mismos años, 1990 y 1997, las importaciones de Chile desde los mismos países con acuerdos, crecieron también muy dinámicamente y con mayor rapidez que el total de las importaciones a nivel de país, pero a un ritmo menor que el de las exportaciones, pasando de 2.000 millones en 1990 a más de 5.000 millones en 1997, con un incremento de más del 190 %⁴⁶.

En términos cuantitativos, los acuerdos comerciales suscritos por Chile han sido eficaces y han contribuido a generar incrementos muy considerables de las corrientes comerciales, incluso por encima del aumento del intercambio comercial total y este efecto ha sido aún mayor respecto a las exportaciones. En efecto, el resultado cuantitativo de las corrientes generadas por los acuerdos es todavía mucho más importante, los porcentajes de exportaciones por productos industriales a los países con acuerdos son significativamente más altos que las que se orientan a los mercados de países sin acuerdos comerciales.

⁴⁶ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

Con los países de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, Chile ha suscrito acuerdos separados con cada uno de los cinco países, estando en vigencia los Acuerdos de Complementación Económica -ACE- con Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela. El intercambio comercial con el conjunto de estos países es entre el 5 y 6 % del intercambio total. Las exportaciones de Chile han sido muy dinámicas y se han incrementado a una tasa más alta que el total de las exportaciones nacionales, desde los 305 millones de dólares de 1990 a casi 1.100 millones de dólares en 1997⁴⁷.

En lo que respecta al Ecuador, el Acuerdo de Complementación Económica No. 32, que entró en vigencia en 1995, previó el establecimiento de un espacio económico ampliado, con el propósito de intensificar, en el más breve plazo posible, las relaciones económicas y comerciales entre los países signatarios, por medio de una liberación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de los dos países; propiciar una acción coordinada en los foros económicos internacionales, así como en relación a los países industrializados, tendiente a mejorar el acceso de los productos de los países signatarios, coordinar y complementar las actividades económicas, en especial en las áreas industrial y de servicios; estimular las inversiones encaminadas a un intensivo aprovechamiento de los mercados de los dos países; fortalecer su capacidad competitiva en los intercambios mundiales, y, facilitar la creación y funcionamiento de empresas binacionales y multinacionales de carácter regional. De acuerdo con lo que dispone el Artículo 3 del Acuerdo de Complementación Económica No. 32, los países signatarios convinieron en liberar de gravámenes su comercio recíproco en cinco años, esto es, a más tardar el 1 de enero del año 2000, por lo que se tiene entendido que de acuerdo con esta disposición, el comercio bilateral chileno-ecuatoriano deberá estar desarrollándose dentro de una zona de libre comercio, con los consiguientes beneficios que ello trae a las partes.

⁴⁷ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL,

La aplicación de este acuerdo fue favorable para el crecimiento del intercambio comercial bilateral, registrándose en dicho año (1996), exportaciones por aproximadamente 124 millones de dólares, cifra 1,5 veces superior a la registrada en 1995. En 1997, las exportaciones a Ecuador ascendieron a 156 millones de dólares, las importaciones efectuadas en 1996 por un valor de 209 millones de dólares, se elevaron a 258 durante 1997.

Según cifras proporcionadas por el Banco Mundial, las cifras del comercio exterior chileno entre 1994 y 1998, dan los siguientes resultados:

Cuadro No. 5

Balanza Comercial de Chile

(Cifras en millones de US dólares)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1994	11.604	11.820	-216
1995	16.024	15.914	110
1996	15.405	17.828	-2.423
1997	16.923	19.660	-2.737
1998	14.895	18.828	-3.933

**F U E N T E : ESTADISTICAS INTERNACIONALES BANCO MUNDIAL
ELABORACION : AUTOR**

Las cifras que han sido transcritas, nos confirman, una vez más que, para que el intercambio comercial sea exitoso, un país debe tender a conseguir saldos favorables en balanza comercial. Los casos de México y Chile que durante los últimos tiempos han experimentado una exitosa inserción en la economía mundial, nos demuestran que los déficits se producen por la demanda de materias primas e insumos que se requieren

para cumplir con los compromisos en materia de acuerdos comerciales y que lo que importa, en última instancia es mantener las fuentes de producción y de trabajo, a través de una racional utilización de los recursos naturales.

En materia de exportaciones, Chile ha instrumentado algunos instrumentos de política comercial, con el propósito de evitar que las empresas exportadoras paguen impuestos sobre sus exportaciones, por considerar que las mismas también están siendo gravadas en los países de destino. En este sentido, estas políticas no pueden considerarse como instrumentos de promoción de exportaciones, sino medios para evitar que los productos paguen impuestos, en general. Estos mecanismos pueden identificarse con el reintegro de impuestos de importación o drawback.

La ventaja que presenta este instrumento para las empresas que exportan es que les facilita el acceso a insumos competitivos y al poder tener devolución de los aranceles pagados sobre la importación. Este mecanismo que no ha tenido aplicación en otros países, viene funcionando correctamente en Chile, sobre todo por las empresas grandes en el campo de las exportaciones.

La recuperación del Impuesto al Valor Agregado -IVA-, es otro mecanismo que permite que los exportadores recuperen el Impuesto en base al valor FOB de las exportaciones. Este es un instrumento utilizado para evitar que las exportaciones paguen dos veces el mismo impuesto, tanto en el país de origen como en el de destino.

El sistema simplificado de reintegro a las exportaciones menores, mas conocido como "Reintegro Simplificado"⁴⁸, tiene como objetivo permitir que la empresa exportadora de productos no tradicionales reciban el reembolso

⁴⁸ MACARIO, Carla. De las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

de un porcentaje pequeño del valor FOB de sus exportaciones, a fin de compensar los aranceles pagados sobre los insumos importados y de simplificar los trámites para las empresas medianas y pequeñas, así como para aquellas que exporten ocasionalmente. Este ha sido un mecanismo muy eficaz para atraer a la actividad exportadora a empresas medianas y pequeñas.

El fondo de garantía para exportaciones no tradicionales, provee a las empresas exportadoras hasta el 50 por ciento del monto exigido por los bancos como colateral cuando le dan a la empresa un préstamo para financiar sus exportaciones. En este caso, para acceder a este beneficio, las exportaciones deben comprender productos no tradicionales por alrededor de US 20.000 dólares al año. En igual sentido opera la Corporación de Fomento a la Producción -CORFO-, proveyendo de líneas de crédito para clientes extranjeros que compren bienes de capital y de consumo duradero, así como servicios de ingeniería y de consultoría. Esto permite a la empresa que esta importando los productos y los servicios, tener crédito durante un plazo de hasta diez años, por un monto que cubre el 100 % de las exportaciones, mientras el exportador chileno recibe el pago inmediatamente. Como condición para acceder a este beneficio, el producto exportado debe tener al menos el 25 % de valor añadido de producción nacional.

De igual manera, la CORFO también provee de apoyo en materia de seguros para exportación a través del instrumento denominado "Cubos Exportación"⁴⁹, que subsidia a empresas cuyas ventas son inferiores a diez millones de dólares por año.

Cuando se habla de instituciones dedicadas a la promoción de exportaciones, en Chile debemos referirnos a la institución denominada

⁴⁹ MACARIO, Carla. De las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

Dirección de Promociones de Exportaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores, más conocida como PROCHILE, creada en 1975, con el propósito de promover las exportaciones, particularmente las no tradicionales, diversificar las exportaciones y abrir nuevos mercados, a la vez que poner en contacto a los exportadores con el extranjero. El cuadro siguiente nos demuestra la forma cómo Chile ha diversificado sus exportaciones, tanto en empresas exportadoras, productos y mercados.

Cuadro No. 6

CHILE: Diversificación de Exportaciones

AÑOS	Nº DE EMPRESAS EXPORTADORAS	Nº DE PRODUCTOS EXPORTADOS	Nº DE PAISES A LOS QUE EXPORTA
1975	200	200	50
1987	3.666	1.400	120
1988	3.461	1.487	121
1989	3.462	1.490	121
1990	4.125	2.796	122
1991	5.347	3.277	125
1992	5.416	3.428	131
1993	5.502	3.505	147
1994	5.815	3.621	152
1995	5.803	3.467	167
1996	5.839	3.890	n/d.

FUENTE: PROCHILE - BANCO CENTRAL DE CHILE 1996 - PROCHILE 1997

Los datos que anteceden nos demuestran que Chile si ha llevado adelante un verdadero plan de promoción y diversificación de exportaciones, si tenemos en cuenta que en menos de 25 años, el número de exportadores pasó de 3.666 a 5.839; que los productos exportados pasaron de 1400 a 3.890 y que el número de países a los que se destinó las exportaciones creció en un 33 por ciento, al pasar de los 120 a 167. Sin embargo, también hay que reconocer que del total de productos exportados

por Chile, existe una concentración en pocos de ellos, como es el caso de cátodos de cobre (25,7 %); minerales de cobre (10 %); uvas frescas (5 %); harina de pescado (3 %) , es decir que más del 40 % del total de las exportaciones está representado por 4 productos principales de exportación. De igual manera, se nota una concentración en un reducido número las mayores empresas exportadoras, dado que diez de las principales empresas exportadoras envían mas del 40 % de productos exportados al exterior. También se podría decir que existe una rotación en cuanto a las empresas exportadoras, por cuanto, en un año, empresas que aparecen exportando, desaparecen en el siguiente. Esto obedece a la ocasionalidad con la que intervienen, aprovechando circunstancias que presenta, en determinado momento, el mercado mundial.

Finalmente, cabe resaltar la situación predominante que tienen ciertos mercados en la demanda de productos chilenos en el exterior. Así por ejemplo, los Estados Unidos de América y Japón, en su conjunto demandan más del 32 % del total de las exportaciones, siguiendo en importancia Corea del Sur con el 6,3 %, Inglaterra con el 6 %, Brasil con el 5,1 %, Taiwan con el 4,5 % y Argentina con el 4,2 %.

El éxito que ha tenido Chile en la exportación de "commodities" como el cobre, harina de pescado y celulosa, cuyos precios se regulan internacionalmente, así como la presencia de grandes inversiones particularmente en el sector de la minería, han tenido como consecuencia la llegada de importantes flujos de divisas desde el exterior, esto a su vez se ha traducido en una fuerte apreciación cambiaria, aprovechando la política que ha dictado el Banco Central de utilizar el tipo de cambio para reducir la inflación, cuya bonanza se ha visto reducida con la crisis del sudeste asiático que impactó, principalmente las exportaciones chilenas de metales.

2.3. El caso de Argentina⁵⁰

De acuerdo al estudio de la CEPAL⁵¹, en la segunda mitad de la década de los 80, años después de que se interrumpiera el proceso de reforma comercial iniciado en 1976, se hizo un nuevo intento de apertura que se aceleró entre 1990 y 1991, cuando el arancel promedio descendió de cerca del 30 por ciento a 18 por ciento y se eliminaron casi todas las restricciones no arancelarias al comercio. A partir de abril de 1991, con la aplicación del plan de convertibilidad, se profundiza la liberalización comercial y se reduce el arancel promedio a menos de un 10 por ciento; la protección a la industria nacional aumenta proporcionalmente al valor agregado del producto y se divide en tres categorías:

- Arancel cero para materias primas;
- 11 por ciento para productos intermedios; y,
- 22 por ciento para productos manufacturados.

Aunque posteriormente se introdujeron modificaciones menores en la estructura arancelaria, en términos generales, esta política se mantuvo invariable hasta comienzos de 1995, cuando comenzó a regir el Arancel Externo Común del MERCADO COMUN DEL SUR -MERCOSUR, del que Argentina es parte contratante. El Arancel Externo Común del MERCOSUR está compuesto por 11 tramos arancelarios que fluctúan entre 0 por ciento y 20 por ciento. Es necesario tener presente que en Argentina los productos industrializados se clasifican en: manufacturas de origen agropecuario y manufacturas de origen industrial. Estas últimas, es decir

⁵⁰ CLERI A.R., Carlos. Sistema de Promoción de Exportaciones de la República Argentina. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998; FERRER, Aldo. El Mercosur: entre el consenso de Washington y la integración sustentable. En Revista Comercio Exterior, vol.47, N°5, México, mayo de 1997.INTERNET.

⁵¹ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

las manufacturas, comprenden los productos clasificados como otros tradicionales, intensivos en escala, bienes duraderos y bienes difusores de progreso técnico, mientras que las de origen agropecuario incluyen las industrias de alimentos, bebidas y tabaco, de acuerdo con la clasificación internacional de mercaderías.

Una de las salvedades del Arancel Externo Común del MERCOSUR radica en las listas nacionales de excepciones. La nómina de Argentina, por ejemplo, está integrada por 300 productos, cuyos aranceles, como culminación de un proceso progresivo de homogeneización, se igualarán al externo común a finales del año 2000 y que comprende, entre otros productos, a jugos y extractos vegetales, compuestos químicos, caucho, neumáticos para motocicletas y bicicletas, algunos papeles, hilados y telas tramadas de poliéster, algunos tipos de calzado deportivo, gran parte de los tubos de acero, barras y perfiles de cobre, conductores eléctricos, bicicletas, muebles y juguetes. Cabe señalar que actualmente ya no se aplican aranceles al comercio intrarregional, salvo por las excepciones adoptadas por los países, que en el caso de Argentina, debieron desaparecer por completo en 1999.

La bonanza de las exportaciones argentinas durante 1995, obedeció fundamentalmente a algunos factores, entre los que se puede mencionar, el aumento de la competitividad de algunos productos manufacturados, cierta mejora del tipo de cambio real, la recuperación económica a nivel mundial, el alto crecimiento de la economía brasileña y el alza del precio internacional de los principales productos de exportación argentinos. Como datos indicativos, según la CEPAL, se destaca por ejemplo, que las manufacturas presentaron un crecimiento más acentuado (40 %), en tanto que los productos primarios, combustibles y los agroindustriales (alimentos, bebidas y tabaco), registraron un incremento levemente inferior al promedio general que fue del 32 por ciento. Es necesario tener en cuenta que estos

tres grupos de productos representaron alrededor del 64 por ciento del total de las exportaciones argentinas durante 1995.

Igualmente como productos de exportación se destacan los productos siderúrgicos, maderas, papeles y cartones, electrodomésticos y prendas de vestir, neumáticos, a varios de los cuales se aplican cuotas preferenciales de importación. En el marco del MERCOSUR, también se conceden excepciones a los sectores azucarero y automotor. Con respecto al primero, a finales de 1999 se celebraron negociaciones entre Argentina y Brasil para solucionar un grave problema derivado del comercio bilateral de los automotores, el mismo que también se aplica para terceros países.

Desde una óptica nacional, a comienzos de 1995, Argentina decidió aplicar por un año derechos específicos a las importaciones de textiles, prendas de vestir y calzado deportivo provenientes de terceros países, pero esta decisión se ha mantenido por mucho más tiempo que el programado. De igual manera se impusieron en años recientes derechos de exportación a productos como las semillas de oleaginosas y el cuero y se fijaron alícuotas de reintegro de tributos aplicados a las mercaderías exportadas, con un programa de reducciones progresivas para las exportaciones destinadas a los demás mercados del MERCOSUR.

2.4. El caso de Brasil⁵²

Al analizar la evolución de la política comercial de Brasil, necesariamente debemos referirnos al contexto general de lo que significa el MERCADO COMUN DEL SUR -MERCOSUR, por el grado de representatividad que este gigante latinoamericano tiene en las economías

⁵² DA MOTTA VEIGA, Pedro. Políticas de apoyo a las exportaciones en Brasil: antecedentes, situación actual y principales tendencias. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998; FERRER, Aldo. El Mercosur: entre el consenso de Washington y la integración sustentable. En Revista Comercio Exterior, vol.47, N°5, México, mayo de 1997.INTERNET.

de Paraguay y Uruguay, dos de los cuatro miembros de este bloque económico y también sobre Argentina.

Desde la óptica de la integración, el MERCOSUR fluctúa entre dos modelos alternativos de desarrollo, como consecuencia de la posición de dos de sus socios comerciales, es decir, participando de la integración e inserción internacional.

El un modelo se fundamenta en la ortodoxia neoclásica y el otro en la visión fundamentalista de la globalización. Desde esa perspectiva, el MERCOSUR constituye una área de preferencias comerciales transitorias de intercambios, dentro de la cual los mercados reflejan las fuerzas centrípetas de la geografía y la globalización del orden mundial.

El otro modelo concibe a ese esfuerzo integrador como una zona preferente de comercio, en la que los gobiernos y los agentes económicos y sociales, conciertan estrategias y políticas, con el propósito de lograr metas de desarrollo y equilibrio intrarregional, que no se puede alcanzar a través del libre juego de las fuerzas del mercado.

El contrapunto entre los modelos alternativos de desarrollo del MERCOSUR se desenvuelve, pues, en el entorno de un rico debate internacional sobre el comportamiento de la economía mundial y las estrategias alternativas de los países en desarrollo. La evaluación de los alcances reales de la globalización y el contraste de las experiencias de diversas economías, ratifican que los países tienen una considerable libertad de maniobra y que existe más de un curso de acción posible.

En realidad, el sendero de las economías capitalistas y las interacciones entre los mercados y la acción pública, difieren a causa de múltiples factores, entre ellos los históricos, culturales y políticos. La experiencia revela, en efecto, que existen modelos distintos de inserción en

el mundo globalizado y que estas diferencias son decisivas para explicar el comportamiento de las economías nacionales.

Al hablar concretamente de Brasil, entre marzo y diciembre de 1994, fecha que coincidió con la etapa de transición e implementación del Plan de Estabilización de Precios, más conocido como PLAN REAL, el gobierno de Brasil recurrió a la competencia externa para evitar el alza de los precios internos. En octubre de 1995, el sistema de cuotas de importación adoptado por el Gobierno brasileño, fue impugnado en el Comité de Restricciones por Balanza de Pagos de la Organización Mundial de Comercio, por cuanto las restricciones no se justificaban en virtud de las disposiciones del Artículo 18, sección B del GATT/47, ya que según informaciones proporcionadas por el Fondo Monetario Internacional sobre las reservas oficiales de Brasil, el país no tenía problemas en cuentas externas, ya que las reservas oficiales ascendían entonces a más de 47.000 millones de dólares, cifra que representaba una garantía para 12 meses de importaciones⁵³.

Después de la armonización de la normativa sobre vehículos automotores entre Brasil y Argentina, los dos gigantes del MERCOSUR, el polémico Decreto fue revisado y promulgado legalmente, una vez suprimidas las cuotas de importación. En 1996 el gobierno brasileño indicó que no tenía la intención de volver a reintroducir restricciones a las importaciones como instrumento de control de precios, pero las incluyó en políticas específicas dirigidas a la industria textil, de juguetes y particularmente de la automotriz. La decisión de disminuir de 180 días a 30 días el plazo de financiamiento de las importaciones, sobre todo de textiles y calzado, tuvo que negociarse posteriormente con los demás miembros del MERCOSUR.

⁵³ Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. CEPAL, diciembre de 1996.

En forma paralela, se comenzó a aplicar un plan de fomento de las exportaciones de algunos productos manufacturados, mediante la concesión de líneas de crédito, por un valor de 1.000 millones de reales, administrados por el Banco de Desarrollo Económico y Social y se promulgaron leyes específicas sobre exención de impuestos destinadas a impulsar la promoción de exportaciones de productos primarios y semimanufacturados.

En el campo de las importaciones, la protección se orientó a los sectores más vulnerables a la competencia, sobre todo a aquella considerada como desleal que causa o amenaza causar daño grave a determinados sectores de una economía, adoptando los procedimientos establecidos por la OMC. En el mes de junio de 1996, Brasil estableció el sistema de cuotas aplicables para la importación de productos textiles artificiales y sintéticos procedentes de China Taiwan, República Popular China, Hong Kong, Corea y Panamá, vigente por tres años.

Los países más afectados con esta medida fueron las dos Chinas, por no ser partes contratantes de la OMC. Se dice y con justificación que Brasil cuenta con una de las legislaciones más avanzadas de protección de la competencia entre los países del MERCOSUR. Para corroborar este hecho, basta mencionar que en septiembre de 1996 el gobierno brasileño autorizó la compra de la empresa Kolynos por Colgate-Palmolive. El Consejo Administrativo de Defensa Económica que es el Organismo responsable de la defensa de la competencia, prohibió que la empresa que había adquirido la propiedad utilizara el nombre de Kolynos en territorio brasileño por cuatro años, prohibición que abarca a todos los productos que bajo esta marca se fabrican en los tres restantes países del MERCOSUR. Como dato referencial se indica que en Argentina, el órgano correspondiente solo tiene facultad de emitir juicios sobre la defensa de la competencia.

La política de apoyo a las exportaciones que es definida por la Cancillería Brasileña, está a cargo del Consejo Nacional de Comercio Exterior, más conocido como el CACEX, al que se le ha asignado la tarea de la coordinación y ejecución de las acciones en el área del comercio exterior y que tiene dentro de la administración estatal, la calidad de Secretaría Ejecutiva. Este organismo viene funcionando desde 1990 como una agencia estatal centralizada en materia de política de comercio exterior, con autonomía en el área de las exportaciones. Para 1996, el gobierno brasileño crea el Fondo de Financiamiento de las Exportaciones, más conocido como FINEX, organismo encargado de financiar las exportaciones de bienes de capital y de consumo duradero industrializados. Un análisis del desempeño exportador de Brasil durante los años 90 se lo puede identificar con una política de exportaciones competitiva con el nuevo cuadro de situaciones en los campos doméstico y externo referidas a dos situaciones que están relacionadas con el desempeño mismo de la economía brasileña a lo largo de esta década.

En primer lugar, la evolución de la situación macroeconómica del Brasil, caracterizada por dos períodos claramente definidos, el primero relacionado con la línea de demarcación del plan económico lanzado en junio de 1994 y que tiene relación con el Plan Real; y, el segundo período que altera profundamente el Plan Real cuando concede sustanciales ventajas al mercado doméstico en función de la transferencia de rentas a las clases más pobres, proporcionándoles deducciones de impuestos de acuerdo con los índices de inflación y reactivando los mecanismos de crédito a los consumidores. Paralelamente, se establece una política de liberalización del comercio ampliando los grupos de competidores en el mercado doméstico, presionando los costos de producción y márgenes de utilidad de empresas que detentan un elevado poder de representación dentro del mercado y que son aquellas que determinan los precios a nivel de fabricantes.

Cuadro No. 7

Balanza Comercial de Brasil

(Cifras en millones de US dólares)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1994	43.545	35.997	7.548
1995	46.506	53.783	-7.277
1996	47.747	56.947	-9.200
1997	52.990	65.007	-12.017
1998	51.120	63.002	-11.882

**FUENTE: ESTADISTICAS INTERNACIONALES BANCO MUNDIAL
ELABORACION : AUTOR**

Un breve resumen del comportamiento de las exportaciones brasileñas nos indica que entre 1994 y 1998, éstas pasaron de los 44 billones de dólares a los 51 billones, con un incremento equivalente al 17,4 %, lo que demuestra que tienen efectividad los mecanismos de promoción y diversificación de la producción y el trabajo que vienen desarrollando los organismos estatales que tienen bajo su responsabilidad la promoción externa, tanto de la producción como de la inversión, a sabiendas de que Brasil mantiene una de las deudas externas más altas entre los países deudores, sin embargo de lo cual, la garantía que representa la producción, hace que los capitales extranjeros fluyan hacia ese destino, porque cuentan con las garantías suficientes para su desenvolvimiento y repatriación, cuando así lo deciden los accionistas.

2.5. El caso de Colombia⁵⁴

En el ámbito de la política comercial, el Consejo Directivo del Comercio Exterior es la autoridad máxima que diseña la política comercial y es el INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR, más conocido como el INCOMEX, el organismo encargado de ejecutar la política gubernamental en materia de comercio exterior. Entre las funciones asignadas a este organismo se encuentran la de formular recomendaciones de política, metas y programas para las exportaciones e importaciones, así como la de ser el responsable directo de aplicar los controles arancelarios o para-arancelarios a las importaciones.

Para el fomento y diversificación de las exportaciones, el estudio de los mercados internacionales para promocionar productos e informar a los exportadores colombianos sobre las oportunidades comerciales, el gobierno colombiano creó el Fondo de Promoción de las Exportaciones, más conocido como PROEXPO y para la elaboración de la legislación aduanera se creó el Consejo Nacional de Política Aduanera. La Dirección de Aduanas que depende del Ministerio de Hacienda, tiene a su cargo la importante tarea de liquidar y recaudar los impuestos de aduana, conforme a los aranceles establecidos previo concepto del Consejo Nacional de Aduanas.

Dentro del conjunto de reformas propuestas por el gobierno colombiano para promover el comercio, se encuentra la Ley Marco de Comercio Exterior de 1991 que es una de las más agresivas si tenemos en cuenta las transformaciones que dentro del aparato productivo se han

⁵⁴ OCHOA, Pablo. Políticas e Instrumentos de Promoción de Exportaciones en Colombia. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998; CÁRDENAS S.,Mauricio y otros. Introducción a la Macroeconomía Colombiana. La política comercial. Editores Fedesarrollo, Bogotá, 1991; La Política Económica Colombiana.INTERNET; Colombia: Normativa Legal sobre el Comercio Exterior. INTERNET; Tecnologías en Colombia. INTERNET; Normas que regulan la Inversión Extranjera en Colombia. Departamento Nacional de Planeación, marzo de 1994.INTERNET.

producido. Como primera medida, esta Ley crea el Ministerio de Comercio Exterior y dispone que la promoción de las exportaciones se enmarquen dentro de su competencia.

En el campo de la política de importaciones, los aranceles han tenido en la historia de ese país el triple propósito de regular la demanda, proteger la industria nacional y fortalecer los ingresos fiscales. En la práctica, su efectividad ha sido mucho mayor en el cumplimiento de los dos últimos propósitos que en su capacidad de influir sobre las cuentas externas. De acuerdo con la reforma de 1968, la atribución del Congreso de fijar los aranceles fue absorbida por la Presidencia de la República. En la práctica los aranceles colombianos tienden a proteger más los bienes de consumo que los intermedios.

La experiencia colombiana en esta materia indica que, fuera de los aranceles es necesario contar con otro tipo de instrumentos de carácter más procedimental que permitan no solo proteger la industria nacional, sino también restringir o expandir las importaciones, todo ello de acuerdo con la disponibilidad de divisas. Tales controles han operado mediante el establecimiento de listas de bienes cuya importación está restringida a la obtención de una licencia de importación que la otorga el INCOMEX. En cualquier caso, para efectuar una importación, es necesario contar con un registro expedido por este organismo y para algunos productos, de vistos buenos y certificaciones de otras entidades oficiales.

Las disposiciones arancelarias que se incluyen dentro de la lista de licencia previa, se caracterizan por requerir aprobación expresa por parte de la Junta de Importaciones del INCOMEX, que está facultado para rechazar y no solo devolver una solicitud de este tipo. La Junta de Importaciones se acoge a una serie de criterios para asignar el presupuesto mensual de divisas para atender importaciones bajo licencia previa. La

mayor prioridad tiene las importaciones de alimentos o el componente nacional de los grandes proyectos estatales.

En el campo de la promoción de las exportaciones no tradicionales, los incentivos comprenden herramientas fiscales y financieras cuyos orígenes se remontan a finales de la década de los cuarenta. Los desarrollos más importantes en esta materia se han logrado a través de franquicias tributarias y de sistemas especiales de importación/exportación. Recientemente, el crédito subsidiado por PROEXPO ha reforzado el sistema de incentivos. El Certificado de Abono Tributario -CAT, fue establecido en 1967 para reemplazar el sistema de exoneraciones tributarias que exoneraba del impuesto a la renta las utilidades generadas por exportaciones. Una tasa del 15 por ciento inicialmente fijada para el CAT correspondía aproximadamente al beneficio de la exención anterior y se aplicaba al reintegro de divisas provenientes de exportaciones diferentes al café, petróleo y derivados, carne y cueros en bruto de res. El CAT era libremente negociable, estaba exento de impuestos, circunstancia que contribuía a elevar su precio y podía ser utilizado para pagar impuestos.

En su versión original, el CAT tenía algunos defectos. No distinguía entre exportaciones con distintos porcentajes de valor agregado nacional, tampoco era selectivo de acuerdo con las características y competitividad de los diferentes productos exportados. En la práctica se convirtió en una transferencia directa de fondos del estado al exportador, susceptible, por tanto a la aplicación de gravámenes compensatorios por parte de los países importadores. El crecimiento de las exportaciones trajo consigo elevados costos fiscales no previstos inicialmente. Finalmente, estimuló la sobrefacturación de exportaciones y la realización de exportaciones ficticias.

En marzo de 1984 y como consecuencia de los errores antes indicados, el CAT fue reemplazado por el Certificado de Reembolso Tributario -CERT.

La década de los 90 se inició con grandes transformaciones para la economía y la sociedad colombiana. En efecto, durante este año el país inicia un proceso de apertura y modernización de su economía, con el objeto de lograr una mayor y mejor inserción en el escenario internacional. En efecto durante esta década, el país aprobó una nueva constitución política que asegura el proceso de descentralización política, abrió nuevos espacios a la participación ciudadana en la toma de decisiones, definió claramente los derechos sociales y económicos de los colombianos y entre otras reformas institucionales, estableció la independencia del Banco de la República, al que constituyó como Banco Central.

El proceso de apertura e internacionalización de la economía a través de la eliminación de barreras a las importaciones, la reducción de aranceles, la reforma de la legislación laboral, las modificaciones a las instituciones asociadas al comercio exterior, la mayor libertad cambiaria y la suscripción de acuerdos de libre comercio, se hicieron con el objeto de facilitar el comercio internacional, y estimular el desarrollo del sector exportador. Sin embargo, la afluencia de capitales externos proporcionada por factores externos e internos, con el desbordamiento del gasto público, contribuyeron al deterioro de las bases de la competitividad del sector exportador al inducir la revaluación de la tasa de cambio, en términos reales, restando de esta manera el atractivo a las exportaciones, en comparación con otras actividades destinadas al mercado interno.

En este orden de cosas, para defender la tasa de cambio, el Gobierno colombiano se comprometió a corregir las fallas de la política económica para que el crecimiento de la economía nacional tenga como fundamento la competitividad de los sectores productivos de bienes transables

internacionalmente. En este orden de ideas, para defender la tasa de cambio, el Gobierno colombiano se comprometió a desarrollar un manejo prudente de las finanzas públicas consolidadas, llevar a la práctica un control del endeudamiento externo público y privado, de corto plazo, la creación de un fondo de estabilización petrolera como mecanismo de ahorro de los ingresos petroleros extraordinarios y a desarrollar políticas tendientes a fortalecer el ahorro interno.

Se han creado nuevos mecanismos de apoyo al sector exportador y dentro de ello, fue necesaria la creación del Ministerio de Comercio Exterior, como el organismo encargado de dirigir, coordinar, ejecutar y vigilar la política de comercio exterior, en concordancia con los planes y programas de desarrollo.

En materia crediticia se ha establecido el Banco de Comercio Exterior, más conocido como BANCOLDEX, que ofrece líneas de crédito tanto en pesos como en dólares para atender las necesidades financieras de los exportadores.

Dentro de los principales servicios que ofrece el Banco, se encuentran el crédito para capital de trabajo, crédito para consolidaciones de pasivos, crédito para inversión fija, para operaciones de leasing, para modernización de empresas y créditos para postembarque. De igual manera, BANCOLDEX provee de recursos para financiar a los importadores de productos colombianos, en un esquema que genéricamente el Banco ha denominado como líneas de crédito al comprador.

Para favorecer un programa de promoción no financiera de las exportaciones colombianas, se ha creado PROEXPORT-COLOMBIA, entidad en la que se conjugan las necesidades de los sectores privado y público para lograr una mayor presencia de los productos colombianos en el exterior. Uno de los principales instrumentos para alcanzar este objetivo es el referido a las unidades exportadoras o grupos de empresas que crean

un programa concertado para hacer una acción integral de promoción particularmente a través de la participación del sector productor colombiano en ferias y misiones comerciales, elaboración de estudios y elaboración de perfiles de mercado, capacitación y acceso a bases de datos de comercio exterior. Para cubrir al exportador de los riesgos derivados de la cancelación de un pedido o del no pago de las ventas a crédito, se ha establecido el seguro de crédito a las exportaciones, el cual es administrado por SEGUROEXPO de Colombia.

En el ámbito internacional, concordante con la política de liberación comercial, Colombia participa del nuevo sistema multilateral de comercio que emerge con la creación de la Organización Mundial de Comercio - OMC. De igual manera, el país ha desarrollado una activa política de liberación preferencial con los países de la Comunidad Andina de Naciones -CAN, así como mediante la suscripción de acuerdos de libre comercio con México, Venezuela, en el marco del G3 y con Ecuador en el contexto de la CAN, con Chile y los países del CARICOM. Como país andino y comprometido con el programa de lucha contra el narcotráfico, Colombia al igual que los cuatro países andinos, participa de un sistema de preferencias arancelarias especial por parte de los Estados Unidos de América del Norte a través de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, más conocida como la ATPA y de la Unión Europea como SGP Andino.

La economía colombiana ha venido presentando en los últimos años tasas positivas de crecimiento. Así en 1994, el PIB creció en un 5,7 %, la inflación ha continuado con su tendencia descendente, pasando del 32,4 % en 1990 al 22,5 % en 1994. Para 1995 la meta propuesta fue del 18 %. Por su parte, la tasa de desempleo se ha reducido, pasando de una tasa del 10,3 % en 1992 al 7,4 % en 1994, último año del que se dispone información a través de INTERNET.

Hacia el futuro, el país se apresta a manejar un ingreso extraordinario de divisas producto de la bonanza petrolera que experimenta el país, una vez que comiencen a explotarse, a plena capacidad, los campos petroleros de Cusiana y Cipiagua. Para ello se ha previsto la creación de un mecanismo de ahorro de los excedentes de divisas conocidos como Fondo de Estabilización Petrolera.

Finalmente, considero necesario, al igual que en los anteriores análisis, efectuar un estudio sobre la balanza comercial de Colombia, según cifras proporcionadas por el Banco Mundial.

Cuadro No. 8**Balanza Comercial de Colombia**

(Cifras en millones de US dólares)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1994	8.419	11.883	-3.464
1995	10.126	13.853	-3.727
1996	10.587	13.684	-3.097
1997	11.522	15.378	-3.856
1998	10.852	14.635	-3.783

**FUENTE: ESTADISTICAS INTERNACIONALES BANCO MUNDIAL
ELABORACION : AUTOR**

El caso colombiano es el mismo que hemos analizado al referirnos a Chile, Brasil y México en cuanto tiene relación al saldo negativo en balanza comercial, experiencias que nos dan el sustento para que los ecuatorianos cambiemos de parecer frente a estos resultados, dejando de sostener que es necesario y saludable obtener saldos positivos en balanza comercial como indicativo de que nuestras políticas de promoción son favorables a los intereses nacionales.

CAPITULO III

ASPECTOS COMPARATIVOS ENTRE ECUADOR Y LOS PAISES: MEXICO, CHILE, ARGENTINA, BRASIL Y COLOMBIA, RESPECTO DEL MANEJO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL.

Para referirme a las estrategias de comercialización internacional que ha adoptado el Ecuador para liberalizar el comercio exterior e insertarse en debida forma en el contexto de la economía internacional, es necesario remitirse, en primera instancia, a las etapas por las que ha tenido que transitar la clase empresarial y exportadora para posesionarse de un segmento importante de la demanda en los principales mercados mundiales a los que ha tenido la oportunidad de acceder con productos de calidad y a precios competitivos desde inicios del siglo XX.

De igual manera, es necesario analizar la orientación que ha tenido la actividad exportadora y los mecanismos o estrategias que ha adoptado el Gobierno Nacional para alcanzar el máximo beneficio del mercado mundial, a través de las exportaciones.

Por tanto, para hablar de la actividad exportadora, debemos hacer mención a aquella que involucró, antes de 1973, a los productos básicos o tropicales que, como el banano, café, cacao, arroz, tuvieron en el pasado, una significativa participación en el mercado mundial y contribuyeron al desarrollo económico, proveyendo al país divisas por la vía de las exportaciones y una época posterior a 1973, que se encuentra íntimamente relacionada con las exportaciones petroleras, en donde el oro negro se convirtió en el motor del desarrollo económico y social del Ecuador, con las secuelas que hoy más que nunca las conocemos y que en parte, según varios autores es la causante de la crisis en que se debate el Ecuador, porque a sus debido tiempo, las autoridades gubernamentales con el

beneplácito de los sectores privados beneficiarios del esquema, no supieron aprovechar las cuantiosas sumas de dólares que ingresaron por concepto de exportaciones de crudo. Esta es la razón por la que se afirma que, con la incorporación de los hidrocarburos a las exportaciones, el país ingresó a una etapa de industrialización, caracterizada por una sobreprotección a la industria nacional a través de altos aranceles y medidas no arancelarias que, aunque no prohibieron el ingreso de determinadas mercaderías desde el exterior, impidieron el normal flujo del comercio que era requerido por el país.

De igual forma, al considerar la incorporación del Ecuador a la economía internacional, debemos distinguir tres etapas perfectamente definidas en materia de política comercial, una que avanza hasta el 26 de mayo de 1969, en que el Ecuador firma el compromiso por el que se crea el Acuerdo de Cartagena, la siguiente que llega hasta el 29 de septiembre de 1992, fecha en la que el Gobierno Nacional del Arquitecto Sixto Durán Ballén, luego de consolidar dentro del Grupo Andino la Zona de Libre Comercio con Colombia, Bolivia y Venezuela y una unión aduanera con la aprobación del Arancel Externo Común⁵⁵, resolvió iniciar el trámite para el ingreso del Ecuador al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT/47; y, finalmente aquella que parte del 21 de enero de 1996, fecha en la que el Ecuador es aceptado como miembro de la Organización Mundial de Comercio –OMC-⁵⁶.

Esta es la razón por la que se afirma que en los últimos años el Ecuador ha avanzado significativamente con las reformas estructurales encaminadas a lograr una economía eficiente y competitiva, que permita una adecuada inserción del país a nivel mundial; pues, las acciones desplegadas por alcanzar la liberalización comercial han sido integrales,

⁵⁵ Decisión del Acuerdo de Cartagena N° 324 del 5 de agosto de 1992.

⁵⁶ Protocolo de Adhesión del Ecuador a la Organización Mundial de Comercio del 16 de agosto de 1995.

así, se ha logrado articular cierta estabilidad macroeconómica, sobre la base de la adopción de políticas arancelarias con sus reformas, el apoyo a la actividad exportadora, la promoción externa de la oferta exportable y la modernización del aparato institucional con la simplificación de los trámites administrativos, como consecuencia de los compromisos asumidos por el Ecuador dentro del proceso de adhesión a la OMC.

Como paso previo al análisis de las estrategias utilizadas por los países seleccionados para el estudio como mecanismos para promover las exportaciones, conviene conocer, cual ha sido el comportamiento de nuestras exportaciones durante el último decenio. En efecto, de acuerdo con los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, estos son los resultados:

Cuadro No. 9

Balanza Comercial del Ecuador

(Cifras en millones de US dólares FOB y CIF)

AÑOS	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
1990	2.724	1.865	859
1991	2.851	2.399	452
1992	3.102	2.431	671
1993	3.066	2.562	504
1994	3.843	3.622	221
1995	4.411	4.153	258
1996	4.900	3.932	968
1997	5.264	4.955	309
1998	4.203	5.576	-1.373

F U E N T E : ESTADISTICAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACION : AUTOR

Las cifras que anteceden, nos dan una clara idea como se maneja el comercio exterior por parte de las autoridades ecuatorianas, quienes mantienen el concepto tradicional de que en las relaciones comerciales con el resto del mundo, el país debe obtener saldos favorables en balanza comercial, por cuanto es la única forma como el Gobierno Nacional puede mantener una reserva monetaria saludable que constituya una garantía frente a nuestros principales proveedores del exterior y organismos financieros internacionales.

Esta tendencia que ha sido posible mantenerla a través de la coordinación con la empresa privada y la discrecionalidad que han mantenido las autoridades encargadas de otorgar la licencia de importación para bienes y servicios, que de alguna manera limita la tendencia del libre comercio que lo venimos pregonando, la observamos al analizar los saldos en balanza comercial que como ningún país latinoamericano, son positivos durante los últimos años, a excepción de 1998, a pesar de los problemas que hemos tenido que enfrentar, sobre todo durante los últimos tres años de la década de los 90, por efectos del fenómeno de El Niño, que como sabemos afectó los cultivos y destruyó la infraestructura básica del sector exportador del litoral, que provee más del 50 por ciento de los bienes para exportación y dañó seriamente la infraestructura vial que facilita la movilización de la producción.

En el campo de la política comercial, es necesario recordar que durante la década de los 70, durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones mediante el cual todos los países latinoamericanos aprovecharon la generación de recursos a través de la exportación de bienes del sector agrícola, se priorizó una política comercial proteccionista y en todo caso discriminatoria, sustentada como se ha indicado ya, en la restricción de las importaciones. A través de la disponibilidad de recursos por la vía de la exportación del petróleo, se crearon subsidios cuya finalidad fue la de abaratar artificialmente los costos de importación de insumos

utilizados por la industria nacional, perjudicando a otros importantes sectores de la actividad económica.

En los años recientes, en materia de política comercial, se han introducido acciones encaminadas a eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias que afectan al comercio exterior, establecer mejores nexos de colaboración a través de la cooperación entre los sectores privado y público, aprovechar de mejor manera los mecanismos que provee la integración subregional, sobre todo para diversificar tanto las exportaciones como los mercados, habida cuenta de la dependencia que tenemos frente a mercados y productos considerados como tradicionales.

Los procesos de reforma arancelaria iniciados en 1980 se orientaron fundamentalmente a incentivar la competitividad de la producción nacional, eliminando el sesgo antiexportador y este proceso tuvo su conclusión cuando en 1994 el país consolidó su arancel bajo cuatro escalas⁵⁷ que contemplaban como impuestos ad-valorem porcentajes del 5, 10, 15 y 20 por ciento para la casi totalidad del universo arancelario y del 40 por ciento, como excepción, para los vehículos automóviles, cumpliendo incluso de esta manera, un compromiso en el campo subregional, al haber incorporado a la política subregional andina, la estructura del Arancel Externo Común.

De igual manera, se ha procedido a eliminar las prohibiciones y restricciones a las importaciones y exportaciones. Las autorizaciones previas aún existentes se reducen principalmente a aquellas partidas cuya importación se rige por disposiciones relacionadas con la seguridad nacional (armas y municiones), salud (drogas) y medio ambiente (químicos)⁵⁸.

⁵⁷ Decisión del Acuerdo de Cartagena N° 370 publicada en la Gaceta Oficial N° 166.

⁵⁸ Ley N° 147 de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático, publicada en el Registro Oficial N° 901 del 25 de marzo de 1992.

Mediante la expedición de la Ley General de Aduanas y su Reglamento General, de 10 de marzo y 6 de junio de 1994, respectivamente, se adecuó el sistema aduanero a los requerimientos de la modernización del comercio internacional y a las normas establecidas por el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT, aunque a esa fecha, el Ecuador no era parte contratante, posibilitándose el otorgamiento de concesiones para la prestación de servicios aduaneros por parte de la empresa privada, tal como lo dispone la Ley de Modernización del Estado⁵⁹.

Igualmente, mediante esta Ley se permite el funcionamiento de las empresas verificadoras, cuyo trabajo ha venido a complementar la acción del servicio de las aduanas; finalmente, a partir del 4 de octubre de 1994 y mediante una resolución de la Gerencia del Banco Central del Ecuador⁶⁰, se delegó a la banca privada, en calidad de corresponsal del Banco Central del Ecuador, los trámites de exportaciones e importaciones, en razón de que esta función tiene íntima relación con el trámite de las cartas de crédito, quedando el Banco Emisor para cumplir gestiones relacionadas específicamente a su función y como organismo estatal responsable del suministro de la información estadística relacionada con el intercambio comercial con el exterior.

En lo fundamental, para efectuar un análisis comparativo respecto al manejo de las estrategias de comercialización internacional entre Ecuador y los países que forman parte de este estudio, conviene, igualmente, dejar sentado algunos aspectos que son comunes. En efecto:

1. Desde el 26 de mayo de 1969, conjuntamente con **Colombia**, formamos parte del Grupo Andino, a través de la suscripción del Acuerdo de Cartagena; de igual manera, desde el 10 de octubre de

⁵⁹ Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por parte de la Iniciativa Privada, publicada en el Registro Oficial N° 349 del 31 de diciembre de 1993.

⁶⁰ Regulación de Junta Monetaria N°

1992, conjuntamente con **Bolivia y Colombia**, constituimos una zona de libre comercio para facilitar la libre movilización de productos originarios y procedentes de los tres países, así como una unión aduanera, al haber adoptado el Arancel Externo Común como instrumento arancelario para regular las relaciones del Grupo Andino con el exterior⁶¹.

2. Desde 1980, conjuntamente con Argentina, Brasil, Chile y México, entre otros países de América Latina, formamos parte del Tratado de Montevideo de 1980, que redefine las bases de la integración para los países de América Latina y el Caribe, bajo la Asociación Latinoamericana de Integración –ALADI-, que establece los mecanismos para promover un mayor flujo comercial entre los países miembros, como paso previo a la conformación de la una zona de libre comercio, la que se está gestando a través de la suscripción de los Acuerdos de Complementación Económica y de Apertura de Mercados, que contienen las listas de productos de interés de las partes, que se han ido incorporando paulatinamente al tratamiento arancelario "cero" para su comercialización en la subregión, previo el cumplimiento de ciertas disposiciones, entre las que está la presentación del Certificado de Origen tipo ALADI.

3. Con Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México, formamos parte de la Organización Mundial de Comercio –OMC-, que actualmente la conforman 135 países, si tenemos en cuenta su incorporación, luego de concluida la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales:

- Argentina 1 de enero de 1995;
- Brasil 1 de enero de 1995

⁶¹ Decisión del Acuerdo de Cartagena N° 324 del 5 de agosto de 1992.

- Colombia 30 de abril de 1995
- Chile 1 de enero de 1995; y,
- Ecuador 21 de enero de 1996.

Por tanto, imperativamente, estamos obligados a observar las disposiciones que en política comercial establece la OMC, si tenemos en cuenta que:

"La Organización Mundial de Comercio (OMC), es la base jurídica e institucional del sistema multilateral de comercio. De ella dimanar las principales obligaciones contractuales, que determinan, la manera en que los gobiernos configuran y aplican las leyes y reglamentos comerciales nacionales. Y es también, la plataforma en la que se desarrollan las relaciones comerciales entre los distintos países, mediante un ejercicio colectivo de debate, negociación y enjuiciamiento"⁶².

Por lo mismo, en el manejo de las estrategias de comercialización internacional para promover nuestras ventas en el exterior, debemos tener presente las limitaciones que establece la Organización Mundial de Comercio en esta materia, teniendo el compromiso de presentar, cada seis años, como países en desarrollo, las políticas adoptadas en este campo, con el propósito de aumentar la transparencia y el entendimiento de las políticas comerciales, mejorar la calidad de los debates públicos e intergubernamentales sobre las distintas cuestiones y permitir una evaluación multilateral de los efectos de las políticas gubernamentales en el sistema mundial de comercio. El núcleo de esta labor se encuentra en el Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales de la OMC.

"Si partimos del hecho de que la política sobre comercio exterior es una política de estado, de acuerdo con sus necesidades y/u objetivos, cada país ha creado un organismo estatal al que le ha encargado, en forma imperativa, el manejo de este importante tema. **En el caso del Ecuador**, es el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo, el organismo encargado de planificar, dirigir, controlar y ser el ejecutor de las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, integración e inversión directa y la coordinación institucional. De esa manera se pone fin a un largo

⁶² Con el Comercio hacia el Futuro. Documento de la Organización Mundial del Comercio -OMC-.

período de superposición y dispersión de funciones en el manejo de los temas de comercio exterior e inversiones"⁶³.

Según la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca -MICIP-, se le asigna los siguientes deberes y atribuciones:

- "Elaborar y presentar al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, por iniciativa propia o a pedido de dicho organismo, informes técnicos que contengan propuestas para la adopción de políticas a cargo de dicho organismo;
- Participar en foros y organismos internacionales de comercio y en los procesos de negociación bilateral y multilateral, en materia de comercio exterior, integración e inversión directa, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y otras carteras de Estado;
- Vigilar el cumplimiento de las normas y procedimientos en materia de comercio exterior e inversiones;
- Evaluar y aplicar la política relativa a la prevención y corrección de prácticas desleales, restrictivas y lesivas de comercio exterior que afecten a la producción nacional;
- Aplicar las normas sobre la existencia y funcionamiento de las zonas francas, en coordinación con el Ministerio de Finanzas y Crédito Público;
- Preparar, en coordinación con el Ministerio de Finanzas y Crédito Público y el Servicio Nacional de Aduanas, las propuestas de política arancelaria y normas de valor en aduana de las mercancías, de los regímenes aduaneros especiales y de los procedimientos de exportación e importación para conocimiento y resolución del COMEXI;

⁶³ Preámbulo de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones. Documento publicado por el

- Recopilar, producir y divulgar informes y estadísticas sobre comercio exterior e inversiones, así como promover y coordinar con las entidades competentes sistemas de información económica y comercial para apoyar la gestión de los productores y exportadores del país y el desarrollo del comercio exterior;
- Estudiar y evaluar los servicios de apoyo al comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, con el fin de proponer y coordinar las acciones para mejorar la competitividad internacional de la producción local;
- Preparar, en coordinación con el Consejo Nacional de Desarrollo y el COMEXI, los planes de promoción a las exportaciones e inversiones, los cuales formarán parte del Plan Nacional de Desarrollo;
- Organizar y establecer, en coordinación con los órganos competentes, un sistema nacional de metrología, normas técnicas, normas sanitarias, certificación de calidad; y acreditar a los laboratorios para control y emisión de certificados o registros sanitarios y de calidad; y,
- Dirigir el Servicio Comercial establecido en el Título IX de la Ley Orgánica del Servicio Exterior y con él, participar en el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa previsto en esta Ley⁶⁴.

Por situaciones presupuestarias, desde hace algunos años, no se encuentra en funcionamiento el servicio de las Consejerías Comerciales que tenían a su cargo, entre otras funciones, aquella de promover la venta de los productos ecuatorianos en el exterior. De acuerdo con la LEXI, en parte, esta función ha sido asignada a la Corporación de Promoción de Exportaciones –CORPEI-, con personería jurídica de derecho privado sin fines de lucro, con patrimonio y fondos propios, que tiene a su cargo, en

Ministerio de comercio Exterior, Industrialización y Pesca.

⁶⁴ Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI” publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

forma directa, el diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, tanto en el país como en el exterior. De acuerdo con la misma ley, esta gestión contará con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, el Servicio Comercial y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas. Entre sus funciones, podemos señalar:

- Ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el país y el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que, en conjunto y con el cofinanciamiento de las unidades productivas nacionales se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción en el exterior;
- Apoyar los esfuerzos de las personas naturales y jurídicas exportadoras en el desarrollo de procesos, tales como: Diversificación de mercados, productos y exportadores. Incremento del valor agregado en productos y volúmenes exportados. Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador. Inserción de empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional.
- Orientar y dirigir la promoción de la inversión directa en el país, entendiéndose como tal, entre otros aspectos, el cumplimiento de programas de difusión de oportunidades de inversión, la divulgación de la imagen del país en el exterior, la organización de misiones de inversión y de otros eventos promocionales;
- Organizar y dirigir una red externa para la promoción de las exportaciones y la atracción de las inversiones directas al país; y,
- Propiciar la formación de consorcios o uniones de exportadores, con el fin de conseguir una presencia más dinámica en los mercados

internacionales.

Para su funcionamiento, este organismo de derecho privado sin fines de lucro, cuenta con fondos propios provenientes del 1,5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones privadas; el 0,5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones petroleras; y del 0,25 por mil del valor FOB de todas las importaciones.

En igual sentido se podría hablar de la FEDERACION DE EXPORTADORES –FEDEXPOR-, como un organismo de derecho privado que tiene como finalidad promover, además de la agremiación de las personas naturales y/o jurídicas, la exportación de productos ecuatorianos, en el exterior a través de estrategias diseñadas para cada producto y mercado.

Como organismo de apoyo financiero a la promoción de las exportaciones, se encuentran, la Corporación Financiera Nacional –CFN-, que funciona como banco de segundo piso encargado de canalizar los recursos externos en favor de la producción orientada a la exportación. La participación de la banca privada como intermediaria en la creación de recursos, ha contribuido a encarecer el crédito, haciendo imposible su acceso a los pequeños y medianos industriales.

Finalmente, desde 1986, en que feneció la vigencia del Certificado de Abono Tributario -CAT-, el Ecuador no reconoce incentivos a la exportación, porque como miembro de la OMC, está obligado a respetar sus disposiciones. Es importante destacar que mediante el mecanismo del Drowback, el Estado a través del Ministerio de Finanzas, reintegra al exportador los impuestos que por concepto de aranceles hayan pagado al momento de la nacionalización de las materias primas que sometidas a procesos de industrialización, son objeto de exportación.

3.1. Con Colombia⁶⁵.-

En **Colombia**, es el Ministerio de Comercio Exterior creado mediante Ley 7a de 1991, el responsable de la formulación de la política y estrategias para promover el comercio exterior, conjuntamente con el Banco de Comercio Exterior -BANCOLDEX-, como organismo crediticio y Promoción de Exportaciones -PROEXPORT- que reemplaza a PROEXPO. El plan estratégico de promoción comercial prevé a través de PROEXPORT:

- Consolidar el modelo de unidades exportadoras integrándolos a los acuerdos sectoriales de competitividad;
- Establecer programas de capacitación empresarial y programas de difusión para crear una cultura exportadora;
- Convertirse en un canal de comunicación con las entidades del sector público para canalizar los problemas que enfrentan los exportadores en áreas de desarrollo tecnológicos, capital humano y problemas financieros;
- Ampliar los servicios de información sobre nichos de mercado;
- Ampliar la cobertura de los servicios y articular una red de información comercial con gremios y cámaras de la producción;
- Fortalecer los regímenes de zonas francas, maquila; y,
- Potenciar las exportaciones de los servicios.

BANCOLDEX es un banco de segundo piso, encargado de canalizar, al igual que la Corporación financiera Nacional -CFN- en el Ecuador, los

⁶⁵ OCHOA, Pablo. Políticas e Instrumentos de Promoción de Exportaciones en Colombia. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998. CÁRDENAS S.,Mauricio y otros. Introducción a la Macroeconomía Colombiana. La política comercial. Editores Fedesarrollo, Bogotá, 1991.

recursos del exterior hacia la producción para exportación, la realización de proyectos de infraestructura que tengan como objeto promover las exportaciones; y, lo que es más importante, el otorgamiento de líneas de crédito al comprador de productos colombianos en el exterior.

Como incentivos a las exportaciones, Colombia mantiene en vigencia el Certificado de Reembolso Tributario -CERT- como instrumento compensatorio temporal frente a los desequilibrios registrados por la economía, dados los compromisos asumidos con la OMC. En términos generales se puede afirmar que la política comercial colombiana busca, al igual que el Ecuador, reforzar los acuerdos de integración orientar a las instituciones que dependen del Ministerio de Comercio Exterior, hacia un trabajo enfocado en la potencialización y ampliación de los lazos comerciales con dichos mercados, así como con otros que han concertado, en forma unilateral, preferencias arancelarias en el marco de los esquemas preferenciales.

3.2. Con México⁶⁶.-

En el caso concreto de **México**, son la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, más conocida como SECOFI, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y los Bancos Nacional Financiera –NAFIN- y Nacional de Comercio Exterior –BANCOMEXT-, las instituciones que tienen a su cargo la definición de estrategias para la promoción de las exportaciones mexicanas en el exterior. En efecto, la SECOFI se encarga de autorizar programas de exportación a nivel de empresas, llevar un registro de operaciones anuales de las empresas de comercio exterior, reformar, modificar o derogar dichas leyes cuando los agentes económicos involucrados lo creen pertinente, con el propósito de facilitar y hacer más ágiles y dinámicos los procedimientos legales y administrativos, prestar

servicios de información comercial y sancionar a las empresas cuando no cumplen con sus obligaciones, compromisos y demás condiciones establecidas en los programas correspondientes. Dentro de su estructura administrativa y legal, el Ecuador no cuenta con un organismo similar.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público –SHCP-, tiene su competencia en el ámbito fiscal y actúa cuando la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial emite disposiciones para la devolución de impuestos a que tengan derecho las empresas exportadoras. El Banco de Comercio Exterior –BANCOMEXT-, actúa como banca de desarrollo, orientando sus servicios al fomento de la competitividad internacional de las empresas mexicanas para promover tanto las exportaciones no petroleras como la inversión extranjera directa en el país, así como la coinversión con empresas y organismos financieros de otros países. Este banco brinda a las empresas que participan en actividades de comercio exterior, servicios financieros traducidos en garantías de créditos, así como sirve de garante ante otras instituciones financieras que tienen líneas de crédito con este banco. Esta cobertura es muy amplia, pues favorece con su política a las empresas manufactureras, mineras, metalúrgicas, agroindustriales, pecuarias, pesqueras y turísticas.

Como organismo promotor de las exportaciones y de la inversión directa en el país, el Banco de Comercio Exterior –BANCOMEXT- proporciona un apoyo integral fundamentado en tres vertientes⁶⁷:

- “Identifica las necesidades y requerimientos de las empresas exportadoras, a fin de ofrecerles productos y servicios financieros, promocionales y de información que los satisfaga ampliamente;

⁶⁶ MÁTTAR, Jorge. Promoción de las Exportaciones en México. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

⁶⁷ MÁTTAR, Jorge. Promoción de las Exportaciones en México. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

- Identifica a los sectores con mayor potencial para los negocios internacionales y en los que México cuenta con ventajas, tanto competitivas como comparativas;
- Así mismo, identifica, evalúa y difunde entre las empresas exportadoras, las oportunidades de negocios en los mercados internacionales”.

Para esto, el Banco cuenta con una red de oficinas en el exterior, atendidas por Consejeros Comerciales que prestan sus servicios en los centros económicos en los que México puede tener oportunidades para promocionar sus negocios.

También el BANCOMEXT cumple las funciones de banco de primer piso, siempre y cuando las empresas cumplan con criterios de elegibilidad tales como contar con la experiencia exportadora, tener una estructura financiera sana, documentar las operaciones comerciales en forma que posibiliten la obtención de recursos a través de la actividad exportadora. En este sentido, los servicios que presta este banco cubren las necesidades de financiamiento para la promoción de proyectos específicos de exportación.

El mecanismo más utilizado por el Gobierno Mexicano para promover el desarrollo de nuevos mercados para exportaciones, ha sido el de encuentros empresariales. Así, el Gobierno Mexicano fomenta las alianzas estratégicas e intercambios comerciales. Para promover las exportaciones de mercaderías mexicanas, se ha establecido el Programa de Ferias Mexicanas de Exportación. Para obtener los beneficios de este programa, previamente se debe obtener de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial –SECOFI-, el certificado de Ferias Mexicanas de Exportación que lo otorga a los constructores y organizadores de Ferias que presenten, por lo menos, con un inmueble apropiado para el desarrollo de una feria, así

como las características de infraestructura y de servicios. En este sentido, es necesario conocer que los organizadores de ferias deben acreditar las siguientes características⁶⁸:

- “Tener como objetivo fundamental, la promoción de las exportaciones no petroleras;
- Contar con personal que tenga experiencia comprobada en el campo de las ferias internacionales o tener la capacidad financiera para contratar empresas especializadas en la materia;
- Comprometerse a desarrollar, en forma permanente, ferias durante todo el tiempo para el cual ha obtenido el permiso correspondiente;
- Garantizar la participación en cada feria, de por lo menos 100 empresas expositoras de productos hechos en México y de un número igual de compradores extranjeros”.

Para apoyar los esfuerzos de atracción de la inversión extranjera, el Sistema Mexicano de Promoción Externa promueve e impulsa el crecimiento e integración de empresas mexicanas a través de la canalización y búsqueda de la inversión extranjera vía asociación estratégica de capitales y la oferta de productos y servicios en el mercado internacional.

Al igual que en el Ecuador, en México también se encuentra implementado el mecanismo fiscal del drawback para devolver al exportador los impuestos de importación que hubieren pagado por las materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y demás insumos incorporados a los productos que se están exportando.

⁶⁸ MÁTTAR, Jorge. Promoción de las Exportaciones en México. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

De igual manera, merece citarse como mecanismo de promoción de las exportaciones, el registro de empresas de comercio exterior, mediante el cual las empresas comercializadoras pueden acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo. Las empresas que califiquen para beneficiarse de estos incentivos se clasifican en consolidadoras y promotoras de exportación.

Consolidadoras, según la relación que tenga su actividad con la integración y consolidación de mercancías para exportación, deben contar con un capital social mínimo y efectuar exportaciones de por lo menos 5 empresas productoras.

Por el contrario, las promotoras de exportación deben tener como actividad principal la comercialización de mercancías en los mercados internacionales, contar con un capital mínimo y realizar exportaciones de al menos 3 empresas productoras mexicanas.

Otro de los aspectos al cual México, al igual que muchos países Centroamericanos y del Caribe, ha dado mucho énfasis como mecanismo para promover las exportaciones, es a la industria maquiladora de exportación, al convertirse en importante centro generador de puestos de trabajo, contribuir a la integración de la industria nacional y porque no decirlo un generador de divisas por exportación, creando de esta manera nuevos centros o polos de desarrollo en algunos sectores deprimidos de la economía mexicana.

Entre los avances que ha logrado este sector pueden destacarse el cambio de operaciones de ensamblaje manual a uno de mayor complejidad en productos y procesos, de un control de calidad basado en las inspecciones visuales a uno computarizado, una mayor presencia de empresas sobre todo europeas, asiáticas y americanas, como consecuencia de la conformación del Tratado de Libre Comercio –TLC-.

En Ecuador, si bien es cierto que esta actividad se la implementó hace algún tiempo y se dictó una ley para favorecer este mecanismo contribuye a crear las fuentes de trabajo que otros sectores no pueden generar, con el transcurso del tiempo, el Estado, a través de la Subsecretaría de Industrialización del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, lo único que ha hecho es el registro de las mismas, desconociendo cuántas se encuentran en funcionamiento, en dónde operan y lo que es más grave, no saber si están operando en las actividades para las cuales fueron calificadas o registradas.

Como conclusión, podemos manifestar que las estrategias comerciales que ha aplicado México para promover sus exportaciones, provienen de las iniciativas de las empresas transnacionales que han encontrado en este país una infraestructura física y de telecomunicaciones apropiada, una cercanía a los centros de consumo en constante crecimiento y desarrollo, sobre todo si tenemos en cuenta que este país limita al norte con el centro de consumo más importante del mundo, al que se encuentra ligado económica y comercialmente a través del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, del que forman parte Estados Unidos y Canadá, dos importantes miembros del Grupo de los "7" (que agrupa a los países más altamente industrializados y desarrollados) y lo que es más importante, un amplio mercado interno que sirve de catalizador de los productos que fabrica para la exportación.

Dentro de este entorno, no debemos desconocer que un factor importante para disponer de una oferta exportable que cuente con la aceptación del mercado externo, debe estar apoyada por una clase laboral calificada, disciplinada y sobre todo de bajo costo que permita producir a costos reducidos con el fin de incrementar la competitividad de esa producción en el mercado externo.

3.3. Con Chile⁶⁹

En el caso de **Chile**, es el Ministerio de Relaciones Exteriores el que tiene a su cargo el manejo de la política sobre comercio exterior. La promoción de las exportaciones ha sido encargada a la Dirección de Promoción de Exportaciones, una dependencia del Ministerio de Relaciones Exteriores, más conocida como ProChile que fue creado en 1975, al que se le encargó entre otras funciones, la de promover las exportaciones, particularmente las no tradicionales, diversificar las exportaciones y abrir mercados en el exterior. Entre sus objetivos para alcanzar estas metas, se puede mencionar el apoyo a los exportadores con servicios específicos vinculados a la exportación y ponerlos en contacto con los clientes extranjeros.

Para cumplir con este objetivo, cuenta con una sede en Santiago de Chile y 13 oficinas descentralizadas en otras regiones con potencial exportador. En el exterior mantiene 38 oficinas ubicadas en los principales centros económicos mundiales.

ProChile como entidad que tiene bajo su responsabilidad el diseño de las estrategias comerciales para promover sus exportaciones, concentra su atención en las siguientes líneas de acción:

- Consolidar la base exportadora apoyando a las empresas que son exportadoras, así como fortaleciendo su posición en el mercado internacional;
- Ampliar la base exportadora, incorporando al sector productivo a un mayor número de empresas; y,

⁶⁹ MACARIO, Carla. De las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

- Profundizar la base exportadora, apoyando los esfuerzos de internacionalización de las empresas que tienen experiencia en actividades de exportación y que buscan avanzar en sus procesos de apertura hacia el exterior.

ProChile, dentro de sus actividades, se encuentra aquella de proporcionar a los exportadores asistencia sobre los trámites para exportar, el conocimiento de los principales instrumentos de promoción de las exportaciones sobre todo no tradicionales, información sobre medidas arancelarias y no arancelarias a un mercado determinado, así como toda aquella información relacionada con la celebración de ferias en distintos países del mundo, además de la información sobre potenciales clientes en el exterior. Para complementar esta información, dispone de una página web que permite el acceso a información sobre empresas exportadoras a través de la red Internet.

Una de las actividades que últimamente ha desarrollado ProChile es aquella relacionada con la ayuda que brinda a las empresas exportadoras chilenas para abrir oficinas en el exterior, con el propósito de promocionar las exportaciones no tradicionales, por cuanto considera que un contacto permanente entre un representante de la empresa con el cliente en el exterior es básico para favorecer la exportación de productos no tradicionales con alto contenido de valor agregado.

En este sentido, ProChile ha contribuido a dar al mundo una nueva imagen respecto a tener en funcionamiento una economía de mercado abierta a la competencia internacional y vender, de esta manera, sus productos a un importante número de países, demostrando que es un país de bajo riesgo. Esta política ha sido implementada, sobre todo en los centros de consumo de la costa oeste de los Estados Unidos de América, en España, Gran Bretaña, Japón, considerados como mercados tradicionales y Singapur, nuevo mercado en el sudeste asiático.

Como estrategias para complementar la promoción de las exportaciones, Chile ha implementado algunos mecanismos de política fiscal, entre ellos se puede mencionar:

- Desde 1988 un mecanismo de reintegro de impuestos, más conocido como el drawback, que permite a las empresas recuperar parte de los impuestos pagados por importaciones de materias primas que se requieren para emprender en procesos de industrialización para exportación;
- Recuperación del impuesto al valor agregado –IVA-, sobre la base del valor declarado sobre exportaciones, ya que el impuesto al valor agregado grava las compras de insumos y materias primas que se requieren para producir vía exportación;
- Sistema simplificado de reintegro a las exportaciones menores, que tiene por objeto reintegrar a las empresas exportadoras un porcentaje pequeño del valor FOB de las exportaciones, con el fin de compensar los aranceles pagados sobre insumos importados por empresas pequeñas que exportan ocasionalmente productos chilenos;
- Pago diferido de derechos de aduana y crédito fiscal para bienes de capital, que permite a las empresas postergar hasta por 7 años, el pago de los aranceles sobre las importaciones de bienes de capital;
- Fondo de garantía para exportaciones no tradicionales, que provee de hasta el 50 por ciento del monto exigido por los bancos cuando dan préstamos para exportaciones. Este préstamo puede alcanzar un máximo de 200 mil US dólares.
- Financiamiento para la compra de Productos de Exportación Chilenos, a través de la Corporación de Fomento a la Producción -CORFO- que provee líneas de crédito a clientes en el exterior que compren bienes de

capital y de consumo duradero, así como servicios de ingeniería y de consultoría de origen chileno.

- Financiamiento para Inversión en Proyectos de Exportación, mediante el cual la CORFO otorga líneas de crédito de largo plazo para financiar inversiones en proyectos para empresas exportadoras cuyas ventas son inferiores a US \$ 30 millones, financiamiento que permite financiar la compra de insumos para el proceso de producción y cubrir el costo de instalar infraestructura de comercialización en el extranjero.
- Seguro para exportaciones que cubre hasta el 50 por ciento de los riesgos de no-pago por exportaciones que efectuadas por pequeñas empresas, no superen los 10 millones de US dólares al año.

En el Ecuador, mediante la Ley de Comercio Exterior e Inversiones –LEXI-, se creó la Corporación de Promoción de Exportaciones –CORPEI-, que tiene por finalidad orientar y ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el país y en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción en el exterior.

3.4. Con Brasil⁷⁰

En el caso de Brasil, es el Banco de Brasil a través de organismos especializados como la Cartera de Comercio Exterior –CACEX- del Banco Central de Brasil, la que tiene a su cargo el manejo de la política sobre el comercio exterior. La CACEX es una agencia estatal centralizadora de las acciones de política de comercio exterior, con gran autonomía de ejecución

⁷⁰ DA MOTTA VEIGA, Pedro. Políticas de apoyo a las exportaciones en Brasil: antecedentes, situación actual y principales tendencias. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

en las áreas de exportación e importación, desempeñando el papel de interlocutor entre los sectores privado industrial y el Gobierno Federativo de Brasil. Como organismo de apoyo a la CACEX funciona el Consejo Nacional de Comercio Exterior –CONCEX-.

De igual manera, para promover las exportaciones, se han creado otros organismos de crédito como el Fondo de Financiamiento de Exportaciones –FINEX-, que financia exportaciones de bienes de capital y operaciones de giro de empresas exportadoras de productos industrializados.

Otro de los factores que dentro de esta política se debe tomar en cuenta es el hecho de la liberalización comercial dispuesta por Brasil, en forma unilateral, que iniciada en 1990 y finalizada en 1993, permite efectuar una eliminación de una amplia gama de barreras no arancelarias que pasan de un 32 por ciento a menos del 13 por ciento del total de restricciones para este último año.

Al igual que otros países miembros del Mercado Común del Sur –MERCOSUR-, Brasil también mantiene como estrategia para fomentar las exportaciones, el mecanismo del Drawback establecido en 1964: financiamiento de las ventas externas de bienes de capital y servicios de ingeniería básica. Este programa de financiamiento está a cargo de dos entidades privadas, el Banco Nacional de Desarrollo –BNDES- y el Programa de Financiamiento de las Exportaciones –PROEX-, manejados por el Banco de Brasil. A estas dos entidades se une otra de seguros, que también es una entidad derivada, prestadora de servicios para cubrir riesgos comerciales.

En este ámbito, Brasil mantiene la modalidad de financiamiento a través del pre pago de exportaciones, esto es pagos anticipados, seguridades de exportaciones para garantizar ventas a futuro a través del seguro de crédito. De igual manera, el gobierno brasileño ha anunciado

también, como estrategia para promover las ventas en el exterior, la constitución de un Fondo de Garantía para Promocionar la Competitividad, garantizando los préstamos efectuados por medianos y pequeños empresarios cuyas ventas anuales no superen los 15 millones de Reales.

La promoción de las exportaciones en Brasil está a cargo de la Secretaría de Comercio Exterior que constituye un Departamento de la promoción comercial del Ministerio de Relaciones Exteriores y de los Departamentos de Promoción que funcionan adjuntos a las embajadas brasileñas en el exterior.

Además de las medidas de exoneración tributaria para las exportaciones, una serie de otros mecanismos y políticas están siendo implementadas con el objeto de aumentar, directa o indirectamente la competitividad de los productos brasileños en el mercado mundial, contribuyendo de esta manera a expandir las exportaciones.

En este campo, el Ecuador no ha implementado ninguna medida que tenga por objeto incrementar las ventas en el exterior y a pesar de que desde 1997 existe la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, hasta la presente fecha no ha definido una política de estado en materia de comercio exterior, que permita, en el transcurso del tiempo, establecer las directrices que fomenten, tanto la promoción como la diversificación, tanto de productos como de mercados, aprovechando nuestra presencia en la Organización Mundial de Comercio, de la que actualmente son parte 135 países a cuyos mercados podemos llegar con nuestros productos en las mismas condiciones que lo hace la competencia, aprovechando las ventajas que nos da la Cláusula de la Nación Más Favorecida -NMF- y todas las preferencias que las partes contratantes del GATT han otorgado a través de 8 rondas de negociaciones multilaterales.

Existen estudios tendientes a establecer el seguro de exportaciones para favorecer a los pequeños y/u ocasionales exportadores, cuando éstos,

por el desconocimiento de las condiciones de cobro, se ven frecuentemente perjudicados por los importadores.

3.5. Con Argentina⁷¹

Finalmente, en el caso de **Argentina**, es el Ministerio de Relaciones Exteriores el organismo oficial que tiene a su cargo, como en Brasil y Chile, el manejo de la política comercial. Como entidad responsable de este importante tema se encuentra la Subsecretaría de Relaciones Comerciales Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto que como órgano oficial define las acciones para la promoción y diversificación de las exportaciones, tanto de productos como de mercados.

Como organismos de apoyo a la política comercial, se han creado la Dirección General de Promoción de Exportaciones, entidad oficial y la Fundación EXPORTAR que tiene el carácter de semiestatal, a las que se les ha encomendado, entre otras, las siguientes funciones:

- Oportunidades comerciales, las mismas que se difunden a todo el país a través de las oficinas de la Fundación EXPORTAR y de las direcciones Provinciales de Comercio Exterior, las que a su vez dan a conocer dentro del ámbito empresarial de cada provincia, las disposiciones que regulan el comercio exterior;
- Perfiles y estudios de mercado para consulta de los exportadores interesados en mejorar sus relaciones con el exterior;
- Información relacionada con demandantes del exterior, contando para el efecto con un amplio registro de los importadores que abarca todos los rubros y que es consultado permanentemente por los empresarios

⁷¹ CLERI A.R., Carlos. Sistema de Promoción de Exportaciones de la República Argentina. En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998;

que requieren conocer de oportunidades comerciales. Esta información se complementa con una serie de directorios de importadores que regularmente reciben de las representaciones diplomáticas y consulares argentinas en el exterior, toda la información relacionada con el comercio exterior;

- Difusión de licitaciones internacionales recibidas en las secciones comerciales de las representaciones diplomáticas y consulares en el exterior;
- Gestión de negocios que permite a los exportadores difundir la oferta de sus productos en el mercado internacional utilizando la red de Representaciones Argentinas en el Exterior;
- Difusión de normas de comercio exterior, brindando de esta manera asesoramiento principalmente a las PYMES (Pequeñas y medianas empresas) sobre las normas vigentes en materia de comercio exterior, posibilidades de colocación de productos en el mercado internacional, estadísticas de comercio, etc;
- Servicio de estadísticas de comercio exterior, contando para ello con un banco de datos sobre exportaciones e importaciones, tanto por país de origen como de destino;
- Celebración de ferias internacionales, misiones comerciales y rondas de negocios organizadas y/o coordinadas por la Cancillería y la Fundación EXPORTAR y sobre el calendario mundial de ferias en los distintos países del mundo que promueven ferias especializadas.

La participación en ferias internacionales es una herramienta fundamental para promover las ventas en el exterior. Este tipo de eventos permite al empresario tomar contacto en forma personal y directa con los posibles compradores en el exterior, estableciendo su posesionamiento en

aquellos mercados en donde está participando. La presencia en estos eventos permite además que la influencia de esta producción se proyecte hacia otros países por el efecto multiplicador que significa la presencia de muchos compradores en estos eventos. Como dato ilustrativo, durante 1999, Argentina estuvo presente en 40 ferias internacionales que tuvieron lugar en diferentes partes del mundo, promoviendo productos que van desde la rama de la odontología hasta la construcción, desde alimentos hasta productos electrónicos, demostrando el grado de industrialización que ostenta este país sudamericano;

Finalmente, esta fundación se encarga de promover talleres de iniciación a la exportación, para dar una respuesta a las inquietudes de un sin número de pequeñas y medianas empresas que estando en condiciones de exportar no lo hacen, debido a la falta de estímulo y al desconocimiento de la mecánica para desarrollar un plan de penetración a nuevos mercados, factores que acortan las posibilidades de crecimiento y desarrollo de las empresas con sus ventas al exterior.

A la fecha, EXPORTAR ha cumplido con uno de los objetivos que motivaron su creación, el establecimiento al menos de una oficina en cada una de las provincias argentinas para promover las exportaciones, las que sirven de centro de información para los productores, comerciantes y exportadores, y permite, a su vez, recabar información acerca de la realidad productiva, de sus expectativas y necesidades y de sus posibilidades de salida al exterior.

En todo caso, es necesario destacar que a nivel del MERCOSUR, tanto Argentina como Brasil, mantienen casi los mismos instrumentos de política comercial para fomentar sus exportaciones y adoptan similares estrategias para incursionar en los mercados, tanto subregionales, regionales y mundiales, por ostentar igual desarrollo industrial.

CAPITULO IV

LA PROMOCION DE EXPORTACIONES COMO MECANISMO DEL DESARROLLO

4.1. Consorcios de Exportadores

Se ha confirmado, luego de analizar la problemática de la sustitución de importaciones, que es el sector externo, en última instancia, la base sobre la cual gira cualquier iniciativa para la formulación de estrategias que permitan la promoción y diversificación de las exportaciones, por cuanto, como demandante de bienes y servicios, a él converge las ofertas de todos los países que aspiran a posesionarse de un segmento del mismo.

En los actuales momentos y luego de la conformación de la Organización Mundial de Comercio -OMC- el 1 de enero de 1996, frente a los postulados de la liberalización del comercio a través de la eliminación de las barreras no arancelarias y la reducción progresiva de los aranceles, la competitividad internacional frente a precios competitivos y buena calidad, la presencia en el mercado mundial, sobre todo por parte de los países en desarrollo, ha tomado una inusitada importancia, que incluso ha obligado a los sectores productivos, que no disponen de los capitales ni de la tecnología adecuada, por su cuenta y riesgo, enfrentar los retos de la internacionalización de la competencia, mediante la conformación de consorcios, tanto de productores como de exportadores, para reducir costos y optimizar el uso de los pocos recursos de que disponen.

Se ha convertido en casi familiar, referirse a los consorcios de productores y/o exportadores. Cuando nos referimos a grupos de empresarios que integrándose tanto horizontal como verticalmente, se unen para incrementar la producción con calidad y a bajos precios, nos estamos involucrando con los consorcios de productores que, bajo la idea de maximizar las utilidades basándose en reducciones de precios y

mejoramiento de la calidad, han unido sus capitales para emprender en acciones productivas a gran escala. Cuando la acción de estos consorcios se orientan a atender la demanda del exterior, nos estamos refiriendo a los consorcios de exportadores, que además de constituirse en centros de acopio de productos terminados, complementan su trabajo con la prestación de servicios relacionados con financiamiento a través de la banca, seguros, transporte y en general, trámites de exportación.

A pesar de que el Ecuador tiene poco tiempo desde que se integró a la Organización Mundial de Comercio -OMC-, la acción de los consorcios de productores y exportadores ha sido ajena a su estructura productiva y exportadora, si tenemos en cuenta los campos de actividad en los cuales el país ha adquirido preponderancia en el mercado mundial.

4.2. Traidings.

Se ha reconocido, sobre todo en materia de comercio exterior, que no es el Estado el que a través del gobierno de turno, el que define la política en esta materia, sino las traidings que actúan en dicho mercado, porque son estas comercializadoras en el ámbito mundial, las que establecen las condiciones de qué producir para exportar.

Bajo estas consideraciones, se podría catalogar como trading en el Ecuador a la Exportadora Bananera Noboa, por cuanto desde comienzos de siglo ha determinado la política bananera en el país y cumple con algunas de las condiciones que presentan estos entes comercializadores.

En primer lugar, se podría decir que constituye un oligopolio, por cuanto ha consolidado su presencia en los principales mercados bananeros mundiales como los Estados Unidos de América del Norte, la Unión Europea, Japón y otros mercados emergentes; ha aceptado la presencia del capital extranjero para complementar sus actividades en la rama de producción y exportación, proveyéndose de servicios propios en los

campos del transporte marítimo, seguros, financiamiento y la logística en cuanto a la distribución del producto a través de representaciones en el exterior.

En general, las traidings en el Ecuador se encuentran relacionadas con las matrices que operan a nivel mundial con asiento en los Estados Unidos de América del Norte, Europa y Japón y cuyos negocios se relacionan con el campo de los medicamentos, vehículos, así como en la provisión de materias primas para la alimentación humana.

4.3. Ferias Internacionales

Como mecanismo de promoción de exportaciones, las ferias internacionales tienen por objeto promocionar, a nivel mundial, en el lugar de un país que la ha declarado internacional, la producción de cada país participante, facilitar el acercamiento entre productores, comercializadores y consumidores tanto del país como del exterior, presentar nuevos productos, mantener, ampliar y generar nuevos mercados, así como conocer las nuevas tendencias del mercado y las respuestas de la competencia internacional a esas tendencias.

Para el funcionamiento de ferias en el Ecuador y participar en eventos internacionales, mediante Acuerdo Ministerial No. 359, publicado en el Registro Oficial No. 993 del 5 de agosto de 1992, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, estableció los requisitos que deben cumplir los expositores cuando menos, seis meses antes de la celebración de dicho evento. La calificación de estos eventos estuvo a cargo de la Dirección de Promoción de Exportaciones, hasta antes de la expedición de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI-.

A partir del 22 de mayo de 1997, con la expedición de la LEXI, el Congreso Nacional dispuso la creación de la Corporación de Promoción de

Exportaciones e Inversiones -CORPEI-⁷², como parte constitutiva del Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, como persona jurídica de Derecho Privado sin fines de lucro, con patrimonio y fondos propios, la que tendrá a su cargo, en forma directa el diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, tanto en el país como en el exterior, contando con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, el Servicio Comercial y los Organos del Servicio Exterior Ecuatoriano, tal como consta del Artículo 18 de la Ley.

Mediante esta ley, el Congreso Nacional dispuso la eliminación de la Dirección de Promoción de Exportaciones, por cuanto la función que la venía desempeñando en la promoción de las exportaciones y ferias internacionales, pasó a ser de competencia de la CORPEI, sin embargo de lo cual, hasta la presente fecha, no se observa un trabajo coordinado para cumplir con la Ley, favoreciendo la promoción de las exportaciones a través de la creación de nuevos productos, la formación de consorcios de productores, exportadores, la asistencia técnica a los productores y cámaras de la producción y, lo que es más importante, preparar perfiles de mercado para aquellos productos ecuatorianos que pueden ser competitivos en determinados segmentos del mercado mundial.

Otra de las funciones asignada a la CORPEI es la promoción misma de las inversiones tanto en el país como en el exterior, en situaciones en que el país requiere de estos recursos frescos para iniciar nuevos programas de trabajo que permitan incrementar la oferta exportable, cuando precisamente, frente al nuevo esquema económico de la dolarización, lo que necesitamos es recibir más dólares para poder atender nuestras necesidades.

⁷² Ley de Comercio Exterior e Inversiones "LEXI" publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

De acuerdo con la ley, la CORPEI debe cumplir con las siguientes funciones básicas:

- a) Ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones en el país y en el exterior, entendiéndose como tal, las actividades que, en conjunto y con el cofinanciamiento de las unidades productivas nacionales, se cumplan en áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras, que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su difusión externa;
- b) Apoyar los esfuerzos de los productores y exportadores en el desarrollo de iniciativas dirigidas a:
 - b.1** Consolidar y diversificar mercados, productos y exportadores;
 - b.2** Incrementar el valor agregado en los productos y volúmenes exportados;
 - b.3** Identificar nuevos productos y servicios con potencial de exportación; y,
 - b.4** Insertar las empresas, productos y servicios en los sistemas de comercialización internacional.
- c) Orientar y dirigir la promoción de la inversión directa en el país, entendiéndose como tal, entre otros aspectos, el cumplimiento de programas de difusión de oportunidades de inversión, la divulgación de la imagen del país en el exterior, la organización de eventos promocionales, como ferias, exposiciones, encuentros empresariales;
- d) Organizar y dirigir una red externa para la promoción de las exportaciones y la atracción de inversiones directas al país;

- e) Propiciar la formación de consorcios o uniones de exportadores con el fin de conseguir una presencia más dinámica en los mercados internacionales;
- f) Formar parte del Sistema de Promoción Externa, en los términos previstos en la Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI” y en los reglamentos a ella;
- g) Asesorar, tanto al sector público como al privado, en la adopción o mejoramiento de políticas, regulaciones, mecanismos y acciones que contribuyan a generar la competitividad en la producción, exportaciones e inversiones;
- h) Crear y desarrollar mecanismos de coordinación, con instituciones y organismos públicos y privados, dentro de y fuera del país, encaminados a mejorar y optimizar las actividades de promoción de exportaciones e inversiones;
- i) Proporcionar, directa o indirectamente, asesoría técnica especializada a productores, exportadores e inversionistas para facilitar o posibilitar el desarrollo de sus iniciativas de inversión y/o acceso a los mercados externos; y,
- j) Actuar como contraparte nacional y participar como tal en la ejecución de programas de financiamiento y asistencia técnica para la promoción de exportaciones e inversiones.

Para que opere independientemente del presupuesto del Estado, el Congreso Nacional proveyó las siguientes fuentes de financiamiento⁷³:

- Las cuotas redimibles del 1,5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado;

⁷³ Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI” publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

- El 0,5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones petroleras;
- El 0,25 por mil sobre el valor FOB de toda importación;
- Los aportes que de acuerdo a la Constitución Política de la República y la Ley le entregue el Estado;
- Los fondos no reembolsables que destinen a este propósito los organismos internacionales o de países amigos;
- Los recursos provenientes de contratos celebrados para la ejecución de programas sectoriales de promoción;
- Los legados o donaciones legalmente aceptados.
- Los valores recibidos de la venta de bienes o de la prestación de servicios; y,
- Otros.

Del total de los aportes a que hace referencia el literal a) de este artículo, al menos una tercera parte se destinará a la constitución de un fondo de reserva con el objeto de garantizar su restitución a los aportantes.

4.4. Salones de Exposiciones

Como mecanismo para promocionar las exportaciones, este programa ha sido utilizado eficientemente por países desarrollados y altamente industrializados, si tenemos en cuenta los productos que a través del mismo se promocionan. Son notorios, sobre todo en Ginebra y París los Salones del Automóvil y de la Aeronáutica, en donde se exhiben productos de estas ramas de todos los países industrializados y es allí donde concurren todos los hombres de negocios que tienen interés en promocionar a nivel de sus respectivos países y/o gobiernos, los últimos adelantos tecnológicos en esta materia.

4.5. Misiones Comerciales.

Como mecanismo de promoción, ha sido utilizado por los gobiernos y/o empresarios privados con el patrocinio del Gobierno Nacional, para promover el comercio bilateral a través de la presencia de grupos de empresarios, productores, exportadores, importadores de dos países que tienen la intención de incrementar las corrientes del intercambio sobre todo comercial, aprovechando alguna coyuntura que presentan los mercados

4.6. Comisiones Mixtas

Cuando los países, sobre todo en desarrollo, tienen problemas en su balanza comercial, por cuanto las importaciones superan el valor de las exportaciones, los gobiernos recurren al mecanismo de las Comisiones Mixtas que al igual que el mecanismo de las misiones comerciales, tienen el propósito de fomentar las corrientes, no solo del intercambio comercial, sino y sobre todo en otros campos en los cuales la contraparte puede brindarnos asistencia técnica y financiera no reembolsable. Por lo mismo, en estas comisiones mixtas intervienen representantes de los sectores oficiales y privados y la intervención es a nombre de un estado, por lo que el cumplimiento de los compromisos que se derivan de estos encuentros es de responsabilidad de los gobiernos de cada país.

Como ejemplo de la última Comisión Mixta Ecuador - República Popular China, efectuada en esta ciudad de Quito, entre el 4 y 5 de noviembre de 1999, podemos señalar que las delegaciones de los dos países estuvieron representadas a nivel de Viceministros, tanto de Relaciones Exteriores del Ecuador como del Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación Económica, habiéndose analizado durante los tres

días previos a la suscripción del Acta Conjunta, aspectos relacionados con⁷⁴:

- Examen de la evolución de las relaciones económicas y comerciales en la última década;
- Inversiones de la República Popular China en el Ecuador;
- Convenio para evitar la doble tributación;
- Exportaciones de banano a la República Popular China;
- Estado de la cooperación económica y técnica,
- Nuevos proyectos con cargo a las líneas de crédito V y VI;
- Cooperación no reembolsable con cargo a la línea de crédito de 50 millones de yuanes;
- Asistencia financiera no reembolsable: utilización de 10 millones de yuanes;
- Deuda externa;
- Cooperación en asuntos de la Cuenca del Pacífico; y,
- Asistencia para el plan binacional Ecuador - Perú.

En esta ocasión, la delegación ecuatoriana recordó a su similar china, el ofrecimiento efectuado por altas autoridades del Gobierno Chino durante la visita oficial del Presidente Jamil Mahuad a la República Popular China consistente en apoyar la ejecución del Plan Binacional de Desarrollo Fronterizo Ecuador-Perú.

⁷⁴ Acta Conjunta de la reunión de la Comisión Mixta realizada en la ciudad de Quito el 4 y 5 de noviembre de 1999.

Con idéntico propósito se encuentran en su estado de preparación, comisiones mixtas con la Federación de Rusia y Rumanía, cuyos resultados permitirán incrementar, además del comercio, las corrientes de la cooperación y la asistencia técnica y financiera, sobre todo aquella relacionada con el financiamiento de proyectos específicos.

4.7. Ronda de Negociaciones en el marco de la OMC.

A fines de noviembre y principios de diciembre del año pasado (1999), tuvo lugar en Seattle, Estados Unidos de América del Norte, la Tercera Conferencia de Ministros de Comercio Exterior de los países miembros de la OMC, con el propósito de evaluar, cada dos años luego de la reunión de Singapur, la situación del comercio mundial y proponer una agenda para una próxima Ronda de Negociaciones que de acuerdo con el marco legal de la OMC debe realizarse cada dos años, impostergablemente.

Este tipo de eventos que tiene como propósito la liberalización del comercio a nivel mundial, tanto de mercaderías como de servicios, a los que se trata de introducir otros que no tienen relación directa con el comercio pero que depende en gran manera de su observancia, como aquellos relacionados con la conservación del medio ambiente, el respeto a la democracia y a los derechos de los trabajadores, no tuvo los resultados esperados en Seattle, precisamente porque los países desarrollados, particularmente los Estados Unidos de América, no lograron el apoyo unánime de los demás países, sobre todo en desarrollo, para lanzar una nueva ronda de negociaciones, sin limitaciones en la agenda.

Los países en desarrollo liderados por el Grupo de los 77, sostuvieron y solicitaron en esta ocasión que, como paso previo al lanzamiento de una nueva ronda de negociaciones, se dé estricto cumplimiento a las resoluciones adoptadas a la conclusión de la Ronda Uruguay de Negociaciones Comerciales que favorecen los intereses de los

países en desarrollo, sobre todo alcanzar de estos un trato preferencial y diferenciado para el acceso de sus productos a esos mercados, la eliminación de las restricciones no arancelarias especialmente para el comercio de los productos tropicales que constituyen la base sobre la cual se sustentan sus exportaciones y en general, transparencia en el comercio, evitando de esta manera el resurgimiento del proteccionismo y de las medidas no arancelarias que como normas de calidad, certificaciones fitosanitarias, registros sanitarios y otros similares, dificultan el ingreso de su oferta exportable a esos mercados.

CAPITULO V

LOS ORGANISMOS DE APOYO A LA PROMOCION DE EXPORTACIONES

5.1. La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones - CORPEI-, como promotora de las exportaciones e inversiones.

Al referirse a la Promoción no Financiera de las Exportaciones e Inversiones Directas, la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI-, en su Título IV, de la Promoción, Capítulo I, estructura el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, del que forman parte, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones -CORPEI- y su red externa, el Servicio Comercial mediante su representación en aquellas ciudades que ameriten funciones de negociación en política comercial y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas.

La organización, funcionamiento, instrumentos y mecanismos de coordinación del Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, según lo dispone la misma ley, serán reglamentados por el Presidente de la República, mediante Decreto Ejecutivo, a propuesta del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, más conocido como COMEXI, por sus siglas.

Conforme lo dispone el Artículo 18 de la LEXI, se dice que:

“Como parte constitutiva del Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa establécese, con domicilio en la ciudad de Guayaquil la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones cuyas siglas serán CORPEI, como persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro, con patrimonio y fondos propios, cuyo funcionamiento se regirá por lo dispuesto en el Título XXIX del Código Civil y por su estatuto aprobado por el Presidente de la República, en el cual constará su organización administrativa. Tendrá a su cargo en forma directa el diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones tanto en el país como en el exterior. Su gestión contará con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior,

Industrialización y Pesca, el Servicio Comercial y los órganos del Servicio Exterior ecuatoriano, según lo disponga el reglamento que se dicte para tal efecto y los convenios que se suscriban”.⁷⁵

El Reglamento de la Corpei deberá aprobar el Presidente de la República, sobre la base del proyecto que elaborará el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.

La CORPEI, es por tanto, una corporación privada, sin fines de lucro, encargada, por mandato de la Ley, de promover las exportaciones ecuatorianas y atraer la inversión directa al país. para cuyo efecto se le ha confiado la organización y dirección de una amplia red de oficinas que se abrirán en los principales mercados internacionales. Sus objetivos se concretan a orientar y ejecutar la promoción de las exportaciones e inversiones tanto en el país como en el exterior, brindando a los sectores privados exportadores y productores la asistencia técnica en los campos de la información sobre el desarrollo de mercados, oportunidades para productos seleccionados en mercados determinados, así como las oportunidades para la diversificación de la producción, en base a las necesidades de segmentos del mercado mundial que no han sido atendidas por la competencia.

Si efectuamos un comparativo entre la CORPEI con otros organismos subregionales encargados de la promoción de las exportaciones, conforme se dejó expresado en los capítulos anteriores al analizar los mecanismos que utilizan otros países para promover sus exportaciones, diremos que cumple similares funciones que PROCHILE y PROEXPORT, en Chile y Colombia, respectivamente, aunque su campo de acción no tenga la misma infraestructura que sus similares, habida cuenta de que tiene apenas 3 años de estar cumpliendo con las tareas que le ha asignado la Ley.

⁷⁵ Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI” publicada en el Registro Oficial N° 82 del 9 de junio de 1997.

Integran la CORPEI una mayoría de delegados del sector privado, si tenemos en cuenta que tan solo se encuentran allí representados los Ministros de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, de Relaciones Exteriores, de Agricultura y Ganadería y de la Corporación Financiera Nacional, a través de sus delegados. Por lo mismo, si es un organismo eminentemente representativo del sector privado, su función será la de atender las necesidades de este sector que en el Ecuador tiene bajo su responsabilidad, con la excepción de las exportaciones de petróleo y derivados, la promoción y diversificación de las exportaciones de casi la totalidad de la oferta exportable ecuatoriana y de mercados de destino, tratando de liberar a la economía ecuatoriana de su dependencia de pocos productos de exportación que constituyen los productos básicos y de los mercados tradicionales de Estados Unidos y de la Unión Europea que, en su conjunto absorben más del 45 % del total de las exportaciones del país.

En efecto, la CORPEI está integrada por Delegados de la Federación Ecuatoriana de Exportadores -FEDEXPOR-, de la Federación de Cámaras de Industrias, de la Federación de Cámaras de Comercio, de la Federación de Cámaras de Agricultura y de la Federación de Cámaras de la Pequeña Industria del Ecuador, así como por Delegados de la Junta Nacional del Artesano, de los productores agrícolas de productos de exportación de la Costa y Galápagos, de productores agrícolas de productos de exportación de la Sierra y Oriente y de la Cámara Nacional de Acuicultura y Pesquería. Por consiguiente, las resoluciones que se adopten en el seno de este organismo, estarán orientadas a satisfacer las necesidades de los sectores que representan y que en definitiva, constituyen las Cámaras de la Producción del Ecuador.

Con este propósito, disponiendo de fondos, la CORPEI ha procedido a establecer su central en la ciudad de Guayaquil y a crear una subsidiaria en la ciudad de Quito, a fin de estar presente en los dos polos de desarrollo más importantes del país en cuanto tiene relación con la promoción de las

exportaciones, su diversificación y la captación de información referente a la oferta exportable ecuatoriana, a fin de contar con los elementos de juicio que le permitan desarrollar un trabajo acorde con sus objetivos.

En el ámbito internacional, ha establecido oficinas en Miami-Florida, con el propósito de atender la demanda del mercado norteamericano, teniendo en cuenta que este puerto, constituye el punto de contacto de los Estados Unidos de América del Norte con sus socios comerciales de América Latina y para todo lo que tiene relación con el mercado europeo, así mismo ha instalado una oficina en Hamburgo, Alemania, con el mismo objetivo. Además, por considerarse como potenciales mercados y que requieren de la promoción para la venta de nuestros productos, la CORPEI ha instalado sus oficinas en Colombia, Perú, Bruselas y Francia.

De acuerdo con las previsiones que tiene la CORPEI, se tiene entendido que en el mediano plazo, abrirá oficinas en otros puntos considerados como estratégicos para promocionar la venta de productos en el exterior, contando para el efecto con la ayuda que le puede brindar el Ministerio de Relaciones Exteriores a través de sus Embajadas y Consulados, de conformidad con el Convenio suscrito el 14 de diciembre de 1998, sobre la base del cual, actualmente se encuentran funcionando once oficinas en igual número de países, tanto americanos como europeos y asiáticos.

Dejando al Estado ecuatoriano, la tarea de instalar las Oficinas Comerciales o las promotoras del comercio exterior en los países en donde funcionan los centros políticos, como Montevideo para la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI-, Lima por la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, Washington por ser el centro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte o NAFTA, según sus siglas en inglés, Ginebra por ser el centro de la Organización Mundial de Comercio -OMC- y de otros organismos internacionales de importancia para el comercio

mundial, Tokio para el Lejano Oriente y posiblemente Beigin, en la República Popular China, para atender los asuntos relacionados con el sudeste asiático.

El funcionamiento del servicio comercial en el exterior que depende exclusivamente del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, está supeditado a la disponibilidad de recursos.

5.2. El Programa Fondo para la Competitividad de las Exportaciones

El Fondo para la Competitividad de las exportaciones -FOCEX- es una iniciativa pública-privada de apoyo financiero para la contratación de servicios que permitan mejorar el perfil competitivo y exportador de las grandes, medianas y pequeñas empresas ecuatorianas.

Este Fondo, que cuenta con recursos por US \$ 7'000.000, forma parte del Proyecto a cargo del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca -MICIP-, que cuenta con el financiamiento del banco Mundial (BIRF) a través del Convenio de Crédito N° 4346-EC concedido al Ecuador. El FOCEX será ejecutado por la CORPEI, según el Acuerdo Subsidiario firmado entre ésta y el MICIP.

Los objetivos del programa son:

- “Incorporar a nuevos exportadores;
- Lograr exportaciones a nuevos mercados por parte de exportadores ya establecidos;
- Exportar nuevos productos, como también introducir cambios relevantes en la cultura organizacional de las firmas participantes, desarrollando

conceptos tales como innovación, productividad, competitividad, calidad y asociatividad”⁷⁶.

El Programa está destinado a potenciales exportadores o actuales exportadores establecidos en el Ecuador que buscan desarrollar nuevos mercados y nuevos productos.

El FOCEX ofrece a las empresas interesadas recursos no reembolsables para cofinanciar los costos de los servicios externos de asesoramiento, consultoría y promoción comercial que necesiten para exportar. El monto del aporte puede alcanzar hasta el 50 % de los costos de actividades elegibles, con un máximo de US \$ 50.000 por empresa, valor que no es reembolsable. La duración del programa es de tres años a partir de 1999.

Para acceder al Programa, las firmas interesadas elaboran proyectos de desarrollo empresarial para ingresar por primera vez en mercados de exportación; para exportar nuevos productos a mercados ya atendidos o a través de un aumento de competitividad; para lograr una mayor penetración en mercados internacionales donde la firma ya está presente; para la obtención de patentes y marcas; para viajes al exterior en visitas a clientes, participación en ferias, construcción de stands; envío de muestras; certificaciones ISO; capacitación; entre las principales.

La administración del Programa ha sido adjudicada, vía licitación, a una organización privada de acreditada experiencia internacional en la promoción de exportaciones y desarrollo empresarial, la misma que conjuntamente con la CORPEI facilitarán la participación de las empresas interesadas, lo cual garantizará la transparencia, independencia e imparcialidad en la gestión del Programa.

⁷⁶ Convenio de Crédito N° 4346-EC suscrito entre el Banco Mundial (BIRF) y el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, Pág. Web <http://WWW.micip.gob.ec>.

5.3. Las Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones

La modernización del Estado a través de sus leyes, ha motivado que por efectos de la descentralización, la desconcentración y la desregulación, se otorguen a organismos regionales, funciones que antes las desempeñaba el Gobierno Nacional a través de sus entidades especializadas. Esta descentralización se dió inicio con la expedición de la Ley de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático, cuando mediante el Reglamento, se facultó a las Cámaras de la Producción, el otorgamiento de los Certificados de Origen tipo ALADI.

Considerando que la descentralización de las actividades que propenden al desarrollo y promoción de las exportaciones e inversiones, es una necesidad prioritaria, que las oportunidades comerciales, tecnológicas y de inversiones deben difundirse en forma óptima y permanente para ser aprovechadas por los agentes económicos de manera eficiente, reconociendo que es necesario coordinar los esfuerzos técnicos y racionalizar los recursos económicos encaminados a lograr objetivos comunes por parte de las entidades provinciales de los sectores privados y público, cuando el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, tenía la facultad de dirigir, formular y ejecutar la política de comercio exterior, la promoción de las exportaciones e inversiones, en el ámbito de sus funciones y atribuciones, mediante Acuerdo Ministerial No. 271 del 9 de agosto de 1996, decide crear sendas Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones, tal como consta en el texto de la Ley, con el propósito de facilitar la tarea de promocionar la producción para exportaciones y de esta manera tener el conocimiento completo sobre la oferta exportable y sobre todo, los lugares en donde ésta se genera.

En atención a la presencia de sectores artesanales organizados, se decide crear estas Comisiones en las Provincias de Azuay, Bolívar,

Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura, Los Ríos, Manabí, Morona Santiago, Pastaza, Tungurahua y Zamora Chinchipe, las mismas que han sido dirigidas por un representante de alguna de las Cámaras de la Producción, llámese ésta de Industrias, Comercio, Pequeña Industria, Artesanía, una de las cuales se constituye en Secretaría Ejecutiva.

De conformidad con lo que disponen las normas para el funcionamiento de las Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones e Inversiones, que constan en el Acuerdo Ministerial No. 195-A del 11 de diciembre de 1996, publicado en el Registro Oficial No. 97 del 27 de diciembre del mismo año, tienen como objetivo básico "...establecer programas y actividades dirigidas a desarrollar y promover la producción exportable de bienes y servicios y la inversión necesaria para este propósito, considerando la potencialidad de cada una de ellas, así como la capacitación y asistencia técnica que permita generar las destrezas indispensables en el comercio de exportación".

Para su funcionamiento,

"contarán con un Presidente que será un representante de la Cámara de la Producción, una secretaria ejecutiva y la coordinación estará a cargo de la Dirección de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones e Inversiones del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca. Como asesores de las Comisiones Provinciales actuarán organizaciones y/o fundaciones no gubernamentales involucradas con los objetivos de la Comisión Provincial, gremios involucrados con productores y/o exportadores y un Delegado de la Oficina Regional del Servicio Ecuatoriano de Capacitación -SECAP-".⁷⁷

Para la preparación del Plan Provincial de Exportaciones e Inversiones, deberá conformarse grupos técnicos de trabajo, según los lineamientos del Directorio de la Comisión, atendiendo las distintas actividades que se generarán para alcanzar la meta propuesta.

⁷⁷ Acuerdo Ministerial N° 195-A del 11 de diciembre de 1996, publicado en el Registro Oficial N° 97 del 27 de diciembre de 1996.

Entre las funciones y atribuciones asignadas a las Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones e Inversiones, se encuentran:

- Establecer lineamientos para la elaboración de planes y acciones a seguir, tendientes a desarrollar y promover las exportaciones e inversiones;
- Coordinar con los sectores público y privado de la provincia, iniciativas para la captación y optimización de recursos humanos, financieros y de infraestructura en beneficio de la promoción de las exportaciones e inversiones locales; y,
- Aprobar el Plan Operativo Anual de Desarrollo y Promoción de Exportaciones e Inversiones en la Provincia.

Con el propósito de aprovechar las oportunidades que brinda el mercado mundial, sobre todo el europeo para los productos hechos a mano, en el marco de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas de la Unión Europea, como consta en el Reglamento (CE) No. 401 de la Comisión, las Comisiones de Promoción y Desarrollo de las Exportaciones de Provincias en las que mantienen una presencia activa las comunidades indígenas que generan un importante flujo de producción en el campo de las artesanías, han demostrado especial interés por impulsar el trabajo artesanal propio de la región, sobre todo a través de la prestación de asistencia técnica y en algunos casos financieros, a fin de que el propio artesano cuente con los elementos de trabajo que le permitan realizarse.

En razón de que desde octubre de 1997, se encuentra vigente la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, se procedió a la supresión de la Dirección de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones e Inversiones del Orgánico Funcional del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y

Pesca, con el propósito de evitar la duplicación de funciones con la CORPEI y el desperdicio de recursos, tanto técnicos como económicos.

Las Comisiones Provinciales de Desarrollo y Promoción de las Exportaciones creadas a iniciativa del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, teóricamente han pasado a ser parte de la CORPEI, quien asumió las funciones de la anterior Dirección de Promoción, aunque en la práctica y según informes recibidos, se encuentran abandonadas de este organismo.

5.4. Las Cámaras de Producción.

El deseo de constituir entes privados con representación nacional y con poder, sobre todo en el campo económico, ha llevado a los exportadores, importadores, industriales, agricultores, artesanos, promotores turísticos, entre los más significativos, a agruparse para constituir lo que se ha denominado las Cámaras de la Producción, llámense éstas Cámaras de Industrias o de Industriales, de Comercio, de Agricultura, de la Pequeña Industria y Artesanías, de Turismo, con el exclusivo fin de promover la superación de sus socios o afiliados o la defensa de sus intereses comunes, dependiendo de la rama en la que se encuentren ubicados.

La conformación legal de estas entidades de derecho privado, está supeditada a la elaboración y aprobación de una ley denominada estatuto y a la aprobación del mismo, tanto por los afiliados a través de una asamblea general como por la autoridad competente.

Como organismos de apoyo a la promoción de las exportaciones, todas las Cámaras de la Producción, de acuerdo con la rama de actividad, aspiran a cubrir el máximo espacio de la demanda de sus consumidores, a través de la generación de una amplia gama de productos, cuya sumatoria constituye la oferta exportable. Desde este punto de vista, teniendo como

objetivo la ampliación y diversificación de la producción con calidad y precios competitivos, se ha considerado al mercado externo como el mecanismo más idóneo para efectivizar este objetivo, dada la estrechez del mercado nacional por su poca capacidad de demanda.

Es así como al interior de cada Cámara, además de los departamentos que tienen a su cargo aspectos específicos relacionados con la membresía, financiero, asuntos legales, entre otros, funcionan departamentos que tienen a su cargo la difusión de demandas internacionales para productos ecuatorianos, oportunidades de conversión, de capacitación y asistencia técnica en los campos del comercio exterior y la participación en ferias especializadas, dentro de lo que se puede considerar como mecanismos de apoyo a las exportaciones.

Dada la importancia que los últimos gobiernos han dado al sector de las Cámaras de la Producción agrupadas en las Federaciones Nacionales de Cámaras en las diferentes ramas de actividad, desde mediados de la década de los 90 constituyen parte del equipo que asesora al Presidente de la República. Como ejemplo de esta afirmación, basta recordar que solamente en el campo del comercio exterior, fueron las Cámaras de la Producción, las que elaboraron el texto de lo que hoy constituye la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, en la que se establece, como norma legal, que debe existir una coordinación entre los sectores privado y público para la definición de estrategias que tengan por objeto alcanzar el desarrollo económico y social de todos los ecuatorianos.

En igual sentido podemos hablar cuando nos referimos a la CORPEI, en la que la definición de las estrategias para la promoción de las exportaciones e inversiones, tanto en el país como en el exterior, está a cargo, prácticamente, de las Cámaras de la Producción agrupadas en las Federaciones Nacionales de Cámaras de Industriales, de Comercio, de la

Pequeña Industria y Artesanía, de Agricultura, de la Federación de Exportadores del Ecuador, entre otras.

5.5. La Federación de Exportadores del Ecuador -FEDEXPOR

Con el mismo derecho que tienen los industriales e importadores para conformar un núcleo que represente al sector, los exportadores que constituyen el nexo entre el sector industrial y el exterior, decidieron, con fecha 29 de abril de 1976, conformar un gremio al que denominaron la Federación de Exportadores del Ecuador, más conocido como FEDEXPOR.

Mantiene su sede en Quito, capital de la República y oficinas en las principales ciudades del país, en las que brinda, al igual que en la central, los mismos servicios a sus afiliados y público en general que desea acceder a sus servicios.

Entre los objetivos que contempla su estatuto, se pueden mencionar:

- Agrupar y organizar al sector exportador a nivel nacional;
- Representar a todos los exportadores afiliados, tanto en el país como en el exterior;
- Mantenerse como ente representativo del sector exportador organizado y participativo en la vida nacional, a través de la formulación de proyectos y planes de trabajo;
- Procurar, con su intervención directa, la expedición de leyes adecuadas que faciliten la actividad exportadora en el país;
- Promocionar la inversión tanto extranjera como nacional en actividades orientadas a la exportación;

- Apoyar y asistir, tanto económica como técnica y financieramente a todos sus miembros para alcanzar su realización;
- Promocionar, a través de todos los medios a su alcance, la oferta exportable ecuatoriana en el exterior;
- Coordinar con el sector oficial, políticas y planes de trabajo orientadas al fomento de la producción para la exportación; y,
- Procurar, a través de la capacitación, asistencia técnica y el conocimiento del mercado internacional, que la producción nacional presente precios y calidad que permitan competir en el mercado internacional.

En el transcurso de más de 24 años de vida, FEDEXPOR ha logrado agrupar a 250 exportadores/productores a nivel nacional y cumplir con sus principales objetivos que constituyen aspiraciones del sector. Es la única Federación de Exportadores que actúa a nivel nacional con el reconocimiento oficial, cuyos puntos de vista han sido y son aceptados por el Gobierno Nacional al expedir sus leyes, tal como ha sucedido con la formulación y aprobación de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones - LEXI- por parte del Congreso Nacional.

Como ente organizado y representativo del sector exportador a nivel nacional, forma parte, a través de su Delegado, del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, COMEXI, que es el máximo organismo rector de la política sobre comercio exterior.

CAPITULO VI

LAS ESTRATEGIAS PARA INSERTARNOS EN EL MERCADO GLOBALIZADO.

6.1. La negociación internacional

Con el propósito de insertarse en el mercado mundial y alcanzar los beneficios que conlleva la globalización de la economía mundial, el Ecuador desde hace mucho tiempo atrás, ha hecho algunos intentos por incrementar y diversificar su producción, no solo para atender las necesidades de consumo interno, sino para orientarla hacia el mercado externo, especialmente hacia el mercado latinoamericano. En este sentido, desde 1969, viene participando con Bolivia, Colombia, Chile, Perú y Venezuela, del Acuerdo de Cartagena, del que tres años mas tarde se separó Chile por discrepancia con sus socios en cuanto al tratamiento del capital extranjero.

Desde 1980, a través del Tratado de Montevideo de 1980, forma parte de la Asociación Latinoamericana de Integración con Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, a los que a partir de 1999 se unió Cuba, para constituir una amplia zona de libre comercio entre los países latinoamericanos.

Después de más de 20 años de intentar cumplir con los objetivos de la integración, ha constituido con Colombia y Bolivia, en 1992 y, desde febrero de 1993 con Venezuela, una zona de libre comercio y desde 1994 una unión aduanera con los mismos países, al haber adoptado el Arancel Externo Común.

En el ámbito internacional, desde abril de 1978, viene formando parte del Sistema Global de Preferencias Comerciales entre Países en Desarrollo -SGPC-, constituido por países en desarrollo, con el propósito de asegurar

a este sector una mayor presencia en el contexto de naciones a nivel mundial, contando para ello con los postulados y principios que contempla la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Su principal objetivo, incrementar las corrientes del comercio entre miembros del SGPC y de otros grupos de países que compartan los mismos objetivos.

A partir del 21 de enero de 1996, se incorporó a la Organización Mundial de Comercio -OMC-, luego de concluir con un proceso de negociación que duró mas de cuatro años, en los cuales el país tuvo que negociar sus condiciones de acceso al organismo multilateral que controla la casi totalidad del comercio de bienes y servicios, si tenemos en cuenta que a la conclusión de la Ronda Uruguay, pasó a control de la OMC, no solo el comercio de bienes, sino y sobre todo el comercio de los servicios a los que se incluirá la propiedad intelectual y la inversión relacionados con el comercio, los textiles y confecciones, cuyo control en un ciento por ciento se hará efectivo en el año 2005.

En el campo regional, desde hace muchos años, se encuentra negociando con la Comunidad Andina de Naciones que reemplazó al Grupo Andino, la ampliación de las relaciones comerciales y de cooperación con los miembros del MERCOSUR, tratando de consolidar, a través de la ALADI, una zona de libre comercio. En igual sentido y luego de un proceso de negociación que no estuvo exento de dificultades, ha consolidado con Chile una zona de libre comercio, permitiendo la libre movilidad de mercaderías y servicios.

En las negociaciones a nivel de la CAN, el Ecuador se encuentra negociando con la Unión Europea, que constituye nuestro segundo mercado en importancia para nuestros productos de exportación y como fuente proveedora de nuestras necesidades, una zona de libre comercio, que consolide el beneficio que desde 1970 viene otorgando este bloque

económico a través del Sistema Generalizado de Preferencias y que desde 1990 otorga un tratamiento preferencial y diferenciado a los países andinos a través de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas de la UE, que permite, en compensación a los gastos que efectúan los cinco países andinos para luchar contra la producción, industrialización y comercialización de estupefacientes, el ingreso a ese mercado de productos industrializados con tratamiento cero, pero que discrimina a los productos agrícolas, porque afectan a un sector considerado sensible.

Es un hecho que, a través de todas las acciones que ha desplegado el Gobierno Nacional, el Ecuador pretende insertarse en el contexto de la economía mundial; que para conseguir este objetivo ha declarado al comercio exterior y a la inversión como actividades de prioridad nacional; que ha descentralizado sus funciones en favor de los sectores privados agrupados a través de la CORPEI, para que puedan ejercitar sus derechos en defensa de sus legítimos intereses; y que, dentro de una economía abierta a la libre competencia, el Gobierno Nacional a través de sus diferentes organismos, se ha convertido en un facilitador de las actividades que desarrolla el sector privado, tal como lo dispone la Ley de Comercio Exterior e Inversiones.

6.2.- El nuevo rol de las Consejerías Comerciales.

Las condiciones cambiantes de la economía mundial y el nuevo rol que deben jugar la promoción y diversificación de las exportaciones en el comercio mundial, han obligado a los gobiernos a redefinir la participación de organismos especializados en la promoción y venta de productos ecuatorianos en el exterior.

Es por esto que actualmente, la función que deberían cumplir las Consejerías Comerciales se debería orientar a la venta y promoción de la oferta exportable en el mercado de su jurisdicción, ya no llamándose Consejeros Comerciales sino Promotores Comerciales, porque su función

debería orientarse a la venta de los productos, dejando de ser funcionarios de oficina para constituirse en verdaderos agentes de los sectores productivos nacionales.

Por tanto, su trabajo debería estar en permanente contacto con el trabajo que desarrolle la CORPEI en los campos de la producción para exportación, dando a estos sectores información referente a las necesidades de consumo, a los productos de mayor demanda, a las condiciones de precio, calidad y en general de presentación, la misma que deberá estar de acuerdo con la costumbre del mercado y de los consumidores.

En este sentido y conforme a lo indicado anteriormente, es tarea de la CORPEI, proveer a los sectores productivos nacionales, los suficientes promotores comerciales en los centros de mayor consumo del mundo y al Gobierno Nacional, aquellos que se requieren en los centros económicos, capaz de que todos los aspectos de la promoción y de la generación de leyes estén debidamente atendidos.

6.3. ¿Cómo desarrollar una imagen de credibilidad en el mercado internacional?

Se ha afirmado, no sin fundamento, que un país pierde su credibilidad frente al mercado internacional cuando internamente no tiene un gobierno con autoridad y cuando no existe un sinceramiento de sus principales indicadores económicos, cuando no cuenta con una clase política seria y responsable, y en general, cuando en el campo económico, no ha podido cumplir con sus obligaciones con el exterior, sobre todo en cuanto se refiere al pago de la deuda externa, que es lo que primeramente reclaman los organismos financieros internacionales a través de sus principales accionistas que en este caso vienen a ser los países altamente industrializados.

Partiendo de estas consideraciones, se ha dicho que el Ecuador ha perdido su credibilidad en el exterior, por cuanto:

- No existe una estabilidad política ni respeto al orden constituido, por cuanto en menos de cuatro años, partiendo de 1996 y hasta el año en curso, hemos tenido cuatro Jefes de Estado, cuando la Constitución Política prevé un gobierno cada cuatro años;
- El país no ha podido, desde hace algunos años, cumplir con las obligaciones que se derivan del pago de la deuda externa y de sus intereses con el Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y el Club de París,
- Ecuador presenta los más altos índices de inflación en América Latina, situación que se ha reflejado en una disminución de la demanda y por consiguiente de la producción, entrando el país en un estado de estanflación, esto es inflación con recesión;
- No cuenta con una banca privada solvente y confiable, habida cuenta de que más del 50 por ciento de los bancos privados del Ecuador se encuentran intervenidos por parte del Estado y hoy constituyen patrimonio de la Agencia de Garantía de Depósito; y,
- Porque no existe una clase política que actúe en función de país.

La credibilidad del país ante el exterior se la demuestra, justamente corrigiendo todos los problemas descritos anteriormente.

Dentro de ello, es un hecho que el Gobierno Nacional tiene a su disposición un conjunto de leyes, reglamentos y disposiciones que le permiten, teóricamente, sentar las bases para un futuro desarrollo económico y de esta manera alcanzar el bienestar social.

Sin embargo, para que el país tenga credibilidad y sobre todo para que despierte interés en los organismos de financiamiento externo que son los encargados de proveer recursos frescos por la vía del endeudamiento externo, para que el Gobierno pueda atender programas prioritarios, se necesita que exista transparencia en las decisiones del Gobierno, que la política fiscal, que es lo que más le interesa al Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional, permita en base a ingresos y gastos, disponer de saldos para atender las obligaciones que se derivan de la deuda externa y sus intereses, esto es, manejar un presupuesto equilibrado.

A partir de 1996, con el ascenso al poder del populismo en el Ecuador, tanto los gobiernos como los partidos políticos han perdido credibilidad, el primero con ofertas demagógicas y los segundos con alianzas entre partidos políticos cuyos principios y objetivos se contraponen.

Como resultado de lo expuesto, en menos de cuatro años y tomando en cuenta el gobierno actual, se han sucedido cuatro gobiernos en lo que corresponde al período constitucional (cuatro años), lo que nos hace aparecer en el exterior a los ecuatorianos como un país ingobernable, que no tiene entre sus dirigentes y partidos políticos una clara concepción sobre lo que significa hacer un gobierno a través de consensos, que es lo primero que analizan los inversionistas y empresarios para invertir o ampliar sus empresas con el propósito de incrementar la producción.

En igual sentido, es necesario que haya paz y tranquilidad sobre todo en el sector laboral, a través de la estabilidad social, dictando una política salarial que a la vez que atienda los requerimientos básicos de los sectores laborales, permita una reactivación del aparato productivo, dándole al trabajador capacidad de compra mediante la asignación de un salario que considere la pérdida de la capacidad adquisitiva, como consecuencia del proceso devaluatorio de la moneda que incrementa la inflación.

Frente a la situación descrita, el Gobierno actual, para recuperar la credibilidad, superar la crisis económica por la que atravieza, pero fundamentalmente para insertarse de manera más eficaz en el mercado mundial, adopta el esquema de dolarización, que lleva al país a enfrentar una nueva realidad y que tendrá sus resultados, en tanto y en cuanto la Ley Fundamental para la Transformación Económica del Ecuador y otras de carácter social que deberán ser aprobadas, favorezcan la reactivación económica y social del país.

6.4. El esquema de dolarización

Como se mencionó anteriormente, la actual coyuntura socio-económica, pero fundamentalmente la falta de credibilidad a nivel mundial, obligó al Gobierno a aplicar un nuevo esquema general de acción inmediata que se cristaliza en el esquema de dolarización, el mismo que para su aplicación requiere de una serie de cambios y transformaciones profundas al sistema económico vigente y que en una primera etapa ha sido implementado mediante la aprobación por parte del Congreso Nacional de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador que será analizada más adelante.

La adopción del esquema de dolarización permite cumplir dos grandes objetivos de política económica: eficiencia microeconómica y estabilidad macroeconómica.

La eficiencia microeconómica se refiere fundamentalmente a que los niveles de productividad y competitividad de las empresas, no provengan de decisiones administrativas, es decir, que la competitividad de las exportaciones de una economía no sean producto de continuas devaluaciones de la moneda.

En el ámbito macroeconómico la adopción de un esquema de dolarización, busca la estabilidad de los precios así como del producto. La

reducción de la inflación y la estabilidad en los precios que se logra en un esquema de dolarización, es producto de la eliminación de los excesos de oferta monetaria de la economía, debido a la imposibilidad que hoy tiene el Banco Central del Ecuador para emitir dinero y del impedimento del gobierno de monetizar su déficit.

En este sentido, los cambios en el nivel de precios dentro de una economía dolarizada provendrán principalmente de los cambios en la inflación internacional. La estabilidad de los precios que se logra con la dolarización se puede constatar directamente en el caso de Panamá, que es la única economía dolarizada de América Latina, en la cual la inflación promedio de los últimos años no ha sido superior al 3 % en comparación a los niveles que, en un determinado momento, registraron países como Argentina y Brasil, en los cuales la inflación excedió el 1.000 % en algunos años.

El esquema de la dolarización requiere igualmente de una fuerte disciplina fiscal, por lo tanto se elimina la posibilidad de crear desequilibrios en este sector de la economía, al tiempo que demanda que las empresas sean autosuficientes.

La eliminación de los desequilibrios macroeconómicos y los niveles de eficiencia en las que se desenvuelven las empresas del sector real y financiero en una economía dolarizada, dan como resultado una profundización del mercado financiero y de valores, lo cual permite contar con financiamiento de largo plazo.

Con la dolarización se eliminan las expectativas de devaluación del tipo de cambio, lo cual a su vez permite eliminar la prima de riesgo en las tasas de interés doméstica. Bajo este contexto la tasa de interés de una economía dolarizada convergerá a los niveles internacionales, más la prima por riesgo país.

La eliminación del riesgo de devaluación en la determinación de las tasas de interés, conduce a la reducción de la volatilidad de la tasa de interés, permitiendo que las decisiones de inversión de la economía sean de largo plazo, lo cual contribuye a la generación de mayor riqueza y garantiza un crecimiento constante de la economía.

Conviene, en esta parte, mencionar que la política de dolarización podrá mitigar en el mediano plazo la inflación pero por sí sola no saneará los bancos, el desempleo, la generalizada quiebra empresarial, la deuda externa, el déficit fiscal, la deficiente educación, la inequidad socioeconómica, la mala administración de justicia, los actos de corrupción generalizada, el predominio del interés privado sobre el público en las decisiones del Gobierno.

En definitiva la dolarización no es la fórmula mágica para resolver todos los problemas económicos del país. Lo que se logra en el corto y mediano plazo es una estabilidad monetaria que incluye una reducción de las tasas de interés, de la inflación (a partir del 2001 en el mejor de los casos) y de la incertidumbre para invertir.

La dolarización exige la aplicación de reformas adicionales, relacionadas sobre todo con la modernización, flexibilización laboral y disciplina fiscal, que fortalezcan el esquema y permitan engendrar la credibilidad y confianza para su desarrollo.

6.4.1. Condiciones para la dolarización⁷⁸:

- El Banco Central del Ecuador pierde la función de inyectar o retirar sucres y dólares al o del mercado nacional;
- La dolarización impide al Banco Central del Ecuador actuar como prestamista del sistema financiero;

- Se adopta al dólar como unidad de cuenta y como unidad de acumulación de valor;
- Todas las transacciones deben ejecutarse en dólares;
- La inflación no puede ser mayor que el promedio de los 3 países de la región que tengan los precios más bajos;
- La tasa de interés no deberá superar en dos puntos al promedio de los 3 países de la región con tasas más bajas;
- La deuda pública no podrá pasar del 60 % del PIB.

Sin embargo de estas condiciones que exige la dolarización, a juicio de algunos expertos, se cree que se puede ir alcanzando estos parámetros, en el tiempo.

6.4.2. Ventajas de la dolarización⁷⁹

- Se reducirá casi a cero el riesgo cambiario, con lo cual se controlará el tipo de cambio;
- Atraerá inversión extranjera;
- Control de las tasas de interés, estas se ubicarán cerca de las tasas internacionales, pero unos puntos por encima, en razón del “riesgo país”, permitiendo un mejor ambiente para invertir y ahorrar;
- La inflación bajará a niveles internacionales, pero no inmediatamente, debido a que la inflación del sector productivo en épocas de recesión pueden ser mayores que la inflación respecto a la canasta familiar;

⁷⁸ Dolarización. Todas las respuestas a las incógnitas que surgen alrededor de este tema... Suplemento Especial N° 2, Periódico Hoy, marzo de 2000.

⁷⁹ Dolarización. Todas las respuestas a las incógnitas que surgen alrededor de este tema... Suplemento Especial N° 2, Periódico Hoy, marzo de 2000.

- Beneficio de precios estables;
- Permitirá la programación del sistema productivo;
- Se puede ir cerrando la brecha entre ricos y pobres;
- Será factible obtener créditos a mayores plazos;
- El poder adquisitivo del salario, en el peor de los casos, será estable y crecerá dependiendo del crecimiento en productividad laboral.

6.4.3. Desventajas de la dolarización⁸⁰:

- Desaparece este instrumento de política económica;
- Ya no hay prestamista para el sistema financiero;
- Se elimina el canal de ajuste de la economía como el de los precios y tipo de cambio;
- El Estado dejará de realizar el señoriaje;
- En caso que no funcione el sistema, los costos económicos y sociales serán incuantificables;
- Desde su inicio hasta el desarrollo requiere de la confianza de los agentes;
- La inflación en el año 2000 será alta por el ajuste de precios de bienes y servicios.

6.4.4. Riesgos de la Dolarización⁸¹:

⁸⁰ Dolarización. Todas las respuestas a las incógnitas que surgen alrededor de este tema... Suplemento Especial N° 2, Periódico Hoy, marzo de 2000.

⁸¹ Dolarización. Todas las respuestas a las incógnitas que surgen alrededor de este tema... Suplemento Especial N° 2, Periódico Hoy, marzo de 2000.

- El país al sufrir movimientos adversos en los términos de intercambio por situaciones de carácter exógeno en el mercado mundial, origina un mayor desempleo y recesión;
- Al no tener el sistema financiero créditos para atender la iliquidez puede generarse una nueva crisis con los respectivos costos sociales;
- La producción de bienes y servicios tiende a incrementarse debido a la estabilización del tipo de cambio y la baja en las tasas de interés. Este efecto positivo puede convertirse en negativo al incrementarse el gasto a través de importaciones.

Como se mencionó anteriormente, la aplicación del esquema de dolarización requiere de una serie de cambios y transformaciones profundas al sistema económico vigente, que en su primera etapa ha sido implementado mediante la aprobación por parte del Congreso Nacional de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador.

6.5. La Ley para la Transformación Económica del Ecuador⁸²

La Ley para la Transformación Económica del Ecuador permite viabilizar el esquema de dolarización adoptado por Ecuador, pues contempla reformas en la Ley de Régimen Monetario y Banco del Estado, Ley General de Instituciones del Sistema financiero, Ley de reordenamiento en Materia Económica en el Area Tributario Financiera, Código del Comercio, Ley para la Reforma de las Finanzas Públicas. Asimismo, contiene cambios sustanciales en las Leyes de Hidrocarburos, Sector Eléctrico, Telecomunicaciones, a fin de atraer inversión extranjera y reactivar la economía. Finalmente, contempla reformas a la Ley de Presupuestos del sector Público, Ley de Contratación Pública, al Código del Trabajo para asegurar el acceso a las fuentes de trabajo y la

⁸² Ley para la Transformación Económica del Ecuador, publicada en el Registro Oficial N° 34 del 13 de marzo del 2000.

competitividad de las empresas nacionales; y, se establece la reprogramación de pasivos para las personas naturales y jurídicas deudoras.

6.6. Políticas de Producción

En cuanto a las políticas de producción, en los últimos meses de 1999 y comienzos del 2000, como consecuencia del proceso de dolarización de la economía ecuatoriana, a través del desagio, se ha logrado reducir las tasas de interés de más del 100 % a las que rigen en el mercado de dinero de Londres y Nueva York. Ahora, el problema se concentra en encontrar las fuentes de financiamiento, ya que el Banco Central del Ecuador no puede otorgar créditos a la banca privada.

Si se quiere incentivar la producción, corresponderá a la Corporación Financiera Nacional -CFN-, cambiando su política, proceda a otorgar préstamos directos a quienes lo soliciten, a sabiendas de que este Organismo dispone de recursos para este tipo de operaciones y que el funcionar como banco de segundo piso incrementa los costos operacionales, por cuanto estos recursos se canalizan a través de la banca privada.

Este proceso de financiamiento que otorgaría la CFN, podrá complementarse con el cambio de mentalidad que se pretende desarrollar en el empresariado nacional, a fin de que actúe teniendo en cuenta las necesidades, ya no del mercado interno sino del internacional y esto se logrará desarrollando entre los ejecutivos una alta gerencia empresarial, en donde quien dirija una empresa la desarrolle, implemente y transforme en una empresa exportadora, teniendo en cuenta que el sector externo que presenta una demanda acumulada, le puede permitir el uso eficiente de la capacidad instalada, optimizando utilidades sobre la base de la minimización de costos.

En este proceso de inserción en la economía internacional, no se debe descuidar, bajo ningún pretexto, los conceptos de productividad con calidad, si tenemos en cuenta que el actual mercado es de calidad y precios competitivos. De allí la necesidad de que las empresas tengan la obligación de contar con elementos que se preocupen por conocer el entorno del mundo que nos rodea, para de esta manera establecer las estrategias que sean necesarias para alcanzar objetivos comunes. En este campo intervienen los negociadores internacionales tanto privados como públicos.

6.7. Instrumentos de Promoción de Exportaciones

La iniciativa privada debe ser complementada mediante el aporte de las Oficinas de Promoción de Exportaciones en el exterior a cargo de especialistas en comercio exterior, con pleno conocimiento del mercado externo en cuanto a la participación de la competencia se refiere. Por tanto, quienes aspiren a desempeñar este cargo, deben ser técnicos especializados en comercialización, capaces de poder interpretar las señales que emite el sector externo frente a la demanda, a fin de poder aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado frente a nuevos productos.

En este sentido, es necesario que a través de los sectores público y/o privado o en coordinación, se establezca, a manera de organismo generador de proyectos, una oficina que esté en capacidad de entregar a la empresa privada, proyectos cuyo objetivo final sea la producción orientada a la exportación, máxime si dentro del esquema de dolarización, la mayor parte de las divisas que ingresen al país será por concepto de exportaciones, razón por la que es necesario aprovechar la presencia de mano de obra para transformar nuestras materias primas y enviar al exterior la mayor cantidad de valor agregado nacional.

Como parte contratante de la OMC, el país debe aprovechar la asistencia técnica que organismos especializados de la Organización Mundial de Comercio brindan, sobre todo a países en desarrollo que como el Ecuador, requieren de esta capacitación para incrementar el monto de sus exportaciones.

La asistencia técnica puede ser canalizada directamente por el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, que de acuerdo con la Ley, tiene competencia en el área de comercio exterior, o a través de la CORPEI, que tiene como función específica, la promoción de las exportaciones e inversiones tanto en el país como en el exterior.

Los mecanismos para esta promoción son claramente conocidos, si nos referimos a las ferias tanto nacionales como internacionales, las ruedas de negocios y las misiones comerciales, de las que pueden participar empresarios, exportadores, importadores, inversionistas y en general hombres de negocios que tengan como objetivo el comercio de exportaciones e inversiones y el movimiento de capitales productivos.

Finalmente y como organismo de apoyo a la actividad exportadora, se debe tener en cuenta a las zonas francas, lugares extraterritoriales en las que tanto empresas productoras de bienes y servicios brindan el apoyo necesario para el desarrollo de empresas cuyo destino final de los bienes que producen es el mercado externo, gozando para ello de libertad total en el ejercicio de sus actividades.

Por excepción, en el Ecuador este régimen aduanero no puede ser utilizado en forma eficiente, por cuanto no ha sido promocionado adecuadamente a pesar de existir la base legal que permite su funcionamiento y operatividad. Una de las principales causas es la falta de financiamiento y el poco interés que los empresarios han demostrado en esta implementación.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- El desarrollo de esta tesis, ha permitido analizar la forma cómo ha evolucionado el comercio exterior ecuatoriano, particularmente en la década de los 90. Luego de concluidos algunos procesos de reformas en el campo económico, nuestro país ha logrado promover y diversificar su comercio exterior, incorporando nuevos productos a su oferta exportable y diversificando el destino de sus exportaciones.
- De igual manera, con la vigencia de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas tanto de los Estados Unidos de América del Norte como de la Unión Europea, ha logrado consolidar su presencia, sobre todo en el mercado norteamericano, con la exportación de nuevos productos que se han visto favorecidos con la exoneración de aranceles a partir del 4 de diciembre de 1991. Tales son los casos de flores cortadas frescas y camarones.
- De igual manera, ha aprovechado las preferencias que le otorga la Unión Europea para colocar en ese mercado productos como las flores y capullos, cortados para ramos o adornos, legumbres, hortalizas y frutas, tanto en su estado natural como industrializado, que por estar ubicadas en la parte 1 del Anexo 1 del Reglamento 2820/98, gozan de una preferencia del 85 por ciento frente al arancel vigente.
- El camarón, que también constituye un producto beneficiado por este esquema, sigue gravado con un arancel del 3,6 % frente al 4,5 % exigido para el mismo producto originario de otros destinos que no sean el andino.

- En general, podemos afirmar que para acceder a los principales mercados en el exterior, al Ecuador le hace falta incrementar su producción para exportación, si tenemos en cuenta que a través de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, el mercado norteamericano nos otorga un tratamiento arancelario preferencial "CERO" para el ingreso de 6.100 productos, al igual que la Unión Europea para la exportación de casi la totalidad de los productos industrializados y para pocos productos agropecuarios, por considerar e este sector como sensible, tanto a nivel de la Unión Europea como de los países que forman parte de los Convenios de Lomé.
- En el campo de la integración tanto subregional como mundial, es un hecho que la participación del Ecuador en la Comunidad Andina de Naciones -CAN-, le ha permitido, a partir de 1992 con la conformación de la Zona de Libre Comercio con Bolivia y Colombia y en 1993, con Venezuela, incrementar las corrientes del intercambio comercial, a tal punto que se ha convertido en el principal socio comercial dentro de la CAN y de ALADI, amenazando con desplazar a otros mercados a un segundo plano. Consideramos que la suscripción de los acuerdos de complementación económica, de apertura de mercados y la firma de la paz, permitirán incrementar las corrientes del comercio con el Perú y a partir del año 2005, integrar una zona de libre comercio a nivel de la CAN, con la plena incorporación del Perú.
- No debemos olvidar también que, con los procesos de negociación con el MERCOSUR, se aspira a mejorar las relaciones comerciales con Brasil, país con el cual mantenemos saldos desfavorables en balanza comercial y que la puesta en práctica de una zona de libre comercio en el marco del ALCA a partir del 1 de enero del 2005, se consolidarán los procesos de integración a nivel del Sur, Centro y Norte América, todo lo

cual nos da las seguridades de que, en el mediano plazo, la situación económica del país mejorará, en la medida en que se amplíe el comercio exterior ecuatoriano, guardando las salvedades que en materia de protección debemos implementarlas, sobre todo para sectores sensibles de su economía que requieren de una protección.

- Esta situación se ve favorecida, si tenemos en cuenta que con el propósito de participar en los procesos de integración tanto regional como mundial, el Ecuador cuenta con la legislación que le permitirá enfrentar los retos que le significan una inserción en la economía mundial.
- Además, para presentar un marco jurídico e institucional que nos permita negociar nuestro acceso a la OMC, hubo que modificar las leyes, a fin de eliminar una serie de restricciones que en el campo arancelario y no arancelario estaban en contra de la apertura comercial. En este sentido, es necesario recordar que mediante la Ley de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático, se eliminó las patentes de exportación sobre todo para productos básicos y se declaró de libre exportación a todos los productos, con las pocas excepciones que contempló la misma ley, para preservar el patrimonio histórico, las especies animales y vegetales en estado de extinción y los alimentos, para el caso de que pueda presentarse un desabastecimiento en el mercado nacional. Con el acceso a la OMC a partir del 21 de enero de 1996, el proceso de apertura del Ecuador al mercado externo ha continuado.
- Una de las principales preocupaciones de las autoridades encargadas del manejo del comercio exterior ha sido la de promover las exportaciones, dentro de los límites que la normativa multilateral lo permite, diversificando tanto los productos como mercados de destino, a fin de obtener el máximo beneficio de la integración subregional como

regional, así como de la apertura comercial, sabiendo que actualmente podemos acceder, con nuestros productos a 135 mercados de países que conforman la OMC, al amparo de la cláusula de Nación Más Favorecida.

- La ex-Dirección de Promoción de Exportaciones, organismo del MICIP, durante su gestión, cumplió con la promoción de exportaciones a pesar de las limitaciones que en el campo presupuestario significa la no asignación de recursos y luego de la expedición de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI, sin embargo de lo cual, el MICIP continúa promocionando las ventas de productos no tradicionales en el exterior, a través de los espacios que le proporcionan los esquemas preferenciales SGP y Ley de Preferencias Andinas, tanto de los Estados Unidos de América del Norte como de la Unión Europea.
- La participación en ferias internacionales, las comisiones mixtas, ruedas de negocios, promovidas por la Dirección de Promoción de Exportaciones y sobre todo, la promoción se ha realizado se ha realizado gracias al apoyo de los mismos productores en el exterior, que constituyen los principales mecanismos que, como estrategias comerciales, han permitido promocionar nuestros productos, sobre todo no tradicionales.
- Es un hecho que, por el monto y composición de las exportaciones, en el Ecuador no hayan hecho su aparición las trading o comercializadoras multinacionales, con la excepción de aquellas que exportan y comercializan el banano como la Dole, Bonita, Chiquita, entre las mas importantes a nivel mundial. Tampoco en el país se han constituido los consorcios de exportadores por rama de actividad o tipo de producto, con la excepción de la Federación Ecuatoriana de Exportadores -FEDEXPORT-, que como gremio acoge a todos los

exportadores ecuatorianos, con fines de defensa clasistas y de apoyo, como ya se ha dejado expuesto.

- El estado como tal y actualmente la CORPEI, apoyan y permiten la presencia de productos ecuatorianos en los principales salones de exposiciones en Europa y los Estados Unidos de América, lugares en donde se dan cita los principales demandantes de productos a nivel mundial, habiendo obtenido en algunos de estos, menciones honoríficas como en el caso de la exposición del jugo de maracuyá, más conocida como la fruta de la pasión.
- En el campo de las comisiones mixtas, el Ecuador aprovechó de este mecanismo para promover las ventas de productos ecuatorianos a mercados del este de Europa con economías centralmente planificadas, desde donde igualmente se proveyó de bienes de capital, sobre todo de maquinaria para la construcción y/o mantenimiento de carreteras, obteniendo con este procedimiento ventajas en sus relaciones comerciales con este bloque de países.
- Las misiones comerciales, si bien es cierto han tenido su vigencia en el pasado, han adquirido particular importancia en los últimos tiempos, sobre todo para promover nuestro comercio a nivel subregional. Basta recordar las misiones comerciales tanto ecuatorianas como peruanas que se han conformado para promover el comercio bilateral luego de la firma del Tratado de Paz con nuestro vecino del sur. Si bien es cierto que los resultados no son inmediatos, pero están permitiendo sentar las bases para un futuro incremento de las relaciones comerciales, sobre todo en la región fronteriza sur del país.
- En definitiva, se puede afirmar que el Ecuador ha intentado promover sus exportaciones a través de todos los mecanismos que se han diseñado para el efecto, habiendo obtenido un relativo éxito en su

implementación hasta que finalmente, a partir de la expedición de la LEXI, se ha encargado a un organismo con participación mayoritaria del sector privado, este difícil trabajo, a sabiendas de que en su composición se encuentran representados los intereses de las Cámaras de la Producción y del Estado mediante la presencia de los Presidentes de las Federaciones de Cámaras y Delegados de los Ministros de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, Agricultura y Ganadería, Relaciones Exteriores y de la Corporación Financiera Nacional.

- De igual manera, el Estado ha cumplido con el deber de insertar al Ecuador en el contexto de la economía mundial mediante su incorporación a la Organización Mundial de Comercio desde el 21 de enero de 1996. Actualmente se encuentra negociando con algunos bloques económicos y países, para facilitar, a través de concesiones, el acceso de nuestros productos a mercados del MERCOSUR, de la misma CAN, de América Central y de la Unión Europea y del ALCA, en el que tiene especial interés los Estados Unidos de América del Norte. Por consiguiente, corresponde al sector privado como principal interesado, la tarea de producir con calidad y precios competitivos para lograr colocar su oferta en el mercado mundial.
- El sector privado como interesado, deberá aprovechar su estructura tanto productiva como institucional, para analizar y evaluar las posibilidades con las que cuenta para acceder a un mundo globalizado, en donde las reglas del juego para el comercio se encuentran plenamente definidas a través de la oferta y la demanda.
- En razón de que, de acuerdo con la normativa OMC. se encuentran prohibidas toda clase de ayudas a los sectores productivos para mejorar su producción y productividad, corresponderá al sector privado, adoptar los mecanismos que estime mas adecuados para alcanzar los niveles de eficiencia para poder competir en un mercado ampliado. Las

Consejerías Comerciales que le correspondería implementar al Estado para complementar los sistemas de información a nivel de mercados y productos, están supeditadas a la disponibilidad de recursos de la Caja Fiscal.

7.2. Recomendaciones

En concordancia con los antecedentes expuestos, existen tres aspectos que deberán participar en forma coordinada en la toma de acciones para alcanzar los objetivos propuestos como metas, esto es, la inserción del Ecuador en la economía mundial, el fomento y diversificación de las exportaciones y la ampliación de la infraestructura básica que garantice una diversificación de la producción para exportación. Por tanto, me permito recomendar:

1. **Al Estado**, a través de:

Consejo de Comercio Exterior e Inversiones -COMEXI-:

- Determinar la política de comercio exterior del Ecuador, en concordancia con los procesos de globalización e internacionalización de la economía, en razón de que hasta la presente fecha y a pesar de haber transcurrido más de dos años desde la expedición de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI-, no se ha hecho nada al respecto.
- En este caso, sería necesario que haciendo uso de la coordinación que debe existir entre los sectores privado y público, tal como funcionó para la elaboración de la LEXI, el sector privado proponga los términos de lo que debe ser la política de comercio exterior, teniendo presente lo que dispone el Artículo 11 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, para que, a través de una discusión a nivel nacional y con la

participación de todos los sectores involucrados con el comercio exterior, expresen sus comentarios al respecto.

Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca -MICIP-:

- Elaborar y presentar al Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, por iniciativa propia o a pedido de dicho Organismo, informes técnicos que contengan propuestas para la adopción de las políticas sobre comercio exterior, promoción de exportaciones e inversiones.
- Participar en foros y organismos internacionales de comercio exterior y en los procesos de negociación bilateral y multilateral en materia de comercio exterior, integración e inversión directa, con el propósito de profundizar la inserción del Ecuador en los diferentes esquemas integracionistas a nivel subregional, regional y mundial.
- Sobre todo, al MICIP le corresponde fortalecer su participación, como organismo oficial competente, en las negociaciones que actualmente se están efectuando a nivel del MERCOSUR, CAN, Mercado Común Centroamericano y ALCA, para establecer, en el corto plazo, una zona de libre comercio que permita conformar, una amplia zona de libre comercio a nivel continental, con lo cual se estaría integrando en uno solo, los esquemas integracionistas de América del Sur, Centro y Norte y lo que es más importante, dando permanencia a la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas de los Estados Unidos de América, cuyos beneficios concluyen el 4 de diciembre del año 2001 y cuya ampliación de la vigencia se ha solicitado, tanto a nivel de Ecuador como de la CAN.
- Aplicar las normas sobre la existencia y funcionamiento de las zonas francas, en coordinación con el Ministerio de Finanzas y Crédito Público, a fin de dar facilidades para que tanto empresas nacionales como del exterior se asienten en estas zonas extraterritoriales y brinden

servicios complementarios al comercio exterior ecuatoriano, facilitando la promoción y diversificación de las exportaciones, sobre todo de productos no tradicionales, en circunstancias en que en el país se ha implementado el esquema de dolarización, en el que el Ecuador debe esforzarse, a través de los sectores productivos, para favorecer los procesos de producción para exportación.

2. A LA CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES -CORPEI-:

Apoyar los esfuerzos de las personas naturales o jurídicas exportadoras en el desarrollo de procesos, tales como:

- Diversificación de mercados, productos y exportadores, a fin de evitar la dependencia de la economía ecuatoriana de pocos mercados, productos y firmas exportadoras nacionales;
- Incrementar el valor agregado en los productos y volúmenes exportados, evitando exportar materias primas en su estado natural, aprovechando la disponibilidades de la mano de obra y los bienes de capital inutilizados justamente por la falta de visión de los empresarios sobre las amplias posibilidades del mercado externo;
- Identificación de nuevos productos y servicios con potencial exportador. En este sentido, la CORPEI deberá efectuar estudios de mercado, a fin de establecer los nichos que pueden ser atendidos por el país con su oferta diversificada;
- Inserción de empresas y productos ecuatorianos en los sistemas de comercialización internacional. Es una tarea que corresponde exclusivamente a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, conforme lo dispone el literal b) del Artículo 21, contando para ello con los recursos que proveen los exportadores e importadores,

tanto privados como públicos, según lo dispone el literal e) del Artículo 22 de la LEXI;

- Recopilar, producir y divulgar informes y estadísticas sobre comercio exterior e inversiones, así como promover y coordinar con las entidades competentes, sistemas de información económica y comercial para apoyar la gestión de los productores y exportadores del país y el desarrollo del comercio exterior;
- Preparar, en coordinación con el Sistema Nacional de Planificación y el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, los planes de promoción de las exportaciones e inversiones que deberá ejecutar la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones; y,
- Estudiar y evaluar los servicios de apoyo al comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, con el fin de proponer y coordinar las acciones para mejorar la competitividad internacional de la producción local;
- A través del Fondo para la Competitividad de las exportaciones - FOCEX-, brindar apoyo financiero para la contratación de servicios que permitan mejorar el perfil competitivo y exportador de las grandes, medianas y pequeñas empresas ecuatorianas.

3. AL SECTOR PRIVADO:

- Partiendo del hecho de que el Estado, en representación del sector privado del país, interviene en los procesos de negociación que tienen por objeto insertar al Ecuador en el contexto de la economía internacional; y, recordando que el Estado produce los servicios que demanda el sector privado para complementar sus actividades en el campo de la producción para exportación, se concluye que corresponde al sector privado, esto es a las Cámaras de la Producción, a los empresarios, a los exportadores y en general a todos aquellos que

ejecutan actividades productivas, asumir el compromiso de producir para exportar, a fin de crear las condiciones que el país requiere para alcanzar el desarrollo económico y social.

- Por tanto, es el sector privado, en coordinación con el sector público, el que debe establecer las metas que pretende alcanzar en los diferentes campos de la actividad económica para el cumplimiento de sus fines en cuanto a expansión, producción, diversificación y exportaciones se refiere, de tal manera que se utilice en debida forma los recursos naturales, los ahorros nacionales, los bienes de capital, la iniciativa de la nueva generación de empresarios y en general, la participación de todos los entes que de una u otra manera se encuentran relacionados o inmersos con actividades que tienen relación con la comercialización, tanto interna como externa de productos, servicios, tecnología y en general de todo aquello que se requiere para complementar los procesos de comercialización.
- En este campo, deben jugar un papel preponderante las Federaciones de Cámaras de la Producción, llámense de Comercio, de Industrias, de la Pequeña Industria, de Artesanías, de la Construcción, de Agricultura, de Exportadores y de todos otros gremios que tengan como objetivo alcanzar el progreso y bienestar de sus afiliados.
- Por último, el objetivo final de la estrategia de promoción de exportaciones, debe estar dirigida a establecer una nueva concepción de la competencia y competitividad del país, posicionando al comercio exterior y a la inversión extranjera y nacional, como elementos dinamizadores del desarrollo económico a través de la creación de condiciones sociales de bienestar, contando con una política de estado que fomente su desarrollo y garantice una presencia activa del actor privado, incrementando y diversificando las exportaciones, en términos de productos, mercados de destino y número de exportadores,

impulsando su competitividad internacional, acelerando los procesos de integración mediante una decidida participación en los esquemas de integración subregional, regional y mundial, asegurando un clima favorable de inversiones que incentive, tanto a la inversión extranjera como nacional, incrementando las fuentes de inversión y buscando su permanencia y estabilidad en los sectores productivos orientados hacia las exportaciones, propiciando un cambio de mentalidad y actitud positiva en los sectores de la producción, consumo y órganos oficiales.

- La nueva visión del desarrollo, no hace otra cosa que demostrar que el Ecuador ha dejado de ser el país pequeño de siempre, porque su inserción en el contexto de la globalización le ha permitido, a partir del 21 de enero de 1996, comprender que los resultados de mantener fronteras cerradas a través de la implementación de teorías cepalinas, lo ha mantenido aislado del mercado que nos rodea. Un cambio de mentalidad frente a esta realidad, permitirá al país participar con un nuevo espíritu en el concierto de las naciones.

BIBLIOGRAFIA

- ⇒ ACUERDO DE CARTAGENA. **Decisión N° 324**, 5 de Agosto de 1992.
- ⇒ ACUERDO DE CARTAGENA. **Decisión N° 370**, Gaceta Oficial N° 166.
- ⇒ ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN-ALADI. **Acta de Constitución.**
- ⇒ BANCO MUNDIAL Y MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN Y PESCA-MICIP. **Convenio de Crédito N° 4346-EC.**
- ⇒ CÁRDENAS S., Mauricio y otros. **Introducción a la Macroeconomía Colombiana. La política comercial.** Editores Fedesarrollo, Bogotá, 1991.
- ⇒ CLERI A.R., Carlos. **Sistema de Promoción de Exportaciones de la República Argentina.** En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.
- ⇒ COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA-CEPAL. **Notas sobre la Economía y el Desarrollo N° 570-571**, febrero 1995.
- ⇒ COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA-CEPAL. **Panorama de Inserción Internacional de América Latina y El Caribe**, diciembre 1996.
- ⇒ COMISIÓN MIXTA ECUADOR-CHINA. **Acta Conjunta.** Quito, 4 y 5 de noviembre de 1999.

- ⇒ DA MOTTA VEIGA, Pedro. **Políticas de apoyo a las exportaciones en Brasil: antecedentes, situación actual y principales tendencias.** En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.
- ⇒ FERRER, Aldo. **El Mercosur: entre el consenso de Washington y la integración sustentable.** En Revista Comercio Exterior, vol. 47, N° 5, México, mayo 1997.
- ⇒ GUERRERO MURGUEYTIO, Mario. **La política del Ecuador frente a la Cuenca del Pacífico. Grandes lineamientos.** Ministerio de Relaciones Exteriores y Comité Ecuatoriano para la Cuenca del Pacífico-CECP, Quito, febrero 1998.
- ⇒ INTERNET. **La Política Económica Colombiana.**
- ⇒ INTERNET. **Colombia: Normativa Legal sobre el Comercio Exterior.**
- ⇒ INTERNET. **Tecnologías en Colombia.**
- ⇒ INTERNET. **Normas que regulan la Inversión Extranjera en Colombia.** Departamento Nacional de Planeación, marzo 1994.
- ⇒ INTERNET. **Evolución del Comercio Exterior de Chile con países con Acuerdos Económicos Internacionales.**
- ⇒ INTERNET. **Potencial Agrícola y Agroindustrial de Chile.**
- ⇒ MACARIO, Carla. **De las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad.** En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.

- ⇒ MÁTTAR, Jorge. **Promoción de las Exportaciones en México.** En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.
- ⇒ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN Y PESCA-MICIP. **Preámbulo de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones.**
- ⇒ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN Y PESCA-MICIP. **Informe de la Dirección Nacional de Comercio Exterior,** Agosto de 1999.
- ⇒ OCHOA, Pablo. **Políticas e Instrumentos de Promoción de Exportaciones en Colombia.** En Foro de Políticas sobre Promoción de Exportaciones. BID, INTAL, Banco Mundial. Buenos Aires, 4-5 junio de 1998.
- ⇒ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO-OMC. **Con el Comercio hacia el Futuro.**
- ⇒ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO-OMC. **Fallo.**
- ⇒ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO-OMC. **Normativas Acuerdo de Marrakesh,** 1 de enero de 1995.
- ⇒ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO-OMC. **Protocolo de Adhesión del Ecuador a la OMC,** 16 de agosto de 1995.
- ⇒ PERIÓDICO HOY. **Dolarización. Todas las respuestas a las incógnitas que surgen alrededor de este tema...** Suplemento Especial N° 2, marzo de 2000.
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 901 DEL 25 DE MARZO DE 1992. **Ley N° 147 de Facilitación de las Exportaciones y del Transporte Acuático.**

- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 349 DEL 31 DE DICIEMBRE DE 1993. **Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por parte de la Iniciativa Privada.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 97 DEL 27 DE DICIEMBRE DE 1996. **Acuerdo Ministerial N° 195-A.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 82 DEL 9 DE JUNIO DE 1997. **Ley de Comercio Exterior e Inversiones “LEXI”.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 219 DEL 19 DE DICIEMBRE DE 1997. **Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 320 DEL 19 DE MAYO DE 1998. **Ley de Propiedad Intelectual.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 294 DEL 8 DE OCTUBRE DE 1998. **Decreto Ejecutivo N° 1318.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 294 DEL 8 DE OCTUBRE DE 1998. **Decreto Ejecutivo N° 1323.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 296 DEL 12 DE OCTUBRE DE 1999. **Decreto Ejecutivo N° 1329.**
- ⇒ REGISTRO OFICIAL N° 34 DEL 13 DE MARZO DEL 2000. **Ley para la Transformación Económica del Ecuador.**
- ⇒ REGULACIÓN DE JUNTA MONETARIA.

AUTORIZACION DE PUBLICACION

Autorizo al Instituto de Altos Estudios Nacionales la publicación de esta Tesis, de su Bibliografía y anexos, como artículo de la Revista o como artículo para lectura seleccionada.

Quito, 18 de abril del 2000

FIRMA DEL CURSANTE
