

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

**LOS EFECTOS DE LA RECESIÓN ECONÓMICA ESTADOUNIDENSE
SOBRE LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NOSTÁLGICOS
GUATEMALTECOS**

JESSICA XIOMARA GARCÍA COJULUN

GUATEMALA, MARZO DE 2011

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

**"LOS EFECTOS DE LA RECESIÓN ECONÓMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA
EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NOSTÁLGICOS GUATEMALTECOS"**

TESIS

**PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

POR

JESSICA XIOMARA GARCÍA COJULUN

AL CONFERIRSELE EL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

Y EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INTERNACIONALISTA

GUATEMALA, MARZO 2011



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECTOR MAGNIFICO

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios

SECRETARIO GERNERAL

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

LICDA.	GEIDY MAGALI DE MATA MEDRANO	DIRECTORA
LICDA.	CLAUDIA VERONICAAGREDA AJQUI	VOCAL I
LIC.	PABLO DANIEL RANGEL ROMERO	VOCAL II
LICDA.	ANA MARGARITA CASTILLO CHACON	VOCAL III
BR.	MARIA AMALIA MANDUJANO IZAGUIRRE	VOCAL IV
BR.	RENE ADRIAN PONCE CANALES	VOCAL V
LIC.	MARVIN NORBERTO MORAN CORZO	SECRETARIO

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN GENERAL DE GRADO

COORDINADOR:	Lic.	Francisco José Lemus Miranda
EXAMINADORA:	Licda.	Carmen Olivia Álvarez Bobadilla
EXAMINADORA:	Licda.	María Elena Izquierdo Merlo
EXAMINADOR:	Lic.	Jorge Enrique Arriaga Rodríguez
EXAMINADOR:	Lic.	Carlos Enrique López Chávezl

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN DEL PUBLICO DE TESIS

DIRECTORA:	Licda.	Geidy Magalí De Mata Medrano
SECRETARIO:	Lic.	Marvin Norberto Morán Corzo
COORDINADOR:	Lic.	Francisco José Lemus Miranda
EXAMINADORA:	Licda.	Claudinne Ogaldes Cruz
EXAMINADOR:	Lic.	Jorge Enrique Arriaga Rodríguez

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Guatemala, diecisiete de noviembre del dos mil nueve-----

ASUNTO: El (la) estudiante: JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN, Carnet No. 200218977, inicia trámite para la realización de su examen de tesis

1. Se admite para su trámite el memorial correspondiente y se dan por acompañados los documentos mencionados. 2. Se traslada al (a) Coordinador (a) de la Carrera correspondiente **Lic. Francisco Lemus**, para que acepte el tema de Tesis planteado. 3. El resto de lo solicitado téngase presente para su oportunidad.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA



Se envía el expediente completo.

myda

1/

**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política**

Guatemala, 27 de noviembre del 2009

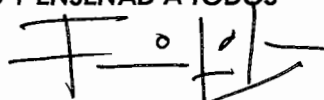
Licenciada
Geidy Magali De Mata, **Directora**
Escuela de Ciencia Política

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me permito informarle que, verificados los registros de Tesis de la Escuela, el tema: **LOS EFECTOS DE LA RECESION ECONOMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS NOSTALGICOS GUATEMALTECOS** . Propuesto por el (la) estudiante **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN** , **Carné No. 200218977** puede autorizarse dado que el mismo no tiene antecedentes previos en nuestra Unidad Académica.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Francisco Lemus Miranda
Coordinador Área Relaciones Internacionales

Se regresa expediente completo.

c.c.: Archivo
myda.

2



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:
Guatemala, doce de enero del dos mil diez-----

ASUNTO: El (a) estudiante: **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN**, carnet
No. 200218977 continúa trámite para la realización del Examen de Tesis.

1. Habiéndose aceptado el Tema de Tesis propuesto, por parte de la Coordinador (a) de la Carrera, **Lic. Francisco Lemus Miranda**, pase al Coordinador de Metodología, **Lic. Jorge Arriaga** para que se sirva emitir dictamen correspondiente sobre el Diseño de Tesis.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA

Se envía el expediente
c.c. Archivos
myda.
3/



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

Guatemala, 19 de enero del 2010

Licenciada
Geidy Magali De Mata Medrano
Directora, Escuela de Ciencia Política
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me dirijo a usted con el objeto de informarle que, tuve a la vista el trabajo de Tesis del o (la) estudiante **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN, carné No. 200218977** titulado **"LOS EFECTOS DE LA RECESION ECONOMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS NOSTALGICOS GUATEMALTECOS "**. El (la) estudiante en referencia hizo las modificaciones y por lo tanto, mi dictamen es favorable para que se apruebe dicho diseño y se proceda a realizar la investigación.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Jorge Arraga
Coordinador Área de **Regulación**



Archivos
Se regresa Expediente completo
myda/
4/.

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:
Guatemala a los veinte días del mes de enero del dos mil diez-----

ASUNTO: La estudiante **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN**, Carnet No. **200218977**, Continúa Trámite
Para la realización de su Examen de tesis.

1. Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Coordinador de Metodología, pase al (la) Asesor (a) de Tesis, Lic. Carlos López Chávez para que brinde la asesoría correspondiente y emita su informe.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Directora

Se regresa expediente completo
c.c. archivos
myda/
5.



Guatemala, 05 de febrero de 2010

Licda. Geidy Magali de Mata Medrano
Directora de la Escuela de Ciencia Política
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su despacho

Estimada Licenciada:

Por este medio me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que he sido nombrado asesor de tesis de la bachiller **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN**, quien trabajó como tema de tesis la investigación titulada: **“LOS EFECTOS DE LA RECESION ECONOMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS NOSTALGICOS GUATEMALTECOS”**, con la cual está optando al grado académico de licenciada y el título de internacionalista.

A partir de la designación oficial, procedí a revisar la propuesta de informe final de tesis de la Bachiller en mención, posterior a lo cual realicé varias sesiones de trabajo con la sustentante, para intercambiar opiniones y puntos de vista sobre su trabajo de investigación.

Luego de realizar las jornadas de reflexión y análisis, por medio de las cuales me permití sugerirle aspectos puntuales que permitieran una mejor comprensión de su aporte reflexivo, me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE** al trabajo de tesis de la sustentante debido a que el mismo es un importante aporte a las relaciones internacionales como ciencia, por lo que considero pertinente que la Bachiller García continúe con sus trámites respectivos para graduarse de internacionalista.

Sin otro particular, atentamente.


Lic. Carlos Enrique López Chávez

Lic. Carlos Enrique López Chávez
ABOGADO Y NOTARIO
COL. 11625

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Guatemala, doce febrero del dos mil diez_____

ASUNTO: el (la) estudiante: **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN** carnet No. **200218977**, continúa trámite para la realización de su Examen de Tesis.

Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del (la) Lic. Julio César Serrano Elías en su calidad de Asesora de Tesis, pase al (a) Lic. Francisco Lemus Miranda, para que proceda en su calidad de Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales a conformar el Tribunal que escuchará y evaluará la defensa de tesis, según el artículo 70 del Normativo de Evaluación y Promoción de estudiantes de la Escuela de Ciencia Política.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA

Se en expediente
c.c. Archivos
myda
6/





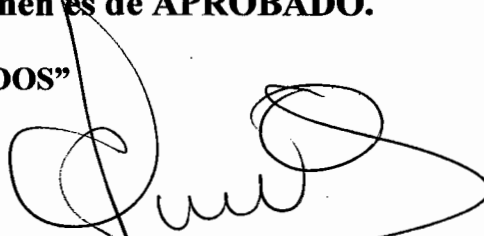
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA
COORDINACION AREA RELACIONES INTERNACIONALES.

ACTA DE EVALUACION DE TESIS
(Licenciatura en Relaciones Internacionales)

En la ciudad de Guatemala, el día dieciséis de abril del dos mil diez, se realizó la Lectura y Defensa de tesis de *JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN*, Carné No. 200218977, titulada: "LOS EFECTOS DE LA RECESION ECONOMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS NOSTALGICOS GUATEMALTECOS." para la Licenciatura en Relaciones Internacionales ante el Tribunal conformado por: Licda. Claudinne Ogaldes Cruz, Lic. Jorge Arriaga Rodríguez y Lic. Francisco Lemus Miranda como Coordinador del Area de Relaciones Internacionales, habiendo evaluado y escuchado el informe de investigación de la sustentante, consideran que el mismo contiene las cualidades necesarias para un trabajo de tesis, por lo tanto, el dictamen es de APROBADO.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Claudinne Ogaldes Cruz.


Lic. Jorge Arriaga Rodríguez


Lic. Francisco Lemus Miranda
Coordinador



**Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia Política**

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Guatemala, once de febrero mil once-----

Con vista en los dictámenes que anteceden, autorizo la impresión del trabajo de Tesis del (la) estudiante: **JESSICA XIOMARA GARCIA COJULUN, Carné No. 200218977** titulado: **"LOS EFECTOS DE LA RECESION ECONOMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACION DE PRODUCTOS NOSTALGICOS GUATEMALTECOS"**.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
DIRECTORA.

Se envía el expediente

c.c. Archivos

myda.

7/



ACTO QUE DEDICO

A Dios

Por ser mi luz, mi guía y mi todo.

A mis Padres

Por su sacrificio, por su apoyo y fortaleza, por el amor incondicional y finalmente por ser la fuente de mi inspiración.

A mi Novio Nelson

Por su amor, por su comprensión, por alentarme a seguir adelante y por ayudarme a crecer.

A mi familia

A mi tío Augusto Martínez, a mi tía Elsa de Martínez, a mi madrina Marta de Natareno, a mi primos Gustavo Martínez y Dorita de Martínez, a mis primos Carlos Rafael Martínez y Verónica de Martínez, a mi primo Edgar Augusto Martínez, a mi tía Gloria de Bobadilla, a mi tía Teresa de González y a mi prima Heidy Méndez, por su apoyo incondicional y su amor.

A mis amigos

Sara Sapòn y Luis Mack por estar presente en los buenos y malos momentos, por su guía, y por su amor.

ÍNDICE

	Página
Introducción	i
Capítulo I: Aspectos Metodológicos	1
Capítulo II: Comercio Internacional	7
2.1. Las Barreras al Comercio Internacional	8
2.2. La Organización Mundial del Comercio y la Promoción del Libre Comercio	9
2.3. Los Principios del Sistema de Libre Comercio	13
2.4. La Globalización y el Comercio Internacional	18
2.5. Comercio Exterior	21
Capítulo III: Tratados de Libre Comercio	25
3.1. Características de los Tratados de Libre Comercio	30
3.2. Los Contenidos de los Tratados de Libre Comercio	32
3.3. Las Economías en Desarrollo y los Tratados de Libre Comercio	34
3.4. Beneficio del Libre Comercio Para los Países en Desarrollo	39
3.5. El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América, Centroamérica y República Dominicana	40
Capítulo IV: La crisis económica estadounidense	47
4.1. Los efectos de la crisis en América Latina	55
Capítulo V: Productos Nostálgicos	59
Capítulo VI: Efectos de la Recesión Económica Estadounidense Sobre la Exportación de Productos Nostálgicos Guatemaltecos	75
6.1. La Búsqueda de Mercados Alternativos Para Los Productos Nostálgicos	80
Conclusiones	87
Recomendaciones	89
Bibliografía	91
Anexos	93

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es el informe final de la investigación denominada “Los Efectos de la Recesión Económica Estadounidense sobre la Exportación de Productos Nostálgicos Guatemaltecos”, el cual es un requisito para obtener el grado de Licenciada en Relaciones Internacionales y el título profesional de Internacionalista.

El trabajo de investigación permitió llevar a cabo un estudio sobre el comercio internacional, los tratados de libre comercio, la crisis económica estadounidense y los productos nostálgicos, así como la aplicación de la teoría de la interdependencia compleja como una de las explicaciones teóricas que existen sobre el papel de las exportaciones en el desarrollo de una sociedad; de igual manera, se logró conocer los fundamentos teóricos del libre comercio, así como la importancia que tiene los productos nostálgicos y étnicos en la actualidad debido al desarrollo y consolidación de un mercado creado por los migrantes, especialmente en Estados Unidos de América.

Para obtener la información que necesitaba en la elaboración del informe final, se recurrió a la recopilación de la información bibliográfica y documental que se relacionara con el tema del comercio exterior, los tratados de libre comercio, la crisis económica estadounidense y los productos nostálgicos, con lo cual se logró integrar un cúmulo de información para redactar la presente tesis.

El informe final de tesis consta de seis capítulos. El primero se refiere a los aspectos metodológicos de la investigación, lo cual consiste en una descripción del referente teórico denominado teoría de la interdependencia compleja, pues si bien existen distintas concepciones sobre la manera en que debe abordarse la realidad internacional, el tema que se analizó ha determinado la identidad con esta escuela de pensamiento, pues, si bien es cierto que la explicación de la dinámica económica y comercial mundial puede ser interpretada desde una visión dependentista, la misma niega por razones epistemológicas, la viabilidad del comercio exterior como mecanismo para promover el desarrollo de determinados grupos sociales; por lo cual, ante las otras

explicaciones teóricas como la teoría de sistemas, el estructural funcionalismo, la teoría de los sistemas mundiales o el conductismo, se consideró pertinente recurrir a la propuesta explicativa mencionada.

En esta misma sección se hace referencia a los métodos y las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación, la explicación del problema, su delimitación temporal y espacial, así como los objetivos generales y específicos.

En el segundo capítulo se estudian las características del comercio internacional, las barreras que se le han impuesto, las causas que originan el surgimiento de la Organización Mundial de Comercio –OMC-, los principios del sistema de libre comercio, la globalización dentro de la cual se desenvuelve la economía mundial y la importancia del comercio exterior.

El capítulo tercero se refiere a los tratados de libre comercio, la manera en que se han logrado convertir en predominantes en el comercio mundial, sus contenidos, el efecto de los mismos en las economías en desarrollo, para cerrar el tema con la descripción del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América, Centro América y República Dominicana, conocido como DR-CAFTA por sus siglas en inglés.

En el cuarto capítulo se describe el proceso que originó la recesión y luego la crisis económica estadounidense, sus efectos sobre América Latina y Centroamérica, especialmente en relación a la contracción de la actividad exportadora originada por la disminución de la demanda de productos originarios de esta área. En el quinto, se hace un análisis de los productos nostálgicos, su diferencia con los étnicos, así como la trascendencia de los mismos como una rama reciente en la economía latinoamericana en general y la centroamericana en particular.

Mientras que en el sexto capítulo se analiza los efectos de la recesión económica estadounidense en los productos tradicionales, la forma en que los empresarios de este sector y el gobierno reaccionan ante la misma, así como las alternativas que se están

promoviendo para lograr relanzar esta actividad exportadora para que contribuya al desarrollo nacional.

CAPÍTULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Los productos nostálgicos son aquellos asociados a un país, pero que en el exterior los consumen tanto los nacionales como otros grupos de población. En este sentido, los productos étnicos han logrado penetrar en mercados de mayor dimensión. Estos productos están integrados por diversos satisfactores, entre los cuales destacan los alimentos y bebidas, los muebles y las artesanías, el vestuario y la música, e incluso los detergentes y jabones.

La oferta de productos nostalgia de origen guatemalteco hay que considerarla en su dimensión actual y potencial. La primera se puede apreciar en el valor de las exportaciones de esos productos registrado en las cuentas externas del país, mientras que la potencial es mucho mayor, dado que existe un mercado sin explotar adecuadamente.

Estos productos tienen la característica de dirigirse a mercados altamente diferenciados y, por tanto, aunque deben cumplir con normas sanitarias y fitosanitarias, no se enfrentan a una estandarización a escala internacional de normas de calidad, ni necesitan desarrollar una innovación tecnológica muy costosa. Aún más, una de las virtudes de algunos de estos productos es precisamente que se elaboran de forma artesanal, de manera que si se introducen los cambios necesarios para cumplir con las normas, principalmente sanitarias, podrían ocupar un nicho de mercado importante en los Estados Unidos de América.

Ante esta realidad, el propósito de la investigación realizada fue analizar la importancia que tienen los productos nostálgicos en la economía del país, evidenciar la contracción que ha tenido su demanda a partir de la recesión, así como establecer criterios de política comercial desde Guatemala para contribuir a reactivar este mercado.

El trabajo de investigación está basado en datos procedentes de tres fuentes: a) bibliográfica, que permita contar con referencias e información sobre el fenómeno de la migración y de los productos nostálgicos; b) Análisis documental, de la información que exista en los medios de comunicación y en las oficinas gubernamentales acerca de los productos nostálgicos; y c) entrevistas a funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores, del Ministerio de Economía y de la Gremial de Exportadores de Guatemala – AGEXPORT-

A partir de los criterios que determinaron llevar a cabo el trabajo de tesis, se planteó como problemática establecer los efectos de la recesión de la economía estadounidense sobre los productos nostálgicos; los sectores económicos guatemaltecos que resultan más perjudicados con esta disminución de la demanda de esos productos; la política económica y comercial implementada por el gobierno de Guatemala para ayudar a estos sectores a superar los efectos de la contracción de la demanda; las estrategias que está implementando el sector empresarial guatemalteco dedicado a estos productos para enfrentar los efectos de la recesión sobre su mercado; así como el establecimiento de otros mercados en el ámbito internacional los cuales pueden ser alternativos para estos productos.

La temporalidad de la investigación fue desde el año 2000 al año 2009, debido a que en este período se evidencia el surgimiento, auge y declinamiento de la demanda de los productos nostálgicos en el mercado de los Estados Unidos de América.

Los objetivos establecidos para orientar académicamente el trabajo de investigación fueron determinar los efectos de la recesión económica en Estados Unidos de América, sobre la exportación de los productos nostálgicos guatemaltecos; evaluar la importancia de los productos nostálgicos en la economía guatemalteca; determinar las políticas que implementa el Estado guatemalteco para ayudar a los productores de nostálgicos a superar los efectos de la contracción en su oferta; conocer las acciones que llevan a cabo los empresarios de productos nostálgicos para superar la crisis; así como a

analizar los posibles mercados alternativos que pueden tener los productos nostálgicos en el exterior.

La investigación de tesis se realizó utilizando el método histórico para explicar la evolución del comercio internacional y exterior, el método deductivo orientado hacia la comprensión de la lógica de los tratados de libre comercio como una manera de adecuar a la actividad económica y financiera internacional a la realidad mundial de la actualidad, el de análisis para explicar los elementos y características que determinan la existencia de los productos nostálgicos y la síntesis, a través de la cual se explica la relación entre productos nostálgicos, comercio internacional y comercio exterior.

Las técnicas utilizadas para obtener la información primaria fueron la técnica bibliográfica y documental en cuanto a la investigación del tema utilizando para ello, textos, revistas, libros y páginas en Internet. Para acceder a las fuentes primarias de información, se utilizó un cuestionario dirigido a empresarios dedicados a la exportación de productos nostálgicos, funcionarios públicos vinculados al comercio exterior y a un directivo de la AGEXPORT, con el objetivo de dar respuesta a las preguntas planteadas en la investigación.

En la presente tesis, se parte del criterio que a principios del siglo XXI la mayoría de las sociedades del mundo se encuentran en un proceso de cambio, mas bien violento y algo traumática para algunas, y para otras ese proceso es mucho más pausado y asumible, debido a que en la actualidad la globalización está abarcando cada proceso productivo, financiero, económico y político de los países.

Aun cuando la globalización está siendo sometida a una serie de análisis, tanto por su viabilidad como por su funcionalidad en las diferentes naciones, como porque la misma aumenta la brecha entre ricos y pobres, hace perder la identidad cultural de los pueblos, en especial los indígenas, determina que el poder de grupos económicos transnacionales sobrepasan en poder a ciertos Estados; Sin embargo, este proceso global esta siendo

aceptado por buena parte de los países del mundo, los cuales cambian sus estructuras económicas y de poder para asimilar con éxito las nuevas reglas del juego.

Esta nueva dinámica mundial, es un proceso en el cual los países y sus diferentes sociedades se ligan entre si creando una interdependencia recíproca entre los Estados, llevada a diferentes niveles, tanto en el ámbito económico, escenarios sociales, interdependencia cultural y política.

Los elementos o condiciones que generaron esta nueva realidad mundial se relacionan, en primer lugar con la revolución de las comunicaciones por medio de Internet, telefonía satelital, televisión satelital y cadenas televisivas mundiales, las cuales han hecho que la información viaje a velocidades nunca vistas, afectando la toma de decisiones, a la manera de ver el mundo hoy, y a la convivencia global; y en segundo lugar, los usos de esta tecnología en las relaciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales.

Estas condiciones llevan a las sociedades a crear un macro centro de intercomunicaciones entre los gobiernos y entidades financieras de los países, creando relaciones mutuas que interconectan rápidamente a las economías mundiales; esto a su vez genera perspectivas de desarrollo a países que se adaptan rápidamente a las nuevas reglas del juego, adecuando áreas específicas en las economías nacionales, como las finanzas, las relaciones comerciales y las comunicaciones; en donde los avances tecnológicos están llegando cada vez mas rápido a pequeñas y medianas empresas, las cuales ven multiplicadas sus posibilidades de comercialización de sus productos, y con esto se abren nuevos escenarios de transacciones económicas.

El gran reto de la globalización es que plantea que las sociedades deban adaptarse secuencial mente a las innovaciones que plantean los nuevos escenarios de cambio en las esferas de comunicación y economía, tomando en cuenta que no siempre las sociedades se adaptan a este cambio, y que siempre existirá la ventaja comparativa y

de poder nacional de los países desarrollados en desmedro de los subdesarrollados o en vías de desarrollo.

Asumir esta postura teórica como fundamento explicativo para el objeto de estudio de la presente tesis, no significa ignorar la existencia de otras explicaciones sobre la misma realidad, puesto que como internacionalista tengo conocimiento del enfoque de la teoría de la dependencia y la otras propuestas teóricas; Sin embargo, debido a que la Universidad de San Carlos es el centro de la discusión del pensamiento universal, es posible aportar al debate aplicando una propuesta interpretativa que supere las visiones tradicionales de reflexión, lo cual es compartido por la propuesta de la teoría de los sistemas mundiales aportada por Immanuel Wallestein, el cual, desde una perspectiva marxista, plantea que el nuevo contexto mundial ya no puede ser explicado desde la visión bimodal del Estado-nación de dicha propuesta, sino que debía de ampliarse la reflexión hacia el importante papel económico de las corporaciones transnacionales, el clima político internacional, la interdependencia que afecta a los gobiernos de los países pobres, y el papel de las inversiones especulativas.¹

Aunque es muy importante esta propuesta, principalmente porque viniendo del marxismo coincide con la interpretación planteada por la teoría de la interdependencia, la misma es una reflexión para comprender el fenómeno macrosocial internacional, al cual Wallestein le llama sistema-mundo, por lo que resulta demasiado amplia para aplicarla hacia un tema específico como es el de la presente tesis; de ahí deviene la selección de la propuesta teórica utilizada en la reflexión que se lleva a cabo en el presente trabajo.

Resulta importante resaltar que a lo largo del trabajo, se toma en cuenta que en las relaciones económicas internacionales, al igual que todo en la esfera mundial, existen relaciones de poder que determinan la imposición de intereses de sectores, grupos, empresas o Estados, por lo que no se niega una realidad evidente; de hecho se hace

¹ Para leer un análisis de la propuesta de Wallestein, ver: <http://www.zonaeconomica.com/teoria-sistemas-mundiales>

énfasis que si los gobiernos de los países subdesarrollados no implementan acciones y políticas dirigidas a disminuir los efectos de la globalización, así como a promover las condiciones que le permitan a los sectores económicos y sociales ser competitivos, los efectos socioeconómicos sobre los mismos serán perjudiciales sino que desastrosos, pues es un hecho la existencia de ganadores y perdedores en el comercio mundial. La teoría de la interdependencia no niega esta realidad, sino que desde una visión realista establece los elementos económicos, políticos, sociales, culturales y jurídicos que deben tomarse en cuenta para reducir esos efectos negativos, fortaleciendo las ventajas comparativas y competitivas existentes en las sociedades.

Es esa interacción entre realidad y condiciones posibles lo que determina una forma diferente de apreciar el contexto globalizante, pues no se debe partir únicamente de los efectos negativos dándoles un carácter totalizante, sino buscar la comprensión del fenómeno para explorar opciones viables dentro de ese contexto que permitan mejorar las condiciones sociales y económicas de la población, lo cual fundamenta la existencia de las políticas de comercio exterior y la búsqueda de mercados para los productos nacionales en mejores condiciones de las existentes.

CAPÍTULO II

COMERCIO INTERNACIONAL

Existe una relación estrecha entre un comercio más libre y el crecimiento económico, debido a que todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos -humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente para no necesitar del concurso o apoyo de los demás países, aún las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen, por lo que a través de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

La economía enseña que todas las personas pueden beneficiarse cuando las mercancías y servicios se comercializan a partir del principio de la ventaja comparativa, lo cual significa que los países prosperan aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor y después intercambiando estos productos por los que otros países producen mejor.

“Hay diversos grados de apertura de un país al comercio internacional. El más cerrado, la autarquía absoluta, supondría negarse a cualquier importación; un pequeño grado de apertura implicaría permitir la importación de productos que no pudieran ser fabricados en el interior del país; si finalmente se diera libertad total de comercio, sería lógico esperar que sólo se importasen los productos que pudieran ser fabricados en el país a un coste excesivamente alto. Pero lo que se observa en el mundo real es algo más avanzado: con mucha frecuencia se comercia con productos que podrían ser fabricados

fácilmente por el país importador pero que resulta más ventajoso adquirirlos en el exterior.”²

Los argumentos de carácter económico a favor de un sistema de comercio abierto son muy sencillos y se fundan en gran medida en el sentido común comercial, pero también en la realidad, o sea en la experiencia adquirida en materia de comercio mundial y crecimiento económico desde la segunda guerra mundial.

En general, el comercio internacional es positivo para el progreso económico de todos y para los objetivos sociales de eliminación de la pobreza y la marginación social. Sin embargo, la liberalización comercial, aunque beneficiosa para el conjunto del país afectado, provoca crisis en algunos sectores que requiere la intervención del Estado.

El comercio internacional permite que muchos de los bienes que se demandan en un país, porque forman parte de las funciones de utilidad de los ciudadanos, lleguen a sus manos. Sin este intercambio, como ningún país es capaz de satisfacer completamente la demanda de bienes que hacen sus ciudadanos, especialmente en el caso de las economías más desarrolladas, el bienestar sería menor. De esta reflexión se deduce inmediatamente que una política comercial que obstruya el libre cambio perjudica el bienestar de los ciudadanos porque no permite que la economía alcance un desarrollo óptimo.

2.1. Las Barreras al Comercio Internacional:

Para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratan de fomentar las exportaciones. Pero para ello, en algunos casos, se sienten tentados a utilizar medidas perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables. Además, siempre está la tentación de establecer barreras a las importaciones.

² Wisecarver, Daniel. **El Modelo Económico Chileno**. Ed. Centro Internacional Para el Desarrollo Económico. Chile, 1992. Página 12.

Hay varios tipos de barreras a las importaciones.

- Los contingentes son barreras cuantitativas: el gobierno establece un límite a la cantidad de producto otorgando licencias de importación de forma restringida.
- Los aranceles son barreras impositivas: el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuye.
- Las barreras administrativas son muy diversas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad que, al ser diferentes de las del resto del mundo, impidan la venta en el interior a los productos que no hayan sido fabricados expresamente para el país.

Los acuerdos internacionales para derribar estas barreras no servirán de nada si no hay una voluntad liberalizadora clara y firme. La barrera más reciente y sofisticada de las ideadas hasta ahora son las autorestricciones concertadas como las acordadas entre los Estados Unidos y el Japón en virtud de las cuales éste último país limita voluntariamente la cantidad de productos que envía a los estadounidenses.

Si no existieran barreras a las importaciones ni ayudas artificiales a las exportaciones, los movimientos internacionales de bienes y servicios se producirían exclusivamente por razones de precio y calidad. Esa es, en el fondo, la única forma sostenible de mejorar la posición internacional y la relación real de intercambio de un país: conseguir producir con mayor eficacia, más calidad, a menor coste.

2.2. La Organización Mundial de Comercio y la Promoción del Libre Comercio:

En 1944, durante las denominadas reuniones de Bretton Woods, se había previsto la constitución de un organismo económico mundial que promoviera el libre comercio. En 1948 se aprobó en Cuba la "Carta de la Habana", el documento constituyente de la Organización Internacional del Comercio –OIC-, pero la necesaria ratificación por los

distintos gobiernos, especialmente el de los Estados Unidos de América, no se produjo. Fue menester que transcurrieran casi cincuenta años, hasta 1995, para asistir a la creación de un organismo similar, la Organización Mundial de Comercio –OMC–.

Durante ese medio siglo, el texto básico del GATT se mantuvo casi idéntico. La secretaría general del GATT, con sede en Ginebra, convocó una serie de rondas de negociaciones que permitieron acuerdos plurilaterales, es decir, de participación voluntaria, que permitieron importantes reducciones arancelarias.

“El GATT tenía un carácter provisional y un campo de acción que excluía a los países del bloque soviético, pero su éxito en el fomento del comercio mundial es incontrovertible. Las continuas reducciones de los aranceles estimularon durante los decenios de 1950 y 1960 el crecimiento del comercio mundial, que alcanzó tasas muy elevadas (alrededor del 8% anual por término medio). El ritmo de crecimiento del comercio mundial fue siempre superior al aumento de la producción durante la era del GATT. La afluencia de nuevos miembros durante la Ronda de Uruguay, tras el derrumbe del sistema económico soviético, fue una prueba del reconocimiento de que el sistema multilateral de comercio constituía un soporte del desarrollo y un instrumento de reforma económica y comercial”.³

El éxito logrado por el GATT en la reducción de los aranceles a niveles tan bajos, unido a una serie de recesiones económicas en el decenio de 1970 y en los primeros años de 1980, incitó a los gobiernos a idear otras formas de protección para los sectores que se enfrentaban con una mayor competencia en los mercados exteriores.

Las elevadas tasas de desempleo y los constantes cierres de fábricas durante las crisis de esas décadas, impulsaron a los gobiernos en Europa Occidental y en América del Norte a crear nuevos tipos de barreras comerciales no arancelarias, a tratar de concertar con sus competidores acuerdos bilaterales de reparto del mercado y a

³ Bulmer-Thomas, Víctor. **El Nuevo Modelo Económico en América Latina**. Ed. FCE. Página 54.

emprender una carrera de subvenciones para mantener sus posiciones en el comercio de productos agropecuarios. Estos hechos minaron la credibilidad y la efectividad del GATT.

El problema no se limitaba al deterioro del clima de política comercial. A comienzos del decenio de 1980, el Acuerdo General no respondía ya a las realidades del comercio mundial como lo había hecho en el decenio de 1940. En primer lugar, este comercio era mucho más complejo e importante que 40 años atrás: estaba ya en curso la mundialización de la economía; el comercio de servicios -no abarcado por las normas del GATT- era de gran interés para un número creciente de países, y las inversiones internacionales se habían incrementado.

La expansión del comercio de servicios estaba también relacionada con nuevos incrementos del comercio mundial de mercancías. Se estimaba que las normas del GATT resultaban deficientes también en otros aspectos. Por ejemplo, en el sector de la agricultura, en el que los puntos débiles del sistema multilateral se habían aprovechado abundantemente, y los esfuerzos por liberalizar el comercio de productos agropecuarios habían tenido escaso éxito.

En el sector de los textiles y el vestido, se negoció en el decenio de 1960 y primeros años de 1970 una excepción a las disciplinas normales del GATT, que dio lugar al Acuerdo Multifibras. Incluso la estructura institucional de este organismo y su sistema de solución de diferencias eran motivos de preocupación. Estos y otros factores persuadieron a los miembros de este foro de libre comercio de que debía hacerse un nuevo esfuerzo por reforzar y ampliar el sistema multilateral. Ese esfuerzo se tradujo en la Ronda Uruguay y en la creación de la denominada Organización Mundial del Comercio –OMC-.

La Ronda Uruguay duró siete años y medio, casi el doble del plazo previsto. Participaron 125 países. Se negociaron temas referidos a productos industriales, agrícolas, textiles, servicios financieros, problemas de la propiedad intelectual, así como

de los movimientos de capital; abarcó la casi totalidad del comercio, incluyendo los productos biológicos más novedosos, el software y los tratamientos médicos del SIDA.

Los Acuerdos de la Ronda Uruguay incluyen calendarios para la celebración de nuevas negociaciones sobre diversas cuestiones. Y en 1996, algunos países exhortaron abiertamente a que se celebrara una nueva ronda a comienzos del siglo XXI. Las respuestas fueron variadas; Sin embargo, el Acuerdo de Marrakech por el que se creó la OMC, contiene efectivamente compromisos de reabrir las negociaciones sobre diversos temas hacia el final del siglo.

La Organización Mundial del Comercio –OMC- es el único órgano internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Su núcleo está constituido por los Acuerdos que han sido negociados y firmados por la mayoría de los países que participan en el comercio mundial. Estos documentos establecen las normas jurídicas fundamentales del intercambio económico entre los países. Son esencialmente contratos que obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de límites convenidos. Aunque los mismos son negociados y firmados por los gobiernos, su objetivo es ayudar a los productores de bienes y de servicios, a los exportadores y los importadores para llevar adelante sus actividades.

“El propósito primordial del sistema es ayudar a que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible, siempre que no se produzcan efectos secundarios desfavorables. Esto significa en parte la eliminación de obstáculos. También significa asegurar que los particulares, las empresas y los gobiernos conozcan cuáles son las normas que rigen el comercio en todo el mundo, dándoles la seguridad de que las políticas no sufrirán cambios abruptos. En otras palabras, las normas tienen que ser transparentes y previsibles”.⁴

⁴ Silva Herzog, Jesús. **El Debate de la Apertura Comercial en las Economías en Desarrollo y Desarrolladas de Cara al Siglo XXI**. Ed. FCE. México, 2005. Pág. 203.

Como los acuerdos son redactados y firmados por la comunidad de países comerciantes, a menudo después de amplios debates y controversias, una de las funciones más importantes de la OMC es servir de foro para la celebración de negociaciones comerciales.

Otro aspecto importante de la labor de la Organización Mundial del Comercio –OMC- es la solución de diferencias. Las relaciones comerciales a menudo llevan aparejados intereses contrapuestos. Los contratos y los acuerdos, inclusive los negociados con esmero en el sistema de este foro internacional, a menudo necesitan ser interpretados. La manera más armoniosa de resolver estas diferencias es mediante un procedimiento imparcial, basado en un fundamento jurídico convenido. Este es el propósito que inspira el proceso de solución de diferencias establecido en los Acuerdos que crearon a esta Organización.

2.3. Los Principios del Sistema de Libre Comercio:

Los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio –OMC- son extensos y complejos porque se trata de textos jurídicos que abarcan una gran variedad de actividades. Tratan de las siguientes cuestiones: agricultura, textiles y vestido, servicios bancarios, telecomunicaciones, contratación pública, normas industriales, reglamentos sobre sanidad de los alimentos, propiedad intelectual y muchos temas más. Ahora bien, todos estos documentos están inspirados en varios principios simples y fundamentales. Estos principios son la base del sistema multilateral de comercio.

De acuerdo con estos principios, el sistema de comercio debe ser:

- no discriminatorio. Significa que un país no debe discriminar entre sus interlocutores comerciales (se concede a todos, de forma igualitaria, la condición de nación más favorecida); y tampoco debe discriminar entre sus propios productos, servicios o ciudadanos y los productos, servicios o ciudadanos extranjeros (se les concede el trato nacional).
- más libre. En donde los obstáculos se deben reducir mediante negociaciones.

- Previsible. Las empresas, los inversores y los gobiernos extranjeros deben confiar en que no se establecerán arbitrariamente obstáculos comerciales (que incluyen los aranceles, los obstáculos no arancelarios y otras medidas); un número creciente de compromisos en materia de aranceles y de apertura de mercados se consolidan en la OMC.
- más competitivo. Se desalientan las prácticas desleales, como las subvenciones a la exportación y el dumping de productos a precios inferiores al costo para ganar partes de mercado.
- más ventajoso para los países menos adelantados a partir de que se les otorga más tiempo para adaptarse, una mayor flexibilidad y privilegios especiales.

En virtud de los Acuerdos de libre comercio, los países no pueden por regla general establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Si se concede a un país una ventaja especial, por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos, se tiene que hacer lo mismo con todos los demás miembros de la OMC.

Este principio se conoce como el trato de la nación más favorecida. Se permiten ciertas excepciones. Por ejemplo, los países que forman parte de una región pueden establecer un acuerdo de libre comercio que no se aplique a las mercancías que proceden del exterior del grupo. O bien un país puede oponer obstáculos a los productos procedentes de determinados países, que se consideran objeto de un comercio desleal. Y, en el caso de los servicios, se permite que los países, en ciertas circunstancias restringidas, apliquen discriminaciones. Sin embargo, los acuerdos sólo permiten estas excepciones con arreglo a condiciones estrictas. En general, este trato significa que cada vez que un país reduce un obstáculo al comercio o abre un mercado, tiene que hacer lo mismo para los mismos productos o servicios de todos sus interlocutores comerciales, sean ricos o pobres, débiles o fuertes.

Cuando se hace referencia al trato igualitario para los nacionales y los extranjeros, significa que las mercancías importadas y las producidas en el país deben recibir un trato igualitario, al menos después de que las mercancías extranjeras hayan entrado en el mercado. Lo mismo se aplica a los servicios extranjeros y a los nacionales, y a las marcas de fábrica o de comercio, el derecho de autor y las patentes extranjeras y nacionales.

El trato nacional sólo se aplica una vez que el producto, el servicio o la obra de propiedad intelectual han entrado en el mercado. Por lo tanto, la aplicación de derechos de aduana a las importaciones no constituye una transgresión del trato nacional, aunque los productos fabricados en el país no sean sometidos a un impuesto equivalente.

Por otra parte, un comercio más libre, de manera gradual y mediante negociaciones, implica la reducción de los obstáculos al comercio, lo cual es uno de los medios más evidentes de alentar el comercio. Esos obstáculos incluyen los derechos de aduana (o aranceles) y ciertas medidas tales como las prohibiciones de importación o los contingentes que restringen selectivamente las cantidades importadas; ocasionalmente también se han debatido otras cuestiones, como el papeleo administrativo y las políticas cambiarias.

La apertura de los mercados puede ser beneficiosa, pero también exige una adaptación. Los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio –OMC- permiten que los países introduzcan cambios gradualmente, mediante la liberalización progresiva. Por lo general se concede a los países en desarrollo plazos más largos para cumplir sus obligaciones.

En algunos casos, la promesa de no aumentar un obstáculo al comercio puede ser tan importante como reducirlo, ya que la promesa permite que las empresas tengan un panorama más claro de sus oportunidades futuras. Mediante la estabilidad y la previsibilidad, se alientan las inversiones, se crean empleos y los consumidores pueden

aprovechar los beneficios de la competencia: la posibilidad de elegir y precios más bajos. Por medio del sistema multilateral de comercio los gobiernos tratan de dar estabilidad y previsibilidad a las actividades económicas.

En la Organización Mundial del Comercio –OMC-, cuando los países convienen en abrir sus mercados de mercancías y servicios, consolidan sus compromisos. Para las mercancías, estas consolidaciones equivalen a límites máximos de los tipos arancelarios. En algunos casos, los derechos de importación aplicados son inferiores a los tipos consolidados. Esto suele ocurrir en los países en desarrollo. En los países desarrollados los tipos efectivamente aplicados y los consolidados suelen ser idénticos.

Un país puede modificar sus consolidaciones, pero sólo después de negociarlo con sus interlocutores comerciales, lo que puede significar que tiene que compensarlos por la pérdida de comercio. Uno de los logros de las negociaciones comerciales multilaterales de la Ronda Uruguay consistió en incrementar la proporción del comercio sujeto a compromisos consolidados. En la agricultura, actualmente el 100% de los productos tienen aranceles consolidados. El resultado de todo esto es un grado considerablemente mayor de seguridad de los mercados para los comerciantes y los inversores.

“El sistema también trata de mejorar la previsibilidad y la estabilidad por otros medios. Uno de ellos consiste en desalentar la utilización de contingentes y otras medidas empleadas para fijar límites a las cantidades que se pueden importar (la administración de los contingentes puede dar lugar a un aumento del papeleo administrativo y a acusaciones de trato desleal). Otro medio consiste en hacer que las normas comerciales de los países sean tan claras y públicas (transparentes) como sea posible. Muchos de los Acuerdos de la OMC exigen que los gobiernos divulguen públicamente sus políticas y prácticas en el país o bien notificándolas a la OMC. La supervisión periódica de las políticas comerciales nacionales por medio del Mecanismo de Examen

de las Políticas Comerciales constituye otro medio de alentar la transparencia, tanto a nivel nacional como multilateral”.⁵

Algunas veces se describe a la Organización Mundial del Comercio –OMC– como una institución de libre comercio, pero esto no es completamente exacto. El sistema autoriza en realidad la aplicación de aranceles y, en circunstancias restringidas, otras formas de protección. Es más exacto decir que es un sistema de normas consagrado al logro de una competencia libre, leal y sin distorsiones.

Las normas sobre no discriminación y trato nacional, tienen por objeto lograr condiciones equitativas de comercio. Este es también el objeto de las normas relativas al dumping y las subvenciones. Las cuestiones son complejas y las normas tratan de determinar lo que es leal o desleal, y cómo los gobiernos pueden responder, en particular mediante la aplicación de derechos de importación adicionales calculados para compensar el perjuicio ocasionado por el comercio desleal.

“Los economistas y los expertos en cuestiones comerciales reconocen ampliamente que el sistema de la OMC contribuye al desarrollo. También se reconoce que los países menos adelantados necesitan flexibilidad en cuanto al tiempo que requieren para aplicar los Acuerdos. Y los propios textos de los Acuerdos incorporan las disposiciones anteriores del GATT, que prevén una asistencia especial y concesiones comerciales para los países en desarrollo. Más de las tres cuartas partes de los miembros de la OMC son países en desarrollo y países en proceso de transición hacia la economía del mercado. Durante los siete años y medio que duró la Ronda Uruguay, más de 60 de esos países aplicaron autónomamente programas de liberalización del comercio. Al mismo tiempo, los países en desarrollo y las economías en transición fueron mucho más activos e influyentes en las negociaciones de la Ronda Uruguay que en ninguna ronda anterior. Esta tendencia destruyó en la práctica la idea de que el sistema de comercio únicamente existía para los países industrializados. Hizo también variar la

⁵ **Ibid.** Página 205.

anterior inclinación a eximir a los países en desarrollo del cumplimiento de determinadas disposiciones y Acuerdos del GATT".⁶

Al finalizar la Ronda Uruguay, los países en desarrollo estaban dispuestos a asumir la mayoría de las obligaciones que se les imponen a los países desarrollados. No obstante ello, los Acuerdos les concedieron períodos de transición para adaptarse a las disposiciones de la OMC, especialmente en el caso de los más pobres, los países menos adelantados.

En virtud de una decisión de los ministros que concurrieron a la Ronda Uruguay, adoptada al finalizar la Ronda, se da a estos países una mayor flexibilidad para la aplicación de los Acuerdos de la OMC. En esa decisión se establece que los países más ricos deben acelerar la aplicación de los compromisos en materia de acceso a los mercados que afecten a las mercancías exportadas por los países menos adelantados, y se pide que se les preste una mayor asistencia técnica.

2.4. La Globalización y el Comercio Internacional

Durante los últimos 15 o 20 años se han producido ciertos cambios importantes en la estructura del comercio internacional. La globalización de los mercados ha supuesto para muchas empresas nacionales pasar por momentos difíciles y aún en estos momentos están sufriendo un proceso bastante duro y largo de recuperación. Otras han desarrollado la estrategia adecuada y se han aclimatado a los nuevos tiempos potenciando o desarrollando su actividad en un clima internacional.

Seguramente el comercio de servicios o productos intangibles han supuesto para muchos países de nuestro entorno, la obtención de ingresos importantes que ha venido a paliar o equilibrar la maltrecha situación de las industrias de productos manufacturados.

⁶ Bajo, Oscar. **Tendencias del Comercio Internacional**. Ed. Bosch. Argentina, 2007. Página 101.

Otros cambios vertiginosos se han producido durante este periodo en la industria y el comercio propiciado por los avances científicos y la aplicación de las nuevas tecnologías que han afectado todos los aspectos de la vida económica de los países, a partir de las nuevas aplicaciones tecnológicas, la energía nuclear, las comunicaciones y quizás lo más importante, el cambio de pensamiento en la estructuras personales y de grupo.

Uno de los factores de influencia en el comercio mundial y en la distribución de la actividad económica ha sido el auge de las empresas e industrias multinacionales. Estas compañías tienen intereses de negocio de fabricación o inversión a escala mundial y están presentes en multitud de países.

Estas compañías multinacionales están formadas por empresas ubicadas en otros países. Las decisiones sobre política de emplazamientos de las plantas de fabricación, almacenaje, distribución y marketing son tomadas sobre una base de criterio internacional. Ejemplo de ello se pueden ver en la industria del automóvil y otros grupos industriales repartidos por todo el mundo. El poder económico y financiero de estos grupos lleva a la reacción en contra de los mismos entre algunos miembros de la sociedad. Ello ha llevado consigo los conflictos entre regionalismos, nacionalismos y la empresa privada multinacional.

El vacío comercial que se produce entre los países desarrollados y los subdesarrollados está ampliándose, con serias consecuencias para los países que cada día confían más en los bienes importados. Los países subdesarrollados tienden a confiar más en la provisión de materias primas, cuya necesidad no sube en proporción al comercio o la población mundial. El resultado general es que el comercio entre países desarrollados aumenta cada día más y la grieta entre los avanzados y los menos desarrollados se abre cada vez más.

La globalización integra las economías mundiales y flexibiliza e incrementa los movimientos internacionales de mercancías, capitales y personas. Facilitada por unos

medios de transporte y comunicación cada vez más baratos y rápidos, la globalización parece una consecuencia natural del capitalismo que busca la expansión de los mercados consumidores y la producción a gran escala.

Los detractores de la globalización, sin negar los logros del libre mercado, la acusan, entre otras cosas, del aumento de las desigualdades, del imperio de las multinacionales sobre los Estados, de la explotación incontrolada de los recursos naturales y de la deslocalización de la producción que emigra, precisamente, a aquellos países que no respetan los derechos laborales o el medio ambiente.

Aunque la globalización ha contribuido a reducir la pobreza, existe el fundado temor de que los países más pobres no puedan integrarse en un ambiente tan fuertemente competitivo y que otros países queden descolgados del proceso. En ningún caso parece que la solución sea el nacionalismo, el proteccionismo o el romanticismo anti-industrial de algunos críticos de la globalización.

Para juzgar las ventajas y los inconvenientes de la globalización es necesario distinguir entre las diversas formas que adopta ésta. Algunas formas pueden conducir a resultados positivos y otras a resultados negativos. El fenómeno de la globalización engloba al libre comercio internacional, al movimiento de capitales a corto plazo, a la inversión extranjera directa, a los fenómenos migratorios, al desarrollo de las tecnologías de la comunicación y a su efecto cultural.

“Por ejemplo, la liberalización de los movimientos de capital a corto plazo sin que haya mecanismos compensatorios que prevengan y corrijan las presiones especulativas, ha provocado ya graves crisis en diversas regiones de desarrollo medio: sudeste asiático, México, Turquía, Argentina. Estas crisis han generado una gran hostilidad a la globalización en las zonas afectadas. Sin embargo sería absurdo renegar de los flujos internacionales del capital que son imprescindibles para el desarrollo”.⁷

⁷ Flores Olea, Victor. **Crítica de la Globalidad**. Ed. FCE. México, 2000. Página 28.

Los países en desarrollo necesitan procurar mejores condiciones en la estructura de sus exportaciones, posibilitar un fortalecimiento de sus patrones de acumulación de capital que se traduzcan en oportunidades para la población, en mejoras sociales generalizadas para todos los grupos sociales y en la utilización sostenida y racional de sus sistemas de recursos naturales, especialmente de aquellos de carácter renovable.

El fenómeno actual de la globalización no es una ley natural, integra a las naciones más avanzadas y a los grupos que, dentro de las naciones en desarrollo, logran insertarse en la nueva dinámica económica, pero margina en general a muchas naciones como unidades, y grupos sociales especialmente en lo económico. Se trata de una globalización segregante, por lo que si se quiere que los avances de la globalización sean sin que disminuya el bienestar de nadie, es necesaria la intervención de los gobiernos y los organismos internacionales redistribuyendo los beneficios y compensando a los perjudicados.

2.5. Comercio Exterior

Como definición, se puede decir que el comercio exterior es la disciplina que estudia las relaciones económicas y comerciales que mantienen los individuos de un país con los individuos de otros países, los Estados entre sí y los Estados con los individuos de otros países. Es importante en este tipo de comercio la figura del Estado, porque éstos consideran como cuestión pública el control del comercio internacional.

El comercio exterior se produce por la necesidad que tienen las empresas de un Estado determinado de buscar nuevos clientes. De lo anterior deviene que se pueda plantear que la actitud del Estado hacia el mercado internacional, que se materializa en leyes y actos administrativos, se le llama política de comercio exterior.

Los instrumentos de fomento a la exportación son de varios tipos: comerciales, financieros y fiscales, debido a que los gobiernos prestan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y

asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante publicidad, exposiciones y ferias internacionales entre otros.

El crecimiento de las exportaciones permite que se desarrolle un proceso doméstico dinámico por la aplicación de tecnologías que aumentan la productividad de los factores de producción. Esto tiene como resultado la ampliación de las posibilidades de producción de la economía, no sólo en su capacidad exportadora sino también en su capacidad de producción en los sectores de no exportables, por lo que, además de sustentar una mayor expansión de la economía, se beneficia del mejor desempeño económico. En otros términos, se genera un círculo virtuoso de crecimiento al interactuar recíprocamente los diferentes sectores económicos. Esta relación de simultaneidad dificulta el poder definir una causalidad estricta entre el crecimiento de las exportaciones y el del resto de la economía. Así mismo, las mayores exportaciones eliminan las restricciones de crecimiento económico que se originan en el desabastecimiento de bienes intermedios y de capital importados, como efecto de la escasez de divisas.

Lo anterior se explica por el alto efecto multiplicador del sector exportador de manufacturas, debido a las altas elasticidades de la demanda de este tipo de bienes; los fuertes encadenamientos hacia atrás y hacia adelante; y las economías de aprendizaje que pueden derivarse de los avances en la división del trabajo.

La transferencia de recursos de sectores de baja productividad a otros de alta genera un efecto favorable en la productividad agregada de la economía, ya que trabajadores poco productivos empleados en actividades tradicionales se transforman en trabajadores de la industria exportadora más productivos.

“Los estudios empíricos que han analizado la relación entre el comercio exterior y el crecimiento económico casi siempre han especificado modelos econométricos lineales, los cuales son compatibles con la teoría del crecimiento endógeno, la cual sostiene que el crecimiento económico o de la productividad es el resultado de actividades o políticas

económicas determinadas endógenamente. Por ejemplo, Grossman y Helpman (1995) desarrollaron modelos en los que la transferencia del conocimiento y de la tecnología de otros países, a través del comercio internacional, disminuía el costo de introducir nuevos conocimientos y tecnología en la economía interna”.⁸

En la actualidad, después de la denominada década perdida⁹, la mayoría de países desarrollados y en vía de desarrollo se han volcado a promover sendas políticas de comercio exterior, a partir de establecer que en el nuevo orden económico mundial, la actividad exportadora es el eje sobre el cual debe implementarse el desarrollo y la riqueza de las naciones.

⁸ Molina Medina, Humberto. **El Enfoque Sectorial en la Promoción de las Exportaciones**. Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior. México, 2001. Pág. 39.

⁹ Se denomina de esa manera al período de finales de 1970 hasta principios de 1990, cuando la economía de los países en desarrollo se contrajo a partir del elevado endeudamiento a que llegaron, lo que les obligó a aceptar las condiciones impuestas por el Fondo Monetario Internacional. Para ver más: <http://www.econlink.com.ar/subdesarrollo/decada-perdida>

CAPÍTULO III

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

Un tratado es un acuerdo escrito concluido por dos naciones soberanas o por una nación y una organización internacional. La facultad de concertar tratados es un atributo esencial de la soberanía. El principio de que los tratados concluidos de forma correcta son obligatorios para los signatarios, que deben adherirse a los mismos de buena fe, es una regla cardinal del Derecho internacional.

Un tratado comercial es un acuerdo entre distintos países para concederse determinados beneficios de forma mutua. Se pueden distinguir tres tipos de tratados comerciales: zona de libre comercio, unión aduanera y unión económica.

Un tratado de libre comercio –TLC- consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio –OMC- o por mutuo acuerdo entre los países participantes.

“Un tratado de libre comercio es un tratado comercial, en donde los países firmantes se comprometen a anular entre si, los aranceles a los productos en frontera. Es decir entre los países firmantes del tratado los precios de todos los productos comerciados entre ellos serán los mismos para todos los habitantes de la zona, de forma tal que un país no pueda aumentar (mediante aranceles a la importación) el precio de los bienes producidos en otro país que forme parte de la zona de libre comercio”.¹⁰

¹⁰ Unidad de Comercio de la Organización de Estados Americanos –OEA-. **Mecanismos y medidas para facilitar la participación de las economías más pequeñas en el Area de Libre Comercio de las Américas.** Ed. OEA. Washington, D.C. 1998.

Un tratados de libre comercio no necesariamente conlleva una integración económica, social y política regional; aunque existe experiencias tales como la Unión Europea, la Comunidad Andina, el Mercosur y la Comunidad Sudamericana de Naciones, las cuales se crearon para fomentar el intercambio comercial, en donde se incluyeron, además, cláusulas de política fiscal y presupuestaria, así como lo referente al movimiento de personas y organismos políticos comunes, lo cual los hace tratados particulares pues se orientan a largo plazo para alcanzar la integración completa.

Los principales objetivos de un tratado de libre comercio son:

- Eliminar barreras que afecten o mermen el comercio.
- Promover las condiciones para una competencia justa.
- Incrementar las oportunidades de inversión.
- Proporcionar una protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual.
- Establecer procesos efectivos para la estimulación de la producción nacional.
- Fomentar la cooperación entre países amigos.
- Ofrecer una solución a controversias.

Los tratados de libre comercio son importantes pues se constituyen en un medio eficaz para garantizar el acceso de productos a los mercados externos, de una forma más fácil y sin barreras. Además, permiten que aumente la comercialización de productos nacionales, se genere más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore el bienestar de la población y se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros. Pero además el comercio sirve para abaratar los precios que paga el consumidor por los productos que no se producen en el país.

Formalmente, un tratado de libre comercio se propone la ampliación de mercado de los participantes mediante la eliminación de los derechos arancelarios y cargas que afecten las exportaciones e importaciones. En igual sentido busca la eliminación de las barreras no arancelarias, la liberalización en materia comercial y de subsidios a las

exportaciones agrícolas, la reestructuración de las reglas y procedimientos aduanales para agilizar el paso de las mercancías y unificar las normas fitosanitarias y de otra índole.

Hablar de tratados de libre comercio involucra muchos aspectos, desde factores estrictamente económicos y financieros hasta factores geográficos, demográficos y culturales.

La cooperación e integración económica regionales están diseñadas, generalmente, para fortalecer las economías participantes a través del comercio liberalizado. En este contexto, se han creado acuerdos regionales de comercio entre una gama de países. Dadas las diferencias sustanciales en los niveles de riqueza dentro de las regiones de integración, existen preocupaciones en el sentido de que la liberalización de desplazamientos de mano de obra, si no está acompañada de esfuerzos por reducir estas diferencias de riqueza, causaría una avalancha incontrolada y desproporcionada de personas de los países participantes más pobres a los más ricos. Como resultado de ello, los acuerdos regionales de comercio en diferentes regiones enfocan la movilidad de mano de obra en una amplia variedad de formas.

Algunos acuerdos abarcan la movilidad de personas en general, incluyendo la migración permanente e individuos no trabajadores. A pesar de que algunos acuerdos incluyen a trabajadores en todos los niveles de aptitudes, la mayoría están limitados a trabajadores altamente calificados. Algunos acuerdos regionales de comercio ofrecen el desplazamiento libre de mano de obra, incluyendo la entrada al mercado local de trabajo, a pesar de que algunos están limitados a facilitar el desplazamiento de ciertos tipos de actividades relacionadas con el comercio o la inversión. Otros están confinados al desplazamiento temporal relacionado sólo con proveedores de servicios con exclusiones explícitas de entrada al mercado de trabajo o migración permanente.

Estos diferentes enfoques reflejan una gama de factores, incluyendo la proximidad geográfica de las partes, sus similitudes en niveles de desarrollo y lazos culturales e

históricos. Claramente, los acuerdos entre países que disfrutaban de proximidad geográfica y niveles similares de desarrollo tienden a tener un enfoque más liberal a la movilidad de la mano de obra en comparación con acuerdos entre países geográficamente distantes de distintos niveles de desarrollo. Sin embargo, este no siempre es el caso.

Un factor importante en la movilidad de la mano de obra es el alcance hasta el cual los países están proponiéndose crear acuerdos de integración globales (por ejemplo, la Unión Europea), o tienen como objetivo acuerdos más enfocados a abrir o facilitar el comercio (por ejemplo, Acuerdo de Libre Comercio de Norteamérica). Los primeros tienden a dar como resultado acuerdos con movilidad de mano de obra libre (o a acercarse a ella), mientras que los últimos se enfocan en la provisión de ciertas formas de movilidad para algunas categorías de personas relacionadas con el comercio. Dentro de cada una de estas formas, en general los acuerdos contienen disposiciones básicamente similares, con diferencias que reflejan la profundidad y extensión del acceso otorgado, más que enfoques fundamentalmente diferentes.

A pesar de que la comparación entre los acuerdos es difícil, hablando en términos generales, los mismos varían en una secuencia desde esquemas razonablemente trascendentales que comprenden la libertad general de desplazamiento para personas altamente calificadas, a través de acuerdos que dan acceso a ciertos grupos, hasta un sistema que no da acceso por sí mismo, pero facilita el desplazamiento de ciertos grupos minimizando los procedimientos de migración asignados a su desplazamiento.

En la mayoría de los acuerdos, la movilidad de la mano de obra no anula la legislación general sobre migración y las partes mantienen amplia discreción para otorgar, rechazar y administrar permisos de residencia y visas. A pesar de que algunos acuerdos (por ejemplo, la Unión Europea) permiten la movilidad general de personas y/o confieren derechos de migración, la mayoría de los tratados proporcionan sólo acceso especial o facilidad de acceso existente dentro de acuerdos existentes sobre migración.

Un derecho de movilidad de mano de obra, no implica automáticamente el derecho de practicar una cierta profesión; todavía se aplican disposiciones nacionales para la autorización bajo licencia y el reconocimiento de aptitudes y los candidatos deben cumplir con todos los criterios y condiciones. Además, las profesiones o sectores de servicios en particular deben estar abiertos a los proveedores extranjeros. Muchos tratados excluyen a ciertos sectores de servicios de la cobertura o aplican reglas especiales a ciertos sectores.

Algunos acuerdos, a pesar de que todavía están enfocados en el desplazamiento relacionado con el comercio, ya no están limitados simplemente al comercio en servicios, sino que pueden incluir a inversionistas y personas de negocios de otros sectores (por ejemplo, la manufactura). Estos acuerdos ya no tratan la movilidad según la sección del comercio en servicios, sino el grupo de personas transferidas dentro de una compañía, proveedores de servicios e inversionistas juntos en un capítulo separado sobre el desplazamiento general de personas físicas.

Desde el punto de vista de los fundamentos económicos, el libre comercio tiende a promover bienestar, mejora la colocación de recursos y eficacia, además de inducir ventajas comparativas y competitivas entre naciones. Sin embargo, y debido especialmente a los obstáculos que muchos de los países establecen para el libre comercio -en especial las naciones más desarrolladas con medidas que incluyen subsidios y mecanismos no arancelarios- el bienestar que se puede derivar de las prácticas del comercio mundial no se alcanza plenamente en la actualidad.

Para muchas de las naciones en desarrollo uno de los aspectos vitales es lograr efectivamente el libre acceso a los mercados de las naciones más avanzadas, en condiciones de competitividad. También se impone la necesidad de considerar los temas de migración tanto de mano de obra calificada como no calificada, de manera análoga a como se desarrolla la liberación de los mercados comerciales y financieros. Es necesario reconocer y aplicar procesos para hacer que las prácticas comerciales

constituyan elementos para el desarrollo sostenible de las sociedades y de mejora en la calidad de vida.

3.1. Características de los Tratados de Libre Comercio:

Los tratados de libre comercio, al igual que los acuerdos y convenciones internacionales suscritos por los gobiernos y ratificados por los organismos legislativos de cada país, constituyen leyes de la República, jurídicamente se ubican por debajo de la Constitución aunque tienen preeminencia sobre toda la legislación secundaria.

Los tratados internacionales celebrados por los Estados entre sí o con organismos internacionales, constituyen leyes de la República al entrar en vigencia, conforme a las disposiciones del mismo tratado y la legislación propia de cada país. Estos tratados obligan a los Estado a dictar las disposiciones necesarias para hacer efectivos los derechos reconocidos en los diferentes convenios internacionales, así como mantener el deber de respeto y garantías de los derechos y libertades reconocidos en los mismos.

Considerando la enorme trascendencia que tiene la ratificación de los tratados de libre comercio en los marcos jurídicos nacionales, y las implicaciones que suponen para los países, en cuanto a la afección y/o modificación de su orden legal y normativo, dada la subsunción real de esos marcos a la lógica y principios de la inversión extranjera, su ratificación opera como el mecanismo a través del cual se sellan jurídicamente un conjunto de reformas iniciadas con los procesos de ajuste estructural.

Estos tratados trascienden lo que estrictamente se refiere a la temática comercial, pues incursionan en áreas tan diversas como las políticas públicas, los derechos de los inversionistas, las patentes y derechos de propiedad intelectual, las compras gubernamentales, la flexibilización de los servicios públicos, la energía, las telecomunicaciones, el sector financiero, entre otros.

El propósito principal de un tratado comercial de esta envergadura, es el establecimiento de una zona de libre comercio entre los países suscriptores, teniendo como marco de funcionamiento el Artículo 5 y 24 del Acuerdo General de Aranceles y Servicios, los cuales aluden al estadio más simple y primitivo del proceso de integración económica, lo cual implica que el mismo no es sinónimo de integración económica, pues aquella se reduce exclusivamente a la abolición de las tarifas y las restricciones cuantitativas entre los países participantes, quedando por desarrollar la unificación de las políticas monetaria, fiscal, social y anticíclica, en un marco en que las decisiones emanan de un ente supranacional.

Aunque entre los objetivos enunciados en los tratados de libre comercio, obviamente figuran elementos de carácter estrictamente comercial como son el estímulo al comercio de bienes y servicios, la eliminación de barreras al comercio y la facilitación de la circulación de bienes y servicios; también se presentan otros objetivos, no menos importantes, que aluden principalmente al ámbito de la inversión.

Estos tratados pretenden promover condiciones de libre competencia, la eliminación de barreras al comercio, al movimiento de capitales y las medidas para favorecer la entrada temporal de personas de negocio. Esto pone en evidencia el cometido del tratado de suprimir los obstáculos que limiten la circulación de las mercancías y del capital, no así de la fuerza de trabajo, pese a la enorme relevancia que tienen los flujos migratorios en la actualidad; de igual manera, se proponen aumentar las oportunidades de inversión y la protección de los derechos de propiedad intelectual, desde sus contenidos y mecanismos que buscan la desregulación de los flujos de inversión.

Los tratados de libre comercio están inspirados en los Acuerdos y principios rectores de la Organización Mundial del Comercio, los cuales buscan la liberalización del comercio e inversión, y a partir de los cuales se presume que el sistema comercial sería más libre, previsible, menos discriminatorio, más competitivo y ventajoso para las economías menos desarrolladas.

Para evitar que se genere discriminación a partir de la firma de un tratado de libre comercio, en los mismos se ha establecido el principio de trato nacional o de nación más favorecida, a partir de la cual los gobiernos están en la obligación de otorgarle al inversionista extranjero al menos el mismo tratamiento que se le confiere a una empresa nacional; con ello se garantiza a las empresas extranjeras operar bajo las mismas condiciones en que operan las empresas nacionales.

“El principio de trato de nación más favorecida considera que los gobiernos suscriptores del tratado están en la obligación de otorgar un trato no menos favorable que el que otorgue -en circunstancias similares- a inversionistas de una Parte o de otro país no Parte. Con ello se cierra la posibilidad de que empresas de un país que no suscribe el convenio puedan gozar en exclusiva de un trato preferencial, pues este tratamiento debe hacerse extensivo a las empresas de las partes suscriptoras del tratado”.¹¹

El principio de comercio más libre y competitivo considera que la reducción de los obstáculos al comercio constituye el medio más adecuado para fomentar e incrementar el comercio; además, que las prácticas desleales de competencia comercial como el dumping y los subsidios —que muchas economías desarrolladas utilizan, con independencia de estos tratados, para proteger sus sectores más rezagados—, desalientan la competencia leal y equitativa. Por ello, se postula la reducción gradual de los obstáculos al comercio y alentar a los países a tomar medidas antidumping.

3.2. Los Contenidos de los Tratados de Libre Comercio:

Los tratados de libre comercio están constituidos por más de una veintena de capítulos que incluyen una gama de aspectos, entre las que figuran disposiciones generales, como trato nacional y acceso de bienes al mercado, sector agropecuario, medidas sanitarias, reglas de origen, inversiones, solución de controversias hasta la administración del Tratado.

¹¹ **Ibid.**

Considerando la amplitud que logran dichos tratados en materia de derechos para las empresas, se hace muy notoria la omisión entre sus contenidos de mecanismos que garanticen el cumplimiento de los derechos laborales y sociales, así como el respeto del medio ambiente y los recursos naturales, salvo en el caso del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en que formalmente se incluyeron dos Acuerdos de Cooperación, uno ambiental y otro laboral.

La normativa en materia de acceso de bienes al mercado establece el marco que regula el trato que las partes deben otorgar a los flujos de los bienes comercializados y a su acceso, los contenidos de los bienes producidos y los procedimientos para determinarlo, las medidas de excepcionalidad para la protección temporal a los productores nacionales, afectados por incrementos sustanciales de las importaciones y medidas orientadas a la protección de la salud y la vida de las personas y animales.

En este marco se incluyen aspectos ligados al intercambio de los bienes y los servicios entre las Partes signatarias del tratado, y su contenido está recogido en varios capítulos de, entre los cuales se encuentran: trato nacional y acceso de bienes al mercado, reglas de origen, sector agropecuario, medidas sanitarias y fitosanitarias, procedimientos aduanales para el manejo de las reglas de origen y medidas de salvaguardia.

De esta forma, la normativa que rige el acceso de bienes al mercado se reduce a un calendario de desgravación arancelaria, un conjunto de disposiciones técnicas sobre contenidos, calidad y normas para los productos, largos listados con partidas y subpartidas arancelarias —que representan mercancías— incluidas y/o excluidas en el calendario, según la capacidad de incidencia en la negociación que hayan tenido los países para la obtención de beneficios.

El acceso de los bienes al mercado se realiza mediante un programa de desgravación arancelaria, en el cual las Partes se comprometen a eliminar gradualmente los aranceles a las importaciones, de conformidad al calendario acordado. Este proceso

cubre períodos que van desde la eliminación inmediata del arancel hasta la eliminación a cinco, diez y hasta quince años a partir de la entrada en vigencia del tratado.

El tratado comercial abre las posibilidades de modificar el programa de desgravación arancelaria, a través de mecanismos acordados y conforme a la legislación de cada Parte, para lo cual se nombra un ente encargado en cada país, para la administración del convenio, y consecuentemente de la modificación del calendario de desgravación.

El acceso de los bienes al mercado está normado por las reglas de origen, éstas determinan el contenido y origen de las mercancías incluidas en los programas de desgravación arancelaria, y se aplica sobre el contenido regional de los bienes; con ellas se establece el origen de los insumos utilizados en el proceso de producción, así como el lugar donde éstas se han producido, ambos son aspectos claves para determinar los bienes que puedan gozar de las ventajas de la desgravación.

La definición de inversiones que se asume en los tratados de libre comercio es lo suficientemente amplia como para incluir en esta categoría prácticamente cualquier actividad llevada a cabo por capitales extranjeros y/o nacionales.

A juzgar por los contenidos y énfasis del tratado de libre comercio, las inversiones representan el núcleo del tratado. En el capítulo de inversiones se definen las líneas estratégicas que permiten la configuración del nuevo esquema para la acumulación del capital, complementado con el marco que provee la Organización Mundial del Comercio, lo cual se adecua a las nuevas realidades económicas que presenta el comercio internacional desde finales del siglo XX.

3.3. Las Economías en Desarrollo y los Tratados de Libre Comercio:

La globalización, el libre comercio y la integración económica presentan especiales desafíos para las economías relativamente menos desarrolladas. Para alentar su plena y efectiva participación, estas economías deberían contar con mayor flexibilidad y

margen de acción para decidir sus políticas de forma de asegurar que la liberalización del comercio sea compatible con el desarrollo sostenible a largo plazo.

A pesar de dichas amenazas, en la actualidad se tiene conciencia de que el comercio internacional es importante para el alivio de la pobreza y el desarrollo. Debido al gran potencial que el comercio tiene para mejorar las condiciones de vida, es importante para las economías menos desarrolladas que sean capaces de tomar ventajas de los beneficios del sistema de comercio internacional.

En las economías en desarrollo, las exportaciones son naturalmente un componente importante de la actividad económica y se concentran generalmente en uno o dos productos o sectores claves. Esta falta de diversificación implica mayor vulnerabilidad a cambios en precios, demanda, desastres naturales y una capacidad limitada de recuperación de golpes externos.

Las principales características económicas y estructurales de economías menos desarrolladas son las siguientes:

- “• La relativa falta de diversificación de exportaciones las cuales se concentran en uno o dos sectores claves.
- Mercados domésticos pequeños con alcances limitados para economías de escala.
- Gran dependencia en importaciones.
- Crecimiento económico caracterizado por un alto grado de volatilidad.
- Vulnerabilidad a cambios externos y desastres naturales.
- Alta dependencia en los aranceles como fuente de ingreso fiscal.
- Alto costo de infraestructura y administración pública”.¹²

A pesar de esas características, todos los países pueden beneficiarse de una mayor liberalización del comercio. Los países menos desarrollados se pueden beneficiar más

¹² Organización de los Estados Americanos –OEA-. **Temas de Comercio Internacional Relevantes para la Sociedad Civil**. Ed. OEA. Washington, 2006.

de la liberalización comercial y del aumento de especialización que podría surgir de explotar sus ventajas comparativas dentro de un mercado regional.

El tamaño reducido de una economía en desarrollo aumenta la concentración en la producción y la especialización en el comercio. La apertura comercial permite a estas economías especializarse en unos cuantos productos y/o sectores de servicios y derivar mayores beneficios al superar las limitaciones de economías de escala debido al tamaño pequeño de sus mercados domésticos.

De acuerdo al Banco Mundial “hay grandes beneficios para las economías menos desarrolladas cuando liberalizan el comercio con países industrializados. Estos acuerdos dan a los países en desarrollo la oportunidad de explotar sus ventajas comparativas al estar más integrados con economías industrializadas. Aumentan la posibilidad de transferencia de tecnología y la adopción de mejores prácticas para mejorar la productividad. En el aspecto político, estos acuerdos pueden estimular a los países en desarrollo a adoptar y comprometerse con buenas políticas económicas e implementar reformas para consolidar y profundizar su integración con los mercados de los países industrializados”.¹³

Aunque la liberalización del comercio tiene muchos beneficios, a menudo existen costos asociados con la apertura de una economía en desarrollo a la competencia extranjera. Los costos del ajuste son típicamente más pequeños que las ganancias del comercio, de ahí que en países en desarrollo frágiles estos costos requieren ser manejados apropiadamente.

Los costos del ajuste afectan más a industrias que compiten con bienes o servicios importados. Por esta razón, sectores sensibles, como la agricultura, pueden recibir un tratamiento especial y diferenciado mediante períodos de transición más largos y más lentos. La liberalización progresiva puede ayudar al ajuste y es importante asegurar que

¹³ Banco Mundial. **Global Economic Prospects**. Washington, DC: Banco Mundial. <http://www.worldbank.org/prospects>. Visitado el 10-09-2009.

las reformas apropiadas se hayan implementado de manera de lograr los mayores beneficios de la liberalización del comercio.

Ante el hecho del desplazamiento de trabajadores por la liberalización, la seguridad social y el buen funcionamiento del mercado de créditos pueden atenuar los efectos del desempleo y hacer más fácil que encuentren nuevos trabajos, de ahí que el reentrenamiento y el desarrollo de carreras son muy importantes para ayudar al desempleado a la transición a nuevas fuentes de ingreso que pueden ser creados por las industrias que se benefician de la liberalización.

Para algunas economías en desarrollo, la liberalización implica una pérdida significativa de ingresos fiscales cuando los aranceles se reducen y gradualmente son eliminados. Es comprensible que esto cause preocupación puesto que los ingresos por aranceles representan más de la mitad de los ingresos del gobierno en algunas economías, por lo que se les propone implementar reformas fiscales que ayudarían a ensanchar la base imponible y a minimizar los costos de ajuste del sector público causados por la liberalización.

De igual manera, los países en desarrollo pueden defender sus intereses en las negociaciones comerciales de varias formas, dependiendo de cómo definan dichos intereses. La mejor manera de hacerlo es participando activamente en las negociaciones, sobre la base de prioridades e intereses nacionales claramente definidos. Sólo de esta manera los representantes de los gobiernos pueden defender y expresar claramente una posición nacional coherente.

Los países en desarrollo pueden defender mejor sus intereses si se preparan adecuadamente para enfrentar el proceso de liberalización y la mayor competencia que resultará de otorgar mayor acceso a su mercado. Esto incluye, entre otras cosas, establecer un marco institucional apropiado a través de la implementación de regulaciones domésticas sólidas e identificar estrategias coherentes que maximicen las ganancias y, al mismo tiempo, minimicen los costos de ajuste de la liberalización.

“Una administración adecuada del proceso de liberalización, vale decir liberalización progresiva o en etapas incrementales, también puede ayudar a los países en desarrollo a defender sus intereses en las negociaciones comerciales. Para ello, los países en desarrollo deben escoger con cuidado cuáles sectores de servicios y suministro abrir, así como qué barreras al comercio eliminar. Los países en desarrollo también pueden pedir a sus socios comerciales que les otorguen acceso a mercados en sectores y modos de interés para sus exportaciones, por ejemplo negociar la eliminación de las restricciones al movimiento temporal del trabajo”.¹⁴

Los países en desarrollo pueden graduar la liberalización de su sector de servicios. En el contexto de los acuerdos comerciales, estos países pueden escoger los sectores que desean liberalizar y los que van a prorrogar. La decisión de ser parte de cualquier acuerdo comercial es antes que nada una decisión política; es una atribución del gobierno decidir si participa en una negociación comercial y cuando lo hace, así como la velocidad a la que liberalizará su mercado local de servicios.

En estos acuerdos comerciales, los países en desarrollo pueden limitar sus compromisos sólo a aquellos sectores y modos que les gustaría incluir en sus listas. Los países en desarrollo miembros de la Organización Mundial de Comercio tienen plena libertad para inscribir un menor número de compromisos en un menor número de sectores, porque no están obligados a hacer compromisos en sectores en que desean mantener la capacidad de regular o que sean altamente sensibles a nivel nacional; incluso, aun cuando hayan tomado compromisos, los países en desarrollo pueden restringir el acceso a nivel subregional o estadual.

En los acuerdos regionales, los miembros generalmente se comprometen a incorporar todos los sectores de servicios de manera de reflejar el deseo de tener una cobertura amplia. Sin embargo, esto no significa que todos los sectores de servicios deben ser liberalizados. En los acuerdos regionales también es posible que los países en

¹⁴ **Ibid.**

desarrollo, así como otros miembros, se abstengan de liberalizar sectores sensibles e inscriban reservas cuando se desea mantener algún grado de protección del mercado local.

El uso de la opción de compromiso previo o liberalización progresiva, también permite a los miembros de los acuerdos de comercio regionales liberalizar sus sectores de servicios de manera paulatina y comprometerse a reducir o eliminar las barreras al comercio de servicios de acuerdo a un calendario preestablecido. Por lo tanto, los países en desarrollo pueden influir en el alcance y la velocidad de la liberalización de su sector servicios en los distintos tipos de acuerdo.

3.4. Beneficios del Libre Comercio para los Países en Desarrollo:

“El comercio se considera un instrumento poderoso para el crecimiento económico y tiene gran potencial para mejorar las condiciones de vida de los pobres. En un mundo donde 2.9 mil millones de personas, la mitad de la población del mundo, vive con menos de US\$2 al día, la apertura de los mercados puede estimular el crecimiento económico y aumentar los estándares de vida para aquellos que más lo necesitan. Esto ocurre porque la liberalización del comercio permite a la economía hacer un mejor uso de sus recursos, lo cual aumenta la productividad y genera crecimiento. El crecimiento aumenta los ingresos de todos, inclusive de los pobres. La India y China, dos países con gran número de pobres, esperan experimentar reducciones substanciales en la pobreza por los efectos del crecimiento. El desafío consiste en asegurar que los países menos desarrollados puedan aprovechar el potencial comercial para penetrar los mercados y, asociado con la liberalización de comercio, reducir la pobreza y mejorar los estándares de vida”.¹⁵

¹⁵ **Ibid.** Página 65.

Hay muchas maneras en las que el comercio puede ayudar a los pobres. La liberalización del comercio y la inversión extranjera pueden crear trabajos directamente e indirectamente que proporcionan nuevas oportunidades para los pobres.

La liberalización del comercio cambia también los precios relativos y es probable que afecte a los pobres vía el efecto de cambios de precio al consumidor. De esta manera, las importaciones disponibles a los consumidores llegan a ser más baratas. Para el pobre, esto es muy importante puesto que puede bajar el costo de bienes básicos, tales como alimento y ropa. Las inversiones en infraestructura pueden ayudar también a bajar el costo de servicios como la electricidad.

Aunque los acuerdos comerciales puedan tener un efecto positivo, no es una solución automática a la pobreza, porque no hay una clara relación sistemática entre liberalización del comercio y la desigualdad creciente. La desigualdad puede ser atribuida a una multitud de factores tales como la historia, los recursos naturales, recursos de capital humano, inversión, capacidad institucional, productividad y una serie de otras consideraciones.

Los gobiernos de los países deben desarrollar y reforzar políticas domésticas de modo de aumentar las oportunidades para los pobres. Esto incluye la reducción de la desigualdad, el desarrollo del capital humano, y el incremento de oportunidades y acceso para los pobres para que puedan ser integrados en la economía y en el sistema global de comercio.

3.5. El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América, Centroamérica y República Dominicana:

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos de América y República Dominicana (más conocido como DR-CAFTA por sus siglas en inglés), está formada por los países de: Costa Rica, El Salvador, Estados Unidos, República Dominicana, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Es un tratado que busca la creación de una zona de libre comercio entre los países firmantes: hace permanente los beneficios para el 80% de productos centroamericanos que brinda la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), abarcando un volumen comercial de treinta mil millones de dólares. Está compuesto por veintidós capítulos, divididos cada uno en artículos.

La negociación, firma y ratificación del tratado se realizó en condiciones diferenciadas, amoldándose a las características y contexto político y social de cada Estado parte; el proceso se inició en 2003 para todos los países a excepción de República Dominicana, concretándose la adopción del texto para todos los países involucrados, en 2004 y entrando en vigor en distintas fechas para cada país a partir de 2006.

Por otro lado, considerando que la rama fundamental del tratado consiste en las disposiciones concernientes al trato comercial, es relevante abordar elementos como el arancelario, movimiento aduanero, origen de los productos y las reglas internas para el tráfico de mercancías. Como complemento, el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos de América y República Dominicana, se ocupa de legislar los aspectos relativos a producción higiénica y protección al medio ambiente, respeto a los derechos de propiedad intelectual e inversión pública y privada, así como toda la legislación laboral en los Estados signantes. También especifica los mecanismos para dirimir controversias y para el establecimiento de normativas de mutuo acuerdo.

Las negociaciones comenzaron en enero de 2003 y se logró acuerdo con El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua el 17 de diciembre de 2003, y con Costa Rica el 25 de enero de 2004. Ese mismo mes, comenzaron negociaciones con República Dominicana.

“El 28 de mayo de 2004, los Ministros de Comercio estadounidense (Robert Zoellick) y costarricense (Alberto Trejos), los Ministros de economía salvadoreño (Miguel Ángel Lacayo) y guatemalteco (Marcio Cuevas), el Ministro de Industria y Comercio

hondureño (Norman García) y el Ministro de Desarrollo, Industria y Comercio nicaragüense (Mario Arana) firmaron el documento en el edificio de la Organización de Estados Americanos. Una segunda ceremonia de adopción del texto con la Secretaria de Estado de Industria y Comercio de la República Dominicana, Sonia Guzmán, tuvo lugar el 5 de agosto de 2004. Por otro lado, pese que a Panamá se le considera un país centroamericano, no negoció junto al resto de la región el tratado, haciéndolo de manera exclusiva con Estados Unidos, por lo cual no se incluye en la zona de influencia de dicho tratado”.¹⁶

El acceso a las mercancías se basa en un proceso de desgravación arancelaria, es decir, que los productos entren exentos de impuestos por exportación. Dado que los países centroamericanos carecen de condiciones adecuadas para competir con los productores estadounidenses, el tratado dispone un periodo de gracia, el cual consiste en desgravar los aranceles escalonadamente para algunos productos. Dado que la lista de productos en dicha situación es extensa, cabe resumir la explicación en dos consideraciones: cada producto está regido por condiciones ad hoc, es decir, no existe un tratamiento homogéneo ni siquiera entre los países firmantes; es así que el azúcar salvadoreño se tratará distinto al azúcar hondureño, por ejemplo.

Existe una segunda consideración al respecto, la cual es llamada Salvaguarda Agrícola Especial (SAE), la cual puede ser aplicada únicamente por los países centroamericanos excepto en los productos lácteos y el maní; consiste en la capacidad de gravar con aranceles adicionales a los productos importados que, antes del año 2014, superen la capacidad productiva de los nacionales.

El tratado dispone que los Estados firmantes estén obligados a publicar sus normas aduaneras por medios legales y por Internet, haciendo disponibles oficinas de asesoría al respecto. Se dispone que los Estados están obligados a garantizar la transparencia en las oficinas aduaneras, no poniendo obstáculo técnico alguno para el libre paso de

¹⁶ Jaramillo, Felipe y Daniel Lederman. **CAFTA-RD: Desafíos y Oportunidades para América Central**. Ed. Banco Mundial, 2004. Pág. 20.

mercancías. El tratado exige que los procedimientos aduaneros sean simples y rápidos, retirando la capacidad al Estado de realizar inspecciones masivas a las mercancías.

El capítulo acerca de inversiones trata sobre el trato que cada Estado parte le dará a los inversionistas del resto de firmantes del tratado. Al respecto, el eje central es el trato igualitario a todos los inversionistas. El tratado establece claramente en su capítulo 10 que los Estados están obligados a dar condiciones tan favorables a los extranjeros y a sus nacionales. En caso de haber una disputa, el inversor extranjero tendrá exactamente los mismos derechos que el nacional, privando de cualquier preferencia, prebenda, protección u opción de asesoría legal por parte del Estado sobre sus nacionales de manera exclusiva.

Un punto relevante del tratado es que establece que de ninguna manera, los inversores están obligados a contratar nacionales del país de destino; en tal sentido, el tratado no garantiza que el incremento de la inversión será un aliciente para el crecimiento del empleo nacional.

El tratado establece los procedimientos para las contrataciones públicas, aboliendo todas las disposiciones nacionales al respecto; los procedimientos son homogéneos en la región, por lo que cualquier empresa conocerá las normas incluso si invierte fuera de las fronteras de su Estado de origen.

En materia de derechos de autor y propiedad industrial, el tratado obliga a los Estados a adherirse o ratificar una serie de convenios y tratados acerca del tema, apurando su discusión. Ninguna disposición nacional puede estar por encima de los tratados a ratificar, por lo que el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos de América y República Dominicana, establece un nuevo régimen legal unificado para las partes.

El articulado relacionado con los derechos de autor busca fundamentalmente proteger a los titulares de la propiedad intelectual de los productos, siempre y cuando estos sean

registrados oportunamente. En materia de marcas, el tratado dispone que los propietarios de las mismas serán tratados en las mismas condiciones que los nacionales, lo que implica poder ejercer sus derechos sobre cualquiera que los viole.

El tratado incrementa los requerimientos en materia de derecho laboral para los países centroamericanos, obligándolos a subir las normas en beneficio de los trabajadores. Se establece que no habrá diferencias en el trato entre naturales y extranjeros. No existen disposiciones acerca de la obligatoriedad de contratación de empleados nacionales o extranjeros, tasa mínima para empresas o distinciones entre unos y otros.

Por otro lado, el tratado obliga al Estado a contar con suficientes inspectores, encargados de verificar que se cumplan con los acuerdos internacionales en materia laboral. Cabe destacar que este convenio no aporta disposiciones en favor o en detrimento de los trabajadores, simplemente obliga a los Estados a cumplir con las normativas y compromisos adquiridos previamente. De igual manera, se establece que cualquier reducción de medidas laborales en función de atraer inversión es ilegal y sujeta de sanción.

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos de América y República Dominicana, es el primer tratado comercial que dedica un capítulo al campo de protección ambiental; como en el área laboral, no aporta medidas o procedimientos, más bien se dedica a obligar a los Estados a cumplir las leyes nacionales e internacionales ya existentes; Asimismo, establece procedimientos para sancionar a los infractores sin importar su nacionalidad; las sanciones deben estar ajustadas al Derecho Internacional y equiparables al resto de su zona de influencia. Además, establece que el Estado incentivará a las empresas a aplicar medidas de defensa del medio ambiente que se encuentren por encima de los niveles mínimos deseados.

A pesar de su ratificación en los países que lo negociaron, el tratado ha generado oposición de la sociedad civil, de partidos políticos y de académicos, argumentando que el mismo no trae soluciones reales para los problemas centroamericanos, siendo

únicamente una herramienta económica. Incluso en el congreso estadounidense existieron serias críticas para su ratificación, superando por la mínima el número de votos necesarios. Algunos legisladores estadounidenses afirman que el convenio solo servirá para aumentar el desempleo y la delincuencia en los países centroamericanos.

Los principales detractores del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos de América y República Dominicana, afirman que las empresas centroamericanas no tienen oportunidades de competencia con las estadounidenses, puesto que los volúmenes de capital son heterogéneos, mientras que el tratado obliga a darles un trato como si fuesen homogéneos. Se critica además que los productos centroamericanos se verán fuertemente afectados en volúmenes de venta, ya que no podrán competir con los precios y la calidad estadounidense, llevando a la bancarrota a muchas empresas, agricultores y pequeños productores.

Los críticos afirman que el desempleo crecerá de manera inminente ante el cierre de empresas, considerando que el tratado no garantiza empleo ni siquiera en un ambiente favorable de inversión extranjera. Se temen los daños a la salud de la población por los productos genéticamente modificados, la destrucción del medio ambiente por la producción industrial desmedida y la carencia de derechos de producción de medicamentos por motivo de las patentes.

Sin embargo, el tratado es una realidad jurídica, política y económica en el área centroamericana, en Estados Unidos de América y en República Dominicana. De igual manera, la tendencia mundial en los próximos veinte años por lo menos es la negociación y vigencia de tratados de libre comercio entre países, lo cual implica la inviabilidad de propuestas económicas que no contemplen la inevitabilidad de estos acuerdos comerciales. En todo caso, se trata de que Guatemala establezca estrategias nacionales para obtener el máximo beneficio de estos convenios con el fin de promover el desarrollo económico y social del país.

CAPÍTULO IV

LA CRISIS ECONÓMICA ESTADOUNIDENSE

En economía se entiende por recesión el periodo en el que se produce una caída de la actividad económica de un país o región, medida a través de la reducción del Producto Interno Bruto real, durante un periodo prolongado de tiempo, el cual puede ser menos dos semestres consecutivos, sin embargo hay autores que reducen este tiempo al de tres trimestres o incluso dos trimestres, lo que se considera una recesión débil. En determinadas ocasiones los actores políticos han utilizado una u otra según su interés.

“En la teoría de los ciclos económicos corresponde a la fase descendente del ciclo. Se suele caracterizar por una reducción de casi todas las variables económicas como son:

- la producción de bienes y servicios
- el consumo, particularmente suelen descender las ventas de automóviles y viviendas
- la inversión suele ser especialmente sensible en las recesiones, teniendo caídas muy pronunciadas durante estos periodos. Cuando empeora la situación económica, una gran parte es atribuible a las reducciones del gasto en nuevas inversiones, que son suspendidas o aplazadas en el tiempo.
- el empleo, la caída de la producción de bienes y servicios, provoca que las empresas demanden menos mano de obra y por tanto se produce un aumento del desempleo
- el beneficio de las empresas
- las cotizaciones de los índices bursátiles
- la inflación suele bajar durante los periodos de recesión. Al descender la demanda de materias primas, caen sus precios. Los salarios y los precios

industriales tienen menos tendencia a bajar, pero tienden a subir menos deprisa en las recesiones económicas”.¹⁷

La recesión puede producirse de forma suave o abrupta. En este último caso se habla de crisis. El proceso se complica cuando un elevado número de empresas entra en quiebra y arrastra a los proveedores pudiendo llegar en algunos casos a lo que normalmente se denominan crisis. Tal disminución generalmente provoca un gran desempleo. Si la recesión es muy seria, se conoce como depresión.

El tema de la recesión resulta importante, porque en la medida que la economía estadounidense se mantenga en esta condición, los exportadores de productos nostálgicos hacia ese país son afectados de manera directa porque disminuye su oferta al reducir la demanda en el país hacia donde exportan su producto.

La crisis financiera del 2008, la crisis mayor de todas las crisis financieras desde hace más de una década tiene elementos de los que hay que sacar lecciones. Cuando se trató de la crisis de México en 1995 al contagio que produjo se le llamó Efecto Tequila. Cuando se trató de la crisis de Tailandia y de Asia, de Rusia, de Brasil y de Argentina, se les llamó contagios. Cuando se trató de la llamada crisis de las tecnológicas, no hubo ninguna mención de contagio.

Los Estados Unidos están atravesando por la peor crisis de bienes raíces desde la Gran Depresión. Caídas del precio de las viviendas del orden de 10%, caídas en el PBI de construcción de viviendas desde el año 2004, un sistema financiero no bancario – fondo de inversión, fondos de cobertura y fondos de pensiones– dañado por la compra de hipotecas en el mercado de derivados y un impacto sobre el mercado de tarjetas de créditos aun no medido, la perspectiva de la economía mayor del mundo aparece poco brillante.

¹⁷ McConnell, Campbell R. **Economía**. Ed. McGraw Hill. México, 1997. Página. 325.

La crisis financiera actual probablemente sea el acontecimiento económico más importante de los últimos cuarenta años. Por su magnitud, intensidad y efectos sobre la economía real va a crear un antes y un después en la forma de entender la globalización financiera y su supervisión.

En esta crisis se ha aprendido que cuando se trata de una crisis mayor de bolsa de valores de Estados Unidos aunada a problemas en la economía, entonces no hay contagio sino que se le llama crisis global. La quiebra de la banca de inversión estadounidense y el arrastre de esto sobre las bolsas de valores es una crisis global, aunque la misma no ha sido la excepción en la historia estadounidense, si lo es el efecto que ha ocasionado.

“Un breve repaso de la historia económica de Estados Unidos muestra cómo las crisis financieras fueron un mal endémico de la economía americana durante su primer siglo de historia. Entre la Independencia y la Primera Guerra Mundial, se producían frecuentes episodios de pánico bancario y quiebra de entidades financieras cuya inmediata consecuencia era una importante caída de actividad durante varios años posteriores a la crisis. Así, la historia económica norteamericana recoge pánicos bancarios en 1819, 1837, 1857, 1873, 1893 y en 1907. La velocidad de expansión de la economía americana del siglo XIX, que creaba grandes oportunidades para la especulación, junto con la ausencia de instituciones adecuadas, que regularan el mercado financiero y actuaran como prestamista de última instancia, favorecían la aparición periódica de este tipo de crisis. Se puede afirmar que las recesiones del siglo XIX registradas en Estados Unidos tienen su origen, en un altísimo porcentaje, en la explosión de burbujas especulativas. Sin embargo, a partir de la creación de la Reserva Federal en 1913 y, sobre todo, de la mejora en los sistemas de regulación y supervisión que se producen en el primer tercio del siglo XX como consecuencia de la Gran Depresión, las crisis financieras prácticamente desaparecen durante la mayor parte del siglo XX. En los años ochenta y noventa tuvo lugar la crisis y reestructuración del sector de las cajas de ahorro y el pánico bursátil de 1987 pero estos acontecimientos no tuvieron una repercusión inmediata sobre la economía real, que no entraría en recesión

hasta 1990. Es, a principios de este siglo, cuando nos volvemos a encontrar con situaciones de sobrevaloración de activos financieros cuyo ajuste tiene una consecuencia, en mayor o menor grado, sobre la economía real”.¹⁸

La crisis que se hace pública a mediados de 2007, comienza a gestarse en el año 2001 cuando se produce el estallido de la burbuja financiera asociada a las empresas que operaban en Internet, lo cual trajo consigo una ralentización de la actividad durante dos años; sin embargo, no afectó a la economía mundial.

La actual recesión económica mundial, se debe buscar en el nivel de fallidos del sector hipotecario subprime que estaban muy por encima de las medias de estadísticas históricas.¹⁹ Como consecuencia de ello, un gran número de cédulas hipotecarias titulizadas sobre estos préstamos perdieron su cotización y, de forma repentina, se volvió ilíquido un mercado que hasta entonces procuraba financiación a una parte importante del sector inmobiliario de los Estados Unidos.

“A partir de ahí, y dado el entramado de productos estructurados alrededor de estos activos titulizados, se genera una creciente desconfianza en el mercado financiero que terminará provocando la mayor intervención coordinada por parte de los gobiernos en la historia económica reciente. Pero las verdaderas causas de la actual crisis financiera hay que buscarlas en una multiplicidad de factores complejos que se refuerzan entre ellos. En primer lugar, las autoridades financieras cometieron una serie de errores de política macroeconómica y de regulación, que propiciaron comportamientos inadecuados tanto en el mercado inmobiliario como en el mercado financiero”.²⁰

¹⁸ Nadal Belda, Alberto. **La crisis financiera de Estados Unidos.** En: http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2953_19-30_D0D7CC90785D87A456DC9AD37FA57C63.pdf. Consultada el 28-02-2010.

¹⁹ Se entiende por subprime a la modalidad crediticia del mercado financiero de Estados Unidos de América que se caracteriza por tener un mayor nivel de riesgo de impago superior a la media del resto de créditos.

²⁰ Nadal Belda, Alberto. **Aprender de Otras Crisis.** En: http://www.revistadelibros.com/articulo_completo.php?art=4269. Visitado el 28-02-2010.

El contexto de la crisis estadounidense que se comenzó apreciar a mediados del año 2007 es un manejo poco responsable de la política macroeconómica cuando en el año 2002 ante la inminencia de la depresión económica con deflación resultante de la caída masiva de las bolsas entre enero del año 2000 y entonces, se tomo la decisión de reducir las tasas de interés acompañando la reducción de impuestos y aumento del gasto militar característico de los gobiernos republicanos.

Desde la década de los noventa, los bancos centrales se fueron centrando cada vez más en el control directo de la inflación como objetivo prioritario de la política monetaria y, en el caso de la Reserva Federal, en la suavización del ciclo económico. A la hora de medir los resultados de la política monetaria, estos se medían en función exclusivamente del IPC, e incluso, en algunas ocasiones de la tasa de variación de la inflación subyacente. Los bancos centrales consideraban, sólo como información adicional pero en ningún caso como objetivo a controlar, otras variables como la expansión del crédito o de los agregados monetarios, la evolución de los precios de los activos o el déficit exterior.

“En un contexto de economías abiertas en el que se podía importar gran numero de bienes industriales desde las economías asiáticas, el índice de precios de consumo seguramente estaba minusvalorando los excesos de liquidez en el sistema económico. Así, y con el fin de combatir la recesión de 2001, la Reserva Federal llega a producir una rebaja histórica de los tipos de interés desde el 6,5 por 100 al 1 por 100. El mantenimiento, durante largos periodos, de tipos de interés reales negativos propició todo tipo de comportamientos. Y ello, en un mercado financiero de ávidos ahorradores y de instituciones financieras fácilmente apalancables”.²¹

“El segundo error de política económica es de carácter regulatorio y tiene su raíz en la revocación de las barreras existentes entre la banca comercial y la banca de inversiones que, en los años treinta, estableció la *Glass-Steagall Act*. Esta regulación,

²¹ Nadal Belda, Alberto. **La crisis financiera de Estados Unidos**. Ob. Cit. Pág. 2.

procedente de la Gran Depresión, establecía un rígido marco de separación entre la banca comercial, que toma dinero prestado del público en general, y la banca de inversión, que se financia exclusivamente a través del mercado de capitales. Los bancos comerciales estaban fuertemente supervisados por parte de la Reserva Federal quien exigía coeficientes de liquidez y de solvencia, lo que limitaba sus posibilidades de apalancamiento y por tanto de crecimiento del crédito. A cambio de esta regulación, la banca comercial gozaba del respaldo público a través de la garantía de los depósitos hasta un determinado límite. La banca de inversión, por el contrario, no estaba sometida a este tipo de controles, pero tenía rigurosamente prohibido acudir al público general en busca de financiación y tenía muy limitadas sus operaciones con el sistema de banca comercial. A partir de los años noventa, esta rígida separación se va diluyendo tanto por la revocación de la legislación como por la aparición de los fondos de inversión”.²²

En la práctica, se creó un mercado hipotecario paralelo al dominado por la banca comercial tradicional, que es el origen de la crisis de las hipotecas subprime. De hecho, tanto las Administraciones republicanas como demócratas, hicieron un esfuerzo consciente de relajar las condiciones para el otorgamiento y titulización de las hipotecas en el segmento subprime, como medio de incrementar el porcentaje de propietarios. Es decir, no sólo se consintió, sino que se alentó, la creación de este mercado hipotecario paralelo.

De esta forma, entre 2003 y 2007 se produjo una espiral de creciente endeudamiento de las familias estadounidenses, creciente apalancamiento de las entidades financieras e incremento constante de los precios de la vivienda. Incluso la banca comercial entró en este tipo de negocio, ya que, las posibilidades de apalancamiento que les ofrecía la innovación financiera, les permitía obtener crecientes beneficios sin estar sometida a las ataduras de la supervisión financiera.

²² **Ibid.**

De hecho, el mercado interbancario dejó de funcionar normalmente: los diferenciales no retornan a sus niveles previos y, además, se han ampliado de forma aguda, ante nuevas informaciones negativas para el mercado financiero.

Los bancos estadounidenses y europeos empiezan a reconocer sus pérdidas y los precios de la vivienda caen a un ritmo cada vez mayor. En el primer trimestre de 2008 se produce simultáneamente un agravamiento de la crisis financiera y comienza a ser patente su traslado a la economía real. La tasa de desempleo en Estados Unidos comienza a crecer de forma importante, mientras los anuncios de reducción de beneficios y de pérdidas en las entidades financieras de todo el mundo se suceden.

Una de las principales lecciones que se puede obtener de esta crisis es que las autoridades económicas en los momentos iniciales carecen de la información necesaria para conocer el alcance del problema. De hecho, sistemáticamente, se subestimó la magnitud de la misma, y la reacción de las autoridades, hasta muy recientemente, ha ido por detrás de los acontecimientos.

“Las primeras en reaccionar ante los problemas detectados en el mercado interbancario en el verano de 2007 fueron, lógicamente, las autoridades monetarias. La Reserva Federal, en colaboración con otros bancos centrales, puso en marcha numerosas medidas orientadas a controlar la crisis y a estimular el mercado financiero. Paralelamente a estas medidas, el Congreso de los Estados Unidos desarrolló otras iniciativas destinadas fundamentalmente a mejorar la regulación financiera, mantener la renta disponible y evitar el aumento de las ejecuciones hipotecarias. Por un lado, aprobó mayores competencias supervisoras para la reserva federal e incrementó la regulación sobre la banca de inversión, incrementando los límites de reservas de capital. Por otro, desde el punto de vista de la política fiscal, puso en marcha un importante número de medidas legislativas”.²³

²³ Sánchez, José Miguel. La crisis financiera internacional 2008-2009. En: <http://alainet.org/active/31806>. Visitado el 01-03-2010.

El 18 de septiembre de 2008, el secretario del Tesoro norteamericano, Henry Paulson, anunció un plan de intervención para permitir a las instituciones financieras deshacerse de los activos tóxicos de sus balances y devolver la confianza y la liquidez a los mercados. Este plan consistía en la creación de una agencia gubernamental que compraría los activos dañados a la banca y luego los vendería mediante subasta en los mercados.

“El plan otorgaba al Tesoro plenos poderes, durante dos años, para comprar y vender las inversiones vinculadas a hipotecas impagadas que estaban en manos de los bancos. Estas medidas suponían un desembolso de 700.000 millones de dólares, y elevaban el techo de la deuda pública a 11,3 billones de dólares. El lunes 29 de septiembre de 2008, el plan fue votado por primera vez en la Cámara de Representantes, y rechazado con 205 votos a favor y 228 en contra. Todo ello, a pesar de las presiones del propio Secretario del Tesoro, del Presidente de la reserva Federal, y del de la SEC, Christopher Cox, que comparecieron ante el Senado demandando una actuación inmediata, ante la parálisis del mercado interbancario”.²⁴

A pesar de la aprobación del plan de rescate financiero, los analistas y los propios mercados bursátiles mostraron su escepticismo ante su verdadera eficacia. La principal crítica consistía en considerar que el Plan no actuaba sobre la raíz del problema, es decir, sobre la descapitalización de las entidades financieras. Por el contrario, la compra de activos sólo conducía a una recapitalización de forma indirecta, incierta y lenta. Sin una pronta recapitalización, el desapalancamiento bancario continuaría y el crédito otorgado a la economía real seguiría disminuyendo.

“Los factores determinantes de la actual crisis económica y financiera internacional son de naturaleza estructural. En primer término, las instituciones y prácticas de la denominada nueva arquitectura financiera internacional, compuesta por un sistema global de grandes bancos de inversiones, fondos de cobertura y vehículos especiales

²⁴ **Ibid.**

de inversión, están inadecuadamente reguladas o carecen de cualquier tipo de regulación. En segundo lugar, la crisis se ha desatado en momentos en que se registran fuertes desequilibrios mundiales: entre el trabajo y la circulación de capitales, el déficit comercial de los Estados Unidos y el predominio del capital financiero sobre el capital productivo, entre otros. Así, la burbuja del mercado de crédito hipotecario de alto riesgo y la consiguiente deflación de la deuda, junto con el largo período de abundante liquidez y las bajas tasas de interés antes de la crisis, llevaron a los inversionistas a buscar mayor rentabilidad y a subestimar los riesgos”.²⁵

La crisis financiera resultante, por su magnitud, intensidad y efectos sobre la economía real va a crear un antes y un después en la forma de entender la globalización financiera y su supervisión. El proceso de recapitalización y recuperación del crédito será lento. El impacto sobre la economía real será muy importante y especialmente se dejará sentir la crisis en las economías emergentes. Como resultado de esta recesión mundial, probablemente se reforzarán los sistemas de supervisión financiera multilaterales, se limitará la innovación financiera y se hará un esfuerzo para coordinar las políticas monetarias. Sin embargo, la enseñanza de la historia económica es que la regulación tiene límites, y que el control regulatorio siempre es temporal.

4.1. Los efectos de la crisis en América Latina

Los efectos de la crisis se propagarán tanto a nivel macroeconómico como microeconómico y los grupos sociales más vulnerables serán los más afectados. Se espera un aumento de la pobreza, sobre todo debido al incremento de los precios de los alimentos y la energía y al deterioro de las condiciones del mercado laboral. El empleo será la variable de ajuste y el resultado final dependerá del marco económico, social e institucional propio de cada país.

²⁵ Bárcena, Alicia y otros. **La actual crisis financiera internacional y sus efectos en América Latina y el Caribe.** En: <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/02951.pdf>. Visitada el 01-03-2010.

“Se prevé que el impacto de la crisis económica y financiera mundial en las economías de América Latina y el Caribe se canalizará por cinco vías: i) contagio financiero y endeudamiento externo, ii) inversión extranjera La actual crisis financiera internacional y sus efectos en América Latina y el Caribe directa, iii) demanda externa, iv) remesas de los trabajadores y v) cambios de los precios relativos (sobre todo de los productos básicos)”.²⁶

Aunque no hay duda de que la región está más preparada que en años previos para absorber los efectos de las turbulencias. La mayoría de los países, además, posee mayores reservas y una mayor diversificación en las exportaciones. Sin embargo, hay tres aspectos que preocupan:

1. La contracción de los créditos internacionales;
2. La caída de la demanda en el mercado estadounidense, y una recesión global; encabezada por EE.UU.
3. La posible caída, o volatilidad, en el precio de las materias primas latinoamericanas.

En la actual coyuntura ningún banco latinoamericano ha quebrado todavía como efecto de las hipotecas subprime, pero es de esperarse que los efectos de una contracción de las líneas de créditos o de un aumento de las tasas de interés puedan filtrarse a través de los bancos locales, particularmente aquellos que son ramas de instituciones internacionales. Esto afectaría a todos, desde los pequeños negocios hasta los exportadores en busca de créditos.

“La restricción de las condiciones financieras internacionales también tendrá un efecto negativo en la entrada de inversión extranjera directa, que en los últimos años era una importante fuente de financiamiento para algunos países y que en 2009 se espera que se reduzca. En 2008, la inversión extranjera directa que ingresó a los países del Caribe,

²⁶ **Ibid.** Pág. 6.

en su mayoría vinculada al turismo, representó entre el 15% y el 25% del PIB. En Costa Rica, Panamá y la República Dominicana, se situó entre el 6,5% y el 8% del PIB y en Chile y el Perú fue de alrededor del 5% del PIB. La inversión extranjera directa total que ingresó a la región fue levemente menor que la cifra registrada en 2007, como consecuencia de un aumento estimado del 7% en los países ricos en recursos, especialmente en América del Sur, y un descenso previsto del 25% en las economías más dependientes de las exportaciones, sobre todo de manufacturas, y el turismo, como las de México, Centroamérica y los países del Caribe. A medida que el crecimiento económico mundial pierde impulso, lo mismo ocurre con la entrada de inversión extranjera directa. La desaceleración de los países desarrollados reduce la necesidad de inversión extranjera directa destinada a la búsqueda de la eficiencia y de recursos en la región, mientras que la desaceleración de las economías de la región reduce los incentivos para la inversión extranjera directa destinada a la búsqueda de mercados. Además, la crisis de liquidez limita la capacidad de las empresas de financiar operaciones de fusión y adquisición, que constituyen la forma más importante de inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe”.²⁷

A lo anterior se suma que un descenso en la economía de Estados Unidos, desde luego, sería más dañino para las economías más relacionadas con la de ese país, como las de México, América Central y Colombia. Como ejemplo, se tiene que la mayor parte de las exportaciones mexicanas tienen como destino Estados Unidos, y la fuerte dependencia mexicana del mercado estadounidense es considerada como la principal causa por la que los pronósticos oficiales de crecimiento para este año han sido ubicados en los más bajos en América Latina.

La crisis económica en Estados Unidos ha alcanzado a las naciones centro americanas generando falta de liquidez e incertidumbre respecto a la baja en las remesas de estos países. Esta incertidumbre y angustia que están sufriendo los latinoamericanos residentes en ese país se ha vuelto un aspecto que los afecta profundamente debido a

²⁷ **Ibid.** Pág. 8.

la ausencia de liquidez, garantías para obtener créditos, capacidad de enviar las remesas habituales a sus familiares en otros países y una serie de afecciones que repercuten en la estabilidad económica de estas personas que trabajan en esa nación. Esta situación se vislumbra poco estable para todos los habitantes del país estadounidense, además de ocasionar en poco tiempo alarmantes niveles de desempleo y un decrecimiento económico para ese país si no se llegara a una resolución equilibrada y beneficiosa en poco tiempo.

CAPÍTULO V

PRODUCTOS NOSTÁLGICOS

Los productos nostálgicos se definen como aquellos bienes y servicios que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones. Así, tamales, frijoles, frutas tropicales congeladas o en conserva, chiles secos, encurtidos, panadería, pescado seco, entre otros, son ejemplos de productos nostálgicos.

Este tipo de mercancías y servicios además de sus características anteriores tiene otros atributos y particularidades, entre ellas el hecho de que se trata de productos y servicios autóctonos, con un sentido de pertenencia nacional tales como peculiaridades religiosas y lingüísticas o geográficos, lo que corresponde a un estilo de vida transmitido sociales, los cuales al carecer de ellos los migrantes, les impide o dificulta retroalimentar sus formas de consumir, sus costumbres, sus tradiciones y sus formas de reproducción social que, entre otras, forman parte de su identidad histórica, cultural y nacional e incluso municipal y local, así como de sus particulares comunidades y familiares.

Se les denomina productos nostálgicos porque los mismos son demandados por los migrantes debido a la pena de verse ausente de la patria, deudos o amigos. Es la tristeza melancólica originada por el recuerdo. Y para combatir este dolor, el compatriota recurre a la búsqueda de elementos que le regresen a su país, productos que han ido ampliando las posibilidades de ese mercado.

El consumo de los productos nostálgicos, también se realiza por nacionales de otras comunidades, localidades, regiones y hasta de otras nacionales, sino que además habría que considerar a sectores de población de aquellos países destino de los migrantes y que mantienen contacto y relaciones con ellos, que por ese sólo hecho se convierten en potenciales grupos consumidores de este tipo de productos y servicios.

Estos elementos pueden ofrecer una idea de la importancia que este tipo de productos tiene no sólo en términos de la magnitud económica del mercado, como en lo que se refiere a la cobertura del concepto y su importancia y significado a una escala que rebasa los límites meramente connacional de la demanda.

Se debe diferenciar estos productos de los étnicos, los cuales son aquellos asociados a un país, pero que en el exterior los consumen tanto los nacionales como otros grupos de población. En este sentido, los productos étnicos han logrado penetrar en mercados de mayor dimensión, puesto que las personas los adquieren por su calidad y características aunque no tengan ningún sentimiento hacia el lugar de donde provienen. De esa cuenta, se prefiere el vino chileno al argentino, o el café guatemalteco al de Vietnam.

Esto quiere decir que no todos los productos de nostalgia son étnicos, pero si todo producto o servicio étnico es un producto de la nostalgia

Aún con la respectiva diferencia, los productos nostálgicos y étnicos son, sin duda, algunos de los que tienen mayor potencial de venta tanto a mediano como a largo plazo, debido, principalmente, a la demanda que tienen de la gran cantidad de inmigrantes centroamericanos y caribeños residentes en Estados Unidos.

Los productos étnicos y de la nostalgia destacan por ser mercancías cuya tendencia cuenta con la característica de orientarse y dirigirse a mercados altamente diferenciados. Como tales, aún cuando deben cumplir con normas sanitarias, fitosanitarias e incluso fitozoosanitarias, escapan a lo que pudiera entenderse como una estandarización a escala internacional en cuando a normas de calidad, mercancías que, por su naturaleza, no requieren desarrollar innovaciones tecnológicas sofisticadas, menos aún costosas. Tal vez las mayores innovaciones pudieran ubicarse en términos de su colorido, de algunos de sus materiales pero, sobre todo, quizá en términos de sus empaques, aunque lo interesante de la innovación en este caso habría que estárselo

replantando en función de los mercados objetivo, o de aquellos nichos de mercado que desean atacarse y ser atendidos.

Una de las virtudes de algunos de estos productos es precisamente que se elaboran de forma artesanal, de manera que si se introducen los cambios necesarios para cumplir las normas principalmente sanitarias, podrían ocupar un nicho de mercado importante en los Estados Unidos y demás países del mundo en donde haya migrantes. No obstante, estas características no pueden ser generalizadas para estos productos, sino solo para algunos. Otros son producto de procesos industriales vinculados a procesos artesanales (por ejemplo, ciertas bebidas alcohólicas como el tequila, el mezcal o hasta el pulque enlatado que ha tardado varias décadas en ser tratado y envasado para su venta por tratarse de una bebida ancestral mexicana que se debe a un proceso de fermentación natural que difícilmente resiste un envasado por largo tiempo).

“A grandes rasgos, se han detectado mercancías de esta naturaleza de diversos sectores económicos que son –y pueden ser- producto del intercambio de México con los Estados Unidos y Canadá, nuestros socios comerciales en el llamado Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Entre ellas destacan productos de los sectores de alimentos y bebidas, muebles, artesanías, vestuario, música y, aún más allá, sobre todo en el rubro de los productos de la nostalgia, detergentes, jabones, y, hasta refrescos de empresas y marcas transnacionales que se elaboran en México con azúcar de caña en lugar de la fructuosa derivada del maíz amarillo, que ofrece un sabor y gusto diferentes a los fabricados en los Estados Unidos”.²⁸

Las potencialidades de mercado de este tipo de mercancías y servicios se encuentran en las posibilidades de que productores micro, pequeños y medianos empresarios latinoamericanos, logren incorporarse a los mercados de productos étnicos y de la nostalgia, con una oferta atractiva y que logre sortear, además de las tradicionales barreras comerciales que implica el mercado de América del Norte, particularmente el

²⁸ Olmedo Carranza, Bernardo. **Mercados Étnicos y de la Nostalgia y Pequeñas Empresas**. Página 10.

de los Estados Unidos, las medidas que supone la llamada Ley contra el Bioterrorismo, aplicado a mercancías específicas del sector alimenticio y farmacéutico, que en este último caso pudieran aplicarse a productos naturales que son utilizados en la región latinoamericana como productos curativos, sanativos y/o de uso común, como es el caso de la hoja de coca en su versión estrictamente natural para el caso de algunos países andinos (Bolivia, Perú, por ejemplo).

Cuando se hace referencia a la exportación de productos nostálgicos se debe entender que una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

Estas exportaciones como tendencia tienen regulaciones, las cuales son acciones que consisten en someter o sujetar una cosa a determinadas normas o reglas.

“Tradicionalmente, el comercio era regulado mediante acuerdos bilaterales entre dos países. Bajo la creencia en el Mercantilismo, durante muchos siglos los países imponían altos aranceles y otras restricciones severas al comercio internacional. En el siglo XX, especialmente en Gran Bretaña, la creencia en el libre comercio tomó fuerza y esta perspectiva ha dominado el cálculo político entre los países occidentales hasta la actualidad, a partir de lo cual, varios tratados multilaterales han intentado crear una estructura global de regulación comercial”.²⁹

En los últimos veinte años, el mercado hispano en los Estados Unidos y Canadá se ha ido acrecentando, particularmente después de los efectos que trajo consigo la crisis económico-financiera que sufrió la región de América Latina y el Caribe desde principios de los años ochenta del siglo pasado. Los flujos migratorios –particularmente hacia las

²⁹ Sánchez de León, Héctor. **El comercio exterior y su entorno jurídico**. Ed. Porrúa. México, 2005. Pág. 21.

zonas urbanas pero sobre todo hacia los Estados Unidos, fundamentalmente- que han existido siempre, se tornaron entonces más atractivos a raíz de las cada vez menores oportunidades de empleo, y aún de empleo retributivo, entendiendo con ello la posibilidad de cubrir y restituir la capacidad de reproducción de las familias, y aún de las personas, con un salario capaz de cubrir sus necesidades fundamentales.

De este modo, la población de origen hispano – o latino como suele denominársele- en los Estados Unidos ha ido creciendo con tal ritmo que hoy se considera constituye la segunda minoría étnica en los Estados Unidos de América. En este sentido los migrantes, sea en su calidad de legales o bien de ilegales, conforman un mercado con ritmo de crecimiento por arriba de lo que representa el crecimiento de la misma economía estadounidense.

“Es un hecho que una proporción creciente de la población de México y de Centroamérica ha emigrado de manera definitiva hacia los Estados Unidos, lo cual tiene importancia como fuente de demanda de productos étnicos y nostálgicos. Actualmente, se estima que más de 21 millones de personas residentes en aquel país son de origen mexicano y 4,7 millones provienen de Centroamérica. Esa población continúa aumentando, como se aprecia en los datos de inmigrantes que pasaron a ser residentes permanentes en los Estados Unidos”.³⁰

Es importante observar que el grupo de población latina o hispana en general es el que crece a la tasa demográfica más elevada, y representa una proporción cada vez mayor del total poblacional, mientras que la población asiática, afroamericana y blanca tienden a ocupar una proporción cada vez menor.

³⁰ Cruz, Miriam y Carlos López Cerdán. **Pequeñas Empresas, productos Étnicos y de Nostalgia: Oportunidades en el Mercado Internacional. Los casos de El Salvador y México.** Ed. CEPAL. México, 2003. Página 7.

“Las estimaciones indican que la población de origen hispano alcanzará los 55 millones de personas en 2020 y los 68 millones en 2030 (19,4% de la población total de los Estados Unidos, en comparación con el 6% de 1980)”.³¹

Estos datos resultan importantes porque esa población representa una fuente natural de demanda de productos de cada una de sus naciones de origen, particularmente de alimentos, que es un sector de producción relevante en la mayoría de los países latinoamericanos, y en el cual las pequeñas empresas tienen mucha presencia.

“En la actualidad se calcula –en términos conservadores- que el mercado hispano en los Estados Unidos está compuesto por poco más de 42 millones de personas que, como comunidad en términos cuantitativos, es mayor a toda la población de Canadá (alrededor de un 30 por ciento mayor), y representaría la economía número 5 en América después de Estados Unidos, Canadá, México y Brasil. Su producto Interno Bruto (PIB) asciende a alrededor de los 700 mil millones de dólares, es decir, casi el PIB anual actual de México”.³²

Se calcula que entre el 68 y 72 por ciento del mercado hispano en los Estados Unidos corresponde a mexicanos y a méxico-americanos, que en el caso particular de México, constituye el mayor mercado potencial para los productos nostálgicos y étnicos, porque en números fríos implica alrededor de 28 millones de personas de origen mexicano.

Uno de los aspectos fundamentales que se utiliza para justificar el Tratado de Libre Comercio negociado por Centroamérica con los Estados Unidos América, es el acceso que éste permitirá, sin pago de impuestos, de productos étnicos centroamericanos al mercado de dicho país, aprovechando en primera instancia la demanda que de ellos se tiene por parte del mercado nostálgico.

³¹ **Ibid.**

³² Olmedo. **Ob. Cit.** Página 11.

Este mercado hace referencia a la comunidad de más de 4.7 millones de centroamericanos que viven en aquel país. Se supone, además, que este mercado podría ser aprovechado por la pequeña y mediana empresa. Así, se plantea que este segmento de mercado potenciará el desarrollo productivo y de exportaciones de las mercancías relacionadas propiamente con los hábitos de consumo, cultura y tradiciones centroamericanas (productos étnicos) tales como: horchata, pan dulce, loroco, quesos, tamales, textiles típicos, etc.

Es claro que el mercado de 4.7 millones de centroamericanos presenta un fuerte potencial, por lo tanto la posibilidad de aprovechar este mercado, en los Estados Unidos de América, se daría para todas las pequeñas, medianas empresas de Centroamérica, dado que el mismo Tratado uniformiza las condiciones de acceso a este mercado para todas las empresas de la región.

Los productos étnicos de Centroamérica de mayor consumo en los Estados Unidos son:

- “a. Productos de maíz. Para el caso la harina para tortilla es consumida por un 60.1%, de la población salvadoreña inmigrada.
- b. Frijoles.
- c. En cuanto a las frutas y los vegetales, es el loroco el producto de mayor demanda.
- d. El 65% de los migrantes centroamericanos consume pan dulce, especialmente la semita y la quesadilla.
- e. En cuanto a productos lácteos está el consumo de quesos, especialmente el queso duro.
- f. En bebidas, es la horchata la más demandada.

En cuanto al mercado estadounidense, los productos étnicos de mayor importancia, de acuerdo con las exportaciones en dólares registradas, son: el pan dulce, la horchata y los quesos”.³³

Las exportaciones de los productos étnicos hacia los Estados Unidos hasta el presente tienen poca importancia en las exportaciones de Centroamérica. Sin embargo, uno de los argumentos que se utiliza para razonar el gran potencial de los mismos, es la alta rentabilidad que estos ofrecen, al ver el alto margen de comercialización que presentan los precios a que se venden en el mercado estadounidense. El margen existente en el precio en el mercado americano y el precio local presenta unos márgenes muy grandes, hasta del 1000%. Lo anterior significa que el que exporta estos productos obtiene unas ganancias extraordinarias.

“A primera vista es un aspecto sin duda muy atractivo para decidirse a producir estos rubros y exportarlos, particularmente si el productor nacional captará el alto margen de comercialización; sin embargo, al ver los precios de exportación que recibe el productor, se puede concluir que hasta ahora el gran ganador es el o los intermediarios entre el productor nacional y el distribuidor final en el mercado americano. Sería de mucho beneficio conocer el margen de utilidad de las empresas distribuidoras en la perspectiva que la micro y pequeña empresa participen de las posibles utilidades de este mercado, para lo cual tendrían que adoptarse medidas para una distribución más equitativa a lo largo de los procesos productivos involucrados en los productos étnicos”.³⁴

Únicamente analizando los productos étnicos se puede concluir que pese a que el mercado nostálgico en efecto representa un espacio para el comercio centroamericano, la capacidad de exportación (competitividad en costes, producción, comercialización, canales de distribución) de las empresas centroamericanas, en términos de productos

³³ CENPROMIPE. **Normativa y Perspectivas de Acceso al Mercado Estadounidense para los Subsectores de Artesanías, Muebles, Confecciones, y Productos Étnicos y Nostálgicos**. Ed. GTZ. El Salvador, 2005. Pág. 71.

³⁴ **Ibid.**

étnicos, es muy pobre actualmente, y para cambiar esta situación deberán hacer grandes esfuerzos concertados entre los gobiernos y los productores.

En este marco de condiciones se desenvuelven los productores/as de bienes étnicos, quienes a pesar de tener un mercado nostálgico en los Estados Unidos con potencial de consumo y un libre acceso a éste por la vía arancelaria, no es suficiente para la inserción al mercado estadounidense (sobre todo para la micro y pequeña empresa). El contar con canales de distribución adecuados y la necesidad de cumplir con las normas de etiquetado, de calidad, de sanidad, etc., requieren de enormes esfuerzos y recursos que dicho sector empresarial en su mayoría no es capaz de asumir.

Se presenta una serie de consideraciones que nacen de los elementos vistos anteriormente, a partir de los cuales se puede argumentar que existen fuertes mercados potenciales en los Estados Unidos de América para exportar productos nostálgicos, lo cual podría beneficiar el desarrollo de la economía centroamericana. También hay aspectos que cuestionan el alto peso que se le quiere dar a estos mercados potenciales. Por otra parte, hay también conclusiones conducentes a establecer que estos mercados de productos nostálgicos pueden ser un gran potencial para la micro, pequeña y mediana empresa.

Existe un potencial de demanda garantizado para las empresas más pequeñas productoras de productos nostálgicos y étnicos debido a las siguientes razones.

a) Se trata de productos con los que los migrantes residentes en los Estados Unidos están familiarizados; es decir, existe una relación de afinidad con el producto, lo cual implica que, aún cuando las empresas no puedan cubrir costos de transacción y promoción muy grandes, habrá un público interesado en comprar el producto.

b) En muchos de estos casos hay una relación de flujos naturales de comercio establecida inicialmente por comerciantes informales (viajeros), sin apoyos

institucionales, que responden a una demanda por este tipo de productos de la población emigrada.

c) Es una demanda que refleja una confianza del consumidor en el producto, pues ya cuenta con información sobre éste y es de su preferencia.

d) Son productos con ventajas comparativas, debido a que ya se ha establecido una preferencia por el producto por cuestiones de cultura, arraigo, nostalgia, lo cual los convierte en bienes altamente diferenciados.

e) Se trata de un consumo permanente, no asociado a la moda sino a la cultura y al arraigo a los países de origen de esas poblaciones; además, se vinculan a ingresos superiores a los de los países de origen, como se verá más adelante.

f) Son mercados con un potencial de demanda considerablemente mayor a la que existe actualmente, ya que muchos productos serían consumidos por la población hispana en los Estados Unidos si estuvieran disponibles. El hecho de que no estén al alcance de la mano se puede atribuir a que estos productos no cumplen con las normas de calidad o sanitarias y fitosanitarias para ingresar al mercado de los Estados Unidos de manera comercial formal, o que no se han desarrollado los canales de comercialización necesarios.

El perfil y los ingresos de la población hispana —en especial, la de México y Centroamérica— indican que la probable captación de los mercados potenciales en los Estados Unidos para las exportaciones de productos étnicos y nostálgicos es muy elevada.

Cabe aclarar que aún con ese potencial, no existen políticas públicas de los Estados latinoamericanos para promover y fomentar estos productos. Una dificultad adicional encontrada al estudiar los mercados de productos étnicos y nostálgicos es la imposibilidad de contar con una cifra de importaciones totales que realizan los Estados

Unidos de América de este tipo de bienes provenientes de todo el mundo, ya que el tipo de productos que cae en la categoría de étnicos y nostálgicos varía. Por ejemplo, existe un tipo de pan dulce que es apreciado por los guatemaltecos y salvadoreños en los Estados Unidos (semitas), pero la misma categoría de producto procedente de otro país (por ejemplo, Haití) no tiene mayor atracción para los inmigrantes de Centro América en los Estados Unidos ni de los propios haitianos residentes en este último país. Es interesante observar que la tendencia de estos productos, agregados por grupos relevantes, ha sido de crecimiento en los últimos diez años.

“En el caso de México, los productos étnicos y nostálgicos exportados hacia los Estados Unidos casi se triplicaron en el período 1990–2001 (pasaron de 1,184 millones de dólares a 3,361 millones) y representan en promedio 13% de las importaciones globales de los Estados Unidos de este tipo de productos durante dicho período, y hasta un 2.9% de las importaciones totales procedentes de México. En el caso de Centroamérica, si se hace abstracción del café, cuyo precio experimentó una dramática caída en los últimos años, los productos étnicos y nostálgicos también aumentaron entre 1990 y 2000, al pasar de 100 millones de dólares a 164 millones”.³⁵

Las importaciones procedentes de México y de Centroamérica de productos étnicos y de nostalgia están representadas principalmente por tres segmentos: alimentos y bebidas, muebles y artesanías, y detergentes y jabones. En 2008 estos productos se concentraron sobre todo en la primera categoría, 85% en el caso de México y 96,1% en el de Centroamérica, mientras que el 14% y el 0,1% del total de dichos productos lo hacían en la segunda categoría y de la misma forma el 0,1% y el 3,1% se concentraba en la tercera categoría.

En términos generales, esa demanda de productos puede ser particularmente importante si se considera que los ingresos de esa población, y por tanto su capacidad de compra, es mucho mayor en los Estados Unidos que en sus países de origen. En

³⁵ **Ibid.** Página 11.

efecto, el trabajador latino promedio gana en los Estados Unidos 26.000 dólares al año, en tanto que el trabajador promedio mexicano y centroamericano logra un ingreso de 21.000 dólares al año en ese mismo país.

Por otra parte, se aprecia que los ingresos de las familias de origen hispano, medidos en este caso por la tendencia de la mediana de ingresos, han ido en aumento y son mayores que los del grupo afroamericano, aunque menores que los del grupo de población de origen asiático, lo cual determina que empresas de todos los tamaños de los respectivos países abastecen esa demanda, pero también por otros países, entre ellos algunos asiáticos y empresas establecidas en los Estados Unidos.

Para conocer la opinión de un experto sobre el tema, se entrevistó a la licenciada Diana Saavedra del Proyecto Red de Innovación Agrícola del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura –IICA-, quien manifestó que de acuerdo a datos con que cuentan en esta institución, el 50 por ciento de la población latina ubicada en Estados Unidos de América, vive en California y Texas. California es el hogar de más de 11.9 millones de hispanos, y Texas de 7.3 millones. Tres de cada cuatro latinos viven en siete Estados, los cuales tienen poblaciones hispanas de un millón o más. Ellos son California, Texas, Nueva York, Florida, Illinois, Arizona y Nueva Jersey.

Sin embargo, ella considera que el horizonte de la producción centroamericana está más allá de los habitantes originarios de esta región, pues existe demanda, caso del frijól, en los residentes de origen mexicano y de otros países.

También informó que El Salvador y Honduras han estudiado el potencial del mercado étnico y nostálgico en Estados Unidos, sin embargo los resultados de los mismos se pueden aplicar para gran parte del mercado centroamericano. En ambos estudios, los productos étnicos centroamericanos de mayor consumo incluyen derivados del maíz y los frijoles.

Considera que las exportaciones de productos étnicos o nostálgicos son aún de bajas proporciones respecto al total de las exportaciones de los países centroamericanos, pero que, por otro lado, debe tenerse en cuenta que la producción de estos bienes en los mismos Estados Unidos está creciendo en la medida que el mercado crece y se vuelve rentable producirlos.

La licenciada Saavedra señala que tampoco puede olvidarse que el consumo de productos étnicos o nostálgicos no guardaría la misma proporción que la consumida tradicionalmente en los países de origen de estas personas, tanto por razones de cultura adquirida en los Estados Unidos (alta proporción de hispanos ha nacido en Estados Unidos), como por patrones alimenticios inducidos por el modo de vida, considerando que entre los aspectos positivos que estos productos ofrecen, está el alto margen de comercialización entre los precios de venta en el mercado nacional y los precios que reciben en el mercado estadounidense, dando como ejemplo, el caso de una libra de frijól rojo al detalle se cotiza en Nicaragua (principal productor centroamericano), en US\$0.66/kg mientras en tiendas de los Estados Unidos en US\$2.2/kg.

La entrevistada consideró que los principales retos y dificultades de Centroamérica para desarrollar el mercado nostálgico son la calidad, inocuidad, marca, registro, tecnología y mercadeo.

Señaló la licenciada Saavedra que existe un mercado nostálgico de frijól en grano y procesado y que Guatemala abastece una parte de la población hispana en Estados Unidos con frijoles refritos enlatados de la marca Ducal pero que también México también ofrece este tipo de producto. De igual manera informó que el estudio "Salvadorian Consumption of Ethnic Foods in the United Status", elaborado en 2001, descubrió que las tres razones más mencionadas por los habitantes salvadoreños en Estados Unidos, para no consumir productos de su país, estaban 1) que éstos no estaban disponibles en el mercado, 2) la baja calidad de los que se encontraban y 3) los

precios altos. Para la mayoría de los que contestaron las encuestas (89 por ciento), fue muy importante que los productos fueran elaborados en El Salvador.

Considera que en el caso del maíz, dados los altos costos para producir el grano en la región, y por el hecho que el consumo humano no es directamente del maíz en grano sino de alimentos procesados, las oportunidades de mercado se enfilan a la harina de maíz, productos de panadería (rosquillas), tamales y bebidas de cereal, lo cual determina que la harina de maíz sea uno de los productos nostálgicos de mayor consumo en los Estados Unidos. La empresa Gruma Co. tiene ya un abastecimiento establecido en este mercado, sin embargo señala que la demanda de harina de maíz aún no está totalmente cubierta y que además existe la posibilidad de ganar nichos de mercado con denominación de origen y diferenciación de calidad, tal el caso de los tamales y nacatamales los cuales son productos de maíz con alta demanda y cuya materia prima es el maíz los cuales se consumen, en distintas versiones y con pequeñas diferencias en cuanto a elaboración y sabor final, por hondureños, salvadoreños, costarricenses y nicaragüenses.

La oferta de productos étnicos y de nostalgia provenientes de Centroamérica hay que considerarla en su dimensión actual y potencial. La primera se puede apreciar en el valor de las exportaciones de esos productos registrado en las cuentas externas de esos países, mientras que la potencial es mucho mayor, dado que existe un mercado sin explotar adecuadamente.

De ahí que toda exportación de productos nostálgicos, especialmente vegetales, de Guatemala hacia los Estados Unidos, debe cumplir regulaciones tales como:

a) estar acompañada por un certificado fitosanitario, en donde se verifica que el embarque ha sido inspeccionado conforme los requerimientos fitosanitarios de los Estados Unidos. Para obtener el certificado en Guatemala, es necesario ponerse en contacto con la Unidad de Normas y Regulaciones del Ministerio de Agricultura Ganadería y Alimentación -MAGA-, en donde se solicitará que el exportador cumpla con

las regulaciones y normas establecidas en la Ley de Sanidad Vegetal y en los reglamentos y manuales respectivos.

b) Regulaciones sobre embalaje y etiquetado: los materiales utilizados para embalaje deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos y resistentes a la manipulación y transporte. Asimismo, la rotulación y etiquetado debe indicar el nombre de la empresa, fecha de embalaje, razón social del exportador, nombre del productor, origen del producto y lugar en donde fue embalado.

Mientras que los requisitos para la exportación de los productos a los Estados Unidos de América son los siguientes:

- Cumplir con todos los requisitos de constitución y legalización de empresa.
- Inscribirse en la Ventanilla Única (VUPE) para Exportaciones y obtener el número de Código de Exportador asignado por SEADDEX.
- Realizar sus trámites de Exportación en Ventanilla Única para Exportaciones: DEPREX: Declaración para Registro y Control de Exportaciones. Incluir Certificado Sanitario que será extendido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería en VUPE. Certificado para Estados Unidos: Forma A de la BCI. Fotocopia del Certificado de Origen.

La licenciada Dunia Miranda Mauri, encargada del área comercial de Guatemala con Estados Unidos del Ministerio de Economía, señaló que Estados Unidos de América constituye el segundo mercado de exportación de Guatemala, después del área centroamericana.

La entrevistada dijo un alto porcentaje de los más de un millón de guatemaltecos residentes en EE.UU. tienen buena capacidad de compra, y añoran diversos productos que consumían cuando vivían en Guatemala, entre ellos, artesanías, alimentos y productos naturales.

Se estima que hay 80 mil compatriotas viviendo en Florida y 120 mil más que se trasladan eventualmente al área, además, en el sur de Florida, vive mucho guatemalteco que es profesional y tiene poder de compra. Para apoyar dichos esfuerzos, el Ministerio de Economía ha implementado cinco oficinas comerciales, una central en Guatemala y cuatro más en Estados Unidos, en las ciudades de Los Ángeles, California; Miami, Florida; Nueva York, y la capital, Washington, expresó la licenciada Miranda.

Tomando en cuenta los datos y las informaciones que se han presentado, se puede tener una idea aproximada de la magnitud del mercado de América del Norte para el caso de los llamados productos nostálgicos y étnicos provenientes de América Latina, especialmente de Centroamérica. Otro factor importante que se debe tener en cuenta en la promoción de los productos nostálgicos, es que los mismos gozaban de preferencias arancelarias desde principios de la década de 1990, manteniéndose las mismas al entrar en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Centro América, Estados Unidos de América y República Dominicana.

Esta realidad implica que, más allá de atender a un determinado mercado hay que conservar, preservar y mantener vigente la identidad histórica y cultural de los migrantes mediante la reproducción de patrones de consumo propios de las sociedades latinoamericanas, lo cual implica la necesidad de que los Estados, especialmente el guatemalteco, tengan en cuenta la definición de políticas fiscales orientadas a la promoción de las exportaciones de productos nostálgicos y étnicos, contribuyendo a crear nichos de mercados con lo cual se fomenta la actividad económica del país, siendo prioritario orientarse a la consolidación de las pequeñas empresas por el impacto económico inmediato que las mismas tienen dentro de la población.

CAPÍTULO VI

EFFECTOS DE LA RECESIÓN ECONÓMICA ESTADOUNIDENSE SOBRE LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS NOSTÁLGICOS GUATEMALTECOS

Antes de que se sucediera la recesión económica estadounidense, entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana, el cual constituye un instrumento legal que regula las relaciones comerciales entre los países contratantes, basado en negociaciones libres y espontáneas, las cuales tienen como base la calificación de Nación Más Favorecida establecida por la Organización Mundial de Comercio (OMC).

El logro más importante de las negociaciones del Tratado en mención, en materia de economía rural, es el acceso preferencial al mercado de Estados Unidos del 91% de las exportaciones agropecuarias centroamericanas; El valor de las agro-exportaciones con libre acceso, fue estimado en casi los mil millones de dólares. Siendo los principales productos agrícolas beneficiados con libre acceso los siguientes:

- a. Café
- b. Banano
- c. Melón
- d. Pepino
- e. Tabaco
- f. Jugo de naranja concentrado
- g. Azúcar
- h. Quesos y crema ácida.

Los productos nostálgicos ya gozaban de libre acceso al mercado estadounidense, por lo que no tuvieron más beneficios ni se los redujeron.

Una vez desencadenada la crisis, los principales productos de exportación de América Latina que son materias primas (o commodities como le denominan en los mercados financieros de las bolsas de valores), sufrieron un descenso considerable en sus precios internacionales y así como estos habían impulsado en los últimos años el crecimiento de la región, con su descenso a causa de la crisis económica, ahora afectan el monto en el valor de las exportaciones de la región y los ingresos fiscales de los gobiernos los cuales se reducen, y por todo ello los déficits fiscales se han elevado.

Según el Banco Centroamericano de Integración Económica, las exportaciones de la región se desaceleraron a lo largo del año 2008 y a medida que se iba agudizando la crisis: “Mientras en 2007 aumentaban cerca del 25% respecto a los mismos meses de 2006, las tasas de crecimiento de 2008 han bajado a cerca del 10%, y podría descender todavía más. La caída de las importaciones de los Estados Unidos perjudicó las exportaciones de la región el crecimiento del PIB se moderó en el Caribe, desde el 6% en 2007 al 4,6% en 2008. La baja generó el debilitamiento de las exportaciones y al aporte negativo del comercio al PIB. Por su parte, el PIB de América Central se desaceleró en más de un punto porcentual desde el 3,6% hasta el 2,2%, en gran medida debido a una baja en las exportaciones vinculada con la desaceleración de la demanda en los Estados Unidos”.³⁶

Según información del Gerente de Mercadeo de la Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT- Luís Godoy, la crisis se reflejó con fuerza en enero de 2009, con una caída de 36% de los ingresos por exportaciones de textiles en Guatemala, lo cual aunado a otros productos que han bajado su desempeño, están ocasionando un descenso en las exportaciones, con el consecuente aumento del déficit comercial y menor ingreso de divisas.

En este momento coyuntural aún cuando las ayudas gubernamentales para salir de la crisis no han surtido el efecto deseado, el gobierno de Guatemala reconoce la llegada

³⁶ Rodas Martini, Pablo. **Impacto Esperado de la Crisis Económica en Centroamérica**. Ed. BCIE, Costa Rica, 2009. Página 4.

de la crisis económica a la región y que ésta amenaza con convertirse en la peor desde la década de los ochenta. Toda la región se ha visto afectada por la crisis, cada país en diferente proporción según el estado de sus factores. Pero en términos generales para el sector de productos nostálgicos se observa que existe una serie de elementos que son las consecuencias del arribo de la crisis a Estados Unidos de América desde finales de 2008, siendo el principal de ellos una fuerte contracción de la demanda de las artesanías y de los productos no esenciales, así como una contracción media de los esenciales como harina de maíz, de trigo, mariscos y otros.

De acuerdo con Rubén Darío Narciso, analista de la Asociación de Investigación y Estudios Sociales –ASIES-, “Los efectos de la crisis financiera se han hecho sentir en empresas guatemaltecas; la 39 Encuesta Empresarial, realizada por la Asociación donde labora, revela que en el sector de productos nostálgicos, el 56 por ciento de las 93 empresas encuestadas redujeron su producción a octubre de 2008 respecto a igual periodo de 2007, contra 24 por ciento que aumentó su producción, un saldo negativo de 32 por ciento, el nivel más bajo de los últimos 6 años.”

La reducción de la producción obedece, en primer lugar, al incremento sostenido de los precios (inflación) que mermó la capacidad de consumo de los hogares y elevó los costos de las empresas, causando una disminución de la demanda, y, en segundo lugar, a un menor crecimiento de las remesas y las exportaciones derivado de la recesión de Estados Unidos de América. Esto implica que las empresas tienen casi un año de estar lidiando con la crisis, pero fue hasta seis meses después que el Gobierno empezó a ocuparse del tema.

Rómulo Caballeros, ex ministro de Economía durante el gobierno de Oscar Berger, dice que el pesimismo de los empresarios de la exportación es abrumador, el saldo de opinión sobre la situación económica del país es 76 por ciento, el nivel más bajo de los últimos cinco años, y prevén que su producción continuará reduciéndose en 2009.

Pese a esta situación, Luís Godoy, coordinador de productos no tradicionales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT-, dice que como sector exportador no desmayaran por ningún motivo, pues consideran que las crisis siempre traen oportunidades y ese es el gran reto de aquí para adelante, seguir invirtiendo, innovando y explorando nuevos mercados, pues lo único que puede hacer caminar al país por la senda del desarrollo, es seguir trabajando por Guatemala para convertirlo en un país verdaderamente exportador.

De acuerdo con el ex ministro de Economía Rómulo Caballeros la economía guatemalteca crecerá entre 3.5 y 4 por ciento en 2009, pero dependerá de la recuperación de la economía estadounidense y de las posibilidades de que el Gobierno pueda invertir más en carreteras y vivienda, lo cual favorecerá también al sector de los productos nostálgicos.

Los tres analistas coincidieron que la economía guatemalteca, golpeada en 2009 por la crisis económica mundial, espera recuperar su nivel de exportaciones en 2010 de manera simultánea con la reactivación de los principales mercados.

Las opiniones de los entrevistados coinciden con la del ministro de Economía de Guatemala, Rubén Morales, quien, de acuerdo al portal del noticiero Notimex en el buscador de yahoo noticias dijo que durante 2009 las exportaciones estuvieron activas, aún con la situación complicada de una crisis financiera internacional. El ministro Morales afirmó que: “en 2010 el comercio exterior estará activo y se espera un crecimiento, sin embargo el buen comportamiento de esta variable dependerá del ritmo de reactivación de la economía y de los mercados más importantes. Entre estos destinos que mostraron signos de recuperación en 2009 y tienden a mejorar mencionó a Estados Unidos, el principal socio comercial del área, de los países de Europa y de otras regiones importantes para el comercio mundial como Asia”.³⁷

³⁷ <http://espanol.news.yahoo.com/s/01012010/4/negocios-espera-guatemala-recuperar-nivel-exportaciones.html>

De igual manera, de acuerdo al mismo portal, el Banco de Guatemala señaló en un informe de la situación económica del país en 2009 que: "la contracción de las ventas al exterior fue menor en el país respecto de la región centroamericana. La caída en este rubro, como efecto directo de la crisis económica internacional, sería de 8.5 por ciento, mientras que en las importaciones la reducción ascendería al 21 por ciento, de acuerdo con las estimaciones de las autoridades monetarias. La crisis financiera que se generó en Estados Unidos y que posteriormente se convirtió en una profunda recesión a nivel mundial, sin precedentes en la historia económica reciente, ha comenzado a evidenciar signos de estar llegando a su fin."

Luís Godoy, coordinador de productos no tradicionales de la Asociación Gremial de Exportadores de Guatemala –AGEXPORT- coincidió con las proyecciones oficiales positivas en la venta de productos tradicionales. Sin embargo, consideró que la mayoría de rubros de exportación no tradicionales registraron caídas, principalmente el vestuario y los textiles, cuyo desplome fue dramático, alrededor de 25 por ciento menos. Asimismo dijo que los exportadores guatemaltecos mantienen buenas expectativas para 2010, pero reconoció que el buen desempeño irá de la mano del repunte de la actividad en los principales mercados internacionales.

Todos los analistas coinciden que al parecer, añadió, la crisis económica mundial tocó fondo y en la parte final del año 2009 mostró signos de recuperación que esperan se concreten en el 2010, y que a su vez la economía nacional se encamine en la misma brecha positiva. Consideran que la recuperación económica internacional sería mucho más dinámica para Guatemala, si en 2010 el país asume decisiones para aumentar y optimizar los servicios y productos de exportación; de esa manera la AGEXPORT tiene como meta llegar a un monto de exportaciones por 38 mil millones de dólares en 2018, siempre y cuando se alcancen índices importantes de crecimiento sostenido del Producto Interno Bruto. Esta Asociación se fijó como objetivo duplicar las exportaciones en 2012, para lo cual consideran fundamental el desempeño y los retos de competitividad que se logren en 2010.

Uno de los factores que consideran fundamentales es que muchos productos se pueden desplazar por otros al momento de realizar las compras, pero los alimentos son primordiales y las ventas serán menos desfavorables para ellos, tanto para el consumo nacional como el internacional, por ello el sector alimenticio ha sido uno de los sectores que siguen creciendo en el mercado externo; muchos de los productos étnicos de exportación, como conservas, ponche, frutas deshidratadas, tamalitos de chipilín y de elote, que por su demanda se facilita exportar, siendo las conservas quienes tienen mayor demanda en el mercado de Estados Unidos.

Por excelencia, los alimentos son los productos que más se destacan, siendo el sector de panadería y galletería los que más se mantienen debido a que cambian empaques, hacen productos de la temporada como galletas navideñas y se exportan sin problemas arancelarios.

Otro producto que también incrementa las ventas son los snacks, que aunque no es distinto a lo que se consume durante el año, para las reuniones colocan frituras, nachos, plataninas y otros productos; esto provoca que crezca la demanda de nostálgicos en ese país del norte de América.

6.1. La Búsqueda de Mercados Alternativos para los Productos Nostálgicos:

Desde principios del 2009, el sector de productos nostálgicos y el exportador no tradicional en general se ha enfocado en desarrollar innovaciones a los productos y buscar continuamente nuevas oportunidades de negocios. Desde los productos alimenticios, pasando por las artesanías, hasta el sector de vestuario y textiles han realizado esfuerzos de renovación, reinventándose a sí mismos con el objetivo de ser más competitivos en los mercados extranjeros.

Esta búsqueda de nuevos horizontes en diferentes latitudes ha determinado que busquen mercados como el europeo o regiones de Estados Unidos como Arkansas que no se consideraban como opciones para los productos nostálgicos del país.

“En los últimos meses hemos llegado a lugares donde antes no nos podíamos imaginar que íbamos a llegar, extendiéndonos en Oregón. Como fruto del desempleo en Estados como California, donde se encuentran las comunidades más grandes de centroamericanos residentes en Estados Unidos, se ha tenido una baja en el consumo de productos nostálgicos, lo que ha obligado a las empresas exportadoras a estudiar nuevos mercados. La gente está emigrando a otras regiones donde antes no había comunidades centroamericanas tan representativas, y tras ellos hemos llevado nuestros productos a esos mercados,” afirmó Claudia Merlos, gerente de exportaciones de la empresa de alimentos nostálgicos Tropix.

En palabras de Carlos Montalván, gerente de la empresa Río Grande, “la apuesta es llegar al mercado europeo, principalmente a España e Italia donde están las comunidades salvadoreñas más representativas”. Agregó que el avance para comenzar las exportaciones de los productos nostálgicos a Europa ha sido significativo y que “está pronto a convertirse en una realidad”. Asimismo dijo: “Estamos implementando ya las primeras viñetas que contengan la información nutricional de nuestros productos en italiano y alemán”.

Ambos exportadores coincidieron que una de las herramientas que permitirá la recuperación económica y a alcanzar los objetivos de exportación, es el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los tratados de libre comercio que ha firmado Centroamérica con otros países, pues ellos permiten acceder a nuevos mercados con preferencias arancelarias y abordar con paso firme los retos que ha planteado la crisis económica.

La licenciada Diana Saavedra del Proyecto Red de Innovación Agrícola del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura –IICA-, dijo que el mercado para los productos étnicos y nostálgicos puede desarrollarse mucho más si las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYME- que actualmente sólo sobreviven en el mercado nacional logran dar el salto que requiere la exportación de estos productos, lo cual, por lo general, requiere pequeñas modificaciones e inversiones en sus empresas. Esta

afirmación la realiza porque en varios casos estudiados por la institución donde labora, esta incursión ha sido realizada por algunas pequeñas empresas, incluso sin apoyo alguno de entidades públicas o privadas.

De igual manera se expresó Rubén Darío Narciso, analista de la Asociación de Investigación y Estudios Sociales –ASIES-, explicó que en investigaciones realizadas por ellos, se han detectado múltiples elementos que impulsan el comercio exterior de las MIPYME, que van desde un desarrollo espontáneo hacia la exportación impulsado por viajeros ocasionales que llevan productos típicos a sus parientes y amigos en los Estados Unidos, hasta la creación formal de empresas con el propósito explícito de aprovechar los mercados nostálgicos y/o étnicos, y la formación de asociación de empresas para lograr penetrar el mercado externo o expandir sus exportaciones.

Los cambios que deben llevar a cabo las MIPYME para aprovechar en forma mucho más masiva de lo que ocurre actualmente el mercado de productos nostálgicos y étnicos se orienta hacia aspectos como de cultura empresarial, la consolidación de programas de apoyo a estas empresas para lograr tecnificarse y así cumplir con los requisitos de exportación que deben cumplir en el mercado estadounidense.

Cuando se menciona que debe tomarse en cuenta la cultura empresarial, los entrevistados coinciden en que se trata de que las capacidades emprendedoras de los individuos son muy limitadas en el área de las MIPYME que producen bienes tradicionales, por lo que se necesita una divulgación más extensa de los programas dirigidos a fomentar un mayor espíritu empresarial entre ellas. Un elemento publicitario que puede ayudar en este sentido es el ejemplo que pueden proveer las experiencias exitosas de otras pequeñas empresas que se han dedicado a la exportación de nostálgicos.

Ligado a lo anterior debe considerarse la capacitación de los empresarios de las MIPYME potencialmente exportadores, ya que contrario a lo que generalmente se opina existe más oferta de capacitación de la que aprovecha este segmento productivo. Así,

el reto consiste no tanto en crear nuevos programas sino en adecuar los que existen a las necesidades de este grupo empresarial, ya que la mayoría no se muestra interesado en seguirlos. Considerando las carencias de educación y de manejo de instrumentos administrativos, contables y organizativos de este sector de empresas, este elemento es una condición indispensable para que éstas puedan lograr el éxito.

Lo anterior supone la consolidación de los programas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas –MIPYME-, actualmente muy dispersos y atomizados. Se trata de hacerlos más efectivos, evitar duplicaciones y utilizar en forma más eficiente los recursos. En el caso específico de las MIPYME productoras de bienes étnicos y nostálgicos, se necesita reforzar algunos programas dirigidos a facilitar las exportaciones de este tipo de bienes. Considerando que los productores de estos últimos se ubican entre los más atrasados y en peores condiciones económicas, requieren ser llevados de la mano hasta incorporarse al mercado internacional de forma aun más cercana que actividades de MIPYME en otros rubros.

Aunque los requisitos para ingresar al mercado estadounidense no son tantos como los aplicados a otros productos de tipo más estándar, de todas formas los nostálgicos deben cumplir con exigencias de calidad, normas sanitarias, registro de marca, especificaciones del producto en materia de contenido y caducidad, e incorporar código de barras y otros elementos que garanticen su posible venta a través de sistemas modernos.

Las políticas dirigidas a apoyar al sector de las MIPYME deberían incluir información para ingresar al mercado de exportación. Aunque la información sobre estos requisitos está disponible, sería conveniente que el gobierno promoviera una mayor difusión. Una vez motivados e informados, el mayor reto para los empresarios de estas empresas es poder financiar estas certificaciones, marcas, etc. lo cual exige una acción conjunta de las empresas, el sector público, las cámaras empresariales y las MIPYME.

Este apoyo se debe dar a partir de aprovechar mejor las experiencias de programas que han sido exitosos en otros países. Así, en Europa, y claramente en el caso de España, se han creado plataformas de acompañamiento técnico a las PYME exportadoras, las cuales son entidades intermedias de tipo público-privado y autosostenibles orientadas a fomentar la competitividad, la exportación y la internacionalización. Éstas suelen movilizar recursos de las administraciones públicas y los canalizan a las empresas junto con un portafolio de servicios de acompañamiento técnico en el terreno para asegurar el éxito de las pequeñas empresas que quieren iniciar actividades de comercio exterior. Probablemente, la parte esencial de este modelo no es el apoyo financiero, sino acompañar al pequeño empresario que empieza a incursionar en los mercados de exportación.

“Asimismo, en Europa y Asia en general y en España y en algunos países de América Latina en particular, se han creado entidades que respaldan a las PYME con las garantías solicitadas por el sistema financiero para el otorgamiento de créditos. A estas entidades se les ha denominado Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR) o Sociedades de Caucción Mutua. Desde fines de la década de los noventa la Federación Europea de Sociedades de Garantías Recíprocas y el Sistema Económico Latinoamericano (SELA) han estado difundiendo en América Latina los beneficios y las ventajas de este tipo de entidades”.³⁸

Es de considerar que otro reto importante es el de impulsar la conformación de redes a través de la asociación entre las micro, pequeñas y medianas empresas, lo cual permite reducir los costos de transacción de sus integrantes y elevar la competitividad y la capacidad de aprovechar oportunidades en los mercados internacionales. En el caso de los productos de nostalgia y étnicos estas redes pueden ser más efectivas si se logra integrar a productores nacionales con distribuidores y consumidores en el mercado de destino de las exportaciones, lo que ayudaría a interconectar oferta y demanda, que es uno de los obstáculos más difíciles en este tipo de mercado, aprovechando para ello las

³⁸ CEPAL. **La Política de Apoyo a las MIPYME y el Mercado de Productos Étnicos y de Nostalgia**. Algunas Conclusiones y Propuestas de Política. Ed. CEPAL. México, 2006. Página 3.

redes de distribución existentes a partir de los negocios que los migrantes poseen en Estados Unidos, especialmente aquellos localizados en las plazas donde se concentra la comunidad centroamericana.

De alguna forma, este tipo de integración ya existe en algunas comunidades, pero no se ha promovido a nivel de redes comerciales formales sino que se han creado desde los niveles de parentesco o afinidad entre pequeños exportadores y migrantes que tienen negocios informales en Estados Unidos, quienes aprovechan el viaje de terceros para llevarse productos nostálgicos en pequeña escala, por lo que convendría ampliar el número de casos de interconexión similares. Debe tomarse en cuenta que se tienen que romper obstáculos que han impedido el éxito de estas asociaciones, tales como el individualismo, la diversidad de intereses y las dificultades para ponerse de acuerdo entre sus miembros, las asimetrías en la información que manejan los integrantes del grupo, la incertidumbre y en muchos casos, la falta de suficiente capital que les permita ampliar su capacidad exportadora.

Uno de los principales medios de difusión de las micro, pequeñas y medianas empresas, en la comunidad centroamericana en Estados Unidos han sido las recientes ferias internacionales en las cuales se han promocionado los productos del área, lo cual todavía es muy incipiente pero ha permitido que los distintos sectores de empresas de nostálgicos vayan conociendo esos espacios para promoverse. Aunque las instancias gubernamentales, gremiales y algunas entidades del sector privado ya contemplan este tipo de información y estímulos varios para promover la participación de las empresas, todavía no existe una práctica institucionalizada que les permita incidir de mejor manera en estos espacios internacionales y lograr beneficios sectoriales, porque en muchos casos, aun cuando el gobierno a través del Ministerio de Economía ha promocionado la presencia en estas ferias, muchas veces los empresarios han viajado a promocionarse a nivel individual como empresa, pues son ellos quienes financian sus viajes y no como expresión institucional que va a negociar el mercado de todo el sector, por lo que es importante intensificar los esfuerzos en términos del gremio exportador de nostálgicos para fomentar este sector de la economía nacional.

CONCLUSIONES

1. La importancia del comercio internacional se debe a que en el mismo pueden competir las empresas de todos los países, lo cual contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente. Sobre la base de esta convicción se ha defendido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo que se puede considerar universal: la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución.

2. La creencia de que el comercio internacional contribuye al desarrollo de las naciones no ha sido ni compartida por todos los países ni, sobre todo, aplicada. Por el contrario, el enfoque que más ha prevalecido en la historia económica de los últimos tres siglos ha sido el de limitar y regular los flujos de comercio en función de los diferentes intereses económicos, políticos y sociales de los estados. El grado de intervención y limitación de los intercambios comerciales ha ido variando a lo largo del tiempo, pero alcanzó su punto álgido en los años treinta cuando la economía internacional experimentó una de sus peores crisis.

3. Para evitar los obstáculos a las relaciones económicas internacionales, el diseño del orden económico internacional después de la Segunda Guerra Mundial apostó, claramente, por una liberalización del comercio internacional como medio para que la producción y el bienestar de todos los países aumentaran. A pesar de ello, este proceso de liberalización comercial no ha sido automático ni generalizado. Por el contrario, ha requerido de la voluntad política de los países que, progresivamente, han ido aceptando que un comercio libre reporta beneficios para la comunidad internacional.

4. Aunque las ganancias totales que el comercio internacional aporta estén claramente fundamentadas, este proceso no es neutro y genera costes. A corto plazo, la adaptación de los operadores económicos a las condiciones resultantes de la aplicación

de las ventajas absolutas y relativas ocasiona reajustes en las empresas. El comercio, por lo tanto, fomenta la expansión de las empresas más eficientes, pero elimina del mercado a las menos competitivas.

5. Bajo la premisa de la eficiencia empresarial como medio para aprovechar al máximo el comercio internacional, surgen y se consolidan en la actualidad los tratados de libre comercio, los cuales han establecido un sistema de relaciones económicas internacionales fundamentado en la cooperación económica multinacional que permita actuar a los actores económicos de acuerdo con unas reglas comúnmente aceptadas el cual sirve de foro para resolver de forma cooperativa los conflictos que pudieran surgir entre los países y su actividad exportadora e importadora.

6. En este contexto de libre comercio y tratados internacionales para fomentarlo, los productos nostálgicos y étnicos tienen una amplia posibilidad de adecuarse a las condiciones que la competitividad impone, puesto que cuentan con un mercado cautivo del cual conocen sus requerimientos, así como las condiciones concretas que la normativa les exige para ingresar al mercado estadounidense de migrantes y demás consumidores, teniendo por ello ventajas comparativas con las que no cuentan otros productos exportables.

RECOMENDACIONES

1. A partir de la experiencia que ha dejado la reciente crisis económica mundial, que tuvo su epicentro en los Estados Unidos de América, es fundamental que el Ministerio de Economía, el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Asociación de Exportadores Guatemaltecos –AGEXPORT- generen una alianza estratégica para promover los productos de exportación, nostálgicos, étnicos, tradicionales o no, a los distintos mercados en todos los continentes para que de esa manera los efectos de las recesiones no sean tan perjudiciales.

2. El Ministerio de Economía, por medio de la división de Integración y Comercio Exterior debiera establecer un programa de inteligencia de mercados extranjeros, para determinar los países que pueden ser potenciales compradores, así como los requisitos y normas a cumplir para que se pueda exportar hacia los mismos, para ofrecerle a los exportadores y a quienes deseen serlo, las opciones consumidoras de los distintos productos que se venden o pueden venderse en el extranjero, con lo cual esta institución contribuiría de manera significativa al crecimiento del sector exportador guatemalteco.

3. De igual manera, a partir de la experiencia en otros países, especialmente España, el Ministerio de Economía debiera fortalecer su departamento de Desarrollo de la MIPYME, para que este se convierta en la principal herramienta de promoción de la micro, pequeña y mediana empresa orientada hacia la exportación de productos étnicos y nostálgicos, a partir de promover la organización comunitaria empresarialmente, capacitarlas sobre los productos a ofrecer y su fortalecimiento en las ventajas comparativas y competitivas frente a los competidores de otros países.

4. Debido al actual contexto económico mundial que ha priorizado la exportación como principal medio de desarrollo económico y al predominio de los tratados de libre comercio a manera de instrumento para las exportaciones-importaciones, el gobierno de Guatemala, a través de los Ministerios de Economía, de Relaciones Exteriores y de

Finanzas, conjuntamente con el sector privado exportador y las universidades del país que ofrezcan carreras orientadas hacia el sector productivo como administración de empresas, mercadeo y similares, debieran establecer un plan estratégico orientado hacia el fortalecimiento del sector exportador guatemalteco en general y del nostálgico y étnico en particular, haciendo énfasis en transformar a las micro, pequeñas y medianas empresas en exportadoras, así como el fortalecimiento de las existentes, debido al potencial que estas tienen para distribuir el desarrollo dentro de la población.

BIBLIOGRAFÍA

Bajo, Oscar. **Tendencias del Comercio Internacional**. Ed. Bosch. Argentina, 2007.

Banco Mundial. **Global Economic Prospects**. Washington, DC: Banco Mundial.
<http://www.worldbank.org/prospects>.

Bárcena, Alicia y otros. **La actual crisis financiera internacional y sus efectos en América Latina y el Caribe**. En: <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2009/02951.pdf>.

Bulmer-Thomas, Víctor. **El Nuevo Modelo Económico en América Latina**. Ed. FCE.

CEPAL. **La Política de Apoyo a las MIPYME y el Mercado de Productos Étnicos y de Nostalgia**. Algunas Conclusiones y Propuestas de Política. México, 2006.

Cruz, Miriam y Carlos López Cerdán. **Pequeñas Empresas, Productos Étnicos y de Nostalgia: Oportunidades en el Mercado Internacional. Los casos de El Salvador y México**. Ed. CEPAL. México, 2003.

Flores Olea, Victor. **Crítica de la Globalidad**. Ed. FCE. México, 2000.

<http://espanol.news.yahoo.com/s/01012010/4/negocios-espera-guatemala-recuperar-nivel-exportaciones.html>

Jaramillo, Felipe y Daniel Lederman. **CAFTA-RD: Desafíos y Oportunidades para América Central**. Ed. Banco Mundial, 2004.

Molina Medina, Humberto. **El Enfoque Sectorial en la Promoción de las Exportaciones**. Ed. Banco Nacional de Comercio Exterior. México, 2001.

Moreno, Raúl. **El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Centroamérica**. Ed. Ediciones Educativas, Nicaragua, 2006.

Nadal Belda, Alberto. **La crisis financiera de Estados Unidos**. En:
http://www.revistasice.com/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2953_19-0_D0D7CC90785D87A456DC9AD37FA57C63.pdf.

Nadal Belda, Alberto. **Aprender de Otras Crisis**. En:
http://www.revistadelibros.com/articulo_completo.php?art=4269.

Olmedo Carranza, Bernardo. **Mercados Étnicos y de la Nostalgia y Pequeñas Empresas**.

Organización de los Estados Americanos –OEA-. **Temas de Comercio Internacional Relevantes para la Sociedad Civil**. Ed. OEA. Washington, 2006.

Rodas Martini, Pablo. **Impacto Esperado de la Crisis Económica en Centroamérica**. Ed. BCIE, Costa Rica, 2009.

Roll, Erick. **Historia de la Economía**. Ed. FCE. México, 1996.

Sánchez de León, Héctor. **El comercio exterior y su entorno jurídico**. Ed. Porrúa. México, 2005.

Sánchez, José Miguel. **La crisis financiera internacional 2008-2009**. En:
<http://alainet.org/active/31806>.

Silva Herzog, Jesús. **El Debate de la Apertura Comercial en las Economías en Desarrollo y Desarrolladas de Cara al Siglo XXI**. Ed. FCE. México, 2005.

Unidad de Comercio de la Organización de Estados Americanos –OEA-. **Mecanismos y medidas para facilitar la participación de las economías más pequeñas en el Area de Libre Comercio de las Américas**. Ed. OEA. Washington, D.C. 1998.

Wisecarver, Daniel. **El Modelo Económico Chileno**. Ed. Centro Internacional Para el Desarrollo Económico. Chile, 1992.

ANEXOS

Anexo 1

PERSONAS ENTREVISTADAS

Licenciada Diana Saavedra del Proyecto Red de Innovación Agrícola del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura –IICA-.

Licenciada Dunia Miranda Mauri, encargada del área comercial de Guatemala con Estados Unidos del Ministerio de Economía.

Luís Godoy, coordinador de productos no tradicionales de la Asociación Guatemalteca de Exportadores –AGEXPORT-.

Licenciado Rubén Darío Narciso, analista de la Asociación de Investigación y Estudios Sociales –ASIES-.

Licenciado Rómulo Caballeros, ex ministro de Economía durante el gobierno de Oscar Berger.

Claudia Merlos, gerente de exportaciones de la empresa de alimentos nostálgicos Tropix.

Carlos Montalván, gerente de la empresa Río Grande.

Anexo 2:
BOLETA DE ENTREVISTA

(para exportador)

La presente boleta tiene como objetivo obtener información acerca de los efectos de la recesión económica en Estados Unidos de América sobre la exportación de productos nostálgicos de Guatemala. Le agradeceré de antemano su atención.

Nombre: _____

Cargo: _____

Institución: _____

1. ¿Cuál es la cantidad de productos nostálgicos que usted ha enviado a Estados Unidos de América en los últimos cinco años?
2. ¿Hacia qué Estado es que envía más productos?
3. ¿Ha disminuido su exportación de productos nostálgicos en estos últimos dos años?
4. Si ha disminuido: ¿A qué le atribuye esa disminución?
5. ¿Sabe sobre que sector de productos nostálgicos ha recaído el efecto de la recesión económica estadounidense?
6. ¿Sabe usted que políticas lleva cabo el gobierno de la República para enfrentar los efectos de la recesión económica estadounidense sobre los productos nostálgicos?
7. ¿Conoce usted de acciones que lleva a cabo la AGEXPORT para apoyar los exportadores de nostálgicos afectados por la disminución de sus exportaciones debido a la recesión estadounidense?

Anexo 3
(Para funcionario)

La presente boleta tiene como objetivo obtener información acerca de los efectos de la recesión económica en Estados Unidos de América sobre la exportación de productos nostálgicos de Guatemala. Le agradeceré de antemano su atención.

Nombre: _____

Cargo: _____

Institución: _____

1. ¿Cuál es la importancia que tienen los productos nostálgicos en la economía guatemalteca?

2. ¿Cuáles son los principales productos de este tipo que se exportan hacia Estados Unidos de América?

3. ¿Qué sector productivo vinculado a los productos nostálgicos ha salido más afectado con la recesión estadounidense?

4. ¿Qué políticas ha implementado el gobierno de la República para reducir los efectos de la recesión sobre la exportación de productos nostálgicos?

5. ¿Cuáles son los mercados alternativos que tienen los productos nostálgicos?

6. ¿Qué acciones lleva a cabo el gobierno para abrir los mercados alternativos a los productos nostálgicos?

Anexo 4
(Para AGEXPORT)

La presente boleta tiene como objetivo obtener información acerca de los efectos de la recesión económica en Estados Unidos de América sobre la exportación de productos nostálgicos de Guatemala. Le agradeceré de antemano su atención.

Nombre: _____

Cargo: _____

1. ¿Cuál es la importancia que tienen los productos nostálgicos en la economía guatemalteca?
2. ¿Cuáles son los principales productos de este tipo que se exportan hacia Estados Unidos de América?
3. ¿Qué sector productivo vinculado a los productos nostálgicos ha salido más afectado con la recesión estadounidense?
4. ¿Qué acciones ha implementado AGEXPORT para reducir los efectos de la recesión sobre la exportación de productos nostálgicos?
5. ¿Cuáles son los mercados alternativos que tienen los productos nostálgicos?
6. ¿Qué acciones lleva a cabo AGEXPORT para abrir los mercados alternativos a los productos nostálgicos?
7. ¿Qué alianzas estratégicas ha impulsado AGEXPORT para posicionar de mejor manera a los productos nostálgicos en el extranjero?