

# AULA DE FORMACION



AULA DE  
FORMACION

## LISTA DE ULTIMOS TRABAJOS PUBLICADOS EN «AULA DE FORMACION»

- «*La selección de proveedores internacionales. La metodología AHP*» (BICE 2691).
- «*Las distintas economías nacionales y la expansión de Internet*» (BICE 2692).
- «*El crédito documentario en el comercio internacional*» (BICE 2693).
- «*Finanzas públicas para la economía del conocimiento*» (BICE 2695).
- «*Utilización práctica de las opciones Pay Later y Chooser*» (BICE 2697)
- «*El seguro de crédito a la exportación*» (BICE 2703).
- «*Aspectos clave en el proceso de constitución y puesta en marcha de un consorcio de exportación*» (BICE 2705).
- «*La gestión de los riesgos de crédito y de cambio en la pequeña y mediana empresa exportadora*» (BICE 2706).
- «*Utilización práctica de las opciones Compuestas y Rainbow*» (BICE 2710).
- «*La organización de los mercados de transporte marítimo*» (BICE 2723).
- «*Situación actual y perspectivas de la actividad de factoring*» (BICE 2729).
- «*La Ventanilla Unica Empresarial: un compromiso con la simplificación administrativa, el crecimiento económico y el empleo*». (BICE 2732).
- «*El factoring en Europa y en EEUU*» (BICE 2738).
- «*La logística inversa como fuente de ventajas competitivas*» (BICE 2742).
- «*Glosario de siglas relacionadas con el comercio ionternacional*» (II) (BICE 2755).
- «*Las Zonas Francas en España y su utilidad. Delimitación del concepto y perspectivas de futuro*» (BICE 2758).
- «*La actividad portuaria: una perspectiva general*» (BICE 2771).
- «*La política española de cooperación y ayuda al desarrollo*» (BICE 2772).
- «*El crédito documentario en la fase inicial de la estrategia exportadora*» (BICE 2781).
- «*Riesgos y coberturas de las operaciones de comercio exterior*» (BICE 2783).
- «*La descentralización productiva en las empresas*» (BICE 2785).
- «*La hacienda pública y los créditos concursales*» (BICE 2786).
- «*La Hacienda Pública y los créditos concursales*» (BICE 2787).
- «*Contrato por obra o servicio determinado*» (BICE 2790).
- «*La desaparición del régimen de transparencia fiscal. Las sociedades patrimoniales*» (BICE 2792).
- «*Actuación de la Administración Tributaria en los procesos concursales*» (BICE 2794).
- «*Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales. El método casuístico: descripción y fases (I)*» (BICE 2796).
- «*Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales. La determinación del grado de sensibilidad o prioridad de los productos (II)*» (BICE 2798).
- «*Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales. Estrategias de negociación y otros desarrollos del método casuístico (y III)*» (BICE 2799).

Recordamos que los lectores de BICE tienen la posibilidad de sugerir temas de su interés que puedan tener cabida en este epígrafe (teléfono de contacto: 91 349 36 31; fax: 91 349 36 34).

# Evaluación del impacto de las negociaciones comerciales internacionales

## Estrategias de negociación y otros desarrollos del método casuístico (y III)

ANTONIO BONET MADURGA\*  
ANTONIO GÓMEZ-CRESPO LÓPEZ\*\*

*La metodología casuística de evaluación de impacto de negociaciones comerciales internacionales propone una serie de herramientas para que funcionarios o políticos responsables puedan diseñar las mejores decisiones para la negociación de una zona de libre comercio o una unión aduanera. En la primera parte de este documento, publicada en BICE 2796, describió la metodología y se explicó en detalle la primera fase de la misma: el análisis fotográfico macroeconómico de las principales variables de comercio exterior de los países que se proponen liberalizar sus intercambios. Además se describió cómo identificar productos prioritarios y sensibles en base a datos cuantitativos básicos y cualitativos. En la segunda entrega (publicada en BICE 2798) se profundizó en el análisis de las mercancías específicas para conocer su grado de sensibilidad o prioridad en materia de liberalización comercial. Para ese fin se utilizaron variables de comercio exterior y de mercado. Se completó este análisis con proyecciones futuras de importaciones y exportaciones de acuerdo a las estadísticas de comercio exterior del pasado. En esta tercera y última entrega, se presentan los aprovechamientos específicos de los análisis hechos: la estrategia de negociación. Se distingue entre negociación interna, es decir dentro del país con los sectores afectados, o externa, es decir frente al tercer país o países con los que pretendemos negociar. Asimismo se exponen cuáles pueden ser las posiciones ofensivas o defensivas frente a una determinada negociación así como los elementos que debemos tener en cuenta para maximizar los beneficios de la negociación o para que al menos sea equilibrada. Además se exponen cuáles podrían ser las políticas de apoyo a los sectores más afectados por la liberalización comercial, distinguiéndose aquellos casos en que se trata de productos sensibles para los que se adoptarán medidas más defensivas o productos más prioritarios en que se propondrán políticas de fomento de la exportación. Por último se hace una breve referencia a cómo se puede aplicar el método casuístico de evaluación de impacto a la liberalización del comercio de servicios y de los flujos de inversión extranjera.*

**Palabras clave:** negociación comercial, acuerdos internacionales, obstáculos arancelarios, estrategia comercial, know-how.

**Clasificación JEL:** F13.

\* Presidente de ACE ASESORES DE COMERCIO EXTERIOR S.L. Es Técnico Comercial y Economista del Estado, y Master en Economía Aplicada y Finanzas por el *Massachusetts Institute of Technology*. Durante los últimos 12 años, como consultor, ha asesorado a varios gobiernos de países Latinoamericanos, de Europa del Este y a la Comisión Europea en cuestiones de comercio e inversiones internacionales; ha realizado numerosos estudios y asistencias técnicas sobre estas cuestiones

en proyectos de consultoría internacional financiados por el Banco Mundial, Unión Europea y Banco Interamericano de Desarrollo.

\*\* Técnico Comercial y Economista del Estado. Como Consultor de Comercio Exterior ha participado en diversos proyectos, financiados por el BID, de fortalecimiento institucional y de formación de funcionarios en áreas de negociaciones comerciales internacionales en varios países latinoamericanos.



AULA DE  
FORMACION

## 1. Definición de las estrategias de negociación

En la actualidad, la mayoría de los Acuerdos de Libre Comercio incluyen muchos más aspectos, además de los referidos al comercio de mercancías. Así por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y los Acuerdos de Asociación de la UE con terceros países, incluyen otras cuestiones como el comercio de servicios, el derecho de establecimiento, la regulación de las inversiones, los movimientos de capital, etcétera. Precisamente, el hecho de que los acuerdos de libre comercio incluyan un mayor número de aspectos, permite que existan mayores posibilidades de compensación entre los efectos positivos y negativos derivados de los mismos.

La estrategia de negociación tiene como objetivo maximizar el resultado de la negociación comercial tendente a formar una zona de libre comercio.

La primera fase de cualquier negociación tiene como objetivo definir las metas a alcanzar para pasar posteriormente a la negociación propiamente dicha con el socio comercial en la que el resultado obtenido dependerá de lo que estén dispuestos a ceder las diferentes partes que negocian. A la primera la denominamos negociación interna porque se hace dentro del país A entre las diferentes partes involucradas y a la segunda la llamamos negociación externa porque se hace frente al socio comercial interesado en formar una zona de libre comercio.

### 1.1. Negociación interna

La negociación interna es tan difícil como la externa, ya que requiere y tiene como objetivo consensuar una posición común para los distintos sectores involucrados en las negociaciones de creación de una zona de libre comercio.

Una tarea primordial en todo proceso de negociación interna lo constituye la identificación y definición de problemas que permita adquirir una visión global de las dificultades que puede plantear la creación de una zona de libre comercio. Esta tarea debe ser objeto de trabajo y discusión amplia dentro de las organizaciones empresariales

y sindicales más representativas para posteriormente ser negociada con los Ministerios competentes.

Siempre hay sectores beneficiados y otros menos favorecidos en la negociación comercial. Los primeros suelen ser los productores de mercancías prioritarias y los segundos, los productores de mercancías sensibles. En la medida en que el Gobierno que promueva la integración sepa alentar en mayor medida el interés de los productores de productos prioritarios, será más fácil llevar a cabo la negociación interna y crear un ambiente favorable a la integración. Asimismo será más aceptable, en la medida en que el país A intente exigir otro tipo de compensaciones (ayudas de los países más desarrollados a los países de menor desarrollo relativo, mayor libertad en libre circulación de personas, contrapartidas en otros aspectos como comercio de servicios, etcétera).

De cara a las negociaciones comerciales internacionales, es especialmente útil la creación de una Comisión mixta de coordinación sector público-sector privado, cuya tarea debería ser la de examinar y eventualmente alcanzar un punto de vista lo más homogéneo posible entre los distintos sectores involucrados.

La existencia de una Comisión o Subcomisión encargada de coordinar las diferentes posiciones ante la negociación comercial dentro del sector público, en especial entre los diferentes Ministerios afectados, ayudaría asimismo a facilitar la negociación interna. La preparación de la negociación se debe llevar a cabo por capítulos de la negociación y a ser posible por sectores.

Una vez elaborada una posición común, debería ser el Gobierno, a través del Ministerio competente, el que lleve a cabo la negociación externa, aunque en estrecho contacto con los representantes del sector privado más involucrados.

Dentro de lo que pudiéramos denominar la negociación interna, habría que definir:

- Listas de mercancías prioritarias y sensibles ordenadas según su grado de relevancia económica.
- Elaboración de escenarios sobre objetivos mínimos y máximos a alcanzar en la negociación (productos prioritarios).
- Diseño de escenarios sobre concesiones máximas a realizar (productos sensibles).



## 1.2. *Negociación externa*

La negociación externa requiere trasladar al equipo negociador la responsabilidad de la negociación, pero siguiendo las pautas y las exigencias pactadas en el mandato acordado entre el sector público y el sector privado. No obstante, raramente la realidad permite que los equipos negociadores puedan permanecer anclados a lo previsto inicialmente por lo que dependerá de los negociadores conseguir unos resultados globales positivos, aunque sea imposible contentar a todos en sus exigencias iniciales. En todo caso, dado que las negociaciones suelen ser muy prolongadas, conviene una comunicación permanente con los sectores más involucrados en la negociación, aunque en última instancia la última palabra siempre la debería decidir el sector público, cuya actuación debería tener como fin velar por el bien común.

### 1.2.1. *Estrategias defensivas y ofensivas*

Paralelamente a la distinción entre negociación interna y externa, un poco a caballo entre ambas, aunque más en la segunda, podemos distinguir entre estrategias defensivas y estrategias ofensivas en la negociación.

Dentro de las estrategias defensivas incluiríamos todas aquellas medidas orientadas a minimizar el impacto de las negociaciones comerciales internacionales, es decir todas las medidas dirigidas a reducir al mínimo los efectos negativos de la liberalización comercial y de la apertura de nuestro mercado. Entre estas medidas cabe destacar:

- Retraso o exclusión del proceso de liberalización de mercancías más sensibles. Si bien las normas GATT exigen que una zona de libre comercio sólo es compatible con las mismas cuando se ha liberalizado la mayor parte del comercio, de hecho se permite que alrededor de un 10 por 100 del comercio bilateral sea excluido de la liberalización.

- Políticas de apoyo y de ayuda a la reconversión y modernización de los sectores más sensibles a la liberalización.

Las estrategias ofensivas, por el contrario, son las que más se deben impulsar a raíz de la libera-

lización de la importación del socio comercial, ya que los beneficios más tangibles se derivarían del aumento de las exportaciones del país A. Dentro de la estrategia ofensiva, cabe destacar:

- Adelanto de la liberalización por parte de socio comercial de mercancías prioritarias para país A.
- Apoyar el aumento productividad mercancías prioritarias de cara a exportación.
- Políticas de promoción comercial y fomento exportación en mercado socio comercial.

## 1.3. *Opciones prácticas en la negociación comercial*

Existen diversas fórmulas a la hora de facilitar la negociación y el desarme arancelario de las partes que negocian. Normalmente se definiría un calendario de desarme con carácter general y listas específicas de mercancías con calendarios más extensos ó más cortos ó listas de mercancías con calendarios y contingentes con preferencias arancelarias que se van ampliando paulatinamente, etcétera.

A la hora de plantear el desarme arancelario del socio comercial, con objeto de facilitar la exportación de las mercancías del país A podemos plantear las siguientes propuestas:

- Eliminar, con reciprocidad, los derechos de aquellas mercancías cuyos aranceles estén por debajo de determinado nivel y cuyo volumen de importación no sea significativo.
- Suprimir la devolución de impuestos o la concesión de incentivos a la exportación que no corresponda estrictamente a los impuestos pagados por el empresario exportador del país B o del país A.

Parece razonable que si los países que negocian tienen un nivel de desarrollo similar, las concesiones deben ser parecidas. Un criterio para llegar este objetivo, si finalmente la liberalización no alcanza a todos los productos, es que los porcentajes de las respectivas importaciones para los que se excluye la liberalización sean similares. Por el contrario, si los países tienen diferentes niveles de desarrollo aquél que se encuentre en una situación inferior, debería reclamar una asimetría a su favor en el proceso de desmantelamiento arancelario.



El método casuístico, tal como está aquí descrito no distingue si se trata de una negociación «sur-sur», «sur-norte» o «norte-norte». Es decir no se toma en consideración a la hora del análisis las posibles diferencias en tamaño y / o renta que pueden existir entre el país A y el B. No obstante, con independencia de lo que se indique en otros apartados, hay que tener en cuenta que:

- Al país pequeño suele interesarle exigir siempre determinadas ventajas con respecto al de mayor tamaño, ya que este último siempre aprovechará mejor en condiciones normales las ventajas de crear una ZLC entre dos países. Puede haber asimetría en el calendario de desarme arancelario o se puede permitir al país pequeño más sectores excluidos del libre comercio.

- La creación de una ZLC entre dos países o regiones con gran diferencia de renta per capita (sur-norte) lleva implícito una serie de problemas adicionales que hay que tener en cuenta:

- Dificultad de que existan condiciones de competencia similares cuando las políticas de ayudas a los sectores no son homogéneas, dadas las importantes diferencias presupuestarias.

- Posibilidad de que se acentúen los desequilibrios económicos entre las partes, en determinados sectores productivos.

En estos casos, se deberían establecer compensaciones a la parte menos desarrollada no solamente a través de la asimetría en el desarme arancelario o la posibilidad de excluir determinados sectores de la liberalización, sino también mediante la creación de recursos financieros que ayuden a mejorar la infraestructura económica de la parte más débil o bien mediante ventajas en otros ámbitos ajenos al comercio de mercancías, como es, por ejemplo, una mayor libertad de circulación de mano de obra.

## 2. Políticas de apoyo a los sectores

La negociación de una zona de libre comercio o de cualquier otro proceso de integración económica tiene como objetivo el incrementar el acceso al mercado, tanto para los productos del país A como para los del país B. La creación de la zona de libre comercio será beneficiosa para ambos países. Pero, como hemos señalado más arriba,

aunque muchos sectores y los consumidores se beneficiarán, ciertamente habrá ciertos sectores que se verán perjudicados, al menos durante un cierto período de transición hasta la consolidación del nuevo mercado ampliado.

El negociador no debe concluir su actividad con la finalización de la negociación externa. La experiencia internacional demuestra que conviene ir más allá y diseñar y aplicar políticas que maximicen los efectos positivos de la integración (por ejemplo, incremento del empleo y la producción nacional fruto del aumento de las exportaciones) y minimicen los efectos negativos (por ejemplo, reducción del empleo y de la producción en ciertos sectores como consecuencia del incremento de las importaciones). Se trata, en definitiva, de procurar que los beneficios se materialicen lo más rápidamente y en mayor cantidad posible y que los efectos nocivos lleguen lo más tarde posible y sean pequeños.

Es decir, es conveniente diseñar políticas de promoción de la producción y de las exportaciones (para los productos prioritarios) y de reconversión o modernización (para los productos sensibles). Esta tarea no debería ser excesivamente complicada porque el negociador ha acumulado una gran cantidad de información sobre los sectores prioritarios y los sensibles y ha iniciado un mecanismo de diálogo con los agentes económicos y con expertos. El negociador dispone por tanto de información cualitativa y cuantitativa sobre la producción y el mercado, tanto del país A como del B.

Cabe señalar además que el diseño de estas políticas sectoriales no sólo sirve para optimizar los efectos de la ZLC, sino también es un elemento muy importante en la negociación interna, sin la cuál la negociación externa puede que no llegue a buen fin.

### 2.1. Para productos sensibles

En el caso de los productos sensibles el riesgo de la liberalización comercial consiste en la pérdida de empleo y la reducción de la producción nacional. Para el país A estos efectos negativos son fruto de la mayor competitividad de los productos del país B, los cuales han mejorado sustancialmente el acceso al mercado del país A



CUADRO 1  
EJEMPLOS DE POLÍTICAS DEFENSIVAS DE APOYO A PRODUCTOS/SECTORES SENSIBLES

Medida	Efecto	Coste
• Programas específicos de capacitación profesional.	Mejorar productividad/eficiencia sector X. Preparar a trabajadores para sector X.	• Fondos públicos. Elevado.
• Créditos para inversiones en modernización de instalaciones productivas.	• Mejora de la productividad/calidad, ... sector X.	• Fondos públicos. Elevado.
• Incentivos fiscales a la inversión.	• Mejora de la productividad/calidad, ... sector X.	• Menor ingreso público.
• Fomento del asociacionismo.	Incrementar tamaño medio unidad productiva. Economías escala.	Modificación legislativa. Posible subvención pública o reducción impositiva.
• Creación de laboratorio/instituto tecnológico.	Mejora de la calidad. Incremento productividad.	Fondos públicos/presupuestos del Estado. Co-financiación sector privado.
• Abaratar coste materias primas.	• Disminución costes producción.	• Reducción de aranceles/otros impuestos indirectos.
• Control cumplimiento normas sanitarias/técnicas.	• Eliminar competencia desleal.	Modificación legislativa. Presupuesto público agencia inspección. Tasa a productor. Sector privado inspecciona.
• Fomento de actividades productivas alternativas.	• Recolocación desempleados por la competencia externa.	Ayudas sociales e incentivos a nuevas empresas.

como consecuencia de la creación de la zona de libre comercio.

Indudablemente cada sector concreto tiene su problemática especial, que además es diferente en función de la estructura productiva del socio comercial. Así por ejemplo, las políticas sectoriales que deberían adoptarse pueden ser muy diferentes si el socio comercial es un país grande y muy eficiente en su producción (3). Es difícil poder generalizar el tipo de políticas y de medidas que deben o pueden adoptarse, puesto que la problemática puede ser muy diversa y, especialmente los instrumentos para aplicar políticas también.

En general, la experiencia de los autores de este trabajo muestra que el principal problema que tienen los países en vías de desarrollo y, en concreto, los latinoamericanos en este terreno es la escasez de medios para poder diseñar y ejecutar políticas, especialmente esto último. Muchas de las herramientas de política de producción suponen gasto público. Es precisamente la escasez de recursos presupuestarios lo que caracteriza a casi todos los países en vías de desarrollo.

(3) A efectos del análisis que realice el negociador del país A, podría considerar que la oferta del país B en este caso es muy elástica. Desde un punto de vista cuantitativo, el tamaño de la producción del país B es muy superior al tamaño del mercado del país A. Es decir; cualquier reducción del precio de acceso al mercado del país A puede provocar una avalancha de producción del país B que intente ser colocada en el mercado A.

No es el objetivo de este trabajo el profundizar en el diseño y aplicación de políticas sectoriales, pero sí queremos dar unas pinceladas al respecto para ilustrar nuestro argumento. En el Cuadro 1 se señalan algunos instrumentos de política de apoyo al sector X y sus posibles costes y efectos

El negociador debe por tanto diseñar políticas que mitiguen dicho impacto negativo. En numerosos casos los gobiernos de los países que negocian acuerdos de integración económica no prestan atención a estas políticas sectoriales. En algunos casos únicamente prestan atención a los sectores sensibles cuando éstos ejercen presión social (por ejemplo, manifestaciones, disturbios del orden público, ...). Si bien es cierto que en muchos países resulta muy difícil el desmontar y reconvertir sectores como consecuencia de la liberalización comercial, es necesario estar preparado ante los efectos que una zona de libre comercio, por ejemplo el ALCA, puede desencadenar en algunas actividades productivas.

## 2.2. Para productos prioritarios

En este caso las políticas de apoyo a los sectores tienen como objetivo el que los efectos beneficiosos de la liberalización comercial se produzcan lo más rápidamente posible. Para ello se debe intentar apoyar a las empresas productoras del país A para que incrementen rápidamente sus



CUADRO 2  
EJEMPLOS DE POLITICAS OFENSIVAS DE APOYO A PRODUCTOS PRIORITARIOS

Medida	Efecto	Coste
• Incentivos producción productos prioritarios (infraestructuras).	• Aumento de la producción y de la oferta exportable.	• Medio, pero rentable a largo plazo.
• Información sobre mercado país B.	• Mejor toma decisiones empresas país A.	• Reducido. Fondos públicos o privados.
• Información sobre normativa técnica país B.	• Empresas país A pueden adaptar su producto.	• Reducido. Fondos públicos o privados.
• Organización de misiones y encuentros empresariales.	• Identificación de clientes potenciales en país B.	• Reducido.
• Creación laboratorio/institución científico-técnica.	• Certificación/homologación productos país A.	• Elevado. A medio plazo co-financiación sector privado.
• Apertura de Oficina Comercial/Consejería comercial en país B.	• Apoyo a exportadores país A.	• Medio.
• Incentivos fiscales a la inversión extranjera.	• Aumento de la oferta exportable.	• Medio/alto. Menores ingresos fiscales.

exportaciones al país B. Se trata en definitiva de políticas de promoción de exportaciones y/ o de fomento de la producción.

La experiencia de los autores de este artículo muestra que pocos países en vías de desarrollo diseñan y aplican este tipo de políticas sectoriales. Incluso políticas más horizontales de promoción de exportaciones no siempre existen y cuando así ocurre los medios de que se dispone son limitados. Sorprende por tanto, que algunos países inmersos en la creación de zonas de libre comercio no apliquen este tipo de políticas pero se quejen de que los resultados positivos tardan mucho en llegar.

La experiencia internacional muestra que las políticas ofensivas de promoción suelen ser más eficientes y menos costosas que las políticas defensivas de apoyo a sectores poco competitivos. Además el diseño y ejecución de aquellas suele ser más sencillo.

Igual que en el caso de políticas defensivas de apoyo a sectores que sufrirán por el aumento de competencia, las políticas ofensivas de promoción de exportaciones requieren de fondos públicos para poder ser ejecutadas. Este suele ser el principal problema, si bien es posible el diseñar políticas cuya necesidad de fondos públicos sea reducida.

### 3. El método casuístico, el comercio de servicios y la inversión extranjera. Una aproximación

Como indicábamos anteriormente, los acuerdos de libre comercio pueden abarcar el comer-

cio de mercancías, el de servicios, las inversiones extranjeras, la propiedad intelectual y la cooperación en una serie de ámbitos. La parte central del método casuístico ha tenido como objetivo valorar los efectos de la liberalización en el comercio de mercancías. No obstante, creemos que por su importancia se deben mencionar algunas ideas para evaluar, con las herramientas de este método, la liberalización del comercio de servicios y los efectos de las inversiones extranjeras en el marco de la creación de una zona de libre comercio.

#### 3.1. El método casuístico y el comercio de servicios

El método casuístico puede ser también empleado para analizar la liberalización del comercio de servicios. En este caso sin embargo, el modelo se complica, aunque la metodología a aplicar es muy similar.

Los servicios se proporcionan en el ámbito internacional, según una o varias de cuatro modalidades de prestación:

- El movimiento transfronterizo de los servicios, como por ejemplo el caso de las telecomunicaciones.
- El traslado de los consumidores al país de importación, donde se presta el servicio. Este sería el caso del turismo o de reparación de buques en el exterior.
- El establecimiento de una presencia comercial en el país en que ha de prestarse el servicio, mediante, por ejemplo, una inversión extranjera.



- El traslado temporal de personas físicas a otro país para prestar en el los servicios. Se incluyen no solo las personas físicas que prestan servicios, sino también las empresas proveedoras de servicios.

Aunque muchos servicios corresponden a más de una modalidad, se estima que los servicios que se prestan según las dos últimas modalidades son mucho mas importantes que el comercio de servicios realizado según las dos primeras.

El problema que tiene el análisis del impacto de la liberalización del comercio de servicios es que requiere (además de los estudios y análisis que hemos descrito en los apartados precedentes de este artículo) estudios de:

- Las regulaciones existentes, que suelen ser mucho mas variadas y complejas, que en el caso de mercancías (e.g. normas técnicas, sanitarias, ...). A menudo, las regulaciones dependen del ordenamiento político y constitucional de cada país.

- La liberalización de este sector a nivel internacional y las reglas de la OMC en la materia que están mucho menos desarrolladas que en el caso de bienes.

- La inversión extranjera y su regulación, ya que la prestación de servicios por empresas del país A en el país B está mucho mas relacionada con la inversión extranjera que en el caso del comercio de mercancías. La regulación de la inversión extranjera directa y la participación de los proveedores extranjeros de servicios en las ramas nacionales, es la forma fundamental en que se puede proteger las empresas nacionales frente a los competidores en el exterior.

- Las legislaciones sobre derechos de establecimiento.

- La normativa sobre circulación de personas, emigración, contratación de mano de obra, etcétera.

Para evaluar la competitividad de diversos sectores de servicios en el país A o en el B, así como sus factores determinantes y diferenciadores, entre los criterios mas habitualmente utilizados, están los siguientes:

- Calidad del servicio.
- La diferencia y el comportamiento de los precios.
- La productividad de los servicios. Aunque tradicionalmente han sido un sector con baja pro-

ductividad en relación a la industria, las nuevas tecnologías lo están haciendo evolucionar.

- El grado de intervencionismo público en los servicios.

- Incidencia del factor tecnológico.

- Factores singulares del propio sector que influyen en estos mercados:

- Necesidad de proximidad física entre consumidor y productor servicio.

- Barreras de acceso a los mercados de servicios (Grado de diferenciación, economías de escala, costes de establecimiento).

- La existencia o no de regulaciones estatales.

Normalmente se considera que los sectores de servicios que más pueden sufrir de cara a la liberalización serían aquellas actividades cuyos mercados estén más afectados por los procesos de internacionalización, así como las actividades que hayan estado mas cerradas a la competencia.

No obstante, a la hora de evaluar la sensibilidad o la prioridad de los distintos sectores, algunos autores los han clasificado, con carácter general, según el grado de sensibilidad ante la liberalización. Se consideran:

- Actividades muy sensibles aquellas que están mas abiertos a la competencia y en donde concurre la posibilidad de estandarización y de alcanzar economías de escala y de red. Por ejemplo: servicios a empresas en frontera, servicios ligados a los mercados públicos, telecomunicaciones, transportes terrestres y aéreos, comunicaciones y medios audiovisuales.

- Actividades con sensibilidad media: banca, seguros y servicios financieros, transportes marítimos, servicios a particulares reglamentados, servicios a las empresas en general, alquiler/ venta de inmuebles, agencias de viajes, publicidad.

- Actividades poco sensibles: serían aquellos servicios escasamente abiertos y cuyos mercados son locales y en donde las tecnologías de la información no tendrían un impacto decisivo, tales como comercio /distribución, hostelería y actividades relacionadas con el turismo, servicios especializados a las empresas, servicios a empresas y particulares poco reglamentados, recuperación de productos, reparación de vehículos, y transporte urbano.



Las variables comerciales y de mercado que hemos utilizado en el método casuístico para reconocer el carácter prioritario o sensible de las mercancías, deben adaptarse a los requisitos del análisis del comercio de servicios:

- La exportación e importación de servicios se podría medir en la medida en que empresas del país A o del socio comercial vendan servicios en el exterior, bien desde sus casas matrices o desde establecimientos en el exterior. Los servicios turísticos se miden a través de la entrada y salida de turistas o de los gastos de turistas en el país A o en el socio comercial y viceversa. Otros intercambios exteriores de servicios (transporte, seguros, etcétera), se miden a través de las ventas o números de usuarios, etcétera, en el extranjero.

- La oferta y la demanda pueden ser cuantificables directa o indirectamente en cualquier sector, por el volumen de ventas o por el capital de las empresas propias del país A o del país B. Por lo general se dispone de menos estadísticas que en el caso de las mercancías.

- La cuota de mercado, también se puede calcular indirectamente, ya que estaría en función de las empresas establecidas y de los servicios prestados por el país B o de los movimientos de turistas entre ambos, etcétera, en relación a las del país A.

- La capacidad ociosa tiene que ver con las fuentes de financiación, la mano de obra especializada disponible que requiera el servicio a prestar, etcétera.

- La diferencia de precios puede ser significativa, pero en el caso de los servicios responden a diferencias de calidades o a distintos grados de liberalización.

- La opinión de los expertos.

Entre las fuentes de información para el análisis del comercio de servicios, además de las ya mencionadas, estarían:

- Los movimientos de pagos y cobros de la balanza de servicios, sobre todo si se pueden desagregar por nacionalidades.

- Las estadísticas de *stocks* y flujos de inversiones extranjeras en el país y de este en el resto del mundo, del país A y del país B.

- Las barreras de entrada, es decir las regulaciones que hay en el país A y en el país B en rela-

ción a la prestación de servicios o a la inversión extranjera o derecho de establecimiento en determinadas ramas de la producción y cuya finalidad es similar a la del arancel en el comercio de mercancías.

### 3.2. El método casuístico y la inversión extranjera

Los flujos de inversiones extranjeras tienen en muchos países una gran relevancia dentro de la inversión total. A menudo las empresas más activas en materia de comercio exterior o con un mayor grado de innovación tecnológica tienen participación extranjera.

Los objetivos de un país A, en relación a la inversión extranjera, a la hora de negociar un acuerdo de libre comercio serían, entre otros:

- Favorecer estos flujos de inversión tanto del socio comercial como de terceros que, como consecuencia de la nueva área de libre comercio, se sentirían atraídos de invertir en el país A.

- Aumentar las inversiones del país A en el país B y conseguir para sus inversores en el mismo un trato equivalente al dispensado en su país a los inversores de B.

Los acuerdos de libre comercio suelen llevar incorporadas normas que regulan estos flujos de un modo no discriminatorio, entre las que figuran:

- Procedimientos armonizados para regular y contabilizar las inversiones.

- Acuerdos de protección recíproca de inversiones y de eliminación de la doble imposición.

- Otorgamiento del trato nacional a los inversionistas de la otra parte.

- Preferencias a los inversionistas de los países miembros frente a terceros en relación a lista de sectores excluidos.

El Acuerdo sobre medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio (TRIMS) de la OMC es un acuerdo de mínimos que dispone que los países deben eliminar las medidas en materia de inversiones contrarias a las reglas del GATT. Normalmente, los tratados de libre comercio incorporan más obligaciones que las del Acuerdo.

El método casuístico también puede ser útil para evaluar si, como consecuencia de un acuerdo



de libre comercio entre el país A y el B se va a ver afectada la inversión extranjera del socio comercial o de terceros. Para este fin se pueden utilizar los siguientes indicadores:

- Los flujos anuales de inversiones extranjeras en el país B y los de este en el exterior.
- La fotografía y sobre todo la comparación de las estadísticas económicas básicas. En principio, será el país con mayor tamaño económico el que reciba el mayor flujo de inversión de terceros países, aunque esto dependerá también de la diferencia de los costes de factores de producción entre ambos países y de las condiciones existentes en los mismos para los negocios.
- La opinión de los expertos.
- Análisis de las regulaciones del país B, en materia de inversiones extranjeras, para evitar que las empresas de A sean objeto de discriminaciones frente a las nacionales.

Los flujos de inversión recíproca del país A en el B van a depender de las circunstancias geográficas y el nivel de desarrollo económico de cada país, de los flujos habidos en el pasado entre ambos y del calendario de la liberalización comercial. La inversión recíproca suele crecer en la medida en que crecen los intercambios comerciales.

#### 4. Resumen y conclusiones

La metodología casuística y el conjunto de herramientas que hemos descrito en este artículo para evaluar el impacto de las negociaciones comerciales internacionales se han demostrado muy útiles en los distintos países donde se ha aplicado. Tiene la ventaja de no constituir un modelo cerrado, sino que se trata de un modelo abierto donde se pueden introducir nuevas variables y nuevos indicadores que mejoren los resultados o adaptarlos a las necesidades del negociador. Es especialmente relevante y útil en este modelo su capacidad para utilizar información incompleta e imperfecta tanto cuantitativa como cualitativa.

En este artículo, el análisis se ha hecho pensando en dos países A y B que negocian para crear una zona de libre comercio. Obviamente si la zona de libre comercio incluyera a más de 2 países el análisis se complicaría. Bastante más

complejo sería analizar los efectos que tendría la creación de una unión aduanera (4) o la creación de un mercado común (5). La metodología casuística que describimos en este artículo puede emplearse en estos casos, si bien resulta más complejo el emplearla. Se podría pasar de un modelo de dos países a otro modelo en que un país negociara una zona de libre comercio de mercancías con varios países. Esto, en principio, se puede hacer:

- Agregando todos los demás países con los que negociamos como si fuera uno solo, cuyas variables principales resultarían de la agregación de los valores parciales.
- Agregando, para cada producto que nos interesa analizar, aquel conjunto de países cuya producción y comercio exterior supere un porcentaje mínimo, como por ejemplo el 75-80 por 100 de la producción de la zona.

La metodología a emplear en estos casos sería la misma que hemos descrito y los pasos a dar para aplicarla serían también los mismos: (i) fotografía, (ii) determinación de productos prioritarios y sensibles, (iii) análisis casuístico a través del estudio de variables de comercio exterior y de mercado, reconsiderando la clasificación de productos prioritarios y sensibles previamente realizada, (iv) análisis de tendencias y (v) definición de políticas de negociación.

La creación de una zona de libre comercio entre dos países o entre varios países siempre es muy positiva para los países que la forman, en el medio y largo plazo, porque amplía los mercados, permite economías de escala, aumenta la eficiencia y las oportunidades de negocio, etcétera. Ahora bien, no todos los sectores resultan beneficiados y en los más ineficientes se generan problemas en el corto y medio plazo. El método casuístico es una guía para elaborar el plan de negociación y optimizar los resultados de la

(4) En las uniones aduaneras las partes no sólo renuncian a tener un arancel propio sino que adoptan un común para todos. Esto significa en la práctica que para un país A, el arancel final puede ser más elevado o más reducido que el que tenía anteriormente.

(5) En el caso de un mercado común el análisis de los efectos de la liberalización comercial se complican sustancialmente puesto que hay que incluir en el análisis los efectos de la libre circulación de factores de producción como el trabajo y el capital.



misma, en la medida en que se pueden anticipar los problemas que se presenten y se alienten y estimulen los sectores con futuro.

En conclusión, el método casuístico constituye una forma bastante razonable de preparar unas negociaciones de liberalización de los intercambios comerciales ya que utilizando las herramientas propias del análisis económico del comercio exterior y de un estudio de mercado nos permite preparar nuestra estrategia de negociación y delimitar los sectores sobre los que interesa concentrar los esfuerzos.

### Bibliografía

1. ALLEN, Tim: «Specialisation of Candidate Countries in Relation to the EU», *Statistics in Focus. External Trade*, theme 6-6/2001, Eurostat.
2. BEHAR, Jaime (1991): «Economic Integration and Intra-Industry Trade: The Case of the Argentine-Brazilian Free Trade Agreement», *Journal of Common Market Studies*, junio.
3. BONET MADURGA, Antonio (2002): «Métodos Casuísticos de Evaluación de Impacto para Negociaciones Comerciales Internacionales», *INTAL-BID-STA documento de trabajo*, número 12, Washington, septiembre.
4. GLOBERMAN, Steven (1992): «North American Trade Liberalisation and Intra-Industry Trade», *Journal of the Kiel Institute of World Economics*, Band 128 Heft 3.
5. GONZALEZ, Jorge G. y VELEZ, A. (1995): «Intra-Industry Trade between the United States and the major Latin American countries: Measurement and implications for free trade in the Americas», *The International Trade Journal*, volumen IX, número 4.
6. Guía de la Ronda Uruguay para la Comunidad Empresarial. Centro de Comercio Internacional. OMC/ UNCTAD. Ginebra. 1996.
7. LAFAY, G. (1987 y 1997): «La mesure des avantages comparatives révélés», *Economie Prospective Internationale*.
8. MENON, J. y DIXON, P. (1996): «Regional Trading Agreements and Intra-Industry Trade», *Journal of Economic Integration*, marzo.
9. OCDE (2002): *Economic Outlook*, número 71, Paris, junio.
10. OCDE (2001): *Science, Technology and Industry Scoreboard*.
11. SUBDIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR EXTERIOR (2002): «Comercio Intraempresa e Intraindustrial en la Década de los Noventa», *Boletín Económico de ICE*, Madrid, 2-8 de diciembre.
12. SUBDIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR EXTERIOR (2003): «Comercio Multilateral y Acuerdos Regionales», *Boletín Económico de Información Comercial Española*, número 2753, 6-12 de enero de 2003.
13. SUBDIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR EXTERIOR (2003): «El patrón del comercio mundial: comercio interindustrial e intraindustrial», *Boletín Económico de ICE*, Madrid, 14 a 20 de abril de 2003.
14. SUBDIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR EXTERIOR (2003): «La importancia del comercio intraindustrial en España», *Boletín Económico de ICE*, Madrid, 28 de abril a 4 de mayo de 2003.
15. TRIGO, Aurora (2003): «La Unión Europea y sus Relaciones Intra-industriales con el Mundo en Desarrollo», *Colección de Estudios Consejo Económico y Social*, Madrid.
16. VELARDE, J.; GARCIA DELGADO, J. L. y PEDREÑO, A. (1996): *España en la Unión Europea. Balance de un decenio*, Editorial Civitas Madrid.

