

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA
RECINTO UNIVERSITARIO CARLOS FONSECA AMADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA**



**TRABAJO MONOGRAFICO PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIADO EN
ECONOMIA**

TEMA:

**TENDENCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL BAJO LA ÓPTICA DE LA
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC).**

AUTORES:

**Bra. DANELIA GUADALUPE AGUILAR CORDERO.
Bra. CYNTHIA REGINA AGUILAR UMAÑA.**

TUTOR

MSC. OVIDIO CAJINA BORGE

Managua, junio de 2015

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

SIGLAS

AAP: Acuerdo de Alcance Parcial.

ADPIC: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (en inglés TRIPS).

AGCS: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios en inglés GATS.

AIE: Acuerdo de Integración Económica

ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración

ALBA: Alianza Bolivariana para América Latina y el Caribe}

ALC: Acuerdo Libre Comercio

ALC Y AIE: Acuerdo Libre comercio y Acuerdo de Integración Económica

AMNA: Proyecto para la Agricultura y El Acceso a los Mercados para los Productos no Agrícolas.

APPIS: Acuerdos de Protección y Promoción de Inversión

BIRF: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento.

BM: Banco Mundial.

BP: Balanza de Pagos

CADAEN: Cámara de Agentes Aduaneros y Almacenadores de Nicaragua

CADIN: Cámara de Industria de Nicaragua

CAME: Consejo de Ayuda Mutua Económica.

CANONIC: Cámara de Comercio de Nicaragua

CAUCA: Código Aduanero Centroamericano

CEI: Comunidad de Estados Independientes

CIFCO: Comisión Interinstitucional de Facilitación del Comercio

CNPE: Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones

CONIPYME: Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

COSEP: Consejo Superior de la Empresa Privada

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

DR-CAFTA: Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, centro América y estados Unidos de América (en inglés, Dominica Republic-Central American Free Trade Agreement)

EAAI: Empresa Administradora de Aeropuertos Internacionales

ENAP: Empresa Nacional de Puertos

FMI: Fondo Monetario Internacional

GATT: Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (en inglés General Agreement on Tariffs and Trade.)

MCCA: Mercado Común Centroamericano

MIFIC: Ministerio de Fomento, Industria y Comercio

NFM: Nación más Favorecida

OMC: Organización Mundial del Comercio (en inglés WTO).

RECAUCA: Reglamento del Código Aduanero Centroamericano

SGP: Sistema General de Preferencias

SUCRE: Sistema Unitario de Compensación Regional

TLC: Tratado de Libre Comercio

UA: Unión Aduanera

UA Y AIE: Unión Aduanera y Acuerdo de Integración Económica

UE: Unión Europea

UNCTAD: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (en inglés United Nations Conference on Trade and Development)

CAPITULO I: ASPECTOS TEORICOS Y METODOLOGICOS.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Una cuestión que continua intrigando a los investigadores es la relación entre el comercio y la desigualdad en los países en desarrollo. Muchos estudios sobre el comercio han analizado si este ha contribuido a incrementar la desigualdad en los países en desarrollo.

Inicialmente, se esperaba que el comercio contribuyera a reducir la desigualdad en esos países y, por tanto, mitigaría la pobreza a través de dos mecanismos:

- a. sus efectos positivos en el crecimiento y
- b. su influencia en la distribución de ingresos.

Los países en desarrollo representan alrededor de las tres cuartas partes del número total de miembros de la OMC. Esos países, junto con los países actualmente en proceso de “transición” a economías basadas en el mercado, desempeñan una función cada vez más importante.

El gobierno es el responsable último de diseñar la política comercial y escoger sus instrumentos diplomáticos de política exterior, entrando en alianzas comerciales con países afines o cerrando sus mercados a los bienes de sus rivales. Los gobiernos informan a la OMC de las políticas o medidas que aplican o se proponen aplicar).

La OMC ha contribuido positivamente a prevenir una mayor erosión en la tendencia del comercio internacional. Las principales funciones están relacionadas con las negociaciones comerciales y la aplicación de las normas comerciales, se presta especial atención a cuatro políticas particulares que sirven de base a esas funciones:

- Prestación de asistencia a las economías en desarrollo y las economías en transición.
- Ayuda especializada para la promoción de las exportaciones.
- Cooperación en la formulación de la política económica a escala mundial.
- Notificación habitual cuando los miembros establecen nuevas medidas comerciales o modifican las ya existentes. Se prevé una mayor contribución de la OMC al logro de una mayor coherencia en la formulación de la política económica a escala mundial.

La OMC mostró que la ayuda para el comercio ha adquirido una importancia creciente en la mayoría de los países. Otro rol de gran importancia de la OMC es el trabajo que está realizando con todos los países miembros, para que tanto las

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

importaciones como las exportaciones se realicen en el menor tiempo posible. La OMC lidera el tema de la facilitación del comercio, herramienta que permite dar seguimiento en cada país para que las organizaciones de gobierno simplifiquen los trámites y procedimientos que rigen el comercio.

La OMC recoge aspectos de la tendencia del comercio internacional, la cual ya ha sobrepasado las etapas de intercambio de mercancías y la preocupación por lograr un mayor y más libre acceso a los mercados para entrar en otras etapas de intercambios de servicios, y se caracteriza por iniciar la regulación de aspectos de la presencia en los mercados que corresponden a una economía globalizada.

1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Qué efecto causa la OMC a la tendencia del comercio internacional?

1.1.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Aporta la OMC al crecimiento del comercio internacional?

¿Cómo se ven beneficiados los países subdesarrollados con el crecimiento del comercio internacional?

¿Podemos considerar el comercio internacional como una fuerza que apunta al desarrollo económico de las naciones?

¿Cómo Nicaragua ha aprovechado su participación del OMC?

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

1.2 JUSTIFICACIÓN.

En este trabajo se pretende analizar las variables explicativas de las tendencias del comercio bajo la óptica de la OMC en un periodo de tres años (2008-2010) en el cual se abordaran cuestiones importantes relacionadas con el sistema del comercio internacional y como han variando conforme a los instrumentos y se tratara de dar la información necesaria para comprender mejor los problemas normativos que se plantea en la actualidad.

Es decir, analizar la estrecha relación entre las exportaciones e importaciones de la balanza comercial, teniendo en cuenta los informes anuales de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en el cual cada informe ocupa un tema actual de política comercial. Ampliando así el conocimiento sobre el porqué y para que se intercambian mercancías entre países donde alcanzaran un nivel de desarrollo que conduzca a mejorar las condiciones de vida de la comunidad internacional y reducir las desigualdades en los países en desarrollo.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Analizar la tendencia del comercio internacional bajo la óptica de la OMC.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- I. Examinar el comercio internacional como mecanismo orientada por la OMC.
- II. Analizar cada uno de los informes sobre el comercio internacional diseñados por la OMC.
- III. Explicar cuantitativamente el comercio internacional.
- IV. Mencionar el Comercio exterior de Nicaragua.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

1.4 MARCO TEÓRICO.

Las principales teorías del comercio internacional son:

1. Nueva teoría del comercio o teoría de la ventaja competitiva.
2. Teoría de las ventajas absolutas y ventajas comparativas.
3. Teoría de las ventajas absolutas y teoría de la división del trabajo.

La teoría a utilizar es la teoría de las ventajas Absolutas y Ventajas Comparativas.

Fue David Ricardo quien en su obra¹ hizo los correspondientes refinamientos a la teoría de Smith para sostener que el comercio internacional no dependía únicamente de ventajas absolutas, sino también de ventajas comparativas.

Adam Smith estableció que la verdadera riqueza de los países no radicaba en tener grandes pilas de oro y plata en la tesorería, sino en un constante incremento en la calidad de vida de los ciudadanos. A partir de este supuesto Smith contribuyó a la teoría clásica con dos grandes aportaciones: la ventaja absoluta y la división del trabajo.²

En 1498 se dio el descubrimiento de la ruta de las indias en Portugal, estos descubrimientos trajeron nuevas mercancías las cuales eran: especias y metales preciosos. El flujo de metales preciosos a Europa eran el centro del comercio en: Amberes y en la península ibérica la cual nunca fue centro comercial europeo.

Durante el siglo XV, no obstante los problemas que enfrentó la incipiente economía capitalista europea (hambre, peste, guerras, sublevaciones), se mantuvo la actividad comercial e incluso se incrementó.

En esta etapa de la acumulación capitalista por medio del comercio, se observa algunas consecuencias para el mismo, tales como:

- I. Desarrollo de la producción de manufactura
- II. Fortalecimiento económico de la burguesía
- III. Búsqueda de nuevas rutas comerciales, que apoyándose en los grandes avances científico-técnicos de la época se inició como parte de los grandes descubrimientos geográficos.
- IV. Inicio de la conquista y colonización europea en Asia, África y América
- V. Se acelera el proceso de acumulación originaria del capital y se favorece el desarrollo del capitalismo en Europa occidental

¹Principios De Economía Política y Tributación (1959).

² Las Riquezas de las Naciones (1776).

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Con Carlos V y Felipe II de Habsburgo se dieron las relaciones con el centro de Europa, en el siglo XVI la nueva potencia era Holanda, el centro del comercio era Ámsterdam y Francia se establece en Canadá.

En 1585 existió la primera colonia en Norteamérica, el envío de mercancías a Europa; el envío de mercancías de Europa a Guinea y el envío de esclavos al Caribe y América.

En el siglo XVII se ubica como nueva potencia a Inglaterra. En los siglos XVII y XVIII se dio el mercantilismo, se establecen trabas comerciales para proteger la producción industrial, contingentes de importación como los subsidios al igual que se dieron los estados mercantilistas: Inglaterra, Francia y Holanda, el capitalismo comercial que es el capitalismo industrial.

Desde el siglo XVIII las República italianas como: Génova, Venecia y Pisa se dio el comercio con el oriente: productos de lujo y Flandes: productos de amplio consumo.

Entre el siglo XVIII y XIX, se dan avances tales como la revolución industrial, que supone la mecanización de los procesos de producción, y por lo tanto, las eras de las maquinas comienzan. Al mismo tiempo, se empieza a gestar la “filosofía de los medios de sistemas de producción, que intentan explicar la relación del hombre con las nuevas tecnologías, tal es el caso de Carlos Marx, y sus teorías sobre el consumismo”.

En la etapa de capitalismo pre monopolista en general, el comercio pasa por dos sub etapas fundamentales: la primera: entre 1750 y 1840 comprende entre la revolución industrial en Inglaterra; y la segunda: entre 1860 y 1870 y en la primera etapa, el comercio internacional adquiere gran intensidad y triunfa la gran industria mecánica en Inglaterra con la revolución industrial. Inglaterra logra obtener la hegemonía industrial y comercial en el mundo al respecto.

El desarrollo de la producción sobre la base de la técnica mecánica, condiciono la especialización multilateral de la producción social en cada uno de los países por separado, y surgen infinidades de ramas industriales independiente, que producen nuevos tipos de materias primas, instrumentos de trabajo, así como articulo de consumo personal.

Tal especialización se reflejo en el desarrollo del comercio exterior, además de la mayor complejidad de las relaciones comerciales en sí mismas. En esta etapa del capitalismo mercantil manufacturero hubo un fuerte proteccionismo que limito el intercambio de mercancías.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Como se puede apreciar, en la historia del comercio mundial se puede observar dos tipos fundamentales de políticas o tendencias:

- I. La librecambista: que tiene como propósito la liberación total del comercio para aprovechar las ventajas relativas de mayores niveles de competitividad internacional
- II. La proteccionista: que persigue el objetivo, la regulación del comercio para proteger el mercado interno de la competencia externa y estimular las exportaciones.

El capitalismo monopolista o imperialismo, a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, se producen cambios estructurales en la industria. La industria pesada pasa a lidiar el desarrollo económico y con ella el comercio internacional sufre grandes cambios.

Los monopolios van a dominar la producción y la compraventa de las principales mercancías. La lucha por el dominio de los mercados alcanza alto nivel. La agudización de las contradicciones entre las grandes potencias capitalistas mundiales por un nuevo reparto territorial y económico (de los mercados) del mundo ya repartido, hizo inevitable el estallido de la primera guerra mundial, de 1914-1918.

En esta contienda los Estados Unidos. No participan directamente hasta 1917. Como resultado de esta política, este país se convirtió en el principal suministrador de mercancías de los países en conflicto; el centro de la producción industrial se trasladó desde Europa a América. Estados Unidos comenzó una lucha por conquistar las esferas de influencia, materias primas pertenecientes a los monopolios ingleses y por el desplazamiento del mercado mundial.

El periodo de la crisis económica mundial de 1929-1933 en el que ocurrió la gran depresión, con su acción destructora de la economía, afectó gravemente el comercio internacional, en este periodo, se aumentó de manera extraordinaria el proteccionismo y la aplicación de nuevos medios de lucha por los mercados de ventas.

Después de la segunda guerra mundial (1939-1945) se producen profundos cambios económicos y políticos que impactaron sobre el comercio internacional. Estados Unidos y Canadá dominaron las exportaciones mundiales (52,5%) debido a la interrupción de las exportaciones de Alemania, Italia y Japón y el debilitamiento de Inglaterra y Francia. Las causas de la agudización de los problemas de los mercados van a ser mayor en esta etapa por varios factores:

1. La formación y desarrollo del campo socialista.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

2. Profundización de las crisis del sistema colonial del imperialismo. Muchos países de Asia y África, ha lograr la independencia obstaculizaron la venta de mercancías y exportación de capitales.
3. Inglaterra pierde la hegemonía en beneficio de los Estados Unidos el cual se convirtió en el centro del imperialismo mundial.
4. El restablecimiento económico de Alemania y Japón, amenazaron la hegemonía de Estados Unidos y amenazaron aun más la posición débil de Inglaterra.

El globalismo basado en integración y cooperación. Sus características:

- a. Transacciones económicas en tiempo real.
- b. Mercados bursátiles permanentes.
- c. Mercados monetarios globales.
- d. Idioma común.

Las necesidades que poseían eran las necesidades de instituciones globales y las necesidades de una reorganización de la OMC.

La Organización Mundial del Comercio (OMC), fue establecida en 1995. La OMC administra los acuerdos comerciales negociados por sus miembros (denominados acuerdos abarcados). Además de esta función principal, la OMC es un foro de negociaciones comerciales multilaterales; administra los procedimientos de solución de diferencias comerciales (disputas entre países); supervisa las políticas comerciales y coopera con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional con el objetivo de lograr una mayor coherencia entre la política económica y comercial a escala mundial. Su sede está ubicada en Ginebra, Suiza.

Dadas las diferencias socioeconómicas de sus miembros, la OMC no aboga por el libre comercio a toda costa, en la práctica, la OMC es un foro donde los representantes de los estados miembros deliberan en busca de acuerdos para definir las condiciones de sus relaciones comerciales y donde se resuelve cualquier disputa que pudiera surgir entre ellos respecto a los acuerdos alcanzados. “En realidad, todo depende de lo que los países están dispuestos a negociar los unos con los otros, a dar y a recibir, a pedir y a ofrecer”.

En el Acta Final de la Ronda de Uruguay se incorporan unos 60 instrumentos por el que se establece la OMC. Algunos de los más importantes son los que siguen:

- I. Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT)
- II. Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)
- III. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC)

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

- IV. Acuerdos sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- V. Acuerdos sobre Obstáculos Técnicos al Comercio

La OMC ha recibido críticas al funcionamiento sistemático por algunos países que han denunciado irregularidades en los procesos de negociación en el seno de la OMC como mantener posiciones extremas hasta el último momento para conseguir acuerdos intermedios, negociar en pequeños grupos de países marginando a los países menos importantes (“sala verde”), etc. También ha sido criticado que ningún país en desarrollo tiene la capacidad de hacer frente unilateralmente a un bloqueo de las negociaciones.

Uno de los aspectos más criticados en cuanto a la transparencia de la OMC son las llamadas negociación de la sala verde, un sistema de reuniones informales establecidas durante la Ronda Uruguay, llamadas así por el color de la habitación donde se realizaban. En estas reuniones, un número reducido de países, con interés en el tema que va a ser negociado, se encuentra para llegar a un acuerdo que, más tarde, debe ser ratificado, por consenso, por todos los países miembros (entre los cuales hay muchos que no han sido invitados a las reuniones). Los procesos en la sala verde fueron objetos de críticas durante la década de los 90, especialmente por parte de países en vías de desarrollo.

El comercio internacional ha evolucionado, comenzó con una economía ya domestica o feudal, luego se transformó en una economía nacional (con un solo mando político y económico), por ultimo en un economía internacional.

Feudalismo, mercantilismo y libre comercio, dentro de estas etapas se generaron teorías que pretenderían explicar las relaciones comerciales existentes entre las distintas entidades.

Comercio internacional: intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con costos menores. El comercio también permite a un estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Además, el comercio internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce una determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

La Balanza de Pago: es un reporte estadístico que resume sistemáticamente, para un período específico dado, las transacciones económicas entre la economía nacional y el resto del mundo. Las transacciones que en su mayoría tienen lugar

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

entre residentes y no residentes, comprenden las que se refieren a bienes, servicios y renta, las que entrañan activos y pasivos financieros frente al resto del mundo y las que se clasifican como transferencias, en las que se efectúan asientos compensatorios para equilibrar las transacciones unilaterales³.

La balanza comercial: Se describe como el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de un país y es uno de los componentes de la Balanza de Pagos. Mide la diferencia entre las exportaciones e importaciones, es decir, entre el valor de los bienes que un país vende al exterior y el de los que compra a otros países al igual que muestra el superávit o el déficit en la balanza comercial.⁴

Concepto de exportación: es la salida legal de mercancías nacionales con destino a ser vendidas en el extranjero.

Los orígenes del comercio se remontan a finales del neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio, la agricultura que se practicaba era una agricultura de subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores, como por ejemplo la fuerza animal, o el uso de diferentes herramientas, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento adecuado para el nacimiento del comercio, favorecido por dos factores:

- a. Las cosechas obtenidas eran mayores que las necesarias para la subsistencia de la comunidad.
- b. Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura, por lo tanto parte de la población empezó a especializarse en otros asuntos, como la alfarería o la siderurgia.

Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas. Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad (armas), depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimentarios (ánforas, etc.), nuevos utensilios agrícolas (azadones de metal...), o incluso más adelante objetos de lujo (espejos, aretes, joyas, etc.). este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones

³ (Bañes, Diego (2012) Economics Perguin. pp. 516, 517, 555,559.)

⁴ Balanza comercial relación de intercambio y tipo de cambio real en un modelo intertemporal de optimización monetarios (centro de estudios monetarios latinoamericano 1989.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, ruedas, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de urbanismo, etc.

Además del intercambio de innovaciones, el comercio también propicio un paulatino cambio de las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse. Empezaron a aparecer las primeras sociedades capitalistas tal como las conocemos hoy en día, y también las primeras clases sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, etc.

El comercio internacional hay que estudiarlo en su desarrollo histórico en relación con el mercado mundial, la división del trabajo y el desarrollo del capitalismo.

Antiguamente, la ley económica fundamental era la repetición del proceso de producción en las mismas proporciones, el producto adicional iba para el consumo personal de las clases dominantes. Esta era una etapa de escaso nivel de desarrollo de la producción material y de las fuerzas productivas.

Los factores que podrían influir en las exportaciones, en las importaciones y en las exportaciones netas de un país se encuentran⁵:

1. Los gustos de los consumidores por los bienes interiores y por los bienes extranjeros.
2. Los precios de los bienes en el interior y en el extranjero.
3. Los tipos de cambios a los que los individuos pueden utilizar la moneda nacional para comprar monedas extranjeras.
4. Las rentas de los consumidores interiores y de los extranjeros.
5. El coste de transportar bienes de un país a otro.
6. La política del gobierno con respecto al comercio internacional.

Como principios básicos de la política de comercio exterior de Nicaragua se plantea:

- I. El Comercio Sin Discriminación,
- II. Competencia Leal,
- III. La Solución De Diferencias De Forma Amigable,
- IV. El Trato Especial Para Países En Desarrollo,
- V. La Cooperación;
- VI. Acceso Creciente
- VII. A Los Mercados, Transparencia Y Predesibilidad En El Marco Normativo.

⁵ Markiw, N. Gregori – Principios De Economía Mac Graw Hill

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

En el aspecto monetario y financiero se crearon el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF). En 1947 surgió un acuerdo comercial firmado por 23 países que se llamo Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, siglas en ingles GATT, que significa: (General Agreement on Tariffs and Trade).

Es de destacar que el GATT como acuerdo otorgaba ciertas concesiones con ventajas arancelarias y normas comerciales para regular las ventajas para cada uno de los miembros. El principal objetivo del acuerdo general era fortalecer los principios de liberación de comercio.

En 1964 se crea la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, conocida por sus siglas en ingles, UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development); creada como órgano permanente de la Asamblea de las Naciones Unidas.

En 1994 el GATT fue actualizado para incluir nuevas obligaciones sobre sus signatarios. Uno de los cambios más importantes fue la creación de la OMC. Los 75 países miembros del GATT y la comunidad europea se convirtieron en los miembros fundadores de la OMC en el año 1995. Los otros 52 miembros del GATT ingresaron en la OMC durante los 2 años posteriores. Desde la creación de la OMC, 21 naciones no miembros del GATT ingresaron y 28 están actualmente negociando su membresía.

La actividad comercial ha estado a lo largo de los siglos, vinculada a la actividad humana, en virtud de la necesidad de la obtención de factores. La evolución que ha tenido el comercio a través de la historia presenta cuestiones de gran importancia para entender la configuración actual del comercio

1.5HIPÓTESIS.

Ante la alta participación de todos los países del mundo, en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), tiende a convertirse en un instrumento de crecimiento del comercio internacional y es necesario someterse a la directriz de la OMC y elevar de esta manera los beneficios que genera el comercio.

1.6 METODOLOGÍA.

Tipo de estudio:

La investigación principalmente es cualitativa con incidencia cuantitativa, se aplicaron métodos y técnicas de ambos paradigmas para construir la realidad relativa del tema observado.

Por su profundidad es descriptiva, ya que se limita a describir la situación del fenómeno objeto de estudio. De acuerdo con el desarrollo del fenómeno es de corte transversal, se estudia el problema en una etapa o tiempo determinado, en un periodo de 3 años (2008-2010) y atendiendo su aplicabilidad es aplicada, dado que estudia un problema concreto y pretende proponer algunas posibles soluciones.

Métodos, Técnicas e Instrumentos

a. Métodos

Los métodos utilizados fueron: análisis, síntesis

El análisis permitió la descomposición en sus partes constitutivas.

La síntesis une los elementos del problema con el fin de identificar las tendencias del comercio internacional bajo la óptica de la OMC.

b. técnicas

Las técnicas utilizadas en el trabajo investigativo son: periódicos, internet, fichas.

c. instrumentos

Los instrumentos utilizados son: Los informes de la OMC, Los informes del BCN.

Los informes de la OMC y del BCN: Ayudo a dar respuesta a la fundamentación teórica del trabajo investigativo.

CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO.

Es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.

La institución nace históricamente el 1º de enero de 1995, la OMC sustituyó al GATT, que llevaba en funcionamiento desde 1947, como organización encargada de supervisar el sistema multilateral del comercio. A los países signatarios del GATT se les denominaba oficialmente “Partes Contratantes del GATT”. Con la firma de los nuevos acuerdos de la OMC (entre los que se incluye el GATT actualizado, conocido como GATT desde 1994) se convirtieron oficialmente en “Miembros de la OMC”.

Es importante mencionar que la Organización Mundial del Comercio conocida como OMC y cuya sigla en inglés es WTO, tiene su sede en Ginebra (Suiza) y sus idiomas oficiales son: el inglés, el francés y el español, no forma parte de las Naciones Unidas, y tampoco de los “Organismos de Bretton Woods” como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. El órgano superior es la conferencia ministerial, que se reúne periódicamente. El principal órgano permanente es el Consejo General, en que están representados todos los miembros. De él dependen numerosos consejos y comités. La secretaría cuenta con unos 640 funcionarios, encabezados por el Director General. La OMC tiene un presupuesto de 193 millones de francos suizos (en 2010)⁶.

La OMC se organizó como entidad sucesora de la estructura institucional del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), existente desde 1947. Luego en 1986, una reunión ministerial convocada por el GATT en Punta del Este (Uruguay) aprobó una declaración⁷ en la que se dispuso la iniciación de una ronda de negociaciones comerciales multilaterales, que habría de conocerse como “Ronda Uruguay”, destinada a sustituir y ampliar el conjunto de acuerdos entonces en vigor sobre diversos temas de comercio internacional.

⁶ Portal de la Organización Mundial Del Comercio .Teoría del comercio internacional Ricardo Torre Gaitán.

⁷ Declaración de punta del este del acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio “GATT”

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

La Ronda se prolongo hasta 1995 y culmino en una reunión celebrada ese año en Marrakech (Marruecos). Allí se firmo el Acta Final⁸ de la Ronda y el conjunto de acuerdos sobre diversos temas, así como el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio⁹. A partir de entonces quedo convenido que las disposiciones originales del GATT se denominarían GATT de 1947 mientras que las resultantes de sus modificaciones acordadas serian el GATT de 1994. La Ronda Uruguay incorporo por primera vez en el sistema multilateral de comercio varios temas que hasta entonces habían estado excluidos de él. Los principales son el comercio de servicios, la agricultura, los textiles y la propiedad intelectual.

2.1. ESTRUCTURA Y FUNCIONES

La OMC tiene 157 miembros y 27 solicitudes de adhesión en trámite a pesar de la especial complejidad del proceso de adhesión. Esto representa la enorme mayoría de los países del mundo, cualquiera que sea su situación económica, e incluye a la gran parte de los países más pobres (los países menos adelantados).

Se plantea un contraste singular entre las críticas muy agudas y muy generalizadas de que la organización es objeto y la virtual unanimidad en la participación en ella o el deseo de incorporarse.

Este hecho se debe a que, con independencia de la validez de esas objeciones al sistema multilateral de comercio, el hecho de estar fuera provoca perjuicios mayores que sus características negativas. El país que no forme parte de la OMC no tiene en sus relaciones de comercio exterior ninguna otra defensa que las que le den los acuerdos que haya concertado. No goza, como cualquier miembro de la OMC, de la clausula de la nación más favorecida, estipuladas en el GATT.

Algunos aspectos importantes a resaltar sobre la OMC para finalizar son:

1. La OMC tiene acuerdos con el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

Fueron concertados en cumplimiento de una decisión sobre el logro de una mayor coherencia en la formulación de la política económica a escala mundial, incluida en el acta final de la Ronda Uruguay.

2. El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) es un tratado internacional firmado el 30 de octubre de 1947. A pesar de que su texto no disponía

⁸ Acta final en la que se incorpora los resultados de la ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales.

⁹ Acuerdos por el que se establece la OMC.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

el establecimiento de ninguna organización ni estructura institucional, de hecho se recurrió a algunas ficciones jurídicas para establecer una organización instalada en Ginebra en las que las partes en el GATT celebraban reuniones, instituyeron órganos permanentes y formaron una estructura administrativa encabezada por un director general.

3. La Ronda Uruguay fue la octava de las rondas de negociaciones comerciales multilaterales, de duración cada vez más dilatada, que se efectuaron desde la entrada en vigor del GATT en 1947. en 2001 se inicio una novena “Ronda de Doha”, que aun no ha concluido.

4. En el régimen anterior algunos países desarrollados, en especial los Estados Unidos y países Europeos, habían logrado mantener la agricultura exceptuada de todas las disciplinas impuestas al comercio de otras mercancías, en particular la prohibición de las subvenciones. Contra esta discriminación se formo el “Grupo de Cairns”, de países exportadores de productos agropecuarios. El acuerdo sobre la agricultura de la Ronda Uruguay estableció restricciones muy limitadas, pero fueron las primeras aplicadas al sector.

5. El edificio que le sirve de sede (el Centro William Rappard), tiene importancia histórica. Fue la primera sede de la oficina internacional del trabajo desde 1926. Desde 2008 es objeto de importantes obras de ampliación y renovación que se espera concluir en 2012.

6. El entendimiento sobre solución de diferencias organiza un procedimiento jurisdiccional obligatorio para todos los países miembros de la OMC, con dos instancias (una ante un grupo especial y la segunda ante el órgano de apelación). Se han sometido a este procedimiento más de 400 asuntos.

7. La OMC también administra algunos acuerdos (calificados como acuerdos plurilaterales) que escapan a esta regla. Solo participan en ellos los países interesados en hacerlo. Los principales se refieren al comercio de aeronaves civiles¹⁰ y la contratación pública¹¹.

8. Para adherirse a la OMC no basta aceptar unilateralmente las obligaciones que imponen sus tratados. Ante una solicitud de adhesión se crea un grupo de trabajo encargado de examinarla. Allí se analiza el régimen de comercio del país interesado y se negocian con él las condiciones particulares de su adhesión. Todavía sigue a eso un proceso de negociaciones bilaterales del país aspirante con cada uno de los

¹⁰ Acuerdo sobre el comercio de aeronaves civiles.

¹¹ Acuerdo sobre la contratación público (art I –XII) del acuerdo de la ronda Uruguay.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

miembros de la OMC que lo solicitan, y que le plantea sus propias exigencias. El resultado es que la adhesión queda condicionada a un consenso que satisfaga a todos los miembros ya integrantes de la organización, y es habitual que los países se adhieran en condiciones más gravosas que las que se aplican a los demás. El protocolo de adhesión de China, que estipula las obligaciones que asumió para adherirse a la OMC.

9. Art. I, párrafo 1, del GATT: "cualquier ventaja, favor, privilegio o inmunidad concedido por una parte contratante a un producto originario de otro país o destinado a él, será concedido inmediata e incondicionalmente a todo producto similar originario de los territorios de todas las demás partes contratantes o a ellos destinados". Hay que hacer la salvedad de que esta desventaja esta considerablemente atenuada por la enorme profesión de tratados de libre comercio que actualmente están en vigor. El GATT admite expresamente esos acuerdos en el artículo XXIV.¹²

2.2. LOS ACUERDOS COMERCIALES QUE ADMINISTRA LA OMC.

Por lo general se utiliza el acuerdo comercial sin hacer distinciones, sin embargo existen varios tipos de acuerdos que se diferencian entre sí, ya sea por su orientación como por sus limitaciones temporales.

La OMC administra los siguientes tipos de acuerdo:

Cuadro n° 1.

TIPOS DE ACUERDO	CUENTA DE TIPO DE ACUERDO
AAP	15
AIE	1
ALC	111
ALC & AIE	122
UA	17
UA & AIE	8
Total general	274

FUENTE: OMC.

¹² El Acuerdo sobre la OMC incluye el "Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994".

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

En donde:

- Acuerdo de Alcance Parcial(AAP):

Llamado también acuerdo comercial, es un tipo de acuerdo bilateral más básico en materias arancelarias, esto porque permite liberar parcialmente el comercio a un reducido tipo de productos. Este acuerdo puede considerarse como un paso previo a un acuerdo mayor o TLC.

- Acuerdo de Integración Económica(AIE):

Acuerdo entre dos o más países para eliminar los aranceles y demás restricciones al comercio entre los países miembros de la unión. La existencia de esta unión requiere una cierta coordinación de las políticas económicas por parte de los países miembros.

- Acuerdo Libre Comercio(ALC):

Acuerdo comercial regional o bilateral que busca ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Elimina o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios.

- Acuerdo Libre comercio y Acuerdo de Integración Económica(ALC y AIE):
- Unión Aduanera(UA):

Acuerdo de grupo de países que aplican un arancel exterior común (por ejemplo, la Comunidad Europea).

- Unión Aduanera y Acuerdo de Integración Económica(UA y AIE):

En el Acta Final de la Ronda de Uruguay se incorporan unos 60 instrumentos por el que se establece la OMC¹³. Algunos de los más importantes son los que siguen:

- Acuerdo General Sobre El Comercio De Servicios (AGCS) (en ingles GATS).
- Acuerdos Sobre Los Aspectos De Los Derechos De La Propiedad Intelectual Relacionados Con El Comercio (acuerdo sobre los ADPIC) (en ingles TRIPS).
- Acuerdo Sobre La Agricultura.
- Acuerdo Sobre Medidas Sanitarias Y Fitosanitarias.
- Acuerdo Sobre Obstáculos Técnicos Al Comercio.
- Acuerdo Sobre Medidas Antidumping.
- Acuerdo Sobre Subvenciones Y Medidas Compensatorias.
- Acuerdo Sobre Salvaguardias.

¹³Acuerdos Multilaterales sobre el Comercio. Pág. 44-48

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

➤ Entendimiento Sobre Solución De Diferencias.

Referente a los acuerdos comerciales podemos decir que el sistema organizado en la OMC impone a todos sus miembros la adhesión a la totalidad de sus acuerdos, y los países no pueden optar por aceptar solamente algunos. Esto explica la enorme complejidad de las negociaciones sobre su modificación, porque involucra forzosamente todos los acuerdos. Las ventajas que cada país obtiene, o los perjuicios que sufre, pueden compensarse en temas diferentes, las negociaciones tiene que buscar un consenso general con equilibrios de extrema complejidad.

2.3. LA OMC Y LOS PAÍSES EN DESARROLLO.

En su origen el GATT fue un tratado promovido por los principales países desarrollados, y el régimen que estableció respondía a sus intereses. En las “Rondas de Negociaciones Comerciales Multilaterales” anteriores a la Ronda Uruguay siempre fue notorio que la discrepancia y discusiones quedaban zanjadas una vez que se llegaba a un acuerdo entre los Estados Unidos y la Comunidad Europea.

Se llegó así a un sistema multilateral que imponía el objetivo de la liberalización general del comercio en todos los sectores en que ello interesaba a los países desarrollados, pero exceptuaba del régimen los sectores en que esos países querían mantener sus medidas proteccionistas (la agricultura y los textiles).

Las protestas de los países en desarrollo contra esta situación fueron desoídas sistemáticamente y solo comenzaron a obtener resultados concretos en la Ronda Uruguay. Su principal reclamo, de que no se exceptuara la agricultura de la liberalización del comercio, este dio lugar al “Acuerdo sobre la Agricultura”. Pero las medidas de liberalización que este acuerdo estableció, tachadas por sus críticos de extremadamente tímidas e insuficientes, se obtuvieron con la contrapartida de que al mismo tiempo se incorporaran en el sistema asuntos que interesaban a los países desarrollados y que nunca habían formado parte de él. Así se aprobaron también el “Acuerdo General sobre el Comercio de Servicio” y, por exigencia especial de los Estados Unidos, el referente a la propiedad intelectual (el Acuerdo sobre los ADPIC).

La OMC, desde la Ronda Uruguay, insiste en la utilidad de su régimen para los países en desarrollo y en la importancia de sus actividades especialmente dedicadas a ellos. Se consagró el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo como norma general de la organización, y se le concretó en numerosas disposiciones de los acuerdos que dan a esos países facilidades especiales (por ejemplo, plazos más amplios para cumplir las obligaciones asumidas por todos). La OMC cuenta también con actividades de cooperación técnica y de creación de

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

capacidad destinadas a los países en desarrollo; participa (con otras organizaciones) en el marco integrado, que ayuda a los países menos adelantados a desempeñar un papel más activo en el sistema mundial de comercio¹⁴, y estableció un programa de ayuda para el comercio¹⁵.

No obstante, la desventaja en que el sistema coloca todavía a los países en desarrollo, fue implícitamente reconocida al decidirse en 2001 la realización de una nueva ronda general de negociaciones (La Ronda de Doha), a la que se dio el objetivo específico de mejorar la situación de esos países. Se dio a la Ronda la denominación de “Ronda de Doha para el Desarrollo”¹⁶. Pero todos estos propósitos declarados desde 2001, que no alcanzaron a plasmarse en una conclusión de la Ronda, pasaron prácticamente a la penumbra al desatarse la crisis 2008, que llevo a los países desarrollados, afectados por ella, a distanciarse por completo del objetivo de hacer concesiones a los países en desarrollo.

¹⁴ El marco integrado mejorado de la OMC programa e múltiples donantes (temas comerciales de la OMC.)

¹⁵ Temas comerciales de la OMC.

¹⁶ Temas comerciales de la OMC. Programa de Doha.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

CAPITULO III: EL COMERCIO EN UN PROCESO DE GLOBALIZACIÓN: OMC 2008

El Informe sobre el Comercio Mundial es una publicación anual cuyo objetivo es profundizar en la comprensión de las tendencias del comercio, las cuestiones de política comercial y el sistema multilateral de comercio.

El tema del Informe es "El comercio en un mundo en proceso de globalización". El cual aborda los beneficios del comercio internacional y pone de relieve los retos que plantea un nivel mayor de integración. En él se abordan varias cuestiones interrelacionadas, partiendo de una reflexión sobre la esencia de la globalización, los elementos que la impulsan, los beneficios que ofrece, los retos que plantea y el papel del comercio en este mundo cada vez más interdependiente.

El Informe sobre el Comercio Mundial del año 2008 se centra en la importancia del comercio en un mundo que durante los últimos tiempos se ha caracterizado por una dependencia creciente entre los países. Esta interdependencia que hoy llamamos globalización es un fenómeno complejo y polifacético que comporta una intensa interacción política, social y económica a escala nacional e internacional. Pocos pondrían en duda los beneficios que ha producido la globalización en forma de una mayor prosperidad para centenares de millones de personas y una mayor estabilidad entre los países. Sin embargo, muchas personas de diferentes sociedades de todo el mundo han disfrutado poco o nada los beneficios de la globalización. Al igual beneficia más a los países desarrollados y perjudica a los que están en vías de desarrollados subdesarrollados.

La integración económica avanza en todo el mundo a un ritmo sin precedentes. La globalización ha reportado ingentes beneficios a muchos países y ciudadanos, pero algunos han salido perdiendo en el proceso y está creciendo, por muchas razones, la oposición a una mayor integración. El comercio es solamente un aspecto de la globalización y los nexos con los elementos económicos, políticos y tecnológicos más generales son múltiples y complejos. Algunos argumentos contrarios al comercio abierto son alimentados por distintos factores incluidos un temor general a los cambios que poco tiene que ver con una apertura del comercio. Los gobiernos que tratan de responder a las presiones contra el comercio basadas en los argumentos opuestos a la globalización corren el riesgo de equivocarse al decidir sus políticas. Sin duda, el escepticismo frente al comercio es motivo de preocupación particularmente ahora que los miembros de la OMC están tratando de culminar la Ronda de Doha. En este momento crucial, parece conveniente volver a considerar los argumentos a favor del comercio y preguntarnos si los argumentos tradicionales favorables al libre comercio siguen siendo válidos.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

En este momento es preciso que es lo que puede aportar el comercio, lo cual parece haber sido olvidado en algunos ámbitos, pero también que planteemos con sinceridad quien ha resultado beneficiado y en qué medida. En este informe se analiza, entre otras cosas, si los países han aprovechado su ventaja comparativa, han realizado economías de escala gracias al acceso a mercados de mayor tamaño, han organizado sus industrias de forma más eficiente y han obtenido los beneficios derivados de la difusión de tecnologías. En el informe se explica el fundamento de los argumentos favorables al comercio en el marco de teorías clásicas y más novedosas sobre el origen de los beneficios del comercio. Se examinan también los datos que se dispone para poner a prueba las distintas teorías a ese respecto.

En el informe se sostiene que los beneficios del comercio no se han distribuido entre todos por igual. La ventaja comparativa puede quedar anulada cuando los costos de enviar un producto son más elevados que los costos de producirlo. Los beneficios que pueda obtener el conjunto de un país poco importaran a los que hayan perdido su empleo a causa de la especialización impulsada por el comercio. Estas personas pueden tener dificultades para encontrar un puesto de trabajo en los sectores en expansión por no estar adecuadamente preparados. Los pobres pueden ser especialmente vulnerables, al no tener los medios para asegurar una transición sin dificultades de una a otra actividad.

Las industrias no distribuyen uniformemente sus actividades entre distintos países, sino que suelen concentrarse en lugares concretos. Esta dinámica suele autoalimentarse y conducir a la aglomeración en algunos lugares y a la desindustrialización en otros. Al mismo tiempo, la reducción de los costos del transporte y de otros costos del comercio ha hecho posible dividir los procesos de producción en etapas cada vez más numerosas. Esto ha permitido a empresas de lugares muy distantes ocupar una posición destacada en determinadas actividades especializadas e integrarse en redes internacionales de producción. Otras empresas permanecen al margen de esas redes, muchas veces por limitaciones institucionales, administrativas y de otra índole.

3.1. GLOBALIZACIÓN Y COMERCIO.

Aunque no existe una definición universalmente convenida de globalización, los economistas emplean comúnmente el término para referirse a la integración internacional de los mercados de productos básicos, capitales y trabajo. Si se toma la integración de esos mercados como punto de referencia, resulta evidente que la globalización no es un fenómeno nuevo.

Desde mediados del siglo XIX, ha habido al menos dos episodios de globalización (Baldwin y Martin, 1999). El primer episodio comenzó a mediados del siglo XIX y

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

termino al estallar la primera guerra mundial. El segundo comenzó después de la segunda guerra mundial y continua hoy día. En estos dos episodios de globalización, el rápido crecimiento del comercio y la producción fue acompañado de grandes cambios en el tamaño relativo de las economías participantes.

Una lección útil de la historia es que la globalización no ha sido un proceso sin complicaciones. En muchos casos se ha caracterizado por periodos de integración acelerada, y por periodos de drásticos reveses (como ocurrió en el periodo entre las dos guerras mundiales) que en algunos casos tuvieron consecuencias muy costosas. Los dos episodios más recientes de globalización se caracterizaron por una mejor integración del comercio, las corrientes de capital y el movimiento de la mano de obra, aunque esos elementos no han tenido en esos dos episodios la misma importancia.

3.1.2. TENDENCIAS DE LA GLOBALIZACIÓN.

Después de la segunda guerra mundial, el comercio internacional entro en una larga etapa de expansión sin precedentes en la que las exportaciones mundiales de mercancías, en valores reales, aumentaron más del 8 por ciento por año entre 1950 y 1973. A partir de esa fecha, el crecimiento del comercio se desacelero por varias razones: el impacto de dos bruscos aumentos del precio del petróleo, un fuerte incremento de la inflación causado por la expansión de la masa monetaria y políticas de ajuste macroeconómico que resultaron ser inadecuadas.

En la década de 1990, el comercio volvió a intensificarse con rapidez, en parte gracias a las innovaciones en el sector de la tecnología de la información. A pesar de una ligera contracción causada por la crisis de las empresas “punto COM” en 2001, el incremento medio de las exportaciones mundiales de mercancías siguió siendo alto; entre 2000 y 2007, fue del 6 por ciento.

Entre 1950 y 2007, el comercio aumento, por término medio, un 6.2 por ciento, tasa mucho más alta que en el primer episodio de globalización, de 1850 a 1913¹⁷ como los precios en dólares aumentaron mucho más rápidamente después de la segunda guerra mundial que antes de la primera, la expansión del comercio en el siglo XX, en valores nominales, fue dos veces mayor que en el siglo XIX (el 9.8 por ciento frente al 3.8 por ciento por año).

En el periodo de 1950 a 1973, los participantes más dinámicos en el comercio fueron los países de Europa Occidental y el Japón. La reconstrucción en el periodo de

¹⁷El estudio de Lewis (1981), en el periodo de 1850 a 1913, el aumento real de las exportaciones mundiales fue en promedio de 3.8 %. El nº de años en que el comercio se contrajo fue algo más bajo después de la segunda guerra mundial.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

postguerra y la guerra de Corea constituyeron importantes estímulos para las exportaciones japonesas y europeas a comienzos de la década de 1950.

Posteriormente, la integración europea apunta la expansión del comercio interregional. El porcentaje del comercio mundial correspondiente al comercio entre los países de Europa Occidental aumento del 18.3 por ciento en 1953 al 31.2 por ciento en 1973, en tanto que la tasa de aumento del comercio extra regional fue algo más baja que la del comercio mundial. Si bien los Estados Unidos siguieron siendo el mercado de exportación más importante del Japón durante ese periodo, las exportaciones del Japón a Europa Occidental y a las economías recientemente industrializadas de Asia aumentaron más eficientemente¹⁸.

A partir del comienzo de la década de 1960, las seis economías asiáticas adoptaron una política comercial orientada hacia el exterior y lograron aumentar marcadamente sus exportaciones de mercancías. En los dos decenios que siguieron a 1963, la proporción de las exportaciones mundiales de mercancías procedentes de esas economías aumento del 2.4% al 9.7%.

Al principio, esas economías sobresalieron en la exportación de textiles pero posteriormente se diversificaron para incluir la exportación de productos electrónicos de consumo y de productos de la tecnología de la información.

La participación de los Estados Unidos en el comercio mundial, dominante a comienzos de la década de 1950, se reduce progresivamente en las décadas siguientes. Si bien el acuerdo sobre la industria automotriz concertado entre los Estados Unidos y Canadá en 1965 fortaleció el comercio en América del Norte, la participación combinada de estos dos países en el comercio mundial se contrajo 10 puntos porcentuales entre 1953 y 1973.

En las dos décadas siguientes, la participación de las regiones en las exportaciones mundiales de mercancías vario debido sobre todo a las fluctuaciones de los precios de los productos básicos y de los tipos de cambio que sube y bajan. Los países en desarrollo exportadores de petróleo (en particular los de Oriente Medio) aumentaron su participación entre 1973 y 1983 pero perdieron prácticamente todas sus ganancias al bajar los precios del petróleo de ese último año en adelante.

En 1993, tras la desintegración de la Unión Soviética y la desaparición del Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME), el porcentaje de las exportaciones mundiales de mercancías correspondiente a los países industriales (es decir, Europa Occidental, América del Norte y El Japón) llego a su punto máximo y sobrepaso el

¹⁸ Hong Kong, China, Malasia, Republica de Corea, Singapur, Taipéi, China, Tailandia.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

70%. En este año correspondió a esos países y a las seis economías asiáticas recientemente industrializadas más del 80% del comercio mundial.

En la década de 1990, la participación del Japón en las exportaciones mundiales empezó a contraerse de manera significativa debido a la presión de la competencia de las economías asiáticas recientemente industrializadas y de China.

El estímulo que constituyó la conclusión del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994 no bastó para impedir que siguiera decreciendo la participación del Canadá y los Estados Unidos en el comercio mundial. De igual modo, el proceso de integración europea, que continuó intensificándose y ampliándose para abarcar a los países de Europa Central y los Estados del Báltico, no pudo detener la disminución relativa de las exportaciones europeas.

La menor participación de los países industrializados puede atribuirse, en primer lugar, al surgimiento de China, a la recuperación de la Comunidad de Estados Independientes (CEI) y, en años más recientes, al auge de los precios de los productos básicos que estimularon la participación de África, Oriente Medio y América Central y del Sur, regiones que exportan en su mayor parte minerales y otros productos primarios.

El aumento de la competencia de China en el comercio mundial de manufacturas se concentró al principio en el comercio de textiles y de productos que requieren gran densidad de mano de obra, como el calzado y los juguetes, pero rápidamente se extendió al comercio de productos electrónicos de consumo y de productos de tecnología de la información.

En años más recientes, los mayores aumentos de la participación de China se han registrado en el comercio de productos de hierro y acero. La participación de China en las exportaciones mundiales se triplicó holgadamente entre 1990 y 2007, y es probable que en 2008 China pase a ser el principal exportador de mercancías.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Cuadro nº.2

Episodios de globalización en los siglos XX Y XXI.				
(Variaciones porcentuales a menos que se indique otra cosa)				
Todo el mundo	1850-1913	1950-2007	1950-73	1974-2007
Crecimiento Demográfico	0,8a	1,7	1,9	1,6
Aumento del PIB(valores reales)	2,1a	3,8	5,1	2,9
Percápita	1,3a	2,0	3,1	1,2
Aumento del comercio (valores reales)	3,8	6,2	8,2	5,0
Migración (neta) en millones				
Estados Unidos, Canadá,Australia ,	17,9a	50,1	12,7	37,4
Nueva Zelandia (cifras acumulativas)				
Estados Unidos, Canadá ,Australia ,	0,42a	0,90	0,55	1,17
Nueva Zelandia(cifras anuales)				
Países industriales	64,3
(menos el Japón)(cifras acumulativas				
Salidas de IED en todo el mundo, año			1982	2006
IED como porcentaje del PIB (todo el mundo)	5,2	25,3

a. Se refiere al período de 1870 a 1913.

Fuente: Madison (2001), Lewis (1981), UNCTAD (2007), OMC (2007a)

3.1.3. PRINCIPALES FUERZAS QUE IMPULSAN LA GLOBALIZACIÓN.

Las fuerzas más importantes que han impulsado la integración mundial han sido:

- i. Las innovaciones tecnológicas,
- ii. Los cambios políticos y,
- iii. Las políticas económicas.

En el caso de las innovaciones tecnológicas, las más importantes de esta fuerza de la globalización fueron:

- i. Los inventos que aumentaron la rapidez del transporte y las comunicaciones y redujeron sus costos. Entre ellas se cuentan la creación del motor de reacción y su uso universal en la aviación para transportar pasajeros y mercancías y el uso de contenedores en el transporte marítimo internacional. Las enormes inversiones en infraestructura vial han permitido transportar, en Europa Occidental y América del Norte, una gran proporción de los productos que son objeto del comercio en camiones de carga.

Otro cambio espectacular fue la revolución en la esfera de la tecnología de la información y las comunicaciones. Nuevos productos, como los microprocesadores,

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

los ordenadores personales y los teléfonos móviles, han puesto en marcha una profunda transformación sociopolítica y económica.

Lo mismo cabe decir de internet y la World wide web. En los estudios sobre la globalización no se presta tanta atención a la transformación de los métodos de producción, que permitieron crear nuevos productos comerciables (como los plásticos) o contribuyeron a aumentar la producción mundial de alimentos (la revolución verde) o aumentaron la eficiencia de la producción (producción justo a tiempo).

El reemplazo en gran escala del carbón por el petróleo y el gas en los países industriales también fue un paso importante hacia la globalización, que proporciono una fuente de energía abundante y de bajo costo para impulsar el crecimiento económico e integro a los países exportadores de petróleo del Oriente Medio en la economía mundial.

- ii. El vínculo entre la evolución política y la globalización ha sido mucho más complejo. La disolución de los imperios y el comienzo de la guerra fría tuvo al principio el efecto de fragmentar el mundo y la economía mundial en tres: el primer mundo, el segundo mundo y el tercer mundo. La división entre el Este y el Oeste llego a su punto álgido a principios de la década de 1960, con la construcción del muro de Berlín y la crisis de los misiles nucleares en Cuba.

Pero mucho antes de que ocurrieran estos dramáticos acontecimientos ya se habrían sembrado las semillas de la integración en Europa, donde el Plan Marshall había dado un enorme impulso a la recuperación y la integración económica. Posteriormente, como consecuencia de la reforma económica de China, la caída del muro de Berlín y el colapso de la Unión Soviética, desaparecieron los principales obstáculos políticos a la integración económica mundial.

- iii. La clave de la globalización ha sido la política económica, que condujo a la desregulación y a la reducción o eliminación de las restricciones al comercio internacional y a las transacciones financieras. Las monedas pasaron a ser convertibles y se redujeron las restricciones en materia de balanza de pagos. En realidad, durante muchos años después del fin de la segunda guerra mundial, lo que más limito el comercio no fueron los aranceles sino las restricciones monetarias y en materias de pagos.

El surgimiento de mercados de euro dólares fue un paso importante para aumentar la disponibilidad de liquidez internacional y promoverlas transacciones transfronterizas en Europa Occidental. A partir de la década de 1970, muchos gobiernos

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

desregularon importantes sectores de servicio, como los de transporte y las telecomunicaciones.

La desregulación consistió en diversas medidas, desde la eliminación, reducción o simplificación de las restricciones impuestas por los gobiernos hasta la privatización de empresas estatales y la liberalización de los sectores reglamentados de la economía a fin de aumentar la competencia.

CAPITULO IV: COMPROMISOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL Y MEDIDAS DE CONTINGENCIA: OMC 2009

El Informe sobre el Comercio Mundial es una publicación anual destinada a facilitar una comprensión más profunda de las tendencias del comercio, las cuestiones de política comercial y el sistema multilateral de comercio.

El tema del Informe de este año es “Compromisos de política comercial y medidas de contingencia”. Se examinan en el Informe las diversas medidas de contingencia previstas en los acuerdos comerciales y la función que éstas pueden desempeñar. Dichas medidas, también llamadas medidas especiales, cláusulas liberatorias o de escape, o válvulas de seguridad, permiten a los gobiernos cierto grado de flexibilidad en el marco de sus compromisos comerciales.

Pueden utilizarse para hacer frente a circunstancias que no era posible prever en el momento de asumir un compromiso comercial. Son medidas que tratan de establecer un equilibrio entre compromiso y flexibilidad. Una flexibilidad excesiva puede menoscabar el valor de los compromisos, pero si la flexibilidad es poca las normas pueden resultar insostenibles.

La tensión entre compromisos creíbles y flexibilidad suele aflorar durante las negociaciones comerciales. Por ejemplo, en la mini reunión ministerial de julio de 2008, en la que se trató de acordar las modalidades de negociación o el texto de un proyecto definitivo para la agricultura y el acceso a los mercados para los productos no agrícolas (AMNA), fue de importancia decisiva en el debate la cuestión de un “mecanismo de salvaguardia especial” (la medida en que se autorizaría a los países en desarrollo a proteger a los agricultores ante aumentos súbitos de las importaciones).

Uno de los principales objetivos de este Informe es analizar si las disposiciones de la OMC establecen un equilibrio entre, por un lado, la flexibilidad que es necesario proporcionar a los gobiernos para afrontar situaciones económicas difíciles y, por otro, una definición adecuada de las disposiciones que limite la posibilidad de que sean utilizadas con fines proteccionistas.

Al analizar esta cuestión, el Informe se centra sobre todo en las medidas de contingencia que los Miembros tienen a su alcance al importar y exportar mercancías. Esas medidas comprenden el recurso a las salvaguardias, que pueden consistir en aranceles o contingentes, en circunstancias bien determinadas; los

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

derechos antidumping sobre productos que se consideran objeto de dumping; y los derechos compensatorios que se imponen para contrarrestar las subvenciones¹⁹.

El Informe se refiere también a diferentes políticas alternativas, entre ellas la renegociación de los compromisos arancelarios, la utilización de impuestos a la exportación y el aumento de los aranceles hasta sus topes máximos legales (es decir, sus niveles consolidados). El análisis abarca los factores jurídicos, económicos y de economía política que influyen en la utilización de las medidas y los costos y beneficios que éstas entrañan.

Los acuerdos comerciales definen las normas para la dirección de la política comercial. Esas normas deben establecer un equilibrio entre compromisos y flexibilidad. En tanto que una excesiva flexibilidad puede menoscabar el valor de los compromisos, un margen de flexibilidad demasiado estrecho puede hacer que las normas sean políticamente insostenibles. Esta tensión entre compromisos creíbles y flexibilidad esta siempre latente en las negociaciones comerciales.

Los acuerdos comerciales tratan de lograr un equilibrio entre flexibilidad y compromisos. Si hay demasiada flexibilidad, se desvirtúa el valor del compromiso. Si no hay suficiente flexibilidad, es posible que los países se nieguen a contraer compromisos o los incumplan fácilmente.

En esta sección se examina el funcionamiento de esta solución de transacción. Se analiza la justificación económica de la cooperación comercial internacional y se explica la razón para la inclusión de las flexibilidades en un acuerdo comercial. Es importante insistir en la distinción entre las motivaciones iniciales de la introducción de las flexibilidades y las consecuencias de la utilización de dichas flexibilidades.

También se insiste en las razones por las que se incluyeron flexibilidades, mientras que los efectos de las medidas específicas.

Durante mucho tiempo se ha justificado el libre comercio con un sólido argumento basado en la eficiencia económica. Partiendo de esta premisa, no hay ninguna necesidad de acuerdos comerciales, ya que los gobiernos, cuya intención es promover el bienestar nacional, considerarían que toda renuncia al libre comercio sería una opción condenada al fracaso. A pesar de este argumento bien conocido, es un hecho que existen políticas comerciales unilaterales que limitan de manera

¹⁹ Se aplican medidas de salvaguardia para hacer frente a de la importaciones un aumento que se consideran causante de daño a una rama de producción nacional. Las definiciones de estos términos constituyen una parte importante del análisis del informe de la OMC.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

ineficiente las corrientes comerciales y que se conciertan acuerdos comerciales que tratan de limitar dichas medidas unilaterales.

Los economistas han señalado varios motivos para justificar la existencia de acuerdos comerciales, como los plasmados en la OMC y su antecesor, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Se puede distinguir dos enfoques principales²⁰: según el primero, en ausencia de un acuerdo comercial, un país puede caer en la tentación de manipular la relación de intercambio (es decir, el precio de sus exportaciones en relación con el de sus importaciones) con el fin de incrementar el ingreso nacional a costa de sus interlocutores comerciales. El segundo planteamiento insiste en las dificultades económicas y políticas que deben afrontar los gobiernos al formular las políticas comerciales.

Los acuerdos comerciales permiten a los gobiernos eludir los conflictos de la relación de intercambio y/o resistir a las presiones del sector privado y los grupos de intereses especiales que instan al gobierno a apartarse de una política comercial liberal.

4.1. MEDIDAS DE CONTINGENCIA EN LOS ACUERDOS DE LA OMC.

Los argumentos presentados en las anteriores secciones han revelado que las medidas de contingencia son esenciales en un acuerdo comercial porque permiten a las partes asumir compromisos a largo plazo preservando al mismo tiempo su capacidad de adaptarse a un entorno cambiante.

Estas medidas funcionan como una cláusula de escape que un gobierno puede utilizar para hacer frente a dificultades económicas imprevistas. Preservan la credibilidad del acuerdo y reducen los costos económicos y políticos de su firma. En un contexto más amplio, las medidas de contingencia incluyen todas las medidas que un país puede adoptar para redefinir o retirar un compromiso, incluidas las que pueden, a su vez, provocar una respuesta. En este sentido, las medidas de contingencia pueden adoptar varias formas.

Pueden comprender desde medidas que permitan una suspensión de los compromisos gubernamentales en determinadas condiciones especificadas para debilitar compromisos vinculantes²¹ hasta la ausencia de disciplinas, en que el uso de instrumentos de políticas es completamente discrecional.

²⁰ El informe sobre el comercio mundial 2007 OMC contiene un detenido análisis de las obras económicas políticas y jurídicas sobre la cooperación de las naciones en materia de política comercial.

²¹ Como se indica en las publicaciones económicas las consolidaciones se consideran débiles cuando se defienden como límites máximos véase Horn et al 2008.

**CAPITULO V: EL COMERCIO DE LOS RECURSOS
NATURALES:OMC 2010.**

¿Por qué un informe sobre el comercio recursos naturales?

Varias características específicas de los recursos naturales influyen en la forma en que se comercia con ellos y en la naturaleza de las reglas por las que se rige este comercio.

Estas reglas son desde hace tiempo objeto de debate, que se ha intensificado en los últimos años. Los recursos naturales plantean retos especiales a los responsables de las políticas, en parte porque son esenciales para el proceso de producción, y porque son real y potencialmente agotables.

Su extracción y utilización debe ser gestionada de manera racional para que se puedan conciliar las necesidades de las generaciones actuales y futuras. La desigual distribución de los recursos naturales entre los países y la volatilidad de sus precios pueden ser causa de tensión en el escenario internacional. A medida que se recupere el crecimiento tras la crisis financiera y la recesión mundial, será casi inevitable que vuelva a manifestarse una presión al alza sobre los precios de los recursos naturales.

Debido a los intereses internacionales e intergeneracionales encontrados inherentes al comercio de recursos naturales, es especialmente importante que existan unas normas comerciales transparentes, previsibles y bien pensadas. Dado que las necesidades que motivan estos intercambios persisten y aumentan el paso del tiempo, el comercio de recursos naturales se desarrollara con independencia de si la comunidad mundial se ha dotado o no de unas normas adecuadas.

Sin embargo, unas normas inadecuadas o cuestionadas pueden agudizar las actitudes nacionalistas sobre los recursos naturales allí donde la asimetría de poder entre los países y la política de empobrecimiento del vecino dominen las políticas comerciales. En un mundo en el que es necesario gestionar con cuidado unos recursos naturales escasos, los resultados de unos intercambios comerciales sin cooperación alimentaran las tenciones internacionales y tendrán efectos devastadores sobre el bienestar.

En el informe sobre el Comercio Mundial 2010 se examina el comercio internacional y la política comercial de sectores de recursos naturales como los combustibles, la silvicultura, los productos de la minería y la pesca. Más que analizar sucesivamente las especificidades de cada uno de esos sectores, el informe aborda temas

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

transversales que caracterizan en distintos grados los diferentes sectores de recursos naturales. Estas características económicas son las siguientes:

- i. La desigual distribución geográfica de muchos recursos naturales
- ii. Su agotabilidad
- iii. Los efectos en el medio ambiente y de otra índole derivados de la extracción o de los recursos naturales
- iv. El predominio de unos recursos concretos en algunas economías nacionales
- v. La inestabilidad del mercado. Estos son los cinco grandes temas del informe y se han seleccionado porque determinan con frecuencia intervenciones políticas en estos sectores.

El informe se ha organizado en cuatro secciones principales, que se describen sucintamente a continuación. Recursos Naturales: Definiciones, Estructura del comercio y Globalización, en esta sección se presenta una perspectiva general del comercio internacional de recursos naturales.

La sección contiene las definiciones y las terminologías que se utilizan en el informe e ilustra la pertinencia práctica de las características económicas fundamentales de los recursos naturales. En esta sección se describe también el funcionamiento de productos básicos y se ofrece una diversidad de estadísticas resumidas sobre la magnitud y dirección de las corrientes comerciales mundiales de recursos naturales. La sección concluye con una breve exposición de la historia del debate intelectual que se ha planteado sobre el comercio de recursos naturales.

5.1. CORRIENTES COMERCIALES DE RECURSOS NATURALES.

En el informe se definen los recursos naturales en términos generales como la suma de los productos forestales, productos pesqueros, combustibles y productos de la minería, presentándose definiciones de recursos naturales, una de ellas algo más amplia que la otra.

En el comercio mundial de recursos naturales se utiliza una definición más restringida que incluye solamente los productos forestales, mientras que la otra es una definición algo más amplia en la que se incluyen todas las materias primas agrícolas.

Hay que señalar algunas zonas grises en la cobertura de productos. Además de combustibles fósiles en bruto como el carbón, el petróleo crudo y el gas natural, el grupo de combustibles comprenden también los productos del petróleo refinado y la electricidad. A primera vista puede resultar extraño considerar como recursos naturales la electricidad y los combustibles refinados, dado que para su producción

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

se necesitan bastantes insumos de capital y el producto final es fruto de la actividad humana y no se consigue simplemente extrayéndolo del medio natural. Sin embargo, los combustibles fósiles raramente se consumen en bruto y por ello se puede considerar que el refinado y la generación de electricidad representan el nivel mínimo de elaboración necesaria para que estos productos puedan ser objeto de comercio.

Las corrientes comerciales nominales se expresan en dólares EE.UU. corrientes y son muy sensibles a las variaciones de los tipos de cambio y de los precios de los productos. Este es el caso, especialmente, de los combustibles, el componente más importante del comercio de recursos naturales expresado en dólares, que en 2008 representaron el 77 por ciento del comercio mundial de recursos naturales y el 18 por ciento del comercio total de mercancías.

5.2. COMERCIO MUNDIAL DE RECURSOS NATURALES.

El valor en dólares de las exportaciones mundiales de recursos naturales se multiplico por más de seis entre 1998 y 2008, pasando de 613.0 millones a 3.7 billones de dólares EE.UU., gracias en parte al continuo aumento de los precios de los productos primarios. Los precios más elevados del petróleo, en particular, contribuyeron a que la parte correspondiente a los combustibles en las exportaciones mundiales de recursos naturales aumentara del 57 por ciento (429.0 millones de dólares EE.UU) en 1998 al 77 por ciento (2.9 billones de dólares EE.UU.) en 2008.

Aunque también los precios de los metales han aumentado fuertemente durante los últimos años, no lo han hecho tanto como los de los combustibles y por ello la parte correspondiente a las menas y otros minerales y a los metales no ferrosos en el comercio de recursos naturales descendió en 2008 al 8.2 por ciento (308.0 millones de dólares EE.UU.) y el 9.6 por ciento (360.0 millones de dólares EE.UU.), respectivamente.

Los intercambios de estos productos fueron también inferiores a la media a largo plazo, del 8.3 por ciento y el 13.3 por ciento. El valor de las exportaciones mundiales de pescado aumento de 53.0 millones de dólares EE.UU. En 1998 a 98.0 millones en 2008 y las exportaciones de los productos forestales de 52.0 a 106.0 millones de dólares EE.UU.

Pese al valor creciente en dólares de las exportaciones de productos pesqueros y forestales, la participación de estos productos en el comercio mundial de recursos naturales descendió del 8.6 por ciento al 2.6 por ciento y del 8.5 por ciento al 2.9 por ciento, respectivamente, como consecuencia del crecimiento aun mayor de los combustibles y productos de la minería.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Hay que señalar que la relación entre el comercio y la producción mundiales de petróleo no es de uno a uno, perodada la desigual distribución de estos recursos entre lospaíses, es razonable vincular ambos elementos. De hecho, laparte de la producción mundial de petróleo que se exporta seha mantenido muy estable, aumentando del 50 por ciento en1970 al 55 por ciento en 2000, para permanecer invariabledesde entonces. La producción de carbón y de gas natural haseguido creciendo en los últimos anos, principalmente parasatisfacer la demanda creciente de generación de electricidad(Agencia Internacional de la Energía (AIE), 2009).

En el periodo comprendido entre 1955 y 2004 la participación de los recursos naturales en el comercio mundial retrocedió del 22 por ciento al 14 por ciento, pero volvió a subir al 30 por ciento en 1980 y al 24 por ciento en 2010, a causa de losprecios más elevados del petróleo y otros productos. La cuota creciente de los recursos naturales entre 1900 y 1955 seexplica probablemente por el comercio de combustibles, que apenas tenía importancia a comienzos del siglo pero queaumentó al generalizarse el uso del automóvil.

CAPÍTULO VI: ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL (2008-2010).

6.1. ASPECTOS MÁS DESTACADOS.

En este capítulo se tratarán los aspectos más destacados del comercio internacional en el periodo establecido (2008-2010):

1. Comercio de mercancías y PIB
2. Flujo del comercio regional de mercancías.
3. Impacto de la crisis en los países menos adelantados.
4. Desplome del comercio de mercancías.
5. China: la cabeza de los exportadores mundiales.
6. Comercio de servicios comerciales afectado por la crisis.

6.1.1 COMERCIO DE MERCANCÍAS Y PIB

El producto internobruto (PIB) mundial y las exportaciones mundiales de mercancías no solamente evolucionan en paralelo, sino también que el crecimiento de las exportaciones es un múltiplo del crecimiento del PIB. Un mayor crecimiento del PIB mundial está asociado con un crecimiento todavía más rápido del comercio internacional y el descenso acusa también la misma tendencia.

6.1.2. FLUJO DEL COMERCIO REGIONAL DE MERCANCÍAS.

El comercio intrarregional se contrajo más rápidamente que el comercio interregional: el comercio entre los países de Europa, quizá la zona económica más integrada, disminuyó un 18 por ciento. En cambio, el comercio entre los países de Asia disminuyó sólo la mitad de ese porcentaje, mientras que el registrado entre los países de América del Norte descendió el 10 por ciento.

El comercio intrarregional tiene una posición dominante en el comercio mundial. Europa y Asia siguen siendo las regiones en las que la mayor parte de la actividad comercial tiene lugar entre los países de cada una de ellas. En 2009, el comercio intraeuropeo representó el 72 por ciento del comercio de Europa. Más de la mitad de las exportaciones de Asia (el 52 por ciento) tuvo como destino países del propio continente. Aproximadamente el 48 por ciento de las exportaciones de América del Norte estuvieron destinadas a esa región.

Las exportaciones de la Unión Europea (65%) y África (12%) en 2010 fueron intrarregionales. El comercio intrarregional de América del Norte, Europa y Asia es mucho mayor que el comercio intrarregional en África, Oriente Medio, la Comunidad de Estados Independientes o América del Sur y Central.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Europa tiene los niveles más altos de comercio intrarregional, con un 71 por ciento de sus exportaciones destinadas a regiones europeas mientras que en Asia el porcentaje del comercio destinado a países asiáticos asciende al 53 por ciento. Aproximadamente el 50 por ciento de las exportaciones de América del Norte tienen por destinatarios miembros del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

6.1.3 IMPACTO DE LA CRISIS EN LOS PAISES MENOS ADELANTADOS.

Los países menos adelantados consiguieron resultados superiores a la tendencia general del comercio mundial en un 12 por ciento a consecuencia de una alta tasa media de crecimiento de más del 20 por ciento, aunque su participación en el comercio mundial de bienes y servicios se mantuvo por debajo del 1 por ciento (0,9 por ciento).

La recuperación de los precios de los combustibles y minerales después del primer trimestre de 2009 ha sido beneficiosa para los exportadores de productos básicos, pero el efecto de la crisis en otros PMA se tradujo en mayor déficit externos, agravados por la dependencia de esos países de la financiación externa en 2010. El aumento sostenido del valor de las exportaciones se debió sobre todo a la fuerte subida de los precios de los productos básicos en los mercados internacionales, en particular los de los combustibles y otros minerales.

6.1.4 DESPLOME DEL COMERCIO DE MERCANCÍAS.

El comercio mundial de mercancías se desplomó en 2009, descendiendo un 12 por ciento; el PIB mundial también se redujo, aunque a un ritmo mucho más lento (2,4 por ciento). El abrupto descenso del comercio se debe a una conjunción de factores como:

1. la debilidad de la demanda.
2. la disminución de los precios de los productos básicos.
3. la presencia de cadenas de abastecimiento mundiales.
4. el impacto simultáneo de la crisis económica en los distintos países y regiones.
5. las dificultades para acceder al crédito en general y a la financiación para el comercio en particular.

6.1.5 CHINA: LA CABEZA DE LOS EXPORTADORES MUNDIALES.

En 2009 China sobrepasó a Alemania como mayor exportador mundial de mercancías. Los Estados Unidos siguieron ocupando el tercer lugar, aunque siguió

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

siendo el mayor importador del mundo, Sin embargo, su participación en las importaciones mundiales se redujo del 13,1 por ciento en 2008 al 12,7 por ciento en 2009.

La participación de China en las importaciones mundiales de mercancías aumentó del 6,9 por ciento en 2008 al 7,9 por ciento en 2009, con lo que China pasó a ocupar el segundo lugar entre los principales importadores del mundo. China, Alemania y los Estados Unidos siguen estando muy por delante de los demás países en cuanto al valor total de sus importaciones y exportaciones.

6.1.6 COMERCIO DE SERVICIOS COMERCIALES AFECTADO POR LA CRISIS.

En 2009, las exportaciones mundiales de servicios comerciales descendieron a 3.350 millones de dólares, o un 12 por ciento, a causa de la crisis mundial. En el segundo trimestre de 2009, cuando la crisis económica arreciaba con más fuerza, los servicios comerciales registraron una reducción interanual de casi un 20 por ciento. Las exportaciones mundiales comenzaron a recuperarse rápidamente en el segundo semestre del año, aunque a partir de un nivel bajo. Los datos preliminares del primer trimestre de 2010 confirman esa tendencia ascendente.

En 2010 las exportaciones mundiales de servicios comerciales crecieron un 9 por ciento alcanzando 3.695 miles de millones de dólares. A pesar de esta recuperación general, las exportaciones se mantuvieron por debajo del nivel previo a la crisis económica y financiera. La recuperación no ha sido igual en todas las regiones. El crecimiento más rápido se ha registrado en Asia, donde las exportaciones crecieron un 22 por ciento en 2010, encabezadas por las de la India y China.

En la CEI, la región que más rápidamente creció en 2008, las exportaciones de servicios comerciales se redujeron un 17 por ciento. Las exportaciones de Asia descendieron un 12 por ciento en 2009. En América del Norte y África la caída fue del 9 por ciento. La región de América Central y del Sur y el Caribe fue la menos afectada, con un descenso del 8 por ciento. Aunque para el segundo semestre de 2009 todas las regiones daban muestras de recuperación, las economías africanas eran las más dinámicas, ya que sus exportaciones registraron un incremento del 1 por ciento.

En 2010 los Estados Unidos ocuparon el segundo lugar en el sector de los servicios comerciales con un total de 876 miles de millones de dólares y una participación global de 15,9 por ciento. Las economías emergentes tienen cada vez más importancia en el comercio de servicios comerciales. En 2010, el comercio chino alcanzó un total de 362 miles de millones de dólares, lo que representa una participación global del 6,6 por ciento. Las exportaciones chinas de servicios

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

comerciales crecieron un 32 por ciento en 2010. No obstante, China es un importador neto de servicios.

6.2. PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.

Entre los años 2008, 2009 y 2010 el mayor incremento de exportaciones fue de china alcanzando los 1578.0 millones de dólares, la crisis económica en el año 2009 bajoconsideradamente las exportaciones llegando a la suma de 1202.0 millones de dólares. En el año 2010 Alemania tuvo un aumento del 13%, China tuvo un aumento del 31% y los Estados Unidos de 21%de las exportaciones mundiales.

Principales exportadores e importadores mundiales de mercancías. Cuadro nº 3										
(Miles de millones de dólares y porcentajes)										
Orden	Exportadores	Valor			Parte			Variación		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Alemania	1461.9	1126	1269	9.1	9	8.3	11	-22	13
2	China	1428.3	1202	1578	8.9	9.6	10.4	17	-16	31
3	Estados Unidos	1287.4	1202	1278	8	8.5	8.4	12	-18	21
4	Japón	782	581	770	4.9	4.6	5.1	9	-26	33
5	Países bajos	633	498	573	3.9	4	3.8	15	-22	15
6	Francia	605.4	485	521	3.8	3.9	3.4	10	-21	7
7	Italia	538	406	448	3.3	3.2	2.9	8	-25	10
8	Bélgica	475.6	370	412	3	3	2.7	10	-22	11
9	Rusia federación de ,	471.6	303	400	2.9	2.4	2.6	33	-36	32
10	Reino Unido	458.6	352	406	2.9	2.8	2.7	4	-23	15
11	Canadá	456.5	317	388	2.8	2.5	2.5	9	-31	23
12	Corea republica de ,	422	364	466	2.6	2.9	3.1	14	-14	28
13	Hong Kong ,China	370.2	329	401	2.3	2.6	2.6	6	-11	22
	exportaciones locales	17	17	15	0.1	0.1	0.1	-6	-1	-12
	Reexportaciones	353.3	313	386	2.2	2.5	2.5	7	-12	24
14	Singapur	338.2	270	352	2.1	2.2	2.3	13	-20	30
	exportaciones locales	175.7	138	183	1.1	1.1	1.2	13	-21	32
	Reexportaciones	162.5	132	169	1	1.1	1.1	13	-19	28
15	Arabia Saudita	313.4	192	250	2	1.5	1.6	33	-39	30
	importaciones definitivas	157.3			1			31		
16	México	291.7	230	298	1.8	1.8	2.0	7	-21	30
17	España	268.3	219	246	1.7	1.7	1.6	6	-22	8
18	Taipéi Chino	255.6	204	275	1.6	1.6	1.8	4	-20	35
19	Emiratos Árabes Unidos b	231.6	175	220	1.4	1.4	1.4	28	-27	19
20	Suiza(2008,2009), India(2010)	200.3	173	220	1.2	1.4	1.4	16	-14	33

Fuente: estadísticas de la OMC

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Los Estados Unidos son el actor principal en el comercio de mercancías del mundo. Sus importaciones en el año 2008 son de 2169.0 millones de dólares en 2009 son de 1605.0 y para el 2010 (1609.0 millones de dólares).

Principales exportadores e importadores mundiales de mercancías. Cuadro n°4										
(Miles de millones de dólares y porcentajes)										
Orden	Importadores	Valor			Parte			Variación		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Estados unidos	2169.5	1605	1969	13.2	12.7	12.8	7	-26	23
2	Alemania	1203.8	938	1067	7.3	7.4	6.9	14	-21	15
3	China	1132.5	1006	1395	6.9	7.9	9.1	18	-11	39
4	Japón	762.6	552	694	4.6	4.4	4.5	23	-28	26
5	Francia	705.6	560	606	4.3	4.4	3.9	14	-28	8
6	Reino unido	632	482	560	3.8	3.8	3.6	1	-24	16
7	Países bajos	573.2	445	517	3.5	3.5	3.4	16	-23	17
8	Italia	554.9	413	484	3.4	3.3	3.1	8	-27	17
9	Bélgica	469.5	352	390	2.9	2.8	2.5	14	-25	11
10	Corea Republica de ,	435.3	323	425	2.7	2.5	2.8	22	-26	32
11	Canadá	418.3	330	402	2.5	2.6	2.6	7	-21	22
12	España	401.4	288	314	2.4	2.3	2.0	3	-32	7
13	Hong Kong China	393	352	442	2.4	2.8	2.9	6	-10	25
	importaciones definitivas	97.6	91	116	0.6	0.7	0.8	4	-8	31
14	México a	323.2	242	311	2	1.9	2.0	9	-24	29
15	Singapur	319.8	246	311	1.9	1.9	2.0	22	-23	26
	Importaciones definitivas		114	142		0.9	0.9		-28	24
16	India	293.4	250	327	1.8	2	2.1	35	-22	27
17	Rusia Federación de a	291.9	192	249	1.8	1.5	1.6	31	-34	30
18	Taipéi Chino	240.4	174	251	1.5	1.4	1.6	10	-27	44
19	Polonia(2008),Australia(2009,2010)	204.3	165	202	1.2	1.3	1.3	23	-17	22
20	Turquía(2008), Suiza(2009), Brasil(2010)	202	156	191	1.2	1.2	1.2	19	-15	43

Fuente: Estadísticas de la OMC

6.3. PRINCIPALES PRODUCTOS.

Los principales productos de exportación de mercancías mundiales son los productos agrícolas, combustibles y productos de la industria y las manufacturas que abarca: hierro y acero, productos químicos, equipo para oficina y de telecomunicaciones, productos de la industria del automóvil, textiles y prendas de vestir. Para el año 2008, 2009 y 2010 el que tuvo mayor exportación fue el combustible con (41% en 2008), (-37% en 2009) y en (2010 es del 30%).

Fuente: Estadísticas de la OMC

Exportaciones mundiales de mercancías por grandes grupos de productos									
AÑO	2008		2009		2010		Variación porcentual Anual		
(Miles de millones de dólares y porcentajes)	Valor	Parte en las exportaciones mundiales de mercancías	Valor	Parte en las exportaciones mundiales de mercancías	Valor	Parte en las exportaciones mundiales de mercancías	2008	2009	2010
Productos agrícolas	1342	8.5	1169	9.6	1362	9.2	19	-12	15
Combustibles y productos de las industrias extractivas	3530	22.5	2263	18.6	3026	20.4	33	-36	33
Combustibles	2862	18.2	1808	14.8	2348	15.8	41	-37	30
Manufacturas	10458	66.5	8355	68.6	9962	67.1	10	-20	20
Hierro y acero	587	3.7	326	2.7	421	2.8	22	-45	29
Productos químicos	1705	10.9	1447	11.9	1705	11.5	13	-14	18
Equipo para oficina y de telecomunicaciones	1561	9.9	1323	10.9	1603	10.8	3	-15	21
Productos de la industria del automóvil	1234	7.8	847	7.0	1092	7.4	3	-31	29
Textiles	250	1.6	211	1.7	251	1.7	5	-16	19
Prendas de vestir	362	2.3	316	2.6	5	-13	11	2.4	351

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

6.4. COMERCIO INTRARREGIONAL E INTERREGIONAL.

Fuente: Estadísticas de la OMC

Comercio intrarregional e interregional de mercancías																								
(Miles de millones de dólares y porcentajes)																								
Origen	América Norte			América del Sur y Central			Europa			CEI			África			Oriente Medio			Asia			Mundo		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Mundo	2708	2026	2508	583	437	587	6736	5105	5844	517	311	399	458	391	453	618	510	561	3903	3197	4216	15717	12178	14851
América del norte	1014.5	769	956	164.9	128	165	369.1	292	330	16	9	11	33.6	28	32	60.2	49	53	375.5	324	413	2035.7	1602	1965
América del sur y central	169.2	115	138	158.6	120	148	121.3	90	108	9	6	8	16.8	13	15	11.9	11	15	100.6	96	134	599.7	459	577
Europa	475.4	366	416	96.4	75	98	4695	3620	3998	240	147	180	185.5	162	177	188.6	154	168	486.5	426	524	6446.6	5016	5632
Comunidad de Estados Independientes (CEI)	36.1	23	33	10.1	5	6	405.6	239	308	134.7	87	109	10.5	7	9	25	14	19	76.8	63	88	702.8	452	588
África	121.6	66	85	18.5	9	14	218.1	149	184	1.5	1	2	53.4	45	62	14	12	19	113.9	85	123	557.8	384	508
Oriente Medio	116.5	60	79	6.9	5	7	125.5	76	108	7.2	4	5	36.6	34	29	122.1	107	89	568.9	357	471	1021.2	690	895
Asia	775	627	801	127.3	95	148	801	641	808	108.4	57	85	121.3	102	128	196.4	163	198	2181.4	1845	2464	4353	3575	4686
Parte de las corrientes comerciales regionales en las exportaciones totales de mercancías de cada región																								
Mundo	17.2	16.6	16.9	3.7	3.6	4.0	42.9	41.9	39.4	3.3	2.6	2.7	2.9	3.2	3.0	3.9	4.2	3.8	24.8	26.3	28.4	100	100	100.0
América del norte	49.8	48	48.7	8.1	8	8.4	18.1	18.2	16.8	0.8	0.6	0.6	1.7	1.8	1.7	3	3.1	2.7	18.4	20.2	21.0	100	100	100.0
América del sur y central	28.2	25	23.9	26.5	26.1	25.6	20.2	19.6	18.7	1.5	1.3	1.3	2.8	2.8	2.6	2	2.5	2.6	16.8	20.8	23.2	100	100	100.0
Europa	7.4	7.3	7.4	1.5	1.5	1.7	72.8	72.2	71.0	3.7	2.9	3.2	2.9	3.2	3.1	2.9	3.1	3.0	7.5	8.5	9.3	100	100	100.0
Comunidad de Estados Independientes (CEI)	5.1	5.2	5.6	1.4	1.1	1.1	57.7	52.9	52.4	19.2	19.2	18.6	1.5	1.6	1.5	3.6	3.2	3.3	10.9	13.9	14.9	100	100	100.0
África	21.8	17.1	16.8	3.3	2.4	2.7	39.1	38.8	36.2	0.3	0.3	0.4	9.6	11.7	12.3	2.5	3	3.7	20.4	22.2	24.1	100	100	100.0
Oriente Medio	11.4	8.7	8.8	0.7	0.7	0.8	12.3	11	12.1	0.7	0.5	0.5	3.6	4.9	3.2	12	15.5	10.0	55.7	51.8	52.6	100	100	100.0
Asia	17.8	17.5	17.1	2.9	2.7	3.2	18.4	17.9	17.2	2.5	1.6	1.8	2.8	2.8	2.7	4.5	4.6	4.2	50.1	51.6	52.6	100	100	100.0
Parte de las corrientes comerciales regionales en las exportaciones totales de mercancías																								
Mundo	17.2	16.6	16.9	3.7	3.6	4.0	42.9	41.9	39.4	3.3	2.6	2.7	2.9	3.2	3.0	3.9	4.2	3.8	24.8	26.3	28.4	100	100	100.0
América del Norte	6.5	6.3	6.4	1	1.1	1.1	2.3	2.4	2.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.4	0.4	0.4	2.4	2.7	2.8	13	13.2	13.2
América del sur y central	1.1	0.9	0.9	1	1	1.0	0.8	0.7	0.7	0.1	0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.6	0.8	0.9	3.8	3.8	3.9
Europa	3	3	2.8	0.6	0.6	0.7	29.9	29.7	26.9	1.5	1.2	1.2	1.2	1.3	1.2	1.2	1.3	1.1	3.1	3.5	3.5	41	41.2	37.9
Comunidad de Estados Independientes (CEI)	0.2	0.2	0.2	0.1	0	0.0	2.6	2	2.1	0.9	0.7	0.7	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.5	0.5	0.6	4.5	3.7	4.0
África	0.8	0.5	0.6	0.1	0.1	0.1	1.4	1.2	1.2	0	0	0.0	0.3	0.4	0.4	0.1	0.1	0.1	0.7	0.7	0.8	3.5	3.2	3.4
Oriente Medio	0.7	0.5	0.5	0	0	0.0	0.8	0.6	0.7	0	0	0.0	0.2	0.3	0.2	0.8	0.9	0.6	3.6	2.9	3.2	6.5	5.7	6.0
Asia	4.9	5.2	5.4	0.8	0.8	1.0	5.1	5.3	5.4	0.7	0.5	0.6	0.8	0.8	0.9	1.2	1.3	1.3	13.9	15.2	16.6	27.7	29.4	31.6

En el comercio intrarregional e interregional AMERICA DEL NORTE en el año 2008 sus mayores exportaciones e importaciones estuvieron en el mundo (2708 millones de dólares), América del norte (1014.5 millones de dólares) y Europa (475.4 millones de dólares), en el año 2009 habiendo un descenso del mundo (2026 millones de dólares) y de América del Norte (769 millones de dólares), entrando así Asia en este año como tercer lugar quitando Europa, para el año 2010 siguen ocupando los mismos lugares con respecto al año 2009.

AMÉRICA DEL SUR Y CENTRAL en el año 2008, 2009 y 2010 las mayores exportaciones e importaciones se ubicaron en el Mundo, América del norte y América del sur, entrando a su vez en el año 2010 Asia.

EUROPA en el año 2008 las exportaciones e importaciones mayores se produjeron en el Mundo, Europa y América del Norte, para el año 2009 las mayores exportaciones e importaciones se produjeron en el Mundo, Europa y Asia, en el 2010 se siguieron ocupando las mismas posiciones del año 2009. Para los siguientes comercio intrarregionales e interregionales de los años 2008, 2009 y 2010 las regiones con mas exportaciones e importaciones son Mundo, Asia y Europa.

CAPÍTULO VII: COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA.

Un país con un mercado interno poco accesible para todos los sectores como el de Nicaragua requiere de una participación activa para mantener su crecimiento económico en el comercio internacional y su crecimiento económico en forma sostenida.

Nicaragua ha optado por una inserción internacional basada en la apertura comercial. Para entender en qué consiste la apertura comercial hay que tener claro que cuando un país compra bienes a otro (importaciones), los productos que ingresan deben pagar un impuesto en aduanas llamado arancel. En un proceso de apertura las barreras arancelarias y no arancelarias tienden a disminuir.

Esta política de inserción internacional ha sido combinada con la suscripción de Acuerdos de protección y promoción de inversiones (APPIS) y recientemente de convenios que eviten la doble tributación. Estos últimos resultan necesarios considerando que a veces los empresarios debe pagar impuestos por las actividades que realizan en su propio país viéndose obligados a cumplir la misma exigencia cuando operan en territorio extranjero.

7.1. LA POLÍTICA COMERCIAL DE NICARAGUA.

El objetivo general de la política comercial de Nicaragua es promover el acceso a mercados externos y una mejor inserción en la economía internacional, mediante la negociación y administración de convenios internacionales, en el ámbito de comercio e inversión. Se considera que esto promoverá, además, un marco jurídico estable para la atracción de la inversión, tanto nacional como extranjera. Se busca también apoyar al sector privado para que aproveche las oportunidades en los mercados internacionales, con énfasis en los mercados de exportación, así como promover y facilitar la inversión tanto nacional como extranjera.

Como miembro activo de la OMC, Nicaragua atribuye suma importancia al programa de DOHA para el desarrollo y su principal interés reside en mejorar el acceso a los mercados para sus productos agrícolas. Nicaragua se ha sumado también a diferentes grupos de otros países en desarrollo para hacer propuestas en las negociaciones sobre la agricultura, incluidas cuestiones como las modalidades para las negociaciones sobre el acceso a los mercados, el trato especial y diferenciado y el compartimento de desarrollo.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

El Ministerio De Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) tiene la responsabilidad:

1. De negociar y administrar los acuerdos internacionales y regionales, en el ámbito del comercio y la inversión.
2. La implementación de las políticas relacionadas con las inversiones nacionales y extranjeras,
3. Las cuestiones relativas a las normas,
4. La defensa de los consumidores y los derechos de propiedad intelectual.
5. Incluir la promoción del desarrollo de la industria y la tecnología
6. La promoción de las exportaciones.

Por otro lado, políticas como la promoción de la competencia y la utilización de los recursos naturales han sido asignadas a otras instancias.

7. coordina la formulación y aplicación de las políticas comerciales con los ministerios correspondientes (por ejemplo, el Ministerio Agropecuario y Forestal, el Ministerio De Hacienda y Crédito Público, y el Ministerio del Ambiente Y Recursos Naturales).

El Ministerio De Relaciones Exteriores representa a Nicaragua ante la OMC.

8. El MIFIC tiene el mandato de las negociaciones comerciales internacionales, incluso la negociación de aranceles, en consulta con otros ministerios en temas de sus competencias.

La Comisión Nacional De Promoción De Exportaciones (CNPE), presidida por el Ministro de Fomento, Industria y Comercio, y que está integrada por cinco representantes del sector empresarial y cinco representantes del sector público, se encarga de proponer nuevas medidas de política que contribuyan al desarrollo de las empresas exportadoras. La Comisión Interinstitucional de Facilitación Del Comercio (CIFCO) trata el tema de facilitación del comercio en una forma más amplia y general.

La CIFCO está integrada por:

- Representantes de la Dirección General de Aduanas (DGA),
- El Ministerio De Fomento, Industria Y Comercio (MIFIC) ,
- La Dirección General De Ingresos (DGI),
- El Ministerio De Transporte, La Empresa Nacional De Puertos (ENAP),
- La Empresa Administradora De Aeropuertos Internacionales (EAAI),
- El Consejo Superior De La Empresa Privada (COSEP),

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

- La Cámara De Industria De Nicaragua (CADIN),
- La Cámara De Agentes Aduaneros Y Almacenadores De Nicaragua (CADAEN),
- La Cámara De Comercio De Nicaragua (CACONIC),
- El Consejo Nicaragüense De La Micro, Pequeña Y Mediana Empresa (CONIMIPYME), entre otros;

En total son 14 las instituciones públicas y privadas que forman parte de la CIFCO. Las autoridades indicaron que hay una participación amplia y activa del sector privado en la CIFCO. Dentro de este, operan 8 subcomisiones que trabajan a nivel técnico y se reúnen mensualmente, para tratar asuntos como los trámites relativos a los medicamentos, las zonas francas, entre otros.

La política comercial en el año 2008 estuvo orientada a consolidar la inserción de la economía nacional en la economía mundial, procurando alcanzar mayores y mejores oportunidades de acceso para los productos nacionales en los mercados internacionales, para todos los sectores productivos del país, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas. Para ello, las acciones de política continuaron orientadas en tres grandes ejes: apertura comercial, integración económica y facilitación de comercio, en beneficio del desarrollo y crecimiento del sector exportador.

Como parte de la apertura comercial, Nicaragua continuó participando en las negociaciones para el acuerdo de asociación con la Unión Europea, desde una perspectiva regional. El objetivo de los países centroamericanos en este acuerdo es alcanzar mayores niveles de acceso de mercado a los contemplados en el Sistema General de Preferencias (SGP plus).

En 2008 se retomaron las negociaciones con Panamá para un tratado de libre comercio, acordándose la firma del protocolo en enero de 2009. Después de seis años de negociaciones se superó la problemática sobre la cuota de carne de res.

El 85 por ciento de los productos de exportación tendrán una desgravación de aranceles inmediata y el restante en un período de 10 y 15 años. Entre los productos que no pagarán arancel se encuentran el café, queso artesanal, leche fluida, mantequilla, yogur, frutas frescas y en conserva, y vegetales.

Adicionalmente, se mejoró la administración de los tratados de libre comercio que Nicaragua tiene en vigencia. En el caso del tratado con México, se suscribió el protocolo para la implementación del esquema de acumulación textil considerado en el DR-CAFTA, a fin de permitir la adquisición de materiales textiles mexicanos para exportar prendas de vestir a Estados Unidos y viceversa.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Recíprocamente se recibió trato similar para las exportaciones de los productos nacionales. Estos tratados favorecieron, durante 2008, el crecimiento de las exportaciones nicaragüenses hacia el mercado mexicano y estadounidense en más de 36 y 24 por ciento, respectivamente.

En materia de integración económica centroamericana, Nicaragua suscribió, en conjunto con el resto de países de la región, el nuevo código aduanero centroamericano CAUCA IV y su reglamento RECAUCA. Éste entró en vigencia a partir del 25 de agosto de 2008 y con ello se espera agilizar y facilitar el comercio internacional a lo interno y fuera de la región.

Por otra parte, en el marco de la Alternativa Bolivariana para América Latina y El Caribe (ALBA), los países miembros acordaron durante la tercera cumbre extraordinaria de jefes de Estados y Gobiernos realizada en noviembre, la creación de una zona monetaria común que incluye una unidad de cuenta denominada Sucre (Sistema Unitario de Compensación Regional), y una cámara de compensación de pagos. Se espera que la facilitación del comercio internacional justo en la zona del ALBA contribuya a mantener el dinamismo de las exportaciones Nicaragüenses en 2009.

En el año 2009, Nicaragua continuó implementado una política comercial orientada a la apertura, a pesar que el impacto de la crisis mundial durante 2009 generó, en muchos países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), preocupaciones en torno a un eventual retroceso de los niveles de aperturas comerciales alcanzadas en años anteriores.

Nicaragua mantuvo su estrategia de establecer acuerdos con diversos socios comerciales. El 15 de enero de 2009, se firmó el protocolo bilateral con Panamá, mismo que fue ratificado el 1 de julio por la Asamblea Nacional. La entrada en vigor del tratado se produjo el 23 de noviembre, aunque el programa de desgravación inició el primero de enero de 2010. En un término de 10 años, todos los productos originarios de Nicaragua entrarán libres de arancel a Panamá.

Algunos productos importantes dentro de la oferta de Nicaragua tuvieron acceso mediante cuotas a partir del primer año de vigencia, incluyendo la exportación de carne bovina (1500 toneladas), con una desgravación a diez años. Otros productos que recibieron trato similar fueron la cebolla (200 toneladas), el café instantáneo (30 toneladas) y la carne de cerdo deshuesada (15 toneladas).

Se reportaron progresos en los procesos administrativos de gestión de los tratados vigentes. En el caso particular del DR-CAFTA, se establecieron las aperturas de los

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

contingentes de importaciones procedentes de Estados Unidos para productos como el arroz en granza, maíz amarillo, maíz blanco, carne de cerdo y pollo, productos lácteos, entre otros.

Con respecto a las cuotas de exportación de azúcar, maní y productos lácteos hacia Estados Unidos, Nicaragua experimentó a diciembre una tasa de utilización de 60.3 por ciento en promedio.

Cabe mencionar que la cuota de 12,000 toneladas de carne bovina establecida para 2009, no fue utilizada, al igual que en años anteriores, debido a que como primera opción, Nicaragua debe de participar en conjunto con otros países del contingente de 65,000 toneladas que Estados Unidos apertura en el marco de la OMC, con lo cual se logro satisfacer la demanda estadounidense de carne bovina nicaragüense. Adicionalmente, la demanda de este producto se vio debilitada por los efectos de la recesión en los consumidores estadounidenses.

Un pilar importante de la estrategia de diversificación y consolidación del comercio exterior, dentro del contexto de crisis mundial, lo constituyó el fortalecimiento de las relaciones comerciales y de cooperación con los países miembros de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de América (ALBA).

Para ello, las principales acciones estuvieron orientadas a la preparación de la infraestructura jurídica y operativa del Sistema Unitario de Compensación Regional (SUCRE), el cual inició a funcionar en 2010 con la participación de Venezuela y Cuba.

Asimismo, se elaboró y revisó la propuesta de ampliación del acuerdo de alcance parcial existente entre Nicaragua y Venezuela desde los años ochenta y se solicitó la adhesión de Nicaragua a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), donde ya son miembros los países del ALBA, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, México, Paraguay, Perú y Uruguay.

Como resultado de esta estrategia, las exportaciones con destino a Venezuela experimentaron en el año un crecimiento de más de 600 por ciento, ubicándose como el tercer mayor mercado de destino de las exportaciones nacionales.

En 2010 Nicaragua continuó el proceso de desgravación arancelaria establecido en el CAFTA-DR e inició las negociaciones para el Tratado de Comercio de los Pueblos, en el marco de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA-TCP). Debe mencionarse además que en el contexto de las negociaciones con los

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

países del ALBA se suscribió el Tratado Constitutivo del SUCRE como un mecanismo diseñado para facilitar el intercambio comercial sin hacer uso de divisas.

Por otra parte, entró en vigencia el TLC suscrito con Panamá en 2009, se firmó el protocolo bilateral de implementación de los mecanismos contenidos en el tratado de libre comercio con Chile, así como el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica. Dicho acuerdo resulta es significativo para Centroamérica ya que la Unión Europea cedió 91% del universo de partidas arancelarias mientras que la subregión hizo concesiones equivalentes a 47,9% del universo de partidas.

Por otra parte, los plazos de desgravación otorgados por Centroamérica se ampliaron de entre 5 y 15 años, mientras que la Unión Europea tendrá plazos de entre 3 y 10 años. Otro logro importante es que la Unión Europea otorgó libre comercio para 99,2% de las partidas del sector industrial, lo que genera oportunidades importantes para Nicaragua.

El manejo de una política comercial abierta e integracionista, con países de la región latinoamericana, permitió compensar parcialmente los efectos adversos de la crisis internacional en la dinámica de las exportaciones. A principios de 2009 se esperaba que éstas declinaran en el año aproximadamente 15 por ciento, producto de la recesión de Estados Unidos, el principal socio comercial de Nicaragua; sin embargo, el fortalecimiento del comercio en el marco del ALBA permitió amortiguar la reducción de dichas exportaciones.

7.2. ACCESO A MERCADOS.

Al negociar este tema se pretende abrir o mejorar las condiciones de ingreso de un producto a un mercado específico, a través de la reducción o eliminación gradual del arancel o impuesto que paga el bien al momento de entrar a otro país.

En el comercio internacional, todas las mercancías importadas están sujetas al pago de un arancel o tarifa aduanera (impuesto) que en ocasiones llega a niveles muy elevados, lo que constituye un obstáculo para la entrada de algunos bienes a los mercados externos. Las negociaciones apuntan a reducir estas barreras ya sea en forma gradual o inmediata, según el acuerdo logrado por las partes en el plano bilateral o regional.

Para comprender mejor este tema es importante tener claro que a nivel multilateral, las economías que integran la Organización Mundial de Comercio (OMC) comprometieron, en el marco de la Ronda Uruguay, un nivel arancelario ajustado a sus intereses. En el caso de Nicaragua, la tarifa máxima consolidada fue de 40%

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

antes, el país ostentaba un arancel de superior a 70%- exceptuando a los bienes sensibles como el pollo, azúcar, etc., con aranceles superiores a 100%.

Independiente de este compromiso y en forma absolutamente unilateral, el Gobierno aprobó en 1990 la reducción del arancel general a niveles inferiores al 40%, hasta llegar a un techo promedio de 10%. Esto significa que cada vez que Nicaragua negocia con otro país la reducción de su arancel en un acuerdo de libre comercio para llevarlo gradualmente a 0% en un corto, mediano y largo plazo, lo hace a partir de la tarifa aduanera vigente, denominada de Nación más Favorecida (NMF).

7.3. MECANISMOS ANTIDUMPING.

Esta es una herramienta de carácter transitorio que busca enfrentar las prácticas desleales de comercio como el dumping, que consiste en la venta de un producto en el exterior a un precio menor al costo que se registra en el mercado interno. Al detectarse esta situación, los empresarios de la industria afectada presentan una demanda, piden una investigación al organismo nacional competente y en caso de que éste verifique el ejercicio de dumping por parte de la empresa extranjera acusada, se aplica una sobretasa a la importación del producto ofertado por dicha compañía. Esta es una materia que tiene su propia importancia, debido al uso frecuente y a veces injustificado de este instrumento.

7.4. EXPORTACIONES EN NICARAGUA.

Las exportaciones en el periodo 2008-2010 presentaron un comportamiento lineal creciente moderado. La brecha entre las exportaciones y las importaciones alcanzo un mínimo en 2009 para luego volver a tomar su ascendencia, en el año 2010, la brecha disminuyo con respecto al 2008, pero fue por efecto de las exportaciones.

Las exportaciones varían con respecto del 2008 al 2009 en un -5.52% y con respecto del 2009 al 2010 en un 32.81%, mostrando la tendencia ascendente de los últimos años como producto de las políticas públicas aplicadas y el aprovechamiento de las oportunidades comerciales existentes

El valor exportado paso de USD 1,393.8 millones en 2009 a USD 1,851.1 millones en 2010, para un aumento en términos absolutos de USD 457.3 millones, sobresaliendo los mayores montos exportados de bienes como café oro, carne de bovino, oro y azúcar dado el incremento de sus precios internacionales debido a factores como una mayor demanda, restricción de exportaciones, bajos inventarios, pérdidas de

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

cosechas, caída de la producción, incertidumbre en cuanto a la oferta mundial y comercio especulativo.

De tal forma, que se vuelve todavía más imperativo profundizar los resultados positivos logrados en 2010 en materia de exportaciones y acceso a mercados para hacerle frente a las mayores necesidades financieras de la economía nacional, lo cual pasa también por lograr mayores niveles productivos.

Las exportaciones nicaragüenses hacia Panamá fueron de sólo 11 millones de dólares EE.UU. En 2010, principalmente se trata de: carne bovina; maní sin cocer, ron; productos de panadería, pastelería y galletería; solventes minerales; cueros y pieles; preparaciones para alimentación infantil; y camarones y langostinos.

Los países se incorporan al sector externo porque necesitan expandirse e integrarse en el comercio internacional. Su forma más común se realiza mediante la importación y la exportación.

El dinamismo en el crecimiento observado en el valor FOB de las exportaciones de bienes de Nicaragua en dicho período, tuvo los siguientes elementos característicos: un máximo en el año 2008 debido a un efecto combinado del incremento en el volumen exportado y a un aumento en los precios de los principales productos de exportación le siguió una contracción en 2009 por efecto de la crisis económica y financiera internacional; una notable recuperación para el 2010,

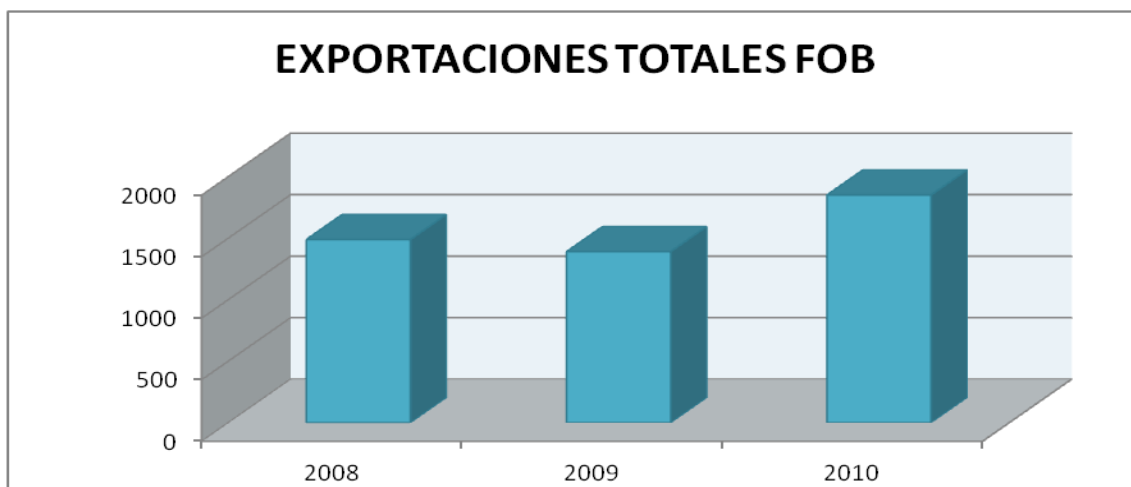
Cabe destacar, que a partir del 2009, Estados Unidos desplaza a Centroamérica como su principal socio comercial;

Por su parte las exportaciones hacia Canadá se incrementan aceleradamente a partir del 2009 y están constituidas, básicamente, por Oro (Incluido el oro platinado) en bruto, semi elaborado o en polvo, cuyos precios internacionales experimentaron una tendencia alcista pronunciada. Es oportuno hacer notar que a excepción de Venezuela, los principales abastecedores de Nicaragua: Centroamérica, Estados Unidos, República Popular China y México, durante el período en análisis observó una tendencia ascendente, alcanzan un máximo en el 2008, disminuye drásticamente en el 2009, y crecen aceleradamente en el 2010.

De esta forma, las exportaciones respondieron positivamente al aumento de la demanda mundial de bienes primarios, y a la recuperación de los precios en el mercado internacional, los cuales se vieron afectados en 2009 por los efectos de la crisis económica internacional.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Grafico n°1.



Fuente: Elaboración propia datos proporcionados por el BCN

7.5. PAÍSES CON MAYORES EXPORTACIONES DE NICARAGUA.

No se puede dejar de mencionar los mercados de Canadá y Japón entre los principales para el comercio del café oro de Nicaragua, reflejando ambos destinos incrementos en volumen y valor. Los volúmenes exportados de café oro hacia Canadá y Japón durante 2010 crecieron en 38.8% y 76.0%, respectivamente con respecto al año 2009. Al igual, los valores de exportación se incrementaron en 60.2% y 77.6% en el mismo orden, con mejores precios internacionales, gozando de libre comercio en ambos mercados, ya que tienen un NMF de 0.0%.

Los principales mercados de destino para las exportaciones de carne de bovino de origen nicaragüense siguieron siendo EEUU, Centroamérica y Puerto Rico, es decir, la zona CAFTA-DR. Sin embargo, es notorio el auge que experimentaron las exportaciones de este bien hacia Venezuela, Taiwán y Panamá. En el caso de Venezuela, se han aprovechado las oportunidades que dicho mercado presenta en el marco de los acuerdos de la ALBA, y con Taiwán, está en vigencia desde enero 2008 un Tratado de Libre Comercio entre ese país y Nicaragua, donde la carne goza de libre comercio para entrar al mercado de Taiwán, pero sujeto a requisito de trazabilidad.

Los valores exportados de carne bovina hacia los EEUU (incluyendo Puerto Rico), pasaron de USD 89.1 millones de dólares a USD 104.2 millones de dólares en el período analizado, para un crecimiento de 17.0%, menor al aumento experimentado

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

por los volúmenes exportados en 5.7%, lo que indica que el precio promedio de exportación fue determinante, ya que creció en 10.5%. Aquí ha sido relevante el aprovechamiento de la cuota establecida por las autoridades norteamericanas. Sin embargo, a finales del año 2008, el precio internacional comenzó a descender como consecuencia de la crisis económica mundial, de tal forma, que las exportaciones de este rubro pueden verse afectadas durante el año 2009.

En el período del 2010 el mercado de EEUU (incluyendo P. Rico) fue el principal destino de los volúmenes exportados de la carne bovina originaria de Nicaragua con un crecimiento de 9.2% con respecto a 2009, aunque el mayor crecimiento lo reflejó el volumen exportado hacia Venezuela en 84.3%. Sin embargo, en términos de valor el mercado venezolano ocupó el primer lugar con USD 134.7 millones en el año 2010, superando los USD 106.2 millones exportados hacia el mercado estadounidense, con incrementos de 84.4% y 29.5%, respectivamente, con relación al 2009. Ambos mercados concentraron el 78.3% de las exportaciones totales de carne bovina en 2010.

Las exportaciones de maní hacia el resto del mundo durante el año 2008 ascendieron a USD 90.2 millones de dólares, de los cuales USD 44.0 millones fueron exportados a México, es decir, el 48.8% del total exportado.

Entre los principales destinos, las exportaciones hacia Colombia, Canadá, Polonia, Rusia y Guatemala presentaron crecimientos en volumen y valor. No así, las exportaciones hacia México, El Salvador y Costa Rica, que obtuvieron disminuciones en los volúmenes exportados, pero crecimientos en los valores exportados, donde el precio fue la causa.

El principal mercado para exportaciones de maní nicaragüense sigue siendo México aunque en el año 2010 su participación sufrió una caída de 8.3 puntos porcentuales con relación a 2009 al pasar de 53.0% a 44.7%, situación que tiene su explicación en el crecimiento experimentado por los volúmenes y valores exportados en 27.5% y 20.9%, respectivamente, a pesar que el precio promedio de exportación FOB fue más alto. Este bien entra al mercado mexicano libre de arancel en el marco del acuerdo comercial entre ambas naciones, sin embargo, no se puede considerar realmente un arancel preferencial porque México tiene un NMF de 0.0%.

Los principales destinos de las exportaciones de oro durante el año 2008 fueron EEUU y Canadá, que realmente han sido los mercados tradicionales para estas exportaciones. Solamente se cuenta con datos en términos de valor exportado. Dichas exportaciones hacia los EEUU pasaron de USD 28.9 millones a USD 47.4

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

millones en el período analizado, para un incremento significativo de 64.01%, con una participación de 56.70%. El otro mercado en importancia es el canadiense. Hacia ese mercado se exportaron en 2008 USD 36.0 millones,

Prácticamente el cien por ciento de las exportaciones de oro se dirigen hacia Canadá y EEUU, rubro que ha experimentado un crecimiento sustantivo en su precio internacional, ya que al ser portador de valor propio, ha sido utilizado por los Bancos Centrales y los Fondos de Inversión en los últimos dos o tres años como factor de protección ante la crisis económica y financiera internacionales, incentivando a los inversionistas a dirigir mayores recursos financieros hacia el sector.

Los principales mercados para el azúcar nicaragüense durante el año 2008 fueron Canadá, EEUU y Haití que concentraron el 99.99% de las exportaciones totales de dicho producto hacia el resto del mundo. Sin embargo, las exportaciones de azúcar hacia esos países disminuyeron tanto en volumen como en valor, a excepción de los valores exportados hacia Canadá. Se exporta principalmente azúcar cruda.

Uno de los rubros que en los últimos años ha presentado una mayor diversificación en materia de mercados de destino es el azúcar de caña con ventas realizadas durante 2010 en EEUU (incluye P. Rico), Venezuela, India, Rusia, México, Haití, Taiwán, Ecuador, Perú, Chile, Trinidad y Tobago, entre otros, si bien el mercado estadounidense sigue siendo el más importante debido a la regularidad de las exportaciones hacia ese país aprovechando los contingentes libres de arancel en el marco de la OMC y CAFTA-DR que son utilizados por los exportadores nicaragüenses en su totalidad. Rusia es un mercado de gran potencial con buenos precios.

La langosta es un producto considerado tradicional de exportación, que junto al camarón y los pescados, forman la oferta exportable del sector pesquero nicaragüense, generando una apreciable cantidad de divisas para la economía nacional. Al igual que el camarón, la langosta es un producto alimenticio consumido principalmente por estratos sociales de ingresos altos, de ahí la importancia que revisten mercados como los EEUU y Europa. Precisamente, esos mercados continuaron siendo los más importantes para las exportaciones de la langosta originaria de Nicaragua.

Los principales destinos de las exportaciones de ganado en pie durante el año 2008 fueron Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Venezuela, este último como una nueva alternativa en el marco de los acuerdos comerciales de la ALBA. Sin embargo, las exportaciones globales de ganado en pie sufrieron una caída

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

de 43.5% en volumen y 37.5% en valor con relación al año 2007, determinada por la disminución de las exportaciones de semovientes hacia México, El Salvador y Honduras.

Los volúmenes exportados de estos tres rubros (los principales dentro del sector pesca) se ubicaron al finalizar el año 2010 en 18.2 miles de T.M., superando las 17.0 miles de T.M. exportadas en 2009, es decir, un crecimiento porcentual de 7.0%, que combinado con la recuperación de los precios, aunque todavía por debajo de los registrados en 2008, propició que los valores exportados crecieran en 30.5% en el mismo período, siendo el principal mercado de destino los EEUU con 8.7 miles de T.M., representando el 47.8% de las exportaciones totales de estos bienes por parte de Nicaragua, libres de arancel en el marco de lo establecido en el CAFTA-DR.

Los valores exportados globales de queso se incrementaron en 33.2% durante 2008 con relación a 2007. De los USD66, 178.2 miles de dólares exportados al finalizar el año 2008, USD44, 535.9 miles de dólares correspondieron a exportaciones dirigidas hacia El Salvador, es decir, el 67.3%, reafirmando el mercado salvadoreño como el principal destino para el queso de exportación nicaragüense, si bien es cierto, dicho mercado ha puesto obstáculos no arancelarios para la entrada de dicho producto. Las ventas de queso hacia El Salvador crecieron en volumen 7.2% y en valor 29.8%, aunque su participación desmejoró de 69.0% a 67.3% en el período analizado.

Por su parte, las exportaciones hacia Honduras, el segundo mercado en importancia para el queso de Nicaragua, pasaron de USD9, 874.4 miles de dólares en 2007 a USD13,099.3 miles de dólares en 2008, para un crecimiento relativo de 32.7%, mayor al incremento mostrado por los volúmenes exportados (8.6%), mejorando el precio de exportación de USD1.24 * kilo a USD1.51 * kilo (21.8% de incremento), siendo el queso uno de los bienes que menos afectación experimentó en materia de precios internacionales.

Las exportaciones hacia Costa Rica y Guatemala presentaron incrementos significativos tanto en volumen como en valor, si bien es cierto, todavía tienen participaciones muy bajas como mercados de destino, sin embargo, son de gran potencial para desarrollar aún más el sector lechero y sus derivados, convirtiendo a Centroamérica en un eslabón de gran importancia para este tipo de bienes. Los valores exportados hacia Costa Rica y Guatemala crecieron en 1,878.1% y 3,157.9% respectivamente.

Durante 2010 el principal mercado de destino de las exportaciones de queso originario de Nicaragua fue El Salvador, libres de arancel en el marco de la

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Integración Centroamericana, con un crecimiento de 7.1% en volumen y 4.2% en valor con relación al año 2009, mejorando su participación de 66.8% a 77.7% con relación al valor total de exportaciones de queso por parte de Nicaragua hacia el resto del mundo, a pesar de las diversas trabas no arancelarias impuestas por las autoridades salvadoreñas como las cuotas de exportación y el mecanismo de muestreo.

Las exportaciones de frijol han tenido como destino en los últimos años los mercados de EEUU y Centroamérica, siendo este último el más importante. Efectivamente, las ventas a Centroamérica de frijol se ubicaron al finalizar el año 2008 en USD65.0 millones de dólares, superando en 87.2% los USD34.7 millones de dólares exportados en 2007, con una participación como mercado de destino de 86.9% en 2008. Por país, el incremento en términos de valor fue El Salvador (152.4%), Costa Rica (43.1%), Honduras (31.0%) y Guatemala (47.3%). En Centroamérica el frijol goza de libre comercio.

Los problemas climáticos y las pérdidas de cosecha en el año 2010 ocasionaron que las exportaciones totales de frijol rojo se redujeran con relación al 2009, situación que afectó el comercio de este rubro con los principales mercados de destino, sobresaliendo el centroamericano que tiene una participación mayor al 85.0%. Los volúmenes exportados hacia la región disminuyeron de 53.1 miles de T.M. en 2009 a 35.5 miles de T.M. al finalizar el año 2010, significando una caída de 33.1%, obteniendo el mismo comportamiento negativo los valores exportados al sufrir un decrecimiento de 29.4%. El Salvador, Costa Rica y Honduras, en ese orden, fueron los principales destinos en el Istmo, libres de arancel.

Tradicionalmente la totalidad de las exportaciones de leche en polvo se han dirigido hacia la región centroamericana, siendo los mercados de Guatemala y El Salvador los de mayor participación (91.5% en conjunto en 2010). Sin embargo, estos países en los últimos años han venido poniendo trabas al comercio de los productos lácteos afectando la producción y demanda nacionales. En 2010 los volúmenes exportados hacia Guatemala crecieron en 9.1% con relación al año 2009, obteniendo un mejor resultado los valores al crecer en 23.9%. Así mismo, los volúmenes y valores exportados hacia El Salvador aumentaron en 25.4% y 44.0%, respectivamente, en un escenario de mayores precios promedios de exportación FOB.

7.6 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN EN NICARAGUA.

Los principales productos exportados por Nicaragua durante el año 2008 fueron café oro, carne de bovino, maní, oro, queso, azúcar, frijoles, leche íntegra en polvo,

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

camarón de cultivo, langosta, alcohol etílico, ganado en pie, café instantáneo, ron, gaseosas, pescados, aceite en bruto de maní, desperdicios y desechos de hierro o acero, cueros y pieles de bovino, aceite en bruto de palma, puros, bananas, harina de trigo, melaza de caña y solventes minerales, que en conjunto representaron el 81.0% de las ventas totales hacia el exterior en ese año.

La mayoría de esos productos catalogados como principales exportaciones durante 2008 todavía presentan participaciones muy bajas con relación al total exportado, aunque en términos absolutos su contribución ha venido mejorando en los últimos años, lo que indica que todavía existe cierto grado de concentración en algunos bienes. Solamente las exportaciones de café oro y carne bovino concentraron el 32.8% de las exportaciones totales del país, productos catalogados como tradicionales y que se vieron beneficiados por los mejores precios internacionales.

Los bienes exportados que presentaron un mayor dinamismo exportador durante 2008 fueron alcohol etílico (8,590.4%), aceite en bruto de palma (2,479.3%), aceite en bruto de maní (99.8%), desperdicios y desechos de hierro (92.8%), harina de trigo (76.9%), maní(61.1%), langosta (51.7%), café oro (47.2%), ron (37.1%), café instantáneo (35.5%), queso (33.2%) y oro (29.5%).

Entre los principales productos exportados los que reflejaron caídas fueron ganados en pie(37.5%), azúcar (32.4%), melaza de caña (28.2%), gaseosas (25.0%), puros (19.9%), bananas (3.0%) y pescados (2.7%), la mayoría afectados por la crisis económica mundial que ha ocasionado bajas en la demanda y precios a nivel internacional.

Durante el año 2010 los principales productos exportados por Nicaragua hacia el resto del mundo fueron café oro, carne de bovino, oro, azúcar de caña, queso, maní, camarones, leche en polvo, frijoles rojos, langostas, ganado bovino, leche fluida, café instantáneo, pescado entero, aceite en bruto, melaza de caña, frijoles negros, ron, galletas, pan, desechos, solventes minerales y residuos de alimentos para animales que en conjunto representaron aproximadamente el 85.0% de las exportaciones totales.

Sin embargo, solamente las exportaciones de café oro, carne bovina, oro en bruto y azúcar representaron en conjunto más del 50.0% de las ventas totales de Nicaragua en el mercado internacional, lo cual significa que se deben realizar mayores esfuerzos para una mayor diversificación productiva y exportadora, con énfasis en la producción de la pequeña y mediana empresa.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

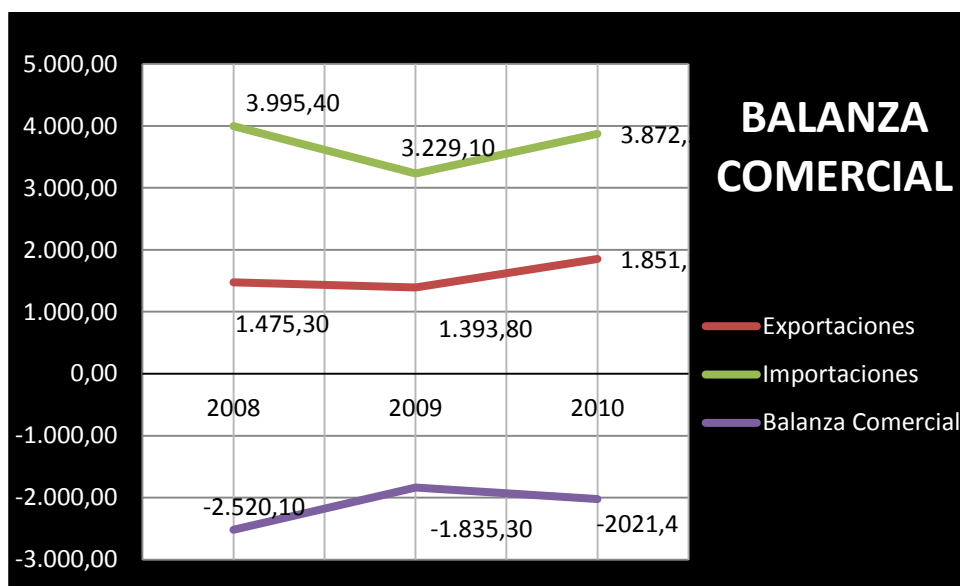
7.7 IMPORTACIONES DE NICARAGUA

Las importaciones tienen un comportamiento de parábola hacia arriba, alcanzando un mínimo en 2009 para continuar siendo ascendente, su variación con respecto al 2009/2008 fue de -19.18, mientras que en los años 2010/2009 su variación fue de 19.93. Sin mencionar el incremento experimentado de bienes intermedios y de capital como producto del mayor dinamismo de la economía 2010.

Asimismo, las importaciones crecieron en 21.3%, ubicándose al finalizar 2008 en USD 3,995.4 millones, estas han mostrado una tendencia ascendente en el tiempo, profundizándose en 2008 debido al incremento de los precios internacionales de los alimentos y las materias primas.

7.8. COMPORTAMIENTO DEL SALDO COMERCIAL DE NICARAGUA.

Grafico n°2.



Fuente: Datos proporcionados por BCN, DGA (Elaboración propia)

Al finalizar el año 2008, el saldo comercial de Nicaragua presentó un déficit de USD 2, 520.1 millones, para un incremento de 19.7%. Al finalizar el año 2009, el saldo comercial de Nicaragua siguió presentando un déficit de USD 1,835.3 millones, El flujo de intercambio comercial se deterioró como consecuencia de la crisis económica mundial, reflejado en una reducción de la demanda de los principales socios comerciales. Asimismo, la crisis provocó una baja en los precios de los

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

productos primarios, que generó una caída en el índice de los precios de exportaciones de aproximadamente 3.4 por ciento.

Este panorama promovió una constante reducción en el déficit comercial de mercancías a lo largo del año, en aproximadamente 31 por ciento, tendencia registrada desde noviembre de 2008 a octubre 2009, el saldo comercial de Nicaragua durante 2008 crece en 16.7%.

En términos netos, la reducción de las importaciones fue cinco veces mayor a la de las exportaciones, por lo que el déficit comercial de bienes se redujo de 1,475.3 millones de dólares en 2008 a 1,393.8 millones en 2009, siendo el principal factor de la corrección en la cuenta corriente.

Al finalizar el año 2010 el saldo comercial de Nicaragua siguió siendo deficitario ubicándose en USD 2,021.4 millones, superando los USD 1,835.3 millones de déficit comercial registrados en 2009, el saldo comercial negativo de 2010 fue todavía menor al registrado en 2008 (USD 2,520.1 millones).

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

CONCLUSIÓN:

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países, utilizando la comercialización como una herramienta que permite dar seguimiento en cada país para que las organizaciones de gobierno simplifiquen los trámites y procedimientos que presiden el comercio en el mundo.

Es importante tener presente que el sistema multilateral del comercio y su institución rectora, la OMC, muestran crecientes contradicciones en la actualidad, las cuales forman parte de las que exhibe la economía internacional globalizada. La OMC ha intentado la liberalización del comercio mundial de bienes y servicios mediante la instrumentación de muy complejas disposiciones. Su evolución hacia un desarrollo equitativo comercial es un reto a superar.

Nicaragua por su parte ha experimentado durante estos periodos 2008-2010 una balanza comercial deficitaria (mayores importaciones que exportaciones) ocasionada especialmente por sus elevadas importaciones respecto al volumen de exportaciones. Sin embargo cabe destacar que las exportaciones llevan una tendencia ascendente en los últimos años como producto de las políticas públicas aplicadas y el aprovechamiento de las oportunidades comerciales existentes.

Las importaciones de Nicaragua tienen un mercado interno poco accesible para todos los sectores del cual requiere de una participación para mantener su crecimiento económico de esta manera activa en el comercio internacional y su intercambio en forma sostenida.

En la política comercial Nicaragua atribuye al programa de Doha para el desarrollo y su principal interés reside en mejorar el acceso a los mercados para sus productos agrícolas. También se ha sumado a diferentes grupos de otros países en desarrollo para hacer propuestas en las negociaciones sobre la agricultura.

La Comisión Nacional De Promoción De Exportaciones (CNPE), presidida por el ministro de fomento, industria y comercio, y que está integrada por cinco representantes del sector empresarial y cinco representantes del sector público, se encarga de proponer nuevas medidas de política que contribuyan al desarrollo de las empresas exportadoras. El MIFIC tiene el mandato de las negociaciones comerciales internacionales, incluso la negociación de aranceles, en consulta con otros ministerios en temas de sus competencias.

La política comercial estuvo orientada a consolidar la inserción de la economía nacional en la economía mundial, procurando alcanzar mayores y mejores

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

oportunidades de acceso para los productos nacionales en los mercados internacionales, para todos los sectores productivos del país, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas. Para ello, las acciones de política continuaron orientadas en tres grandes ejes: apertura comercial, integración económica y facilitación de comercio, en beneficio del desarrollo y crecimiento del sector exportador.

Nicaragua continuó implementado una política comercial orientada a la apertura, a pesar que el impacto de la crisis mundial durante 2009 generó, en muchos países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), preocupaciones en torno a un eventual retroceso de los niveles de aperturas comerciales alcanzadas en años anteriores.

En 2010 Nicaragua continuó el proceso de desgravación arancelaria establecido en el CAFTADR e inició las negociaciones para el Tratado de Comercio de los Pueblos, en el marco de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA-TCP). Debe mencionarse además que en el contexto de las negociaciones con los países del ALBA se suscribió el Tratado Constitutivo del SUCRE como un mecanismo diseñado para facilitar el intercambio comercial sin hacer uso de divisas.

RECOMENDACIONES:

1. Apoyar a los países en el seguimiento para el cumplimiento de las normas.
2. Brindar técnicas a los países para que los sistemas del comercio exterior y su institución rectora muestren menos contradicciones.
3. Consolidar la política comercial para sectores productivos para mejorar la economía mundial.
4. Mejorar el acceso en infraestructura, asistencia técnica, financiamiento y elevar la productividad a mercados para los productos agrícolas.
5. Establecer leyes que garanticen las propuestas de negociaciones agrícolas.
6. Verificar que las leyes se cumplan en el comercio mundial para garantizar las empresas exportadoras.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

BIBLIOGRAFÍA:

- I. Magro M., A. (1968) comercio internacional. Madrid, España. Gardiana de publicaciones.
- II. Maubert V., C (2009): aspectos operativos, administrativos y financieras. México. Trillas.
- III. Salgado R., A. (2000) Aspectos fundamentales del comercio internacional. Instituto nacional politécnico Nacional de México, dirección de publicaciones tres guerras 27, 06040.
- IV. Bandera C., A. (2003) El comercio internacional y la agudización de las contradicciones del capitalismo.
- V. Steinberg W. F. (2006) "La economía política del proteccionismo" Universidad nacional autónoma de Madrid.
- VI. El país. (2013). La OMC logra el primer acuerdo global para impulsar el comercio. Recuperado el 8 de diciembre de 2013, de <http://elpais.com>.
- VII. Amín. M and Haidar. J.I. (2013). Trade facilitation and country size. Recuperado 12 de agosto de 2013, de <http://wto.org>.
- VIII. Las Naciones Unidas (2013). Representaciones Permanentes. Recuperado el 9 de octubre de 2013, de <http://Exteriores.gob>.
- IX. OMC (2013). Publicaciones. Recuperado el 10 de noviembre de 2013, de <http://WTO.org>.
- X. Eumed (2014). Comercio internacional. Recuperado el 25 de febrero de 2014, de <http://eumed.net>.
- XI. OECDE (2014). El comercio internacional y el desarrollo. Recuperado el 30 de marzo de 2014, de <http://oecde.org>
- XII. IFM (2014). Centro de estudios externos. Recuperado el 15 de abril de 2014, de <http://ifm.org>

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

- XIII. UNCTAD, OMC (2014). Guía de la ronda Uruguay para la comunidad empresarial. Recuperada el 5 de mayo de 2014, de <http://WTO.org>.
- XIV. Ricardo David (1959) Principios De Economía Política y Tributación.
- XV. Smith Adam (1776). Las Riquezas de las Naciones
- XVI. Ricardo Torre Gaitán (2010). Teoría del comercio internacional
- XVII. OMC (2013). Textos jurídicos de la OMC. Recuperada el 8 de junio del 2013,
- XVIII. OMC (2013). el "Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994", recuperado el 6 de mayo del 2013 de <http://WTO.org>.
- XIX. Bañes, Diego (2012) Economics Perguin.
- XX. Markiw, N. Gregori, Mac Graw Hill(2010) Principios De Economía
- XXI. MIFIC (2014). Boletín del comercio exterior. Recuperado el 8 de agosto de 2014, de <http://mific.gob.ni>.
- XXII. BCN (2014). Comercio exterior. Recuperado el 12 de agosto de 2014 de <http://BCN.ni>
- XXIII. OMC (2014). Organización Mundial del Comercio. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://WTO.org>.
- XXIV. OMC (2008). Informe anual 2008. Recuperada el 9 de marzo de 2008, de <http://WTO.org>.
- XXV. OMC (2008). Informe Anual de 2009. Recuperado el 5 de abril de 2008, de <http://WTO.org>.
- XXVI. OMC (2008). Informe Anual de 2010. Recuperado el 6 de junio de 2008, de <http://WTO.org>.
- XXVII. OMC (2015). Estadísticas del comercio mundial 2009, recuperado el 4 de mayo de 2015, de <http://WTO.org>.

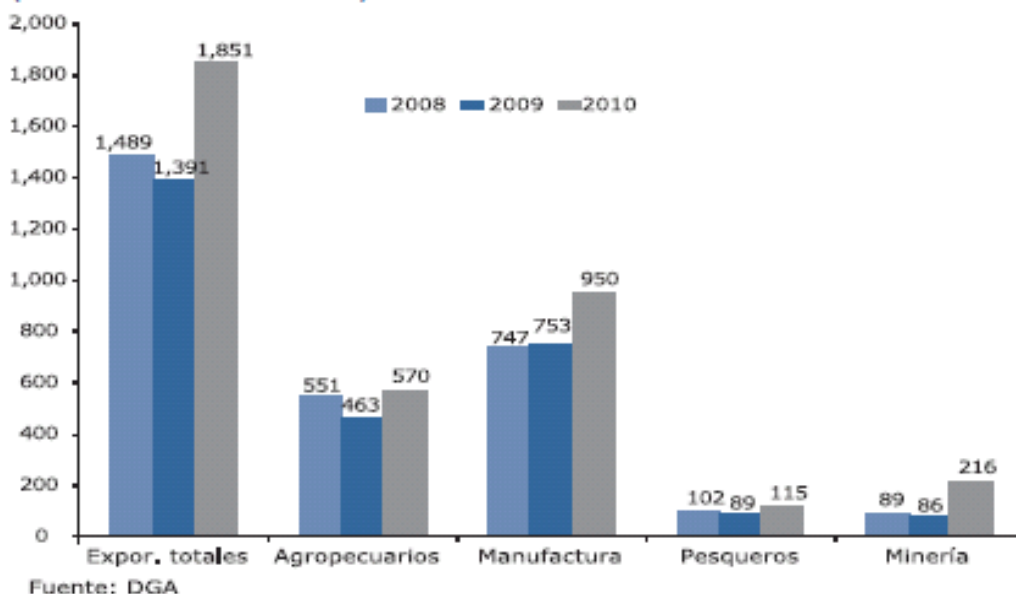
Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

- XXVIII. OMC (2015). Estadísticas del comercio internacional 2010. Recuperado el 4 de mayo de 2015, de [http//WTO.org](http://WTO.org).
- XXIX. OMC (2015). Estadísticas del comercio internacional 2011. Recuperado el 4 de mayo de 2015, de [http//WTO.org](http://WTO.org).
- XXX. Boris Mojjamad Melguizo. Principales Teorías del Comercio Internacional, Segunda Edición.
- XXXI. BCN (2009). Sector Externo. Recuperado el 10 de mayo de 2009, de <http//BCN.ni>
- XXXII. BCN (2009). Memoria anual 2008. Recuperado el 8 de junio de 2009, de <http//BCN.ni>.
- XXXIII. BCN (2009). Memoria anual 2009. Recuperado el 8 de junio de 2009, de <http//BCN.ni>.
- XXXIV. BCN (2009). Memoria anual 2010. Recuperado el 8 de junio de 2009, de <http//BCN.ni>.

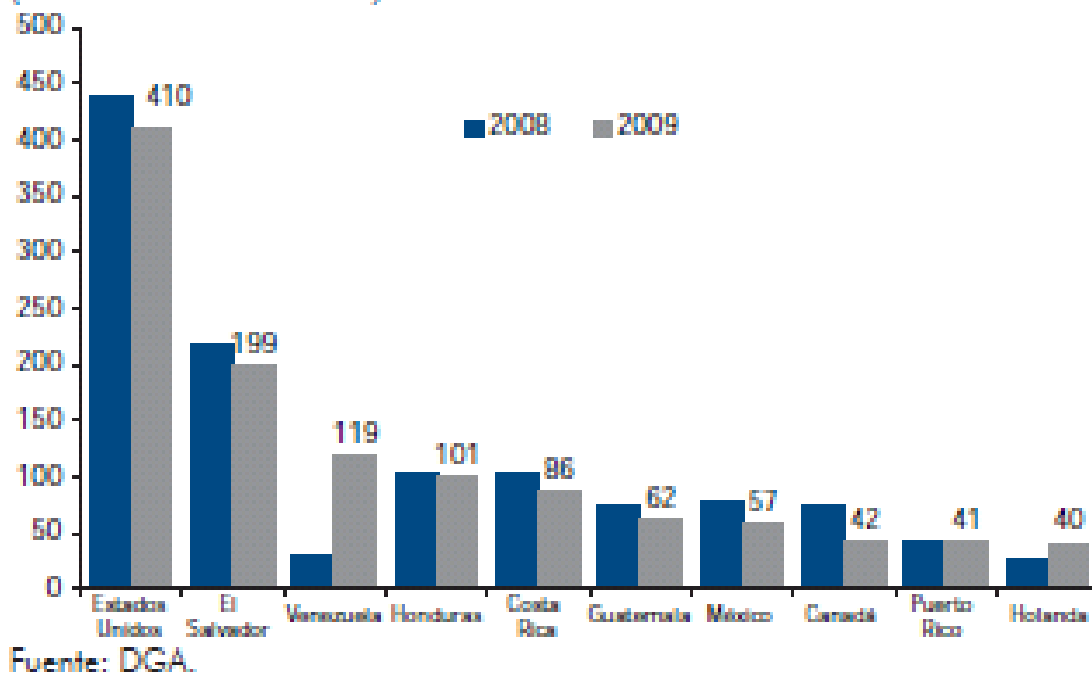
ANEXOS

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Exportaciones de mercancías (millones de dólares)

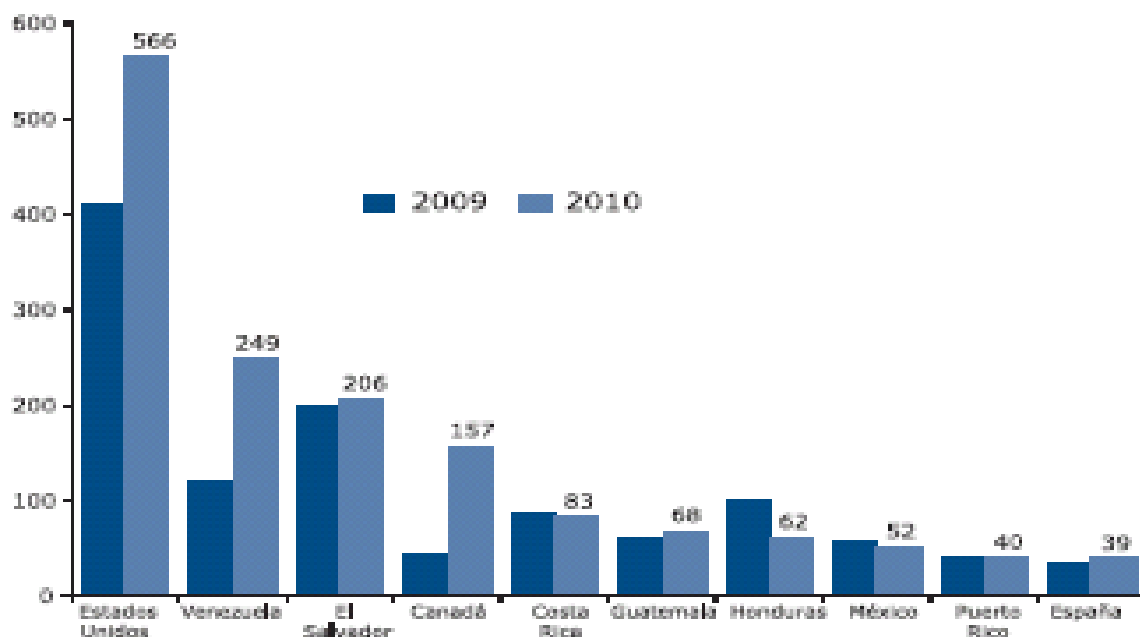


Exportaciones hacia principales mercados (millones de dólares)



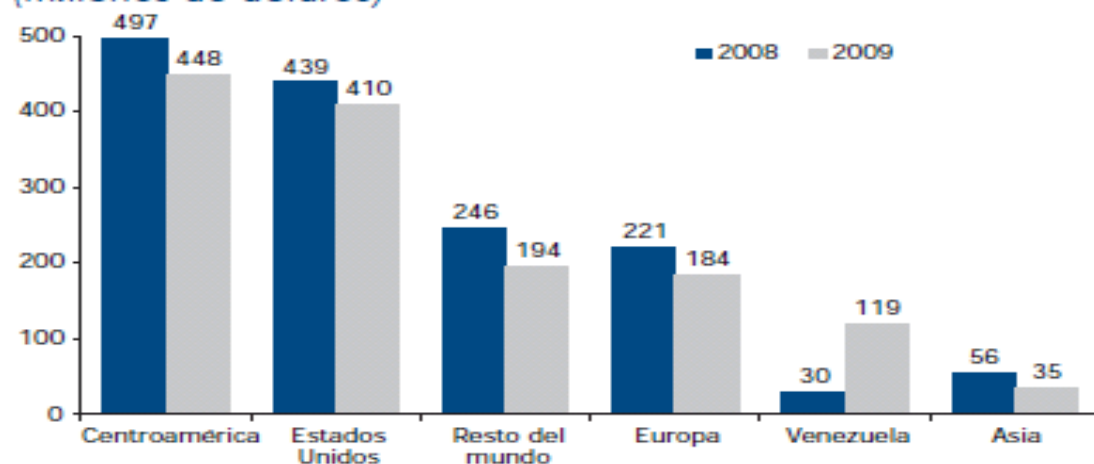
Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Exportaciones hacia principales mercados (millones de dólares)



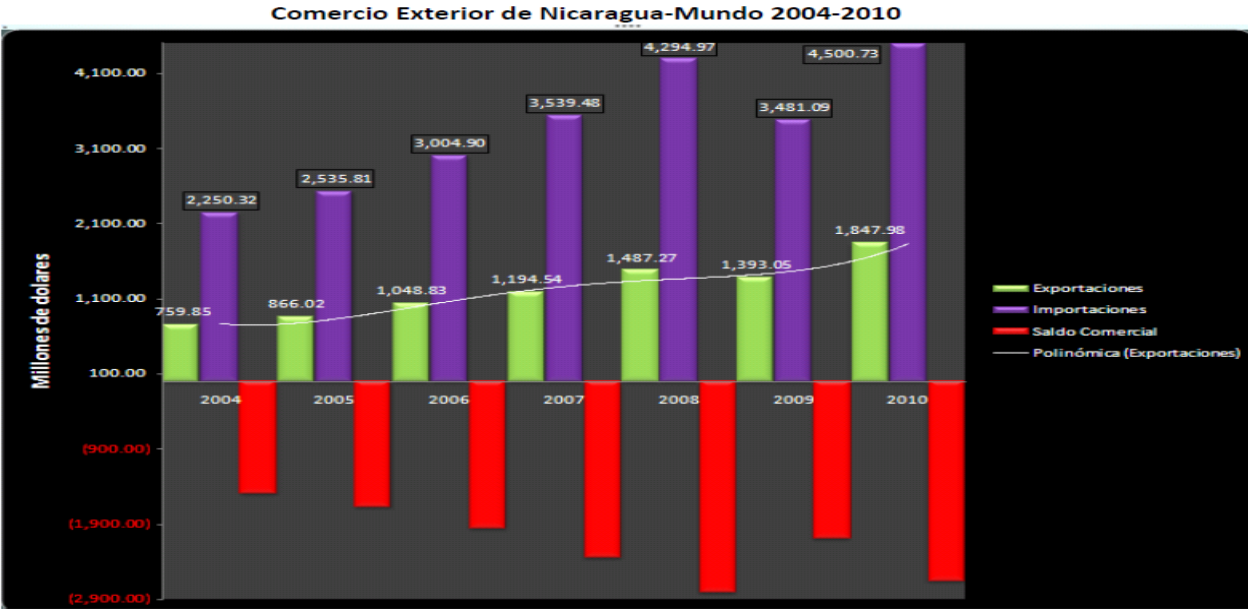
Fuente: DGA.

Exportaciones fob por principales socios comerciales (millones de dólares)

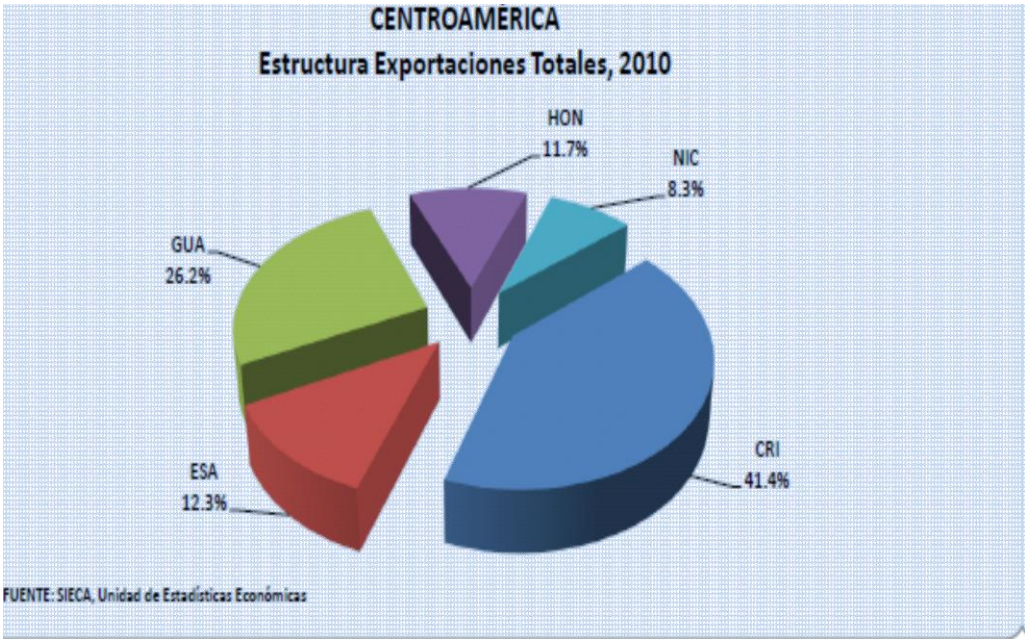


Fuente: DGA.

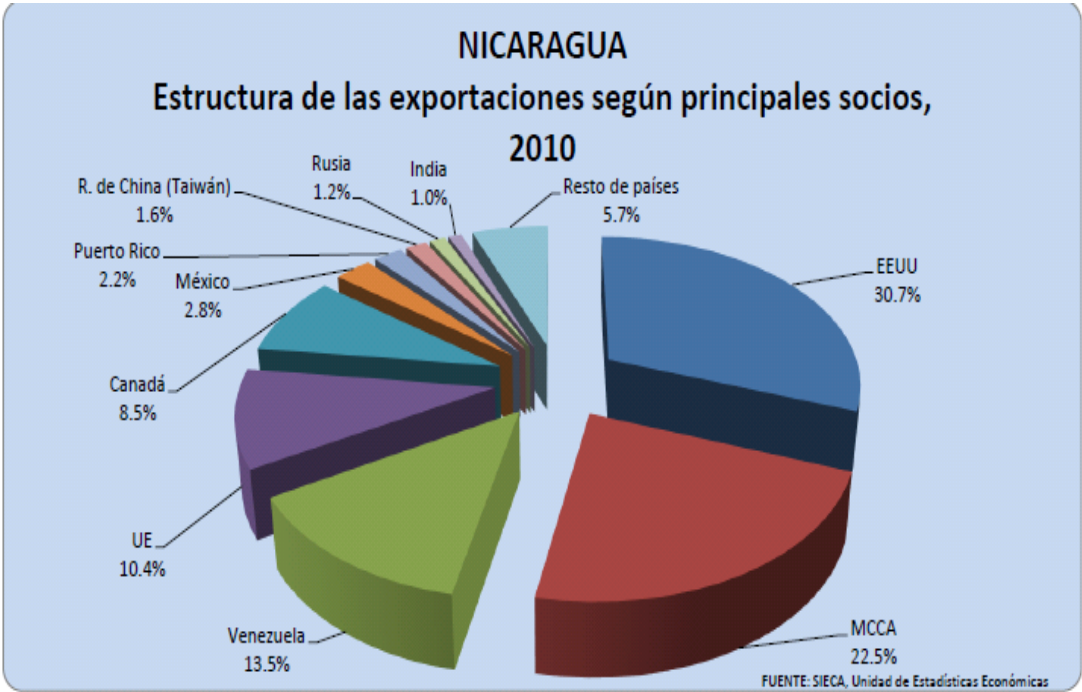
Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010



Fuente: dirección de políticas comerciales externas



Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

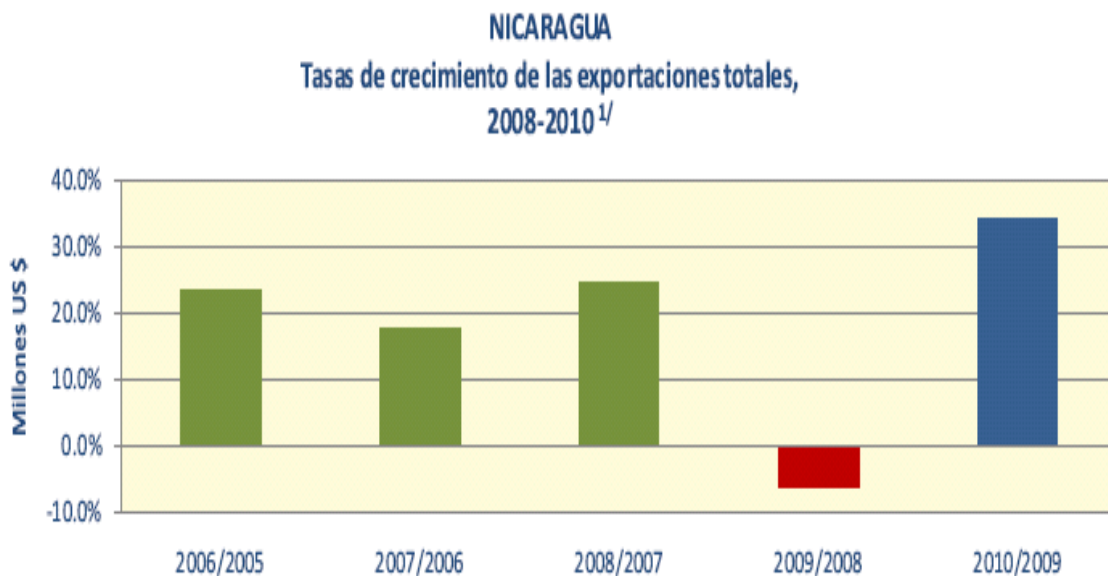


Fuente: SIECA Unidad de Estadísticas Económicas.



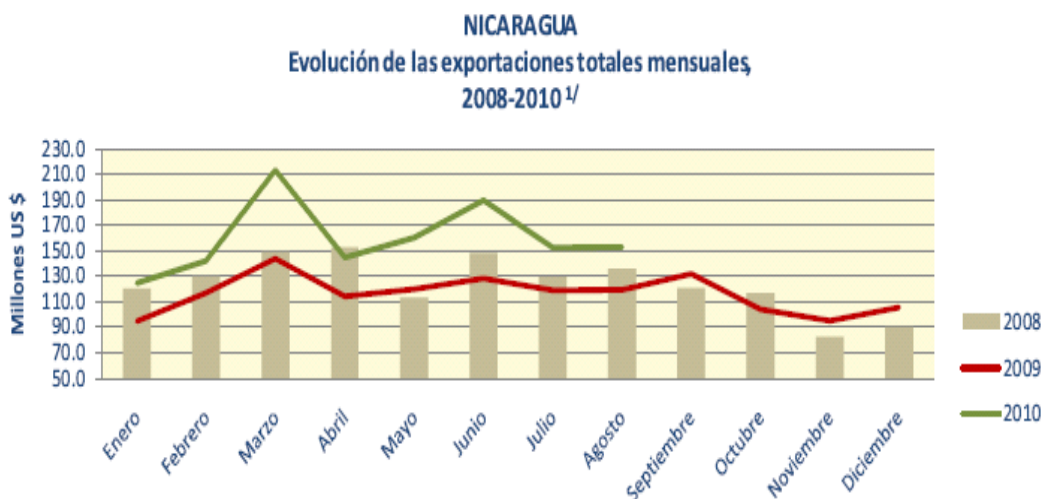
Fuente: Datos proporcionados por DGA.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010



^{1/} El crecimiento 2010 corresponde a enero-agosto 2010/2009.

FUENTE: SIECA, Unidad Estadísticas Económicas.



^{1/} Datos del 2010 al mes de agosto.

FUENTE: SIECA, Unidad Estadísticas Económicas.

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

NICARAGUA

Exportaciones a los 10 principales socios comerciales, año 2010

País	En Millones US\$	%
EEUU	566.5	30.7%
MCCA	415.3	22.5%
Venezuela	248.6	13.5%
UE	192.6	10.4%
Canadá	157.4	8.5%
México	51.6	2.8%
Puerto Rico	40.1	2.2%
R. de China (Taiwán)	29.2	1.6%
Rusia	21.7	1.2%
India	18.7	1.0%
Total 10 principales socios	1,741.9	94.3%
Resto de países	106.1	5.7%
Total	1,848.0	100.0%

Nota: No incluye regímenes especiales.

FUENTE: SIECA, Unidad de Estadísticas Económicas, de acuerdo a información SEC y Ministerio de Fomento Industria y Comercio de Nicaragua.

Los 10 principales países de origen de nuestras importaciones

Año 2009

Valor CIF (Dólares)

País	Valor	Porcentaje respecto al total de importaciones del año	Acumulado
Estados Unidos	702.527,77	20,1%	20,1%
Venezuela	587.777,76	16,8%	37,0%
Costa Rica	318.686,47	9,1%	46,1%
China	260.783,98	7,5%	53,5%
México	243.788,32	7,0%	60,5%
Guatemala	212.355,28	6,1%	66,6%
El Salvador	178.242,89	5,1%	71,7%
Honduras	100.925,77	2,9%	74,6%
Japón	80.227,74	2,3%	76,9%
Antillas Holandesas	76.360,40	2,2%	79,1%

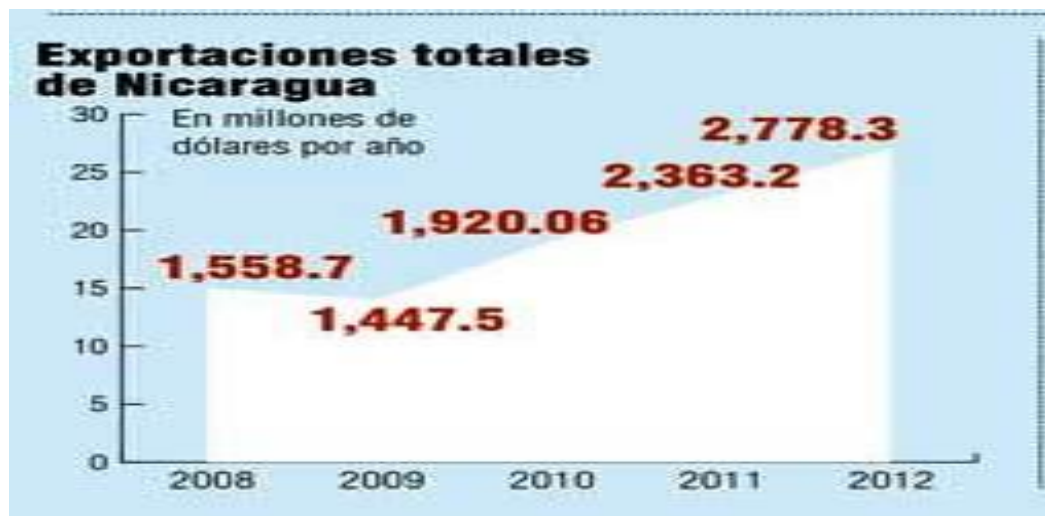
Fuente: Dirección General de Aduanas

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

COMERCIO MUNDIAL DE MERCANCIAS
Año 2010. Por principales países. En miles de millones de dólares y en porcentaje.

Exportadores			Importadores		
País	Valor	% del total	País	Valor	% del total
• China	1.578	10,7	• Estados Unidos	1.968	12,8
• Estados Unidos	1.278	8,4	• China	1.395	9,1
• Alemania	1.269	8,3	• Alemania	1.067	6,9
• Japón	770	5,1	• Japón	693	4,5
• Países Bajos	572	3,8	• Francia	606	3,9
• Francia	521	3,4	• Reino Unido	558	3,6
• República de Corea	466	3,1	• Países Bajos	517	3,4
• Italia	411	2,7	• Italia	484	3,1
• Bélgica	405	2,7	• República de Corea	425	2,8
• Reino Unido	405	2,7	• Canadá	402	2,6
<i>Total 10 países</i>	<i>7.718</i>	<i>51,3</i>	<i>Total 10 países</i>	<i>8.114</i>	<i>52,7</i>
Total mundo	15.238	100,0	Total mundo	15.376	100,0

Fuente: CETREX

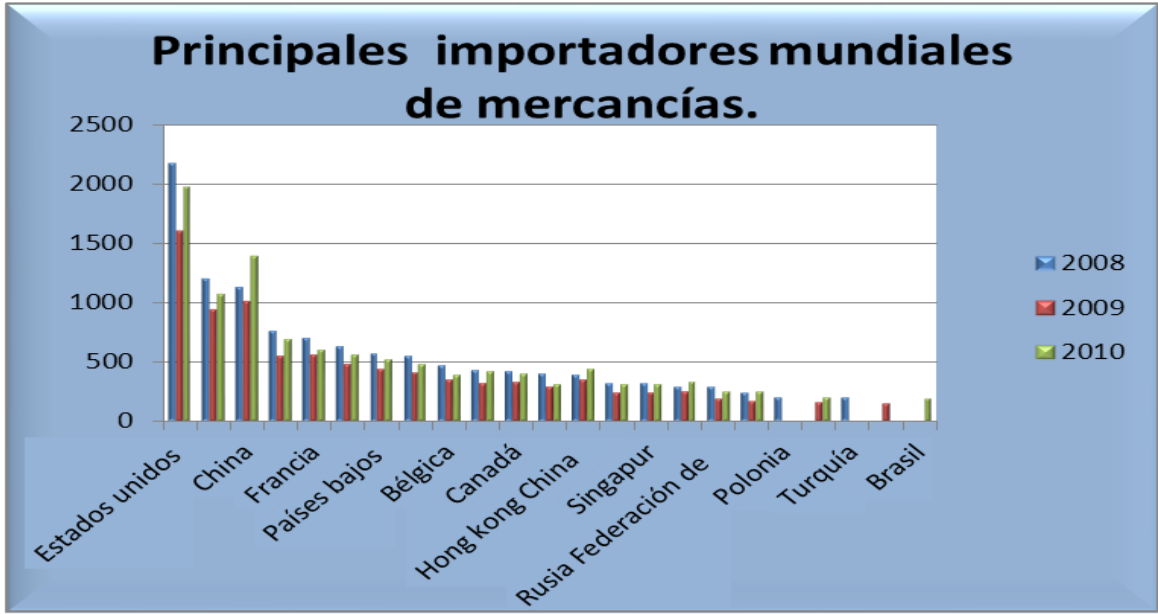


Fuente: CETREX

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

Índice

CAPITULO I: ASPECTOS TEORICOS Y METODOLOGICOS.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.4 MARCO TEÓRICO.....	8
1.5 HIPÓTESIS.....	16
1.6 METODOLOGÍA.....	17
CAPÍTULO II: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO.....	18
2.1. ESTRUCTURA Y FUNCIONES.....	19
2.2. LOS ACUERDOS COMERCIALES QUE ADMINISTRA LA OMC.....	21
2.3. LA OMC Y LOS PAÍSES EN DESARROLLO.....	23
CAPITULO III: EL COMERCIO EN UN PROCESO DE GLOBALIZACIÓN: OMC 2008.....	25
3.1. GLOBALIZACIÓN Y COMERCIO.....	26
3.1.2. TENDENCIAS DE LA GLOBALIZACIÓN.....	27
3.1.3. PRINCIPALES FUERZAS QUE IMPULSAN LA GLOBALIZACIÓN.....	30
CAPITULO IV: COMPROMISOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL Y MEDIDAS DE CONTINGENCIA: OMC 2009.....	33
4.1. MEDIDAS DE CONTINGENCIA EN LOS ACUERDOS DE LA OMC.....	35
CAPITULO V: EL COMERCIO DE LOS RECURSOS NATURALES: OMC 2010.....	36
5.1. CORRIENTES COMERCIALES DE RECURSOS NATURALES.....	37
5.2. COMERCIO MUNDIAL DE RECURSOS NATURALES.....	38
CAPÍTULO VI: ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL (2008-2010).....	40
6.1. ASPECTOS MÁS DESTACADOS.....	40
6.2. PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES.....	43
6.3. PRINCIPALES PRODUCTOS.....	43
6.4. COMERCIO INTRARREGIONAL E INTERREGIONAL.....	44
CAPÍTULO VII: COMERCIO EXTERIOR DE NICARAGUA.....	46
7.1. LA POLÍTICA COMERCIAL DE NICARAGUA.....	46
7.2. ACCESO A MERCADOS.....	51
7.3. MECANISMOS ANTIDUMPING.....	52
7.4. EXPORTACIONES EN NICARAGUA.....	52

Tendencia del Comercio Internacional Bajo la Óptica de la OMC 2008 - 2010

7.5. PAÍSES CON MAYORES EXPORTACIONES DE NICARAGUA.	54
7.6 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN EN NICARAGUA.....	58
7.7 IMPORTACIONES DE NICARAGUA.....	60
7.8. COMPORTAMIENTO DEL SALDO COMERCIAL DE NICARAGUA.	60
CONCLUSIÓN:.....	62
RECOMENDACIONES:	64
BIBLIOGRAFÍA:.....	65
ANEXOS.....	68