

UTILIZAR EL POTENCIAL DEL COMERCIO SUR-SUR

RETOS

Los países en desarrollo no aprovechan la complementariedad entre sus empresas.

Los exportadores de países en desarrollo siguen concentrados en los mercados tradicionales de los países industrializados, que son altamente competitivos y de difícil entrada. En cambio, los mercados de países vecinos ofrecen oportunidades comerciales inmediatas a muchos de estos exportadores.

El CCI lleva más de 30 años promoviendo el comercio Sur-Sur, consciente del potencial inexplorado que tienen los países en desarrollo. ¿Cómo se explica, pues, la reticencia de sus empresas? La cuestión es compleja, y obedece a diversos hechos y percepciones.

En primer lugar, a menudo se cree que todos los países en desarrollo producen bienes similares





– principalmente materias primas y productos no elaborados –, y que por ende no hay complementariedad comercial entre ellos. La falta de datos comerciales fiables tiende a perpetuar esta idea. En realidad, su oferta abarca una gran diversidad de bienes y servicios, que van desde mantas hasta manuales escolares o servicios de telefonía celular.

En segundo lugar, se piensa que un bajo nivel de producto interior bruto es sinónimo de escaso potencial de mercado. Se olvida que los países en desarrollo importan productos de países desarrollados, casi siempre pagando altos precios.

En tercer lugar, los intercambios entre los países en desarrollo están creciendo a un ritmo de 10% anual, pero podrían aumentar aún más si se eliminan las barreras comerciales entre ellos. En promedio, éstas son tres veces más importantes que las barreras aplicadas

en los países desarrollados (seis a ocho veces para los productos manufacturados).

En cuarto lugar, muy pocos países en desarrollo tienen una infraestructura de promoción del comercio bilateral y multilateral, como cámaras de comercio bilaterales o mecanismos de reconocimiento recíproco de normas o procedimientos de inspección. También carecen de redes fiables de transporte o telecomunicaciones, y de servicios bancarios adecuados.

El comercio Sur-Sur puede servir de “terreno de entrenamiento” para los países en desarrollo y en transición con miras a su entrada en el sistema comercial mundial. La creación de vínculos empresariales transnacionales en el Sur permite ganar confianza y lograr economías de escala que reduzcan los riesgos del salto a mercados más vastos.

SOLUCIONES

- ▶ **Información para corregir ideas inexactas.** Hay que reunir y difundir datos sobre el potencial regional para las exportaciones nacionales, la oferta de productos y servicios que pueden importarse de otros países en desarrollo y la capacidad de cumplimiento de las empresas.
- ▶ **Infraestructura de promoción del comercio.** Hay que favorecer los vínculos entre las organizaciones de promoción comercial (OPC), crear redes regionales de información comercial y armonizar los trámites comerciales.
- ▶ **Reducción de los obstáculos comerciales.** Las empresas y los gobiernos pueden determinar conjuntamente cuáles son los obstáculos – por ejemplo, aranceles o contingentes – que coartan el crecimiento del comercio Sur-Sur, a fin de negociar su eliminación en el marco de foros bilaterales, regionales o multilaterales.

Aporte del CCI

- ▶ **El Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur** da a conocer el potencial comercial de distintos sectores en los países en desarrollo, ofrece instrumentos de análisis de mercados para buscar oportunidades de negocios y facilita su concreción en el marco de encuentros entre compradores y vendedores a nivel regional. Por ejemplo, se han materializado transacciones en sectores como los productos farmacéuticos, manuales escolares, componentes automotrices y suministros humanitarios, por valor de varios millones de dólares.
- ▶ **Fortalecimiento de la infraestructura de promoción comercial,** mediante asistencia técnica sobre aspectos jurídicos, financiación, embalajes y gestión de la calidad de las exportaciones. Los programas e instrumentos del CCI ayudan a mejorar las prestaciones de las OPC y los servicios de información comercial.
- ▶ **Estudios sobre la oferta y la demanda** respecto de países y productos, para colmar la falta de datos, alentar el intercambio de información y contribuir a armonizar los procedimientos de inspección y certificación.