



LINEAMIENTOS DE LA POLITICA COMERCIAL EXTERNA DE ARGENTINA

Enero de 2004

La Argentina ha definido una nueva estrategia de inserción internacional basada en el concepto de integración productiva, es decir, de fuerte interacción con aquellas naciones que poseen complementación comercial con nuestro país. La administración Kirchner entiende que el fortalecimiento de las relaciones económicas se orienta de manera prioritaria hacia a aquellos países que son importadores netos de nuestra producción exportable. De este modo, apuntamos a una apertura inteligente de los mercados, la que permita una integración de nuestros sectores productivos con aquellos de los países que tengan una vocación de complementación y especialización.

A través de un sector público que trabaja, como nunca antes, junto al sector privado para abrir y diversificar mercados, la administración Kirchner ha lanzado una nueva dinámica fundacional: el establecimiento de un país orientado al mundo desde sus perfiles productivos que gana espacios con agresividad comercial, en base a la proyección de los valores del trabajo, la creatividad, la imaginación y la calidad como ejes diferenciadores de nuestra inserción en el mundo.

El exceso de compromisos financieros contraídos durante las últimas cuatro décadas puso al país ante la exigencia de necesitar cinco años de exportaciones para cancelar sus deudas. En ese marco, la única fórmula sustentable capaz de garantizar crecimiento es la generación de recursos genuinos. Esto requiere:

- ▶ Duplicar nuestras exportaciones al finalizar esta administración.
- ▶ Diversificar la oferta a productos con mayor valor agregado, es decir, que los productos con valor agregado diferencial representen la mayor parte de nuestros embarques al exterior.
- ▶ Desconcentrar los embarques hacia todos los destinos posibles de América Latina, Europa, Estados Unidos y Asia, con el propósito de extender y derramar beneficios, que tradicionalmente estaban limitados a unas pocas empresas del rea metropolitana o la pampa húmeda.

Este desafío implicó desarrollar un nuevo perfil de gestión sustentado en una estrategia multipolar de negociaciones, junto con la apertura de nuevos mercados, como lo ejemplifican nuestras acciones en la R. P. China, India o Sudáfrica, entre otras. Esta nueva visión se basó en un análisis profesional de nuestras ventajas competitivas dinámicas, permitiéndole a la Cancillería desarrollar un enfoque exportador que se guía por una misión central, que es la de aumentar y mejorar el acceso a los mercados, y por seis principios rectores que definen este nuevo enfoque:

1 - LA MULTIPOLARIDAD

La multipolaridad, sustentada en el concepto de inclusión más que de selección, significa que no hay países, ni sectores, ni empresas excluidos per se del desarrollo exportador.

La Argentina se ha lanzado a negociar en forma simultánea en todos los escenarios que permitan aumentar nuestras exportaciones, superando falsas antinomias. Por ello, la característica multipolar de la nueva política comercial externa hace referencia a un enfoque abarcativo, sumando los distintos procesos de negociación que involucran a nuestro país - Mercosur, Unión Europea, ALCA, México, Estados Unidos, Chile, China, Sudáfrica, India, Rusia, entre otros -. En todos estos escenarios, la acción conjunta de reducir aranceles o eliminar barreras para nuestros bienes, junto a acciones concretas de desarrollo de mercados llevadas a cabo con el sector privado, nos han permitido lanzar la producción argentina al mundo.

Inspirada en la teoría de la diversificación del riesgo, la desconcentración geográfica de destinos busca potenciar el tamaño del mercado externo mientras que, al mismo tiempo, la diferenciación de la oferta en exportaciones por producto evita que las variaciones en los precios internacionales generen fuertes alteraciones en los términos de intercambio, minimizando así el riesgo de recibir shocks abruptos derivados de crisis ajenas a nuestras fronteras.

2 - LA RECIPROCIDAD

Partiendo de la experiencia de que nada es gratis en el comercio internacional, en todas las negociaciones que nuestro país lleva adelante la posición argentina se estructura en torno al concepto de reciprocidad: nada se concede si no existe un valor equivalente a cambio.

En la jerga negociadora se denomina "trade-off" al intercambio recíproco que realizan las partes involucradas. En este contexto, el concepto de reciprocidad que aplica nuestro país en la evaluación y puesta en marcha de este "trade-off" alude al equilibrio que debe existir, como requisito sine qua non, entre las concesiones que la Argentina otorga y aquellas que recibe.

3 - EL PLURITEMATISMO

La Argentina, a diferencia del pasado, se presenta en el escenario internacional como una Nación con desarrollos en el ámbito de la agricultura, la industria, los servicios, las inversiones, las compras de gobierno, la propiedad intelectual y las políticas de competencia, entre otras.

Cuando nuestro país se sienta en la mesa de negociación, no habla sólo de la falta de equidad en el comercio de bienes primarios sino que busca el aumento del acceso a los mercados internacionales para todos nuestros productos. En síntesis, la política comercial externa nacional cambió el eje monotemático - agricultura - por un enfoque de país con intereses múltiples.

4 - LA CONSISTENCIA

La suma de las negociaciones potenciadas por la estrategia multipolar y la magnitud de intereses involucrados exigen evaluar por anticipado el impacto económico de las concesiones mutuas - de nuestro país y de nuestros eventuales socios - que suponen los distintos procesos de negociación de los que participamos. Con un enfoque académico, los negociadores argentinos contamos, por primera vez, con un sólido respaldo técnico-profesional basado en estudios teóricos que miden el impacto de cada negociación sobre cada uno de los sectores productivos.

Para ello, se aborda el análisis desde dos puntos de vista:

a) una visión agregada, que permite conocer el impacto sobre el bienestar general - la producción, las exportaciones y el empleo, entre otras variables -, y

b) una perspectiva desagregada, que contribuye a identificar puntualmente cuáles sectores pueden ser los ganadores y cuáles tendrán menores oportunidades en cada escenario de negociación.

Mediante la aplicación de estos instrumentos en forma diferenciada cubrimos desde ángulos opuestos el efecto neto de las negociaciones, cotejando los beneficios que se obtienen de los mercados que se abren con los costos de la producción local y de los mercados con acceso preferencial que se pierden en el eventual acuerdo comercial (ej: Brasil).

Por su parte, el atributo de consistencia de la nueva política comercial externa hace referencia a la necesaria articulación existente entre las negociaciones económicas - cuyo fin es la apertura de los mercados externos para la producción nacional - y las acciones de desarrollo de mercados, que apuntan a la "ocupación efectiva" de las nuevas plazas de exportación que se logran, en mejores condiciones de acceso, a través de las negociaciones.

Lograr la apertura de mercados sin ocuparlos resulta estéril y hasta contraproducente, en la medida en que la apertura implica realizar concesiones en el mercado interno al nuevo socio, bajo el principio de la reciprocidad. Por ello, resulta esencial para el éxito de esta nueva política comercial, la generación de una muy estrecha vinculación entre la estrategia de negociaciones comerciales y el aprovechamiento por parte del sector privado de las preferencias y ventajas que se obtienen en aquel ámbito.

5 - EL CONSENSO

Para que la política comercial externa adquiriera suficiente estabilidad para ser eficaz, fue necesario reunir consenso. Y a fin de lograrlo, fueron incorporados todos los sectores involucrados en un modelo de gestión superador, un modelo más abierto, basado en la coparticipación y la interacción entre los sectores productivos - que reúne a los consumidores, los trabajadores, los productores y otros organismos de la sociedad civil - el poder ejecutivo, la comunidad académica, los legisladores, las fuerzas políticas y la sociedad civil.

Se trata de una forma de gestión que aprovecha las sinergias y garantiza la permanencia de la política comercial y el consenso que surge de dicho proceso de intercambio. Todos los sectores estén involucrados en la conformación de los contenidos de las políticas no de forma aislada sino de manera permanente, ya que los esfuerzos no sistemáticos tienen efectos efímeros. Mediante un vasto sistema de interacción, todas las ofertas arancelarias son conocidas por el sector privado antes de ser presentadas a nuestros interlocutores internacionales.

Para ello, se han institucionalizado dos canales de participación, el Consejo de Comercio Internacional y el Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, ámbitos constituidos para el fortalecimiento de los vínculos con el sector privado, el sector académico y la sociedad civil, de los que participan más de 140 entidades representativas (cámaras empresarias, universidades, sindicatos, instituciones de tercer grado, entre otras).

6 - LA TRANSPARENCIA

La gestión de la política comercial externa se caracteriza por su transparencia; no existen agendas secretas, sino que la información se conoce, se analiza y se discute en un marco amplio. La Cancillería informa y, por sobre todo, escucha todas las opiniones como parte del proceso decisorio. A través de los canales previamente enunciados, se ha logrado una dinámica de participación, en donde todas las ofertas que realiza nuestro país son conocidas por los sectores interesados.

Tras su puesta en marcha, este nuevo enfoque se constituye en el marco de intensas negociaciones que redundaron en oportunidades comerciales para numerosos sectores productivos. Asimismo, las negociaciones se complementan con el máximo aprovechamiento de los mecanismos de solución de controversias previsto en la Organización Mundial del Comercio y la normativa que le da sustento; ello en el entendido que resulta un instrumento idóneo no sólo para asegurar la defensa de los cuestionamientos que terceros países efectúan a nuestra política comercial externa, sino también para atacar medidas comerciales que impliquen una discriminación o trabas ilegítimas a nuestras exportaciones.

La Argentina enfrenta hoy la oportunidad histórica de consolidar un perfil exportador que contribuya a dejar atrás el estancamiento crónico de las últimas cuatro décadas. Si bien es responsabilidad del Estado "pavimentar" el camino hacia el mercado externo mediante acciones de reducción y eliminación de barreras a nuestros productos y desarrollo de mercados, corresponde al sector privado aprovechar las oportunidades comerciales que dichas acciones generen.

De cumplir cada sector con el rol asignado, la Argentina podrá mostrar un nuevo paradigma, sustentado en el dinamismo de su comercio exterior como base de un país respetado por los valores del trabajo y del esfuerzo de nuestros compatriotas.

