

El ADN de la integración regional

La voz de los latinoamericanos por una
convergencia de calidad: innovación,
equidad y cuidado ambiental

Gustavo Beliz
Santiago Chelala

Instituto para la Integración de
América Latina y el Caribe
(INTAL)

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-1120

El ADN de la integración regional

La voz de los latinoamericanos por una convergencia de
calidad: innovación, equidad y cuidado ambiental

Gustavo Beliz
Santiago Chelala

Octubre 2016



Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo
Beliz, Gustavo.

El ADN de la integración regional: la voz de los latinoamericanos por una convergencia
de calidad: innovación, equidad y cuidado ambiental / Gustavo Beliz, Santiago Chelala.
p. cm. — (Nota técnica del BID ; 1120)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Latin America-Economic integration-Public opinion. 2. Latin America-Commerce-
Public opinion. 3. Latin America-Foreign economic relations-Public opinion. 4.
International economic integration. I. Chelala, Santiago. II. Banco Interamericano de
Desarrollo. Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe. III. Título. IV.
Serie.

IDB-TN-1120

Códigos JEL: J14; J15; O1.

Palabras clave: América Latina, Comercio, Integración Regional, Relaciones
Internacionales, Integración Económica, Integración Política, Inversión, Infraestructura,
Innovación, Medio Ambiente, Inclusión Social, Marca País, Opinión Pública.

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2016 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



BIEN PÚBLICO REGIONAL
ALIANZA INTAL-LATINOBARÓMETRO

EL ADN DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL

LA VOZ DE LOS LATINOAMERICANOS
POR UNA CONVERGENCIA DE
CALIDAD: INNOVACIÓN, EQUIDAD
Y CUIDADO AMBIENTAL

Gustavo Beliz
Santiago Chelala



ÍNDICE

- **Prefacio // 4**
- **Resumen ejecutivo // 6**
- **Objetividad y Subjetividad. Por qué juntamos las tablas // 14**
 - Antecedentes // 14
 - Ficha técnica // 15
 - Estructura del trabajo // 21
- **¿Qué significa integración para los latinoamericanos? // 22**
 - La relación entre integración y desarrollo // 22
 - Las características de la integración // 24
- **Integración económica y política // 24**
 - Las dos caras de la integración // 26
 - Integración e instituciones // 30
 - ¿Dónde impacta la integración? // 30
 - Integración y diversificación exportadora // 34
 - Integración y política arancelaria // 35
 - *Recuadro*. Negociaciones en marcha // 36
 - *Recuadro*. Concentración de exportaciones: productos y destinos // 37
 - Integración y acuerdos comerciales // 38
- **Inversiones. ¿Qué importancia le damos al capital extranjero? // 39**
 - Valoración de la inversión extranjera // 39
 - Las economías más dispuestas a recibir capitales // 42
 - *Recuadro*. Inversión extranjera directa en América Latina. Evolución y origen // 43
 - *Recuadro*. Multilatinas. Inversiones de empresas latinoamericanas // 48
- **Infraestructura y desarrollo // 49**
 - Eficiencia y productividad // 49
 - *Recuadro*. COSIPLAN-IIRSA. El estado de la infraestructura de integración // 51
 - Infraestructura para ser competitivos // 52

ÍNDICE

- **Innovación y nuevas tecnologías // 55**
 - Industria 4.0 // 55
 - Expectativas sobre la innovación // 57
 - Una ventana al futuro // 59
 - Una economía interconectada // 61
 - Exportación con contenido tecnológico // 62
 - *Recuadro.* Inversión en I+D en América Latina // 63
- **Marca país. ¿Qué pensamos de nosotros mismos? // 64**
 - Las ventajas de una buena reputación // 64
 - ¿Dónde preferimos hacer las compras? // 66
 - *Recuadro.* La imagen de América Latina para el resto del mundo // 67
 - El reflejo de la realidad // 68
- **Cambio climático y conciencia ambiental // 70**
 - Disposición a proteger el medio ambiente // 70
 - Fomento de energías renovables // 72
 - *Recuadro.* Desarrollo sustentable // 74
 - *Recuadro.* Aspectos medioambientales en acuerdos comerciales de países latinoamericanos // 75
 - Contaminación y huella de carbono // 76
 - *Recuadro.* Tecnología verde // 77
- **Inclusión social y equidad // 78**
 - Derechos laborales // 78
 - *Recuadro.* Nodo i+i. Inclusión social más integración regional // 80
 - Integración y movilidad social // 82
- **Reflexiones finales // 85**
- **Extensiones de la investigación // 89**
- **Anexo 1 - Nación versus región // 90**
- **Anexo 2 - Consumos tecnológicos en Latinoamérica // 108**
- **Anexo 3 - Marca país en Latinoamérica // 117**
- **Anexo 4 - Metodología // 125**
- **Notas // 128**
- **Referencias bibliográficas // 130**

PREFACIO

Este informe es resultado de un Bien Público Regional (BPR) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) edificado con la participación de los países de la región, que identificaron sus propias necesidades de información para perfeccionar la toma de decisiones en cuestiones comerciales y de integración.

El mecanismo previsto por el BID responde a un proceso tripartito, donde las decisiones se toman en conjunto entre las instituciones técnicas y los países que aportan su experiencia y su conocimiento sobre las demandas sociales. En este caso, los países fueron actores protagónicos en el diseño de un cuestionario de opinión en temas de comercio e integración, cuyos resultados contrastamos con los indicadores de las estadísticas nacionales. La instrumentación fue posible a través de la alianza estratégica entre el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (BID-INTAL), del sector de Integración y Comercio, y Latinobarómetro, iniciando un diálogo entre dos bases de datos de características singulares. Por un lado, la información más completa sobre integración y comercio que el INTAL, con sus cincuenta y un años de historia, posee entre sus activos, y por otro lado la percepción de los ciudadanos que Latinobarómetro, pionero en medición de opinión pública en la región, mide desde hace más de dos décadas.

Al colocar el análisis de más de veinte mil encuestas exclusivas realizadas en dieciocho países de América Latina en contraposición con las estadísticas nacionales surge una potente herramienta para el diseño de estrategias de integración y comercio.

La comparación entre la opinión de los ciudadanos y las estadísticas nacionales permite verificar correspondencias y asimetrías entre esta opinión y el desempeño efectivo de la región, y contribuye así a mejorar la planificación y la evaluación de impacto de las políticas públicas.

Entendemos que todo proceso de integración debe reflejar ambas dimensiones. Sin dejar de lado la observación de indicadores clásicos, debe incorporar la voz de los latinoamericanos, indispensable para cualquier estrategia regional que busque construir una gobernanza sustentada en las demandas de la sociedad.

Sabemos que hay asimetrías en el desempeño efectivo de las políticas públicas. De allí la necesidad de identificar nuestras diferencias, potenciar nuestras similitudes, establecer metas precisas, segmentar las audiencias y crear mensajes claros que posibiliten avanzar a paso firme en el comercio entre nuestras naciones. El objetivo quedará cumplido si logramos diseñar

PREFACIO

un “Waze” de la integración, que nos indique donde están los caminos más despejados y donde existe una coestión que dificulta el progreso.

Concebimos una integración en sentido amplio, donde a la tradicional cuestión arancelaria se suman otros factores cada vez más presentes en toda negociación comercial, como los estándares laborales y ambientales, la transferencia de tecnología o la cooperación en materia de inversiones y de infraestructura. Por esta razón hemos incluido también preguntas específicas sobre innovación o marca país, aspectos vinculados a la incorporación de valor agregado a la producción y a la diversificación exportadora.

Los resultados que presentamos se complementan con un análisis de coyuntura sobre las distintas dimensiones de la integración regional, y el estado de las negociaciones comerciales entre países y bloques regionales.

A lo largo de estas páginas quedará en claro que los latinoamericanos también asocian a la integración con factores ambientales, sociales y de intercambio académico, científico y tecnológico, y que demandan una integración de calidad que mejore su acceso a bienes y servicios sustentables y nuevas tecnologías.

En un mundo donde afloran tendencias proteccionistas, los latinoamericanos siguen apostando por la integración. El mapa de información y conocimiento en cada área que presentamos, el ADN de la integración regional, muestra además un continente heterogéneo, necesitado de alcanzar una convergencia en cuestiones fundamentales y consensos válidos que apunten procesos de integración multifacéticos y prioricen el bien común.

Antoni Estevadeordal

Gerente
Sector de Integración y
Comercio - BID

Gustavo Beliz

Director
INTAL - BID

Marta Lagos

Directora
Latinobarómetro

RESUMEN EJECUTIVO

INTEGRACIÓN Y DESARROLLO

Los latinoamericanos comparten un enorme consenso para profundizar los procesos de integración. En la región, **la integración recibe apoyos máximos de 89%, reflejando la clara vocación integracionista de muchos países, y marcando una característica distintiva en relación con otras regiones.** En un mundo donde las tendencias proteccionistas cobran protagonismo, los latinoamericanos apuestan por la integración.

Además de esta creencia de acuerdo compartida, la integración a la región y al mundo aún aparece como una prioridad para el desarrollo para casi uno de cada cuatro latinoamericanos, que tienen a las políticas sociales al tope de sus demandas. En el promedio regional, el 77% de los latinoamericanos apoya a la integración económica, incluso por encima del 60% que apoya la integración política. Se trata de resultados elevados en comparación con otras respuestas, como el sustento a la democracia, que recibe un apoyo promedio de 54%, y que definen la pertenencia a un “ser latinoamericano” más allá de banderas ideológicas y políticas.

Este sentido de pertenencia arraigado no tiene un correlato estricto en la evaluación que hacen los ciudadanos de las políticas de integración en cada país. El 55% aprueba la estrategia de integración de su país, mientras que el 36% sostiene que su país hizo “muy poco” o “nada” por integrarse a la región y al mundo. Las políticas de integración deben realizar entonces un esfuerzo adicional para estar a la altura de las demandas de integración de la población.

En relación a la estructura del vínculo con el resto del mundo, **la demanda por una mayor integración cobra más fuerza en los países que tienen más concentradas sus exportaciones** (en términos de cantidad de productos) y que han firmado menos acuerdos comerciales. **Se trata de un punto de partida crucial para avanzar en políticas de diversificación exportadora que permitan una participación más amplia de sectores productivos en los procesos de integración. La inversión extranjera es bienvenida en América Latina. El 71% de los latinoamericanos asegura que los capitales externos son beneficiosos para las economías domésticas,** mientras que apenas el 15% sostiene que son perjudiciales. En las últimas dos décadas, la resistencia a la inversión externa se redujo cinco puntos porcentuales (del 20% al 15%), reflejando así, una menor antipatía al inversor foráneo, un aspecto clave del clima de negocios que impera en cada país.

RESUMEN EJECUTIVO

CONECTIVIDAD FÍSICA

En una escala de 1 a 10, la disposición a pagar impuestos o tomar créditos por mejorar la infraestructura que facilite la integración fue de 3,8 en el promedio regional. Esta disposición es mayor en los países con una infraestructura menos competitiva. América Latina y el Caribe invierte en infraestructura apenas el 3% del Producto Interno Bruto (PIB), la mitad de la inversión que hacen los países más desarrollados. Para las pymes de la región, los costos logísticos pueden incluso superar el 40% del valor del producto, cuando en las regiones avanzadas apenas llegan al 8%. A pesar de este déficit y su consecuente pérdida de competitividad, los latinoamericanos aún no están suficientemente dispuestos a realizar el esfuerzo necesario para mejorar su infraestructura y tienen por delante otras prioridades vinculadas a las políticas sociales. En los países con infraestructura más deficiente se requieren mayores esfuerzos por mejorar la conectividad física (el hardware de la integración) y resulta un punto de partida esperanzador que la población de estos países esté más dispuesta a acompañar estos esfuerzos.

INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

La innovación es un rubro muy valorado por los latinoamericanos. En los diversos aspectos de la vida cotidiana –la educación de los niños, la creatividad en el trabajo o incluso a nivel país–, **la innovación tuvo un apoyo superior a 9 puntos en una escala de 1 a 10.** Se trata de una innovación que lejos de ser ajena a los procesos de integración cada vez se asocia más con ellos. **Casi cuatro de cada diez latinoamericanos aseguran que la integración tuvo un impacto positivo en el acceso a tecnología.** Las expectativas sobre las tecnologías se centran en el área de la salud. El 48% de los latinoamericanos sostuvo que el cuidado de la salud y la atención médica será el área donde la tecnología realizará más avances y, al mismo tiempo, el rubro que debería ser prioritario para la investigación científica. **El 32% sostuvo que sería bueno generalizar el uso de robots que puedan cuidar enfermos y ancianos.**

Sin embargo, otras tecnologías de vanguardia no gozan del mismo nivel de aprobación. **Es el caso de la carne artificial o sintética** (de los drones y los autores sin conductor, entre otras tecnologías), **que solo fue considerada como un invento positivo para el 8% de los latinoamericanos.** Puede ocurrir que estas valoraciones menos positivas estén relacionadas con las amenazas

RESUMEN EJECUTIVO

que las nuevas tecnologías representan para algunas actividades productivas, como la carne artificial para la ganadería tradicional. Una alternativa para hacer frente a estos temores sería observar el impacto de las nuevas tecnologías en la producción y el empleo con fines prospectivos, de modo de tomar los recaudos necesarios que permitan amortiguar posibles sobresaltos en los mercados, una asignatura pendiente a nivel regional.

MARCA PAÍS Y MARCA REGIÓN

Deporte, turismo y alimentos conforman los pilares de la “Marca América Latina”. El 57% de los latinoamericanos cree que el resto del mundo reconoce a su país a partir de logros deportivos. También los carnavales y la violencia aparecen como etiquetas frecuentes que se atribuyen los latinoamericanos. Las preferencias de consumo están centradas en Estados Unidos, desde donde los latinoamericanos prefieren que provenga la música (12% de las preferencias regionales), la vestimenta (27%), el turismo (25%) y la gastronomía (10%). En tanto que las telenovelas preferidas son mexicanas (con 23% de las preferencias), los aparatos electrónicos chinos (21%) y los deportistas brasileños (13%).

En general, la marca país coincide con las características objetivas de las economías nacionales. **Repensar cómo escalar posiciones en la valoración internacional de cada uno de los diversos rubros es fundamental para apuntar el proceso de diversificación exportadora.** Una marca país consolidada sumada a una buena reputación brinda un incentivo a los emprendedores locales y facilita la apertura de nuevos mercados.

SUSTENTABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

La sustentabilidad es otra de las prioridades para los latinoamericanos, tanto en su aspecto social como ambiental. **El 51% sostiene que las políticas sociales deberían ser la prioridad del desarrollo y el 40% asegura que la integración impactó positivamente sobre el empleo, a contramano del prejuicio vinculado a que “los extranjeros vienen a quitarnos nuestro empleo”.** Los países que envían más migrantes al resto de la región son a su vez los

RESUMEN EJECUTIVO

que están más dispuestos a pagar más por productos que se fabriquen respetando los derechos de trabajadores nacionales y extranjeros. En el promedio regional, el 46% está dispuesto a pagar más por productos si en la producción se respetan los derechos de los trabajadores. América Latina es una de las regiones más desiguales del planeta y enfrenta el desafío de quebrantar un núcleo duro de la inequidad que se manifiesta en el hecho de que los países más desiguales sean a la vez los menos dispuestos a pagar más por productos socialmente sustentables.

En relación a la sustentabilidad ambiental, el 49% de los latinoamericanos se mostró dispuesto a pagar hasta 20% más por sus productos si en la producción se cuida el medio ambiente. En la era del consumo inteligente, la sustentabilidad es un activo valorado por los consumidores latinoamericanos. La preocupación por el cuidado ambiental también se relaciona con la estructura de la matriz energética o con los niveles de contaminación: son los países con mayores niveles de contaminación los que demandan una respuesta tecnológica para ese problema. En tanto que el 31% de los latinoamericanos confía en que las innovaciones tecnológicas tendrán un impacto positivo en la oferta energética.

RESULTADOS 2016 VS. 2015

Una comparación entre la medición de 2015 y 2016 muestra que la opinión de los latinoamericanos en temas de integración posee cierta estabilidad. Las creencias sobre la importancia brindada a la integración, el apoyo al intercambio de bienes y servicios, y la disposición a pagar impuestos o tomar créditos para mejorar la infraestructura que facilite la integración permanecieron en los mismos valores en promedio respecto al año anterior. En tanto que creció la disposición a pagar más por productos que respeten el medio ambiente y los derechos de los trabajadores. En ambos casos el incremento fue de cinco puntos porcentuales, pasando de 44% a 49% en cuidado ambiental y de 41% a 46% en la cuestión de empleo.

RESUMEN EJECUTIVO

EVOLUCIÓN DE LAS ACTITUDES HACIA LA INTEGRACIÓN INTAL - LATINOBARÓMETRO 2015 Y 2016

INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO

**De la siguiente lista de temas, dígame
¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?**

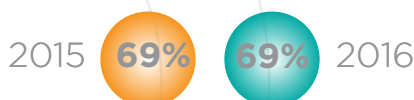
Respuestas para integración a la región y al mundo



INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS

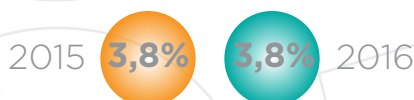
¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que su país pueda comprar bienes y servicios de cualquier otro país de la región y que cualquier otro país de la región pueda vender bienes y servicios en su país?

Respuestas solo "Muy de acuerdo" más "de acuerdo"



INFRAESTRUCTURA

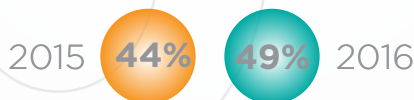
En una escala de 1 a 10, donde 1 es "nada dispuesto" y 10 es "totalmente dispuesto", **¿Cuán dispuesto está usted a que se aumenten los impuestos y/o el país se endeude para financiar obras de infraestructura que faciliten la integración?**



MEDIO AMBIENTE

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos relativos al cuidado del medio ambiente, aunque esto implique pagar cerca de 20% más por los productos?

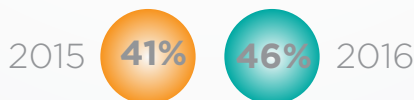
Respuestas solo "Muy de acuerdo" más "de acuerdo"



INCLUSIÓN SOCIAL

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos sobre los derechos de los trabajadores nacionales y extranjeros, aunque esto implique pagar un 20% más por los productos?

Respuestas solo "Muy de acuerdo" más "de acuerdo"



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2015 y 2016

RESUMEN EJECUTIVO

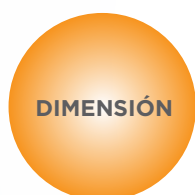
Sin avanzar en explicaciones causales, este trabajo enumera una serie de hechos estilizados y conclusiones de interés. Los ejercicios de juntar las dos tablas, datos subjetivos de las encuestas y datos de las estadísticas nacionales, permiten también delinear tipologías y hechos estilizados, como por ejemplo que son los países con mayores exportaciones per cápita y economías más primarizadas los que tienen mayor demanda de inversiones externas.

DIMENSIONES SUBJETIVAS Y OBJETIVAS

A partir de estos ejercicios construimos un mapa dinámico de la integración en nuestros países para saber cómo impactan las políticas públicas a la opinión ciudadana y viceversa: las consideraciones de opinión pública que pueden ser útiles en la formulación de políticas de integración.

La siguiente tabla resume las preguntas realizadas en la encuesta y los 21 indicadores de la economía real puestos en contraposición con los resultados de percepción subjetiva.

LAS DOS TABLAS: OPINIÓN PÚBLICA Y ESTADÍSTICAS NACIONALES



COMERCIO

- ¿Qué importancia tiene la integración política y económica para el desarrollo?
- ¿En qué aspectos de la vida impacta la integración?
- ¿Qué respaldo tiene el comercio de bienes y servicios?
- Proporción de las exportaciones cubierta por los cinco productos principales (%)
- Tratados de Libre Comercio firmados
- Arancel promedio (%) NMF
- Índice de concentración de Herfindal-Hirschmann para las exportaciones

INVERSIÓN

- ¿Cuáles son las economías más dispuestas a recibir capital?
- ¿Cuál es el impacto percibido de la integración en la inversión?
- ¿Qué importancia damos al capital extranjero y en qué sectores lo preferimos?
- Exportaciones per cápita (miles de US\$)¹
- Agricultura y pesca como porcentaje del PIB
- Inversión extranjera directa (% del PIB)

INFRAESTRUCTURA

- ¿Qué importancia damos a la infraestructura para el desarrollo?
- ¿Cuánto estamos dispuestos a pagar por mejorar nuestra infraestructura?
- Ranking de competitividad en infraestructura
- Ingreso originado en transporte, almacenamiento y comunicación (US\$ per cápita)

RESUMEN EJECUTIVO

INNOVACIÓN

- ¿Qué importancia brindamos a la innovación para el desarrollo?
- ¿Cuánto nos preocupa la creatividad en la educación de los niños?
- ¿Cuánto conocemos de las nuevas tecnologías y su potencial impacto?
- ¿Cuáles deben ser las prioridades para la innovación científica en el futuro?
- Gasto en Investigación y Desarrollo (en % del PIB)
- Exportaciones de productos de alta tecnología (% de exportaciones de productos manufacturados)
- Abonados a internet por banda ancha fija (por cada 100 personas)

MARCA PAÍS

- ¿Cuáles son las características principales de nuestros países para el resto del mundo?
- ¿De qué país preferimos que provengan los bienes y servicios que compramos?
- Ingresos por turismo internacional (como % del total de exportaciones)
- Tasa de homicidio por cada 100.000 habitantes

MEDIO AMBIENTE

- ¿Qué importancia brindamos al cuidado ambiental para el desarrollo?
- ¿Estamos dispuestos a pagar más por productos que sean sustentables?
- ¿Cuál será el impacto de las innovaciones en materia energética?
- Emisiones (CO₂) per cápita (toneladas por habitante) Huella de carbono (hectáreas por persona)
- Uso de energía alternativa y nuclear (como porcentaje del total de uso de energía)
- Producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total)

INCLUSIÓN SOCIAL

- ¿Estamos dispuestos a pagar más por productos que respeten los derechos de trabajadores?
- ¿Cuál es el impacto percibido de la integración en el empleo?
- ¿Cuál es la importancia de las políticas sociales para el desarrollo?
- Total de migrantes con destino a otros países de América Latina
- Índice de controles a la movilidad de personas y de capital
- Índice de Gini

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2015 y 2016

Los latinoamericanos ya no asocian exclusivamente a la integración con aspectos tradicionales del comercio, sino que demandan una relación de sus países con el resto del mundo que sea inteligente, una integración de calidad que contribuya a mejorar vidas y donde también son importantes los factores ambientales, sociales y de intercambio académico, tecnológico o científico.

La voz de los latinoamericanos que se despliega en este trabajo, en sus diversas facetas y dimensiones, constituye un nuevo paso hacia la codificación del ADN de la integración en la región.

EL ADN DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL EN AMÉRICA LATINA



1 · UN ESPACIO PARA LA INTEGRACIÓN

- LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN RECIBEN UN FUERTE RESPALDO CON MÁXIMOS DE 89% Y MÍNIMOS DE 46%
- LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA TIENE 77% DE RESPALDO PROMEDIO, MAYOR AL 60% DE APOYO QUE RECIBE LA INTEGRACIÓN POLÍTICA



2 · INTEGRACIÓN + DEMOCRACIA

- PAÍSES CON MAYOR APOYO A LA INTEGRACIÓN MUESTRAN TAMBIÉN MAYOR APOYO A LA DEMOCRACIA
- PAÍSES CON MAYOR APOYO A LA INTEGRACIÓN MUESTRAN TAMBIÉN MAYOR CONFIANZA EN EL GOBIERNO



3 · BRECHA DE INTEGRACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

- LOS PAÍSES CON CANASTAS EXPORTADORAS MENOS DIVERSIFICADAS DEMANDAN MÁS INTEGRACIÓN
- LA POBLACIÓN DE LOS PAÍSES CON MENOS ACUERDOS COMERCIALES FIRMADOS DEMANDAN MÁS INTEGRACIÓN



4 · INTEGRACIÓN A DOS VELOCIDADES

- LOS PAÍSES ESPECIALIZADOS EN PRODUCTOS AGROPECUARIOS TIENEN UNA MAYOR DEMANDA DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA
- EL 71% CREE QUE LA INVERSIÓN EXTRANJERA ES BENEFICIOSA PARA EL PAÍS. A NIVEL SECTORIAL, EL APOYO ES MAYOR EN EL AGRO Y MENOR EN SERVICIOS FINANCIEROS



5 · EL HARDWARE DE LA INTEGRACIÓN

- EL 43% DE LOS LATINOAMERICANOS CREE QUE LA INFRAESTRUCTURA ES IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO
- EN UNA ESCALA DE 1 A 10, ESTAMOS DISPUESTOS A PAGAR O TOMAR CRÉDITOS EN 3,8 PARA FINANCIAR MEJOR INFRAESTRUCTURA



6 · INTEGRACIÓN Y MARCA PAÍS

- DEPORTE, TURISMO Y ALIMENTOS CONFORMAN LOS PILARES DE LA “MARCA AMÉRICA LATINA”
- ESTADOS UNIDOS ES EL PAÍS PREFERIDO PARA HACER COMPRAS DE VESTIMENTA, MÚSICA, TURISMO Y GASTRONOMÍA



7 · INN-TEGRACIÓN. INNOVACIÓN + INTEGRACIÓN

- PAÍSES CON MAYOR CONTENIDO TECNOLÓGICO EN SUS EXPORTACIONES ASIGNAN UNA MAYOR IMPORTANCIA A LA INTEGRACIÓN
- VALORAMOS LA CREATIVIDAD A NIVEL PERSONAL Y LA INNOVACIÓN EN EL PAÍS EN MÁS DE 9 PUNTOS SOBRE 10



8 · INTEGRACIÓN SOLIDARIA

- EL 46% ESTÁ DISPUESTO A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS SI EN LA PRODUCCIÓN SE RESPETAN LOS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES
- LOS PAÍSES DÓNDE HAY MÁS MIGRACIÓN HACIA OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN SON MÁS PROPENSOS A FAVORECER EL CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES LABORALES



9 · INTEGRACIÓN VERDE

- EL 49% DE LOS LATINOAMERICANOS CREE QUE EL MEDIO AMBIENTE ES IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO
- EN LOS PAÍSES QUE MÁS CONTAMINAN ES MAYOR LA DISPOSICIÓN A PAGAR MÁS POR PRODUCTOS QUE RESPETEN EL MEDIO AMBIENTE



10 · INTEGRACIÓN POST-CONTENEDOR

- EL 83% CONSIDERA PRIORITARIA LA INTEGRACIÓN EN ALGUNA DE SUS DIMENSIONES: FÍSICA, AMBIENTAL, LABORAL, TECNOLÓGICA
- CRECE LA DISPOSICIÓN A PAGAR UN ADICIONAL POR PRODUCTOS SUSTENTABLES EN MATERIA AMBIENTAL Y SOCIAL

OBJETIVIDAD Y SUBJETIVIDAD*. POR QUÉ JUNTAMOS LAS TABLAS

ANTECEDENTES

Fruto de su alianza estratégica, el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL) y Latinobarómetro producen este documento en el que se contrastan los resultados del año 2016 con datos sobre integración y comercio de los Estados de la región.²

De esta forma, damos continuidad el *joint venture*, que cuenta con la participación directa de los Estados de la región, y a partir de los que se creó un Bien Público Regional (BPR) que recoge opiniones en dieciocho países de la región y elabora estudios que apuntan a satisfacer demandas de información.³

En el año 2015 se hizo una primera aproximación al tema que el INTAL publicó como Nota Técnica en marzo de 2016, bajo el título “Dimensiones objetivas y subjetivas de la integración regional y global en América Latina”, donde se presentaba las primeras relaciones entre las estadísticas nacionales y regionales y la opinión pública en materia de integración.

Al “juntar las tablas”⁴ de las estadísticas nacionales y regionales con un barómetro de opinión regional estamos innovando y avanzando en la construcción de información para mejor comprender nuestras sociedades. (Morlino 2011).⁵ El cruce posibilita comprender mejor las demandas de integración en América Latina y el impacto de las políticas públicas que buscan satisfacerlas, de modo de calibrar mejor su diseño para que tengan el resultado esperado.

En INTAL (2016) sostuvimos que la comparación de datos es una característica novedosa en la realización de estudios de integración, que pone en contraste variables económicas que miden los Estados y la apreciación de los ciudadanos.

La alianza entre el INTAL y Latinobarómetro tiene como finalidad producir un Bien Público Regional dando estrecho seguimiento a la opinión de los latinoamericanos sobre temas claves para la integración regional, desde las percepciones del impacto de la estrategia de integración de cada país en el empleo o las inversiones, hasta la disposición a financiar obras de infraestructura para la integración.

El cuestionario fue elaborado con la participación de representantes de los Estados miembros en el Coloquio de Verano de INTAL e incorpora consultas sobre la percepción de los ciudadanos en materia de innovación y marca país, a las tradicionales dimensiones de inversión, intercambio y medio ambiente, entre otras.⁶

Al Sistema Permanente de Seguimiento de los Procesos de Integración (SEPI), que potencia la base de indicadores de Latinobarómetro y las bases de datos

* Los autores agradecen los aportes de Antoni Estevadeordal, Marta Lagos, Alejandro Ramos Martínez, Carlos Scartascini, Patricia Iannuzzi, Carlos D’Elia, Alejandra Wulff, Paula Alzualde, Pablo Valenzuela, Andrea Pellegrino y la asistencia en investigación de Soledad Codoni, Lorena Miranda Gutiérrez y Andrea Pereira Palacios. En especial agradecen el trabajo realizado por Ana Inés Basco en la coordinación general, y como Jefa de Equipo del BPR.

de INTAL, INTrade, INTAL Interactivo y COSIPLAN-IIRSA (infraestructura regional), se suma también, a partir de ahora, una nueva herramienta de visualizaciones on-line que puede verse en www.iadb.org/intal/alianzalb

Es indudable que existe un interés cada vez mayor en nuestras sociedades por los procesos de integración y las consecuencias directas e indirectas que estos procesos traen aparejados. El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), las negociaciones entre el MERCOSUR y la Unión Europea, o la posible ampliación a nuevos miembros de la Alianza del Pacífico son temas que despiertan el interés del ciudadano común y que colocan la agenda de integración a la cabeza de las prioridades de las políticas públicas.

En el área de opinión pública desde 1960 en adelante se comienzan a usar las encuestas para comprender mejor a las sociedades. Los europeos fueron los primeros en realizar encuestas de opinión sobre la integración en el Eurobarómetro a partir de la década de 1970. En América Latina se comienza tímidamente con algunas preguntas en Latinobarómetro, entre 1995 y 2015, para recién profundizar el análisis de la integración latinoamericana a partir de la alianza con el INTAL.

Este documento pretende avanzar en esta dirección y contribuir a crear un cuerpo de conocimiento relevante para el futuro de la integración regional.**

FICHA TÉCNICA

En 2016 aplicaron 20.204 entrevistas cara a cara con muestras probabilísticas, representativas a nivel nacional con un margen de error entre el 2.8% y el 3.1% dependiendo del país. Se aplicaron 1000 entrevistas en los países de Centroamérica y República Dominicana y 1200 entrevistas en Sudamérica y México, entre el 15 de mayo y el 15 de junio 2016 (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela).

El cuestionario intenta captar la demanda, las esperanzas y la percepción de impacto de la población en la temática. Entendemos por “integración” un conjunto amplio de procesos cuyo denominador común es la vinculación de un país con el resto de los países en dimensiones económicas, políticas, tecnológicas e incluso culturales. La existencia de estos vínculos obedece a “una extensa gama de variables entre las que se cuentan factores estructurales de sus economías, tradiciones históricas comunes y la propensión de los mismos países y sus gobiernos a generar y profundizar esos vínculos, que en el restringido plano de las estrategias comerciales pueden llevarse a cabo a través de instrumentos multilaterales o mediante acuerdos preferenciales de comercio”.⁸

En esta primera medición 2016 de la alianza INTAL-Latinobarómetro se incorpora por primera vez preguntas específicas sobre la percepción de los ciudadanos sobre la innovación. Incorporamos así una quinta dimensión a la integración re-

** En los próximos meses complementaremos este informe con análisis adicionales acerca de las diferencias y similitudes en los resultados entre bloques regionales y condición socioeconómica de la población (educación, nivel de ingresos, género, etc.), entre otros temas.

gional, entendida esta en un sentido amplio, que se suma a las dimensiones de integración física, comercial, ambiental y social, y a la percepción de integración. A esta quinta dimensión la llamamos INNtegración (innovación + integración).

Figura 1.
**SISTEMA PERMANENTE DE SEGUIMIENTO
DE LOS PROCESOS DE INTEGRACIÓN (SEPI)**



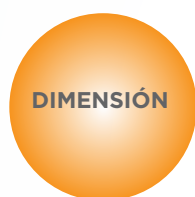
Fuente: elaboración propia

Para medir la percepción de los ciudadanos sobre la innovación analizamos tanto la importancia que otorgan a la creatividad en los diferentes espacios donde transcurre la vida económica, como también el conocimiento existente sobre tecnologías con potencial de crear disrupciones en materia productiva y comercial (robótica, drones, autos sin conductor, etc.).

Para observar el vínculo entre los datos provenientes de las encuestas y las estadísticas nacionales utilizamos la correlación (Pearson), que mide la relación lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas con independencia de su escala.

La siguiente tabla resume las series de datos utilizados para cada dimensión y su relación con las preguntas de la encuesta.⁹

Tabla 1.
**LAS DOS TABLAS:
OPINIÓN PÚBLICA Y ESTADÍSTICAS NACIONALES**



COMERCIO

- ¿Qué importancia tiene la integración política y económica para el desarrollo?
- ¿En qué aspectos de la vida impacta la integración?
- ¿Qué respaldo tiene el comercio de bienes y servicios?
- Proporción de las exportaciones cubierta por los cinco productos principales (%)
- Tratados de Libre Comercio firmados
- Arancel promedio (%) NMF
- Índice de concentración de Herfindal-Hirschmann para las exportaciones



INVERSIÓN

- ¿Cuáles son las economías más dispuestas a recibir capital?
- ¿Cuál es el impacto percibido de la integración en la inversión?
- ¿Qué importancia damos al capital extranjero y en qué sectores lo preferimos?
- Exportaciones per cápita (miles de US\$)¹⁰
- Agricultura y pesca como porcentaje del PIB
- Inversión extranjera directa (% del PIB)



INFRAESTRUCTURA

- ¿Qué importancia damos a la infraestructura para el desarrollo?
- ¿Cuánto estamos dispuestos a pagar por mejorar nuestra infraestructura?
- Ranking de competitividad en infraestructura
- Ingreso originado en transporte, almacenamiento y comunicación (US\$ per cápita)

INNOVACIÓN

- ¿Qué importancia brindamos a la innovación para el desarrollo?
- ¿Cuánto nos preocupa la creatividad en la educación de los niños?
- ¿Cuánto conocemos de las nuevas tecnologías y su potencial impacto?
- ¿Cuáles deben ser las prioridades para la innovación científica en el futuro?
- Gasto en Investigación y Desarrollo (en % del PIB)
- Exportaciones de productos de alta tecnología (% de exportaciones de productos manufacturados)
- Abonados a internet por banda ancha fija (por cada 100 personas)

MARCA PAÍS

- ¿Cuáles son las características principales de nuestros países para el resto del mundo?
- ¿De qué país preferimos que provengan los bienes y servicios que compramos?
- Ingresos por turismo internacional (como % del total de exportaciones)
- Tasa de homicidio por cada 100.000 habitantes

MEDIO AMBIENTE

- ¿Qué importancia brindamos al cuidado ambiental para el desarrollo?
- ¿Estamos dispuestos a pagar más por productos que sean sustentables?
- ¿Cuál será el impacto de las innovaciones en materia energética?
- Emisiones (CO₂) per cápita (toneladas por habitante) Huella de carbono (hectáreas por persona)
- Uso de energía alternativa y nuclear (como porcentaje del total de uso de energía)
- Producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total)

INCLUSIÓN SOCIAL

- ¿Estamos dispuestos a pagar más por productos que respeten los derechos de trabajadores?
- ¿Cuál es el impacto percibido de la integración en el empleo?
- ¿Cuál es la importancia de las políticas sociales para el desarrollo?
- Total de migrantes con destino a otros países de América Latina
- Índice de controles a la movilidad de personas y de capital
- Índice de Gini

Fuente: elaboración propia

La tarea consiste entonces en comparar indicadores de opinión pública con estadísticas nacionales para identificar un grado de correlación que no indica causalidad, sino que se trata de un hecho estilizado que provee relaciones empíricas para luego ser sujetas a un análisis que esté al servicio de actores políticos, sociales y de todos los interesados en estudiar el desarrollo de las políticas públicas en materia de integración y comercio.

La selección de los indicadores se ha hecho desde tres perspectivas, en primer lugar se trata de indicadores que miden el mismo fenómeno en ambas dimensiones, en segundo lugar el hecho de que tienen que estar disponibles para los dieciocho países de la región que aborda este análisis y con una periodicidad y actualidad aceptable, y en tercer lugar, el criterio del investigador. En este caso, más de medio siglo de experiencia de INTAL en el área de integración regional contribuye a identificar indicadores de interés y series de datos que reflejen dinámicas relevantes para la integración.

Estas estadísticas ilustran las capacidades y disposición de los países para que sus economías estén más integradas y abiertas al resto del mundo. Un menor arancel NMF promedio y la suscripción de acuerdos de libre comercio muestran una mayor propensión a establecer lazos comerciales con el resto de los países. En ambos casos, se trata de instrumentos de política que reflejan decisiones de los países.¹¹ Tanto el índice Herfindal-Hirschmann como la proporción de exportaciones cubierta por los cinco productos principales dan una medida de la diversificación exportadora del país y, por lo tanto, de la complejidad de su oferta exportadora y de su capacidad para afrontar coyunturas adversas en el comercio.

Comparar las inversiones recibidas y las exportaciones per cápita con la percepción de inversión nos permitirá identificar las características de los países que más valoran los capitales externos, tanto en materia de comercio como de estructura productiva interna, para lo cual empleamos la serie de agricultura y pesca como porcentaje del PIB, que dará un indicio también del grado de primarización de la economía. La proporción de IED en relación al Producto Interno Bruto indica la intensidad con que el país facilita la movilidad de capitales externos dentro de su propia economía, de manera que pueda aprovechar el ahorro externo y capturar beneficios de la innovación tecnológica operada en otros países.¹²

En Infraestructura utilizamos dos variables. La primera es un ranking de competitividad en infraestructura, realizado por el World Economic Forum, que pondera distintas variables vinculadas al transporte de mercaderías, la provisión de servicios de electricidad y las telecomunicaciones. Una mejor evaluación en este índice implica mayor competitividad de la infraestructura local y, por ende, una mayor facilidad para integrarse con la región y el mundo.¹³ También evaluamos el ingreso originado en transporte, almacenamiento y comunicación (US\$ per cápita), para tener un parámetro de la importancia del sector en las economías domésticas.

En el capítulo de innovación, retomamos el análisis del peso que tienen los bienes tecnológicos dentro de las canastas exportadoras, iniciado en INTAL (2016). Se trata de un indicador sobre “sofisticación” o calidad de la integración comercial expresada por las exportaciones del país.¹⁴ Por su parte, la cantidad de abonados a internet por banda ancha fija (por cada 100 personas) es el clásico indicador de inserción de las telecomunicaciones en las economías locales, bajo el supuesto de que una mayor disponibilidad tecnológica facilita

aspectos diversos de la integración, como la posibilidad de comerciar en forma electrónica con clientes y proveedores en otros países. Añadimos también la tradicional medición de gasto en inversión y desarrollo (I&D en porcentaje del PIB), una medida estándar de la importancia relativa que brinda una determinada sociedad a la innovación.

Vinculado al capítulo de inversiones, la marca país es fundamental en el posicionamiento de mercados competitivos. Las preguntas de percepción al respecto se comparan con los ingresos efectivos obtenidos por turismo internacional (como % del total de exportaciones), uno de los estándares de atracción de divisas de América Latina y pilar fundamental de varias economías de la región. En el otro extremo, uno de los factores de expulsión de inversiones es la inseguridad jurídica y la violencia doméstica. Comparamos en este punto la percepción al respecto en cada país con la tasa de homicidio efectiva por cada 100.000 habitantes, una de las medidas tradicionales de criminalidad.

Para generar métricas en materia de medio ambiente tomamos las emisiones de dióxido de carbono (CO₂) per cápita (toneladas por habitante) y la huella de carbono (hectáreas por persona), dos medidas objetivas estándar de los niveles de compromiso con el medio ambiente, que relacionaremos con la disposición a asumir compromisos de integración que tengan componentes ambientales. En materia de energía, examinamos el uso de energía alternativa y nuclear (como porcentaje del total del uso de energía) y la producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total). Se trata de un punto fundamental teniendo en cuenta los compromisos asumidos en la Cumbre de París en 2015 y la necesidad de proteger el medio ambiente a partir de un menor uso de energías contaminantes. En la actualidad, prácticamente no existe acuerdo comercial que no incluya un capítulo sobre la sustentabilidad ambiental, ya sea a partir de estándares de producción o a través de la transferencia de tecnologías relacionadas a las nuevas energías.

Algo similar ocurre con la dimensión social de la integración, donde los capítulos sobre la migración y la movilidad de personas cobraron una importancia comparable a la movilidad de capitales, o incluso mayor. En este apartado utilizamos variables como el total de migrantes con destino a otros países de América Latina y un índice de controles a la movilidad de personas y de capital, para compararlos con demandas subjetivas sobre el respeto a los derechos de trabajadores nacionales y extranjeros. Por último, utilizar el índice de Gini brinda indicios sobre la relación entre estas demandas y la distribución del ingreso, bajo el supuesto de que las políticas de integración, cuando son eficaces, deberían traducirse, en última instancia, en mayor equidad e inclusión social.¹⁵

Nos interesa en particular conocer cuán alejadas están de la percepción ciudadana las políticas públicas sobre integración o vinculadas a la integración. Las distintas dimensiones de la integración quedan así representadas por algunos de sus componentes. Esta primera aproximación nos dará indicios para seguir profundizando en esta comparación e ir abarcando sucesivamente el complejo fenómeno en su totalidad.

ESTRUCTURA DEL TRABAJO

El enfoque multidimensional que proponemos permite distinguir la correspondencia entre ambas fuentes de datos, identificar la ubicación de cada país en relación al promedio de la región en las distintas dimensiones de la integración, y diseñar estrategias para abordar la demanda o la ausencia de demanda en temas relevantes para las políticas públicas.

Cuando trabajamos con el cruce de datos, “juntando las tablas”, es fundamental no perder de vista el límite de sus posibilidades, reconociendo los ámbitos en los cuales es posible sacar conclusiones y no llevar los datos más allá de lo posible. Debemos evitar la tentación de extraer más información de la que ofrecen los mismos datos, al tiempo que buscamos explicaciones convincentes sobre la relación entre las distintas dimensiones. Solo así será posible sacar verdadero provecho a este ejercicio por parte de políticas públicas que tengan en cuenta las demandas sociales en su diseño, al tiempo que se evalúan, calibran y corrigen considerando su impacto en la opinión ciudadana.

Este trabajo puede leerse en tres niveles. Por un lado están los indicadores de opinión pública. Por otro lado, se consideran la comparación entre ellos y las estadísticas nacionales y regionales. Por último, en una serie de boxes, se analiza la coyuntura de la región en cada una de las facetas de la integración.

La próxima sección está dedicada a comprender qué significa “integración” para los latinoamericanos. Luego abordaremos temas específicos de integración económica, política e intercambio comercial, inversiones, infraestructura, innovación, marca país, medio ambiente e inclusión social.

El documento cierra con una serie de fichas o resultados por país, elaboradas solo a partir de datos de la encuesta, donde pueden compararse los principales resultados para cada país en relación al promedio regional. Las páginas finales se destinarán a las conclusiones y las extensiones de investigación que se desprenden del trabajo.

¿QUÉ SIGNIFICA INTEGRACIÓN PARA LOS LATINOAMERICANOS?

LA RELACIÓN ENTRE INTEGRACIÓN Y DESARROLLO

Muchos países de América Latina negocian en la actualidad de forma activa tratados de integración, ya sea de manera bilateral o a partir de su incorporación a mega-acuerdos con países de la región o de otros bloques regionales. Las consecuencias para las economías nacionales de estos acuerdos trascienden la esfera puramente comercial y repercuten en el mercado laboral, las políticas de protección ambiental, la transferencia de tecnología y las inversiones en proyectos de infraestructura, transporte y comunicaciones.

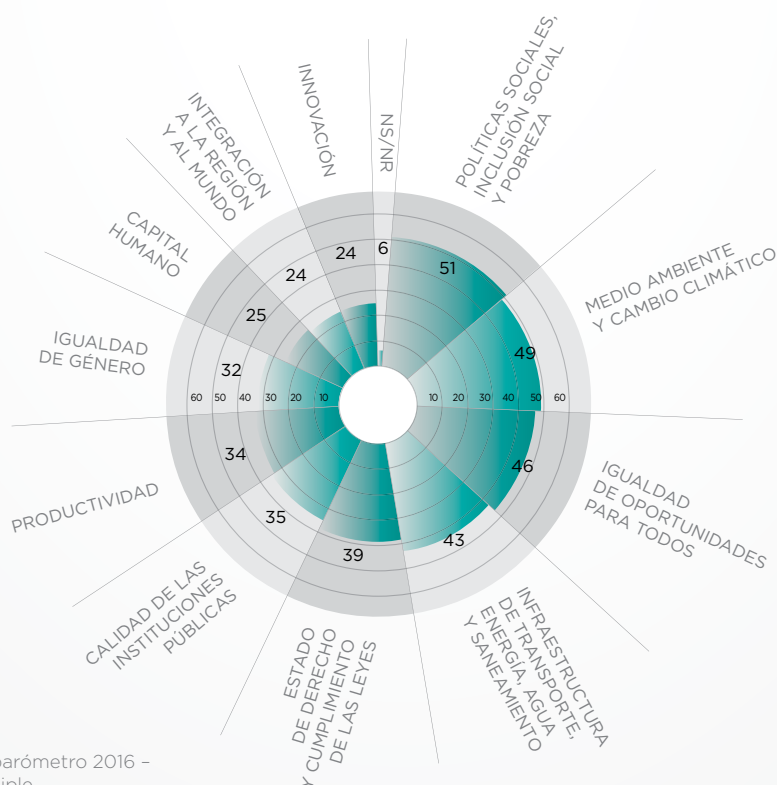
A partir de la proliferación de estos acuerdos, la integración dejó de ser una cuestión exclusiva de aranceles para adquirir múltiples dimensiones. Y es a partir de esta multiplicidad de aspectos interrelacionados que la integración adquiere nuevas densidades, que son a su vez acompañadas por nuevas demandas sociales.

¿Cuánto conocen los latinoamericanos sobre las políticas de integración y sus repercusiones? Al igual que ocurrió con la medición 2015, en 2016 el 24% de los latinoamericanos, casi una de cada cuatro personas, sostuvo que la integración a la región y al mundo es un tema importante para el desarrollo.

Gráfico 1.

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO.

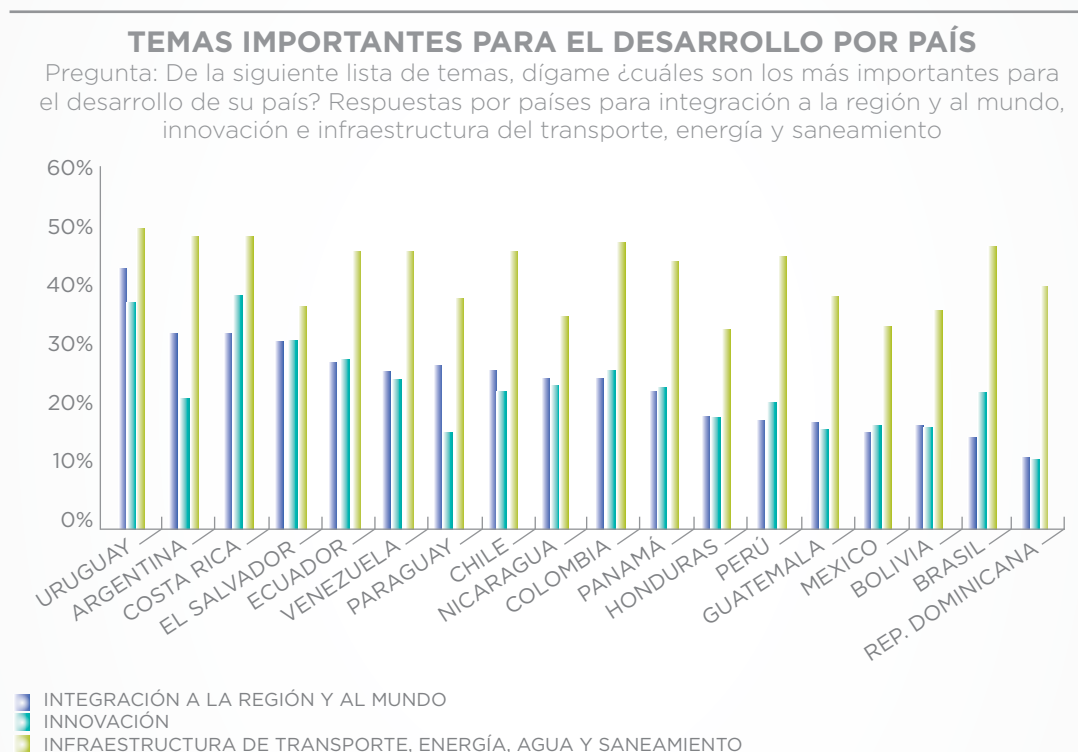
Pregunta: De la siguiente lista de temas, dígame ¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país? Respuestas en % para el total regional



Fuente: Latinobarómetro 2016 - Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100

El resultado muestra cierta estabilidad en la percepción de la importancia de la integración. El ranking en 2016 lo encabezan las políticas sociales, con 51% de menciones, seguidas de medio ambiente con 49%. En la medición de 2015 el resultado había sido el inverso, primero medio ambiente y segundo las políticas sociales, reflejando así una preocupación creciente por temas de inclusión y pobreza. Uno de los temas principales del *hard* de la integración, la infraestructura física, aparece en el cuarto lugar con 43% de menciones. En este último aspecto, se verificó un interés creciente en relación a los resultados de 2015, cuando solo recibió el 33% de las menciones.

Gráfico 2.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016

En las respuestas por países, puede verse una correlación de 0,80 entre las respuestas para integración a la región y al mundo y las respuestas para innovación. Esto significa que en una proporción aproximada los países brindan la misma importancia a ambos temas. La correlación entre integración e infraestructura, teniendo esta última sistemáticamente un promedio más alto en todos los países, es de 0,53.

El contenido de los acuerdos de integración, e incluso la integración que tiene lugar por fuera de esos acuerdos a partir del intercambio entre personas y empresas, fue mutando en las últimas dos décadas. ¿Qué significa entonces integración para los latinoamericanos?

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INTEGRACIÓN

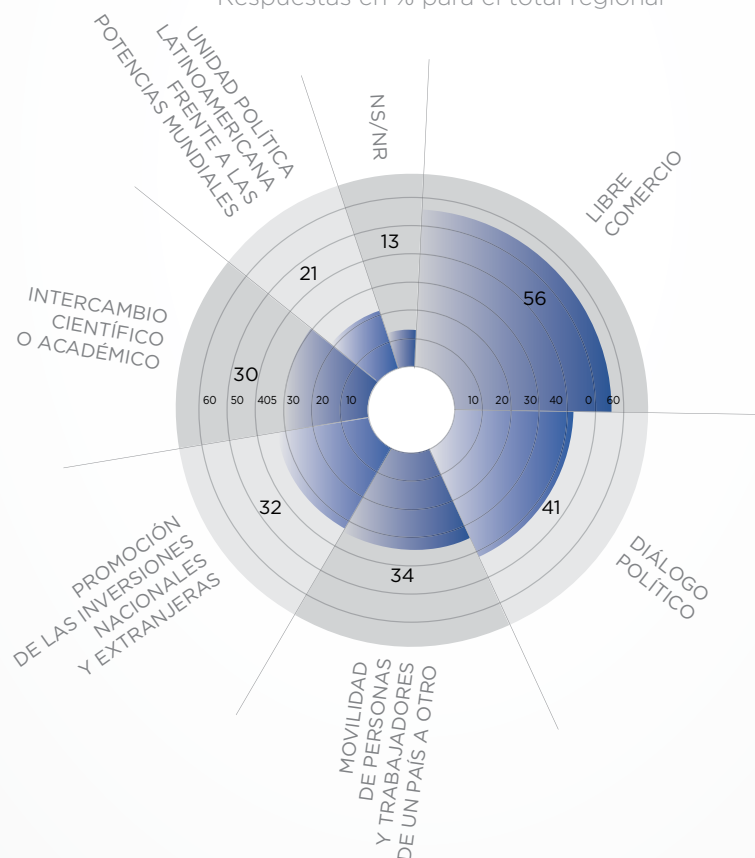
En esta medición, la mayoría de los latinoamericanos relacionó a la integración con un significado tradicional. La opción más elegida fue “Libre comercio”, con 56% de las respuestas, seguido por “Diálogo político” con el 41% de las menciones. Opciones como la movilidad de personas, la promoción de inversiones y el intercambio científico tuvieron también 30% o más de respuestas, reflejando así que si bien prima el significado tradicional, una proporción relevante de los latinoamericanos reconoce también otras aristas de la integración.

Gráfico 3.

TEMAS RELACIONADOS CON LA INTEGRACIÓN.

Pregunta: ¿De la siguiente lista, cuáles cree Ud. que tienen que ver con la integración de América Latina? Nombre todas las que quiera.

* Respuestas en % para el total regional



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.
Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100.

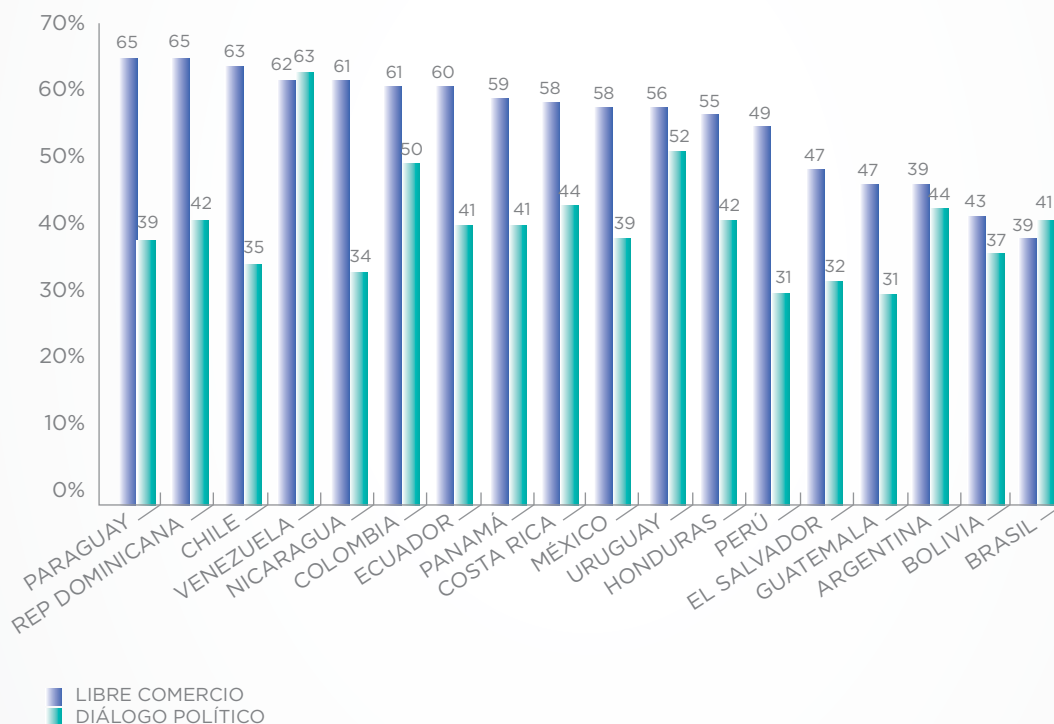
Cuando se comparan las respuestas por país para las opciones más elegidas, se observa que las menciones de “Libre comercio” varían entre 39% y 65% según el país, siendo Paraguay donde más se relaciona a la integración con libre comercio y Brasil donde menos se hace este vínculo. En tanto que las respuestas para “Diálogo político” varían entre 31% y 63%, siendo Venezuela el país donde la integración se vincula más al diálogo político, mientras que Argentina y Perú tienen los registros más bajos.

Gráfico 4.

TEMAS RELACIONADOS CON LA INTEGRACIÓN

Pregunta: ¿De la siguiente lista de temas, cuáles cree Ud. que tienen que ver con la integración de América Latina? Nombre todos los que quiera.

* Respuestas por países para Libre comercio y Diálogo político



Fuente: elaboración propia-Latinobarómetro 2016. Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100.

Diálogo y comercio son las características principales de una integración donde los aspectos migratorios también tienen un rol relevante, ocupando el tercer lugar. Al mismo tiempo, la idea de que América Latina debe unirse ante las potencias mundiales pierde fuerza frente a otras opciones cuando se habla de integración siendo la categoría menos elegida, con 21% de las menciones, y también mostrando una gran disparidad entre los países de la región, al marcar picos de 36% en Uruguay y 27% en Argentina y Venezuela.

INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y POLÍTICA

LAS DOS CARAS DE LA INTEGRACIÓN

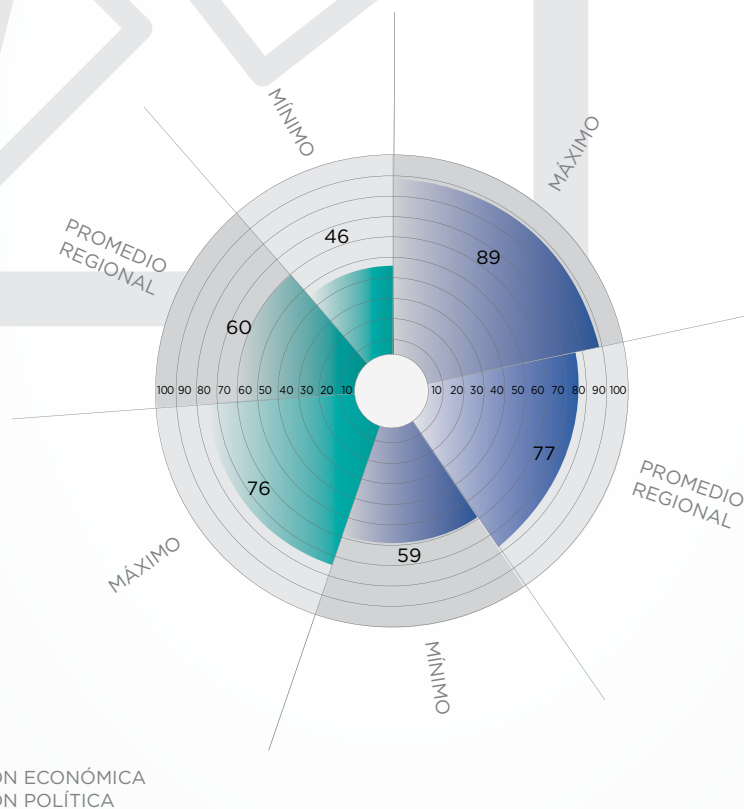
En un panorama global donde recobraron fuerza algunas tendencias contrarias a la integración¹⁶ América Latina aparece como un espacio caracterizado por un amplio apoyo a la integración, tanto económica como política. En integración económica los máximos de apoyo en la región llegan hasta 89% (Paraguay) y los mínimos a 59% (Guatemala). Para integración política, los valores son algo más bajos, de 76% para el máximo (Venezuela) y 46% para el mínimo (México), aunque siguen siendo asombrosamente altos en el actual contexto.

Gráfico 5.

EL AMPLIO APOYO A LA INTEGRACIÓN.

Pregunta: ¿Está Ud. a favor o en contra de la integración de su país con los otros países de la región?

* Respuestas en % para muy a favor y algo a favor.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Diálogo político y comercio de bienes y servicios son los puntales de una integración que puede tener un sesgo económico o político, y por este motivo una de las preguntas hace hincapié en esta diferencia.

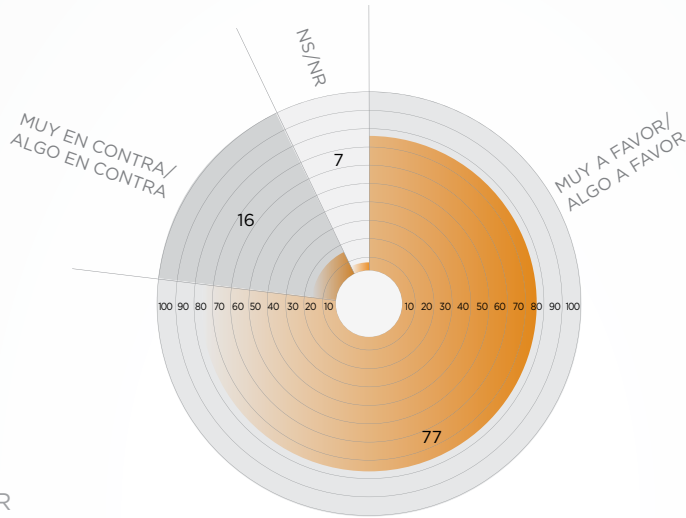
Gráfico 6.

OPINIÓN SOBRE LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA.

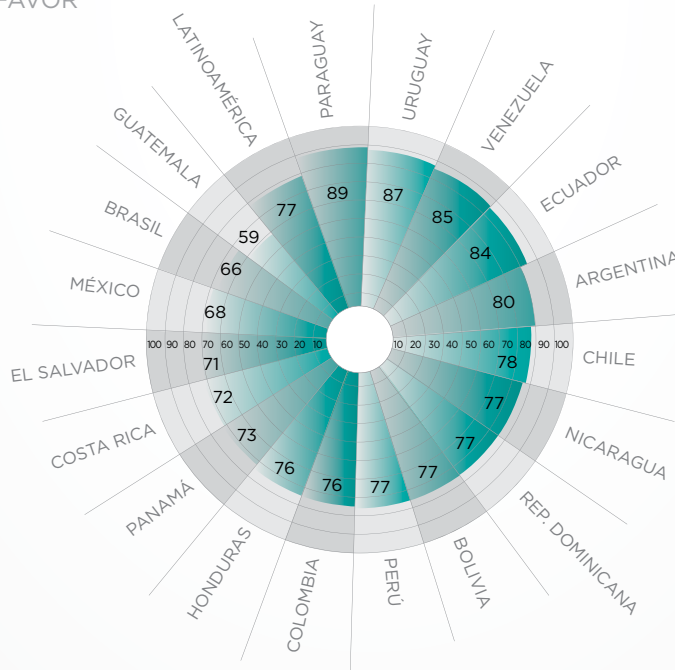
Pregunta: ¿Está Ud. a favor o en contra de la integración de su país con los otros países de la región?

¿Está Ud. muy a favor, algo a favor, algo en contra o muy en contra de la integración económica?

RESPUESTAS EN % PARA EL TOTAL REGIONAL



RESPUESTAS MUY A FAVOR MÁS ALGO A FAVOR EN %



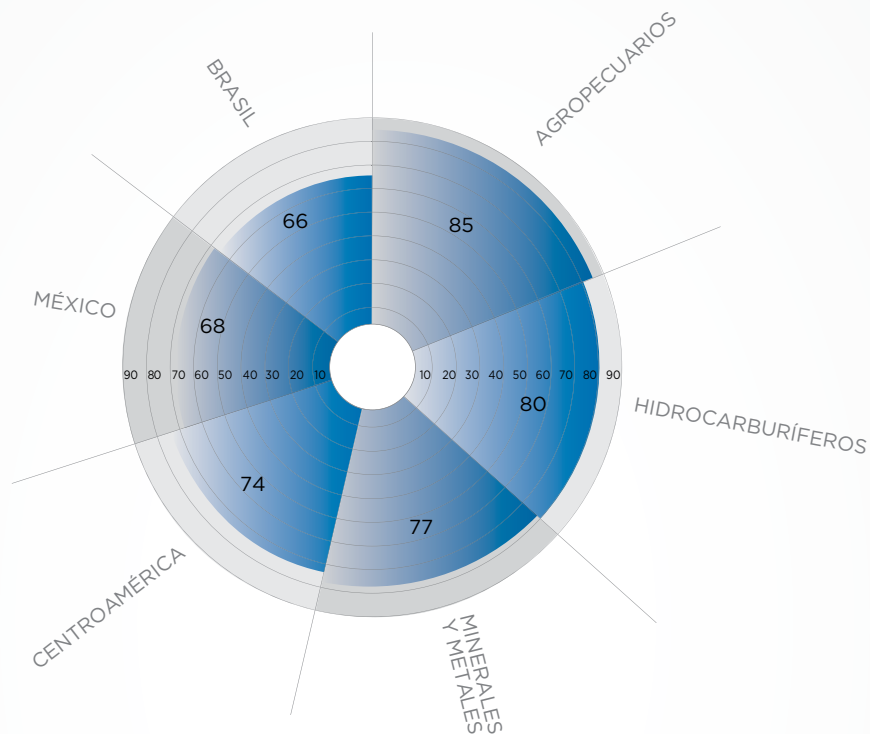
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

En el total regional, el 77% de los latinoamericanos está de acuerdo con la integración económica, mientras que 16% se mostró en desacuerdo y 7% prefirió no responder.

Gráfico 7.

OPINIÓN SOBRE LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA POR ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA.

Respuestas en %



Fuente: Elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

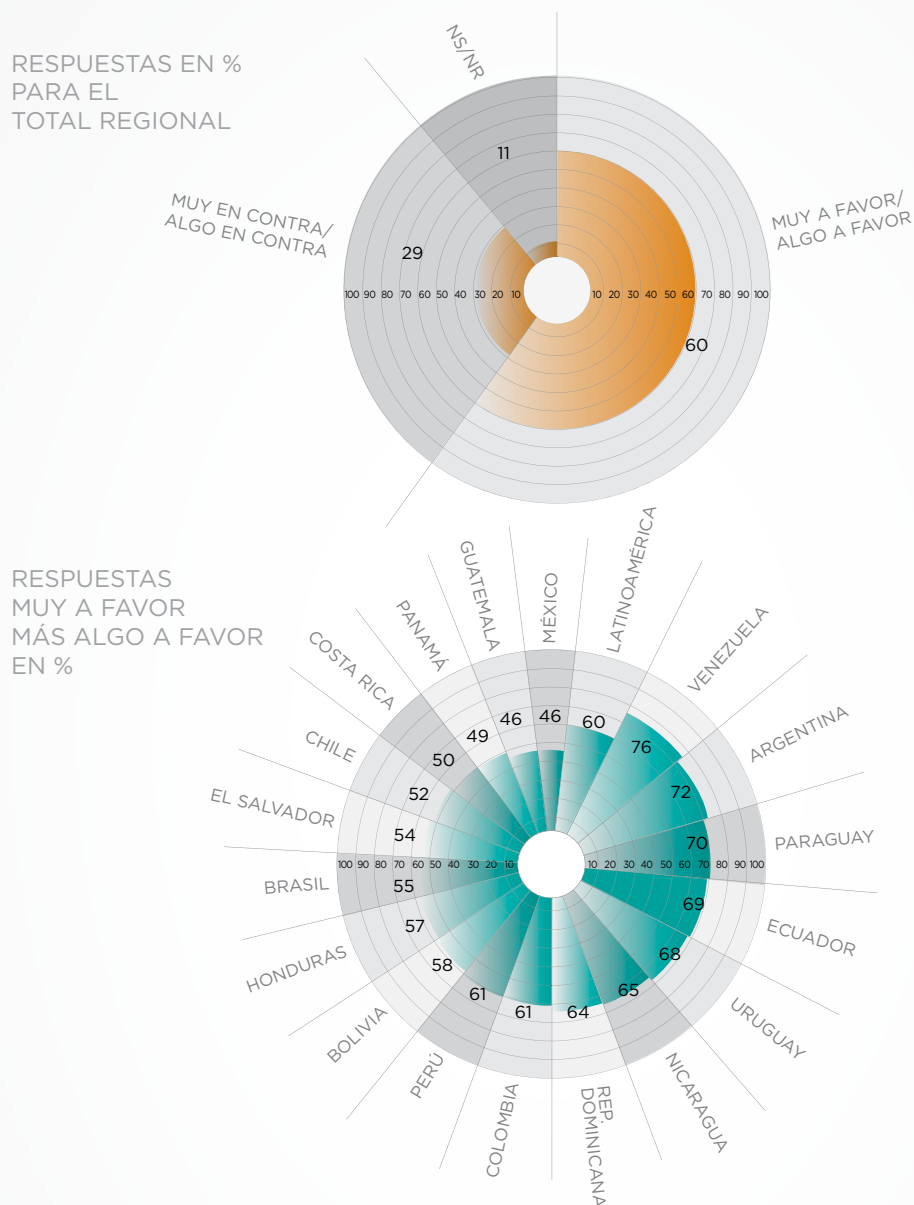
Una mirada por especialización productiva de cada país utilizando la clasificación del Monitor de Comercio e Integración (BID, 2015), entrega interesantes resultados. Los países especializados en productos agropecuarios muestran en promedio un apoyo muy superior al resto que alcanza el 85% (Argentina, Paraguay y Uruguay), le siguen el grupo de países con exportaciones intensivas en hidrocarburos con un promedio de 80% (Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela), los exportadores de minerales y metales con 77% (Perú y Chile), Centroamérica con 74% (Costa Rica, El Salvador, Honduras, Panamá, Guatemala y República Dominicana), y cierran la lista las grandes economías de la región, México con 68% y Brasil con 66%.¹⁷

La experiencia de vida de cada cual llega a conocer el origen de los productos que consume, como la carne, el vino, el pescado, el café, etc. Eso entrega un gran conocimiento de la región a través de sus productos y claramente estos resultados muestran su impacto positivo. Por ejemplo, los países con productos agropecuarios donde los ciudadanos están más diariamente en contacto con esos productos, tienen más inclinación a la integración económica que los países que proveen otros productos menos cercanos a la vida diaria de las personas.

Gráfico 8.

OPINIÓN SOBRE LA INTEGRACIÓN POLÍTICA.

Pregunta: ¿Está Ud. a favor o en contra de la integración de su país con los otros países de la región? ¿Está Ud. muy a favor, algo a favor, algo en contra o muy en contra de la integración política?



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

El acuerdo con la integración política es menor, con el 60% de menciones. En este caso, el desacuerdo con la integración política casi duplica al desacuerdo con la integración económica sumando el 29% de las respuestas. Los países donde hubo más acuerdo con la integración política fueron Venezuela (76%), Argentina (72%) y Paraguay (70%). Mientras que en México y en países de Centroamérica (Guatemala, Panamá y Costa Rica) el acuerdo con la integración política es menor.

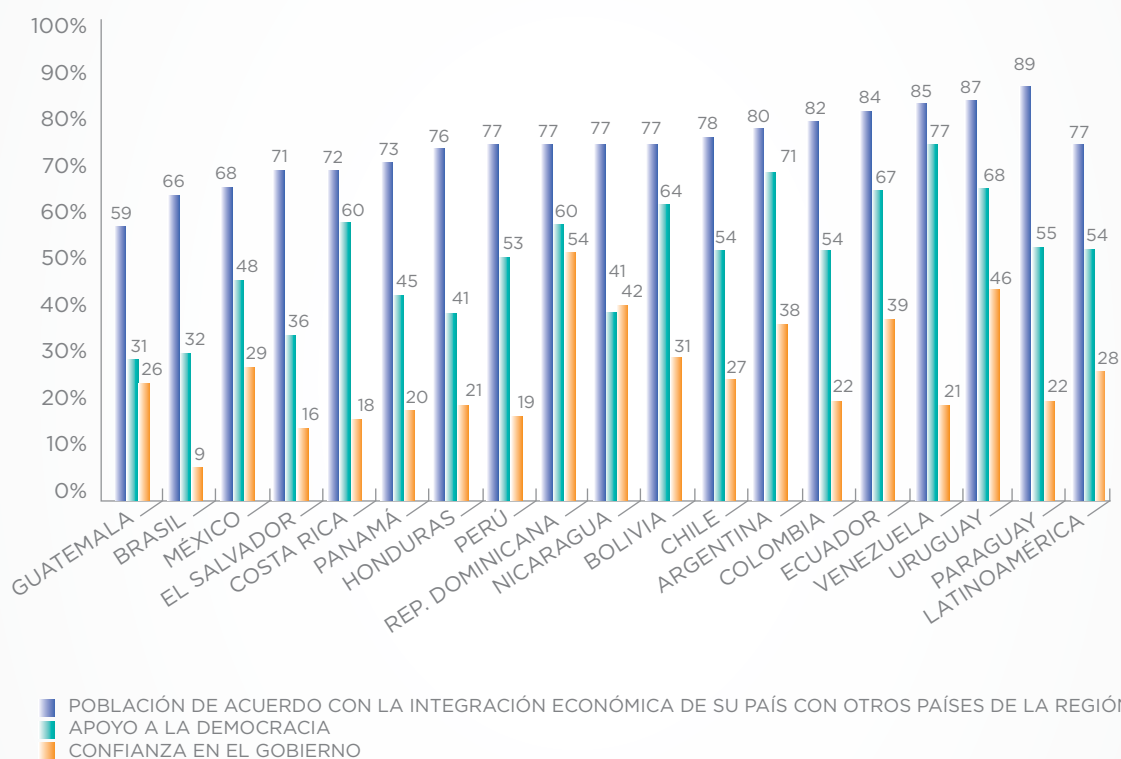
Esto refuerza las conclusiones provistas por los datos presentados con anterioridad, en el sentido de que las personas reaccionan hacia la integración en relación con su experiencia de vida diaria, más que conceptualmente: la integración económica es más lejana al ciudadano que la integración política.

INTEGRACIÓN E INSTITUCIONES

Al relacionar el acuerdo con la integración económica y el apoyo a la democracia, vemos que existe una correlación elevada, de 0,74, entre los países que apoyan a una y la otra. Entre el apoyo a la integración económica y la confianza en el gobierno la correlación también es positiva, en este caso de 0,34.¹⁸

Gráfico 9.

INTEGRACIÓN ECONÓMICA, APOYO A LA DEMOCRACIA Y CONFIANZA EN EL GOBIERNO



Fuente: Elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

¿DÓNDE IMPACTA LA INTEGRACIÓN?

Con políticas más o menos activas, todos los gobiernos de la región tienen una estrategia de integración al mundo. ¿Cómo es percibida esta estrategia por los ciudadanos? ¿Consideran que ha tenido algún impacto en sus vidas? En el total regional, 55% de la población cree que su país ha intentado integrarse mucho o algo con el mundo. Mientras que 36% considera que ha intentado poco o nada.

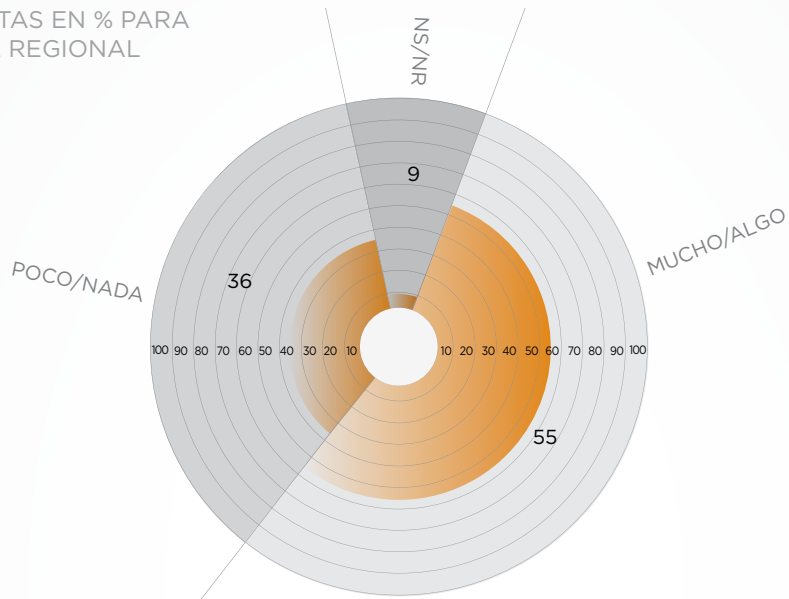
Los países donde más se valora el esfuerzo de integración de los gobiernos son República Dominicana (75%), Uruguay (72%) y Chile (71%).

Gráfico 10.

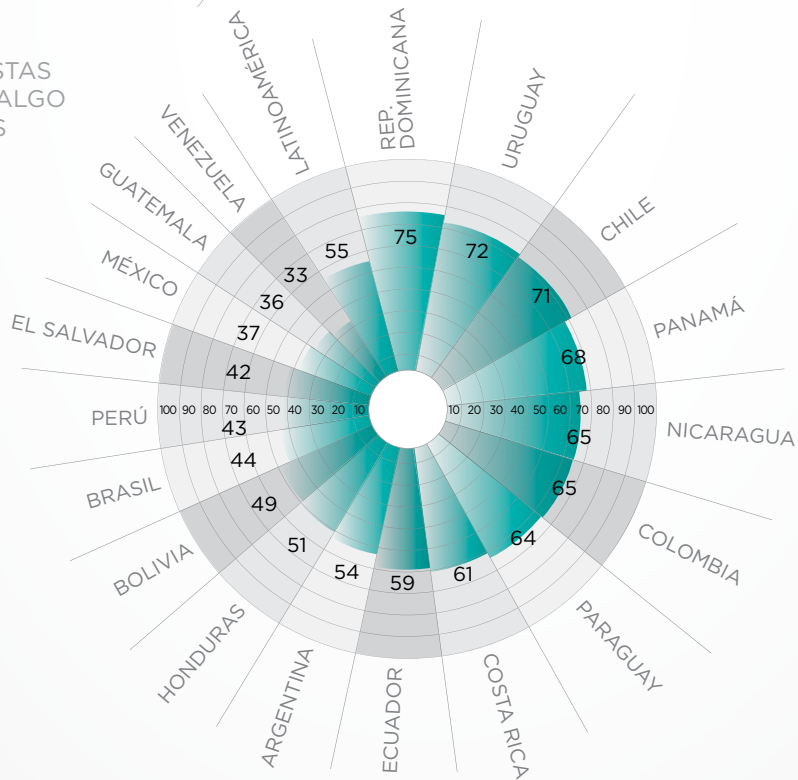
PERCEPCIÓN DE LA INTEGRACIÓN AL MUNDO.

Pregunta: ¿Cuánto cree Ud. que su país ha intentado integrarse con el mundo en los últimos cinco años? ¿Mucho, algo, poco o nada?

RESPUESTAS EN % PARA EL TOTAL REGIONAL



RESPUESTAS MUCHO/ALGO POR PAÍS EN %



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

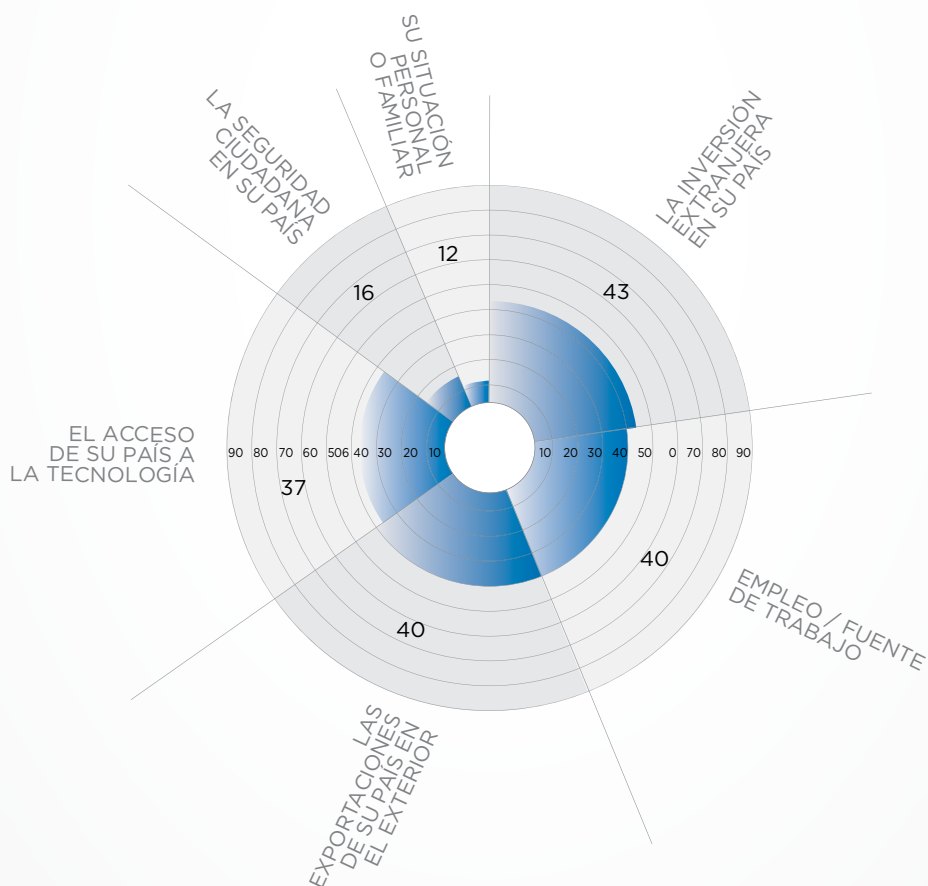
El 43% de quienes respondieron “mucho o algo” a la pregunta anterior (sobre la estrategia de integración del país en los últimos cinco años) manifestó que la estrategia de integración tuvo un impacto positivo en la inversión extranjera recibida por el país, la opción más elegida. Le siguió en orden de relevancia empleo y fuentes de trabajo, y exportaciones, ambas con 40% de las menciones de las respuestas afirmativas. Además, casi uno de cada cuatro latinoamericanos considera que la estrategia de integración de su país impactó positivamente en el acceso a tecnología (37%).¹⁹

Gráfico 11.

IMPACTO DE LA INTEGRACIÓN.

Pregunta: ¿En cuál se las siguientes áreas cree Ud. que la integración impactó positivamente?

* Respuestas en % para el total regional



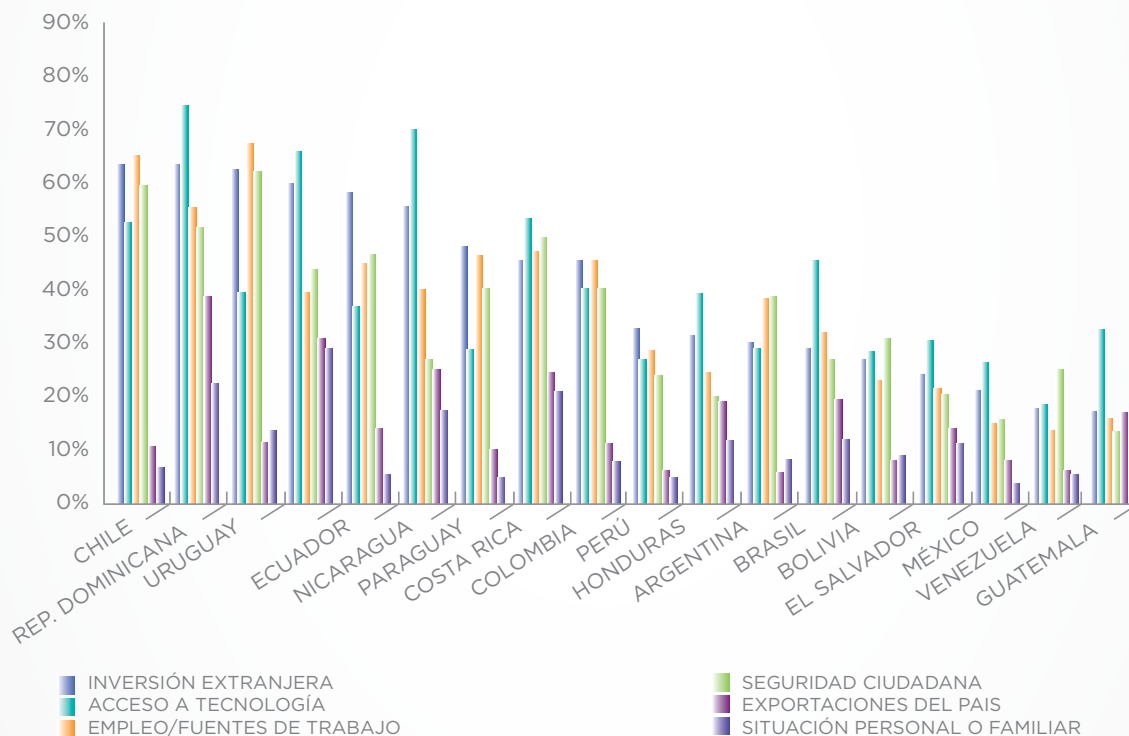
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.
 Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100.

En la distribución por países, se observa una gran dispersión. Por ejemplo, las respuestas positivas para el impacto de la integración en el acceso a la tecnología alcanzan el 65% en Uruguay pero sólo el 15% en Guatemala. Lo mismo ocurre con las otras opciones. En ocasiones se observa una importante correlación en el porcentaje de respuestas para una opción y otra entre países, por ejemplo la correlación asciende a 0,94 para el caso del impacto en el acceso a tecnología y el impacto en las exportaciones, es decir que la estructura de diferencia entre los países se mantiene relativamente estable, a pesar de su amplitud, en las distintas alternativas para la percepción de impacto. El mayor impacto por área y por país se registró en República Dominicana, donde el 78% aseguró que la integración tuvo un impacto positivo en el empleo.

Gráfico 12.

IMPACTO DE LA INTEGRACIÓN

Pregunta: ¿En cuál de las siguientes áreas cree Ud. que la integración impactó positivamente?
Respuestas por país para acceso a tecnología y exportaciones.



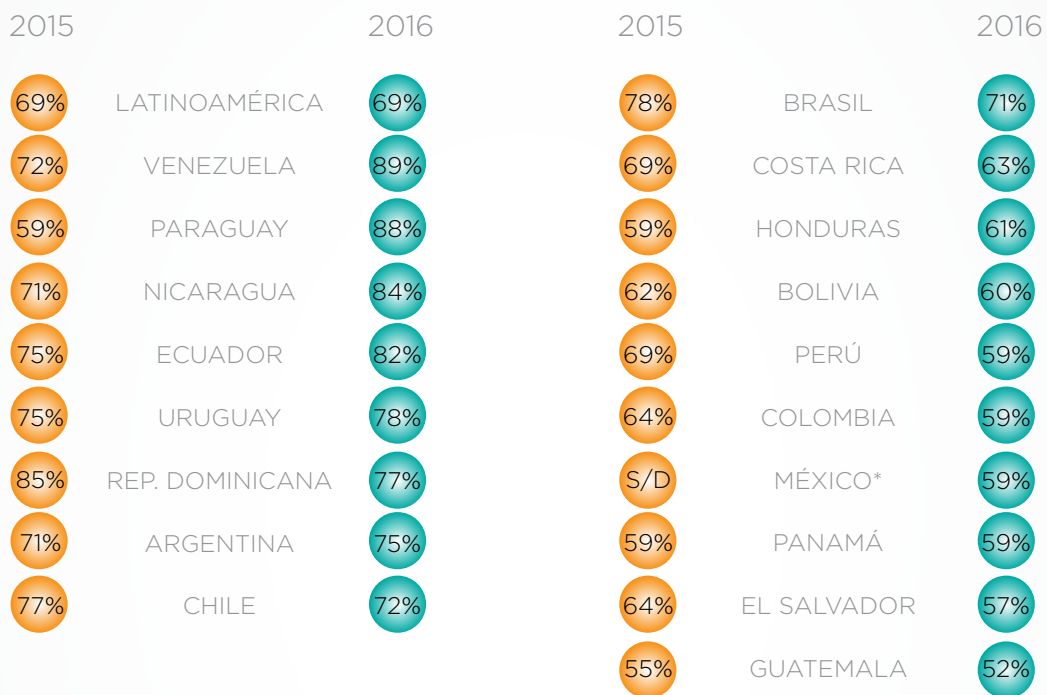
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.
Respuestas múltiples, porcentajes suman más de 100.

En relación al intercambio de bienes y servicios, la proporción de latinoamericanos que lo aprueba se mantuvo estable respecto a la medición de 2015 y alcanza el 69% en el total regional. Sin embargo, a nivel país hubo variaciones que fueron compensadas en el agregado. El acuerdo con el intercambio subió en los países con mayor aprobación: en Venezuela pasó del 72% al 89%, en Paraguay del 59% al 88% y en Nicaragua del 71% al 84%. En contrapartida, hubo retrocesos significativos en Brasil, pasando de 78% el año pasado a 71% en 2016; en Perú, cayendo de 69% a 59%; y en República Dominicana, retrocediendo de 85% a 77%.

Gráfico 13.

ACUERDO CON INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS

Pregunta: Imagínesse que su país firma un acuerdo de integración con otros países de la región (América Latina y el Caribe). ¿Ud. está de acuerdo o en desacuerdo con que su país pueda comprar bienes y servicios de cualquier otro país de la región y que cualquier otro país de la región pueda vender bienes y servicios en su país?
Respuestas “muy de acuerdo” más “de acuerdo”.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.
Nota: * En 2015 no hubo medición para México

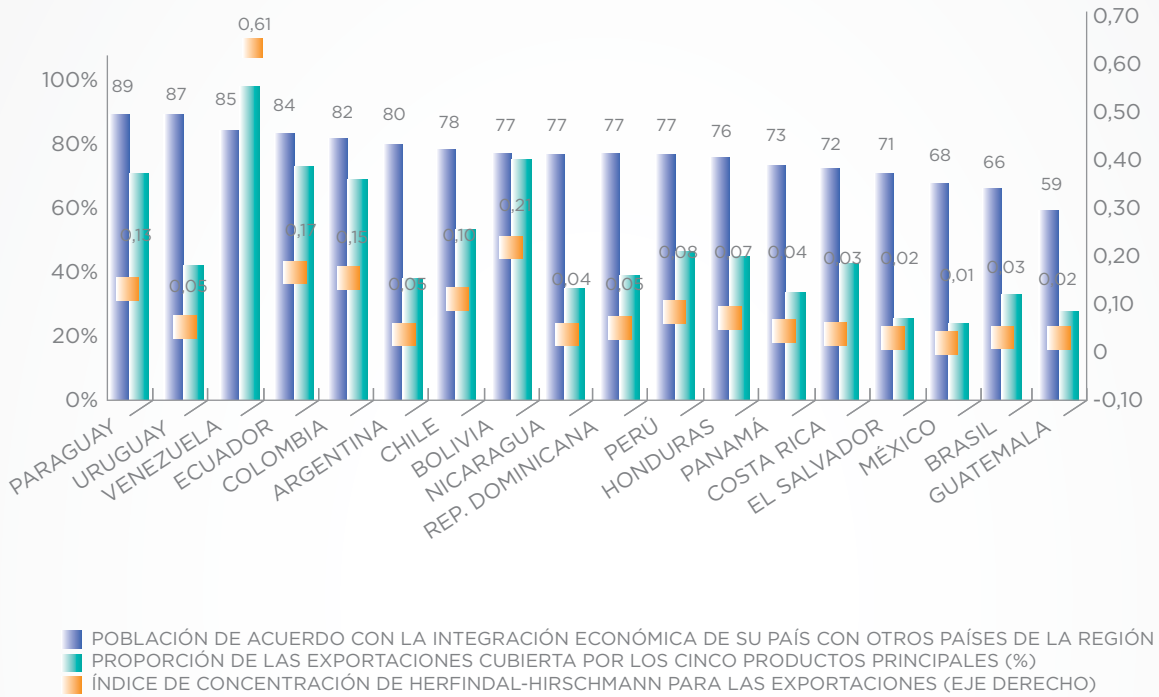
INTEGRACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN EXPORTADORA

La comparación entre los datos de opinión y las variables de la economía real, nos proporciona la posibilidad de identificar relaciones entre ambas dimensiones de la integración. En este caso comparamos el segmento de la población que apoya la integración económica con la diversificación exportadora del país, medida tanto por la proporción de exportaciones cubierta por los cinco principales productos como por el Índice Herfindahl-Hirschmann (IHH).²⁰

La correlación entre las variables resultó positiva, 0,69 en el primer caso y 0,48 para el IHH por producto. Esto significa que, en la tendencia, las sociedades que demandan mayor integración económica tienen sus exportaciones menos diversificadas, como ocurre en Paraguay, Venezuela y Ecuador.²¹

Gráfico 14.

ACUERDO CON INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y DIVERSIFICACIÓN EXPORTADORA

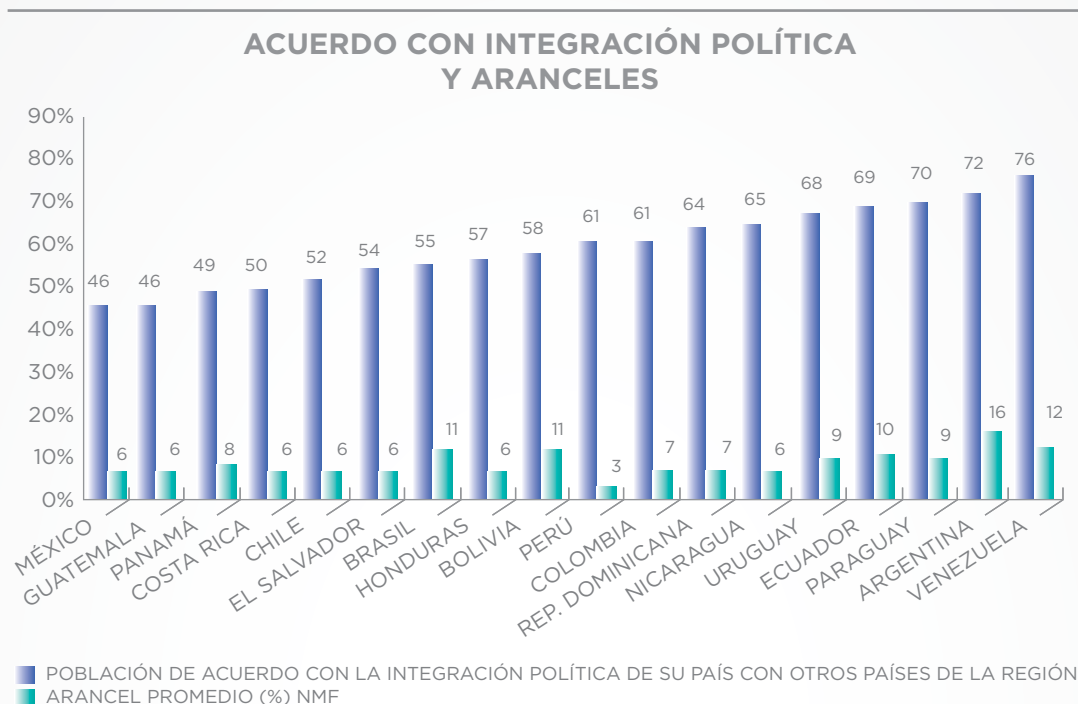


Fuente: elaboración propia en base a INTAL-Latinobarómetro 2016 e INTRADEBID.

INTEGRACIÓN Y POLÍTICA ARANCELARIA

Si comparamos el respaldo a la integración con los aranceles NMF se observa que los países con más apoyo a la integración política son aquellos con mayores aranceles. Ambas variables tienen una correlación positiva de 0,56. Se mantienen entonces las conclusiones de INTAL (2016), cuando comparamos la política arancelaria con la valoración en sentido amplio de la integración y concluimos también que “son los países con mayor protección comercial (aranceles externos por encima del promedio) los que consideran que la integración es un tema prioritario”.

Gráfico 15.



Fuente: elaboración propia en base a INTAL-Latinobarómetro 2016 e INTRADEBID.

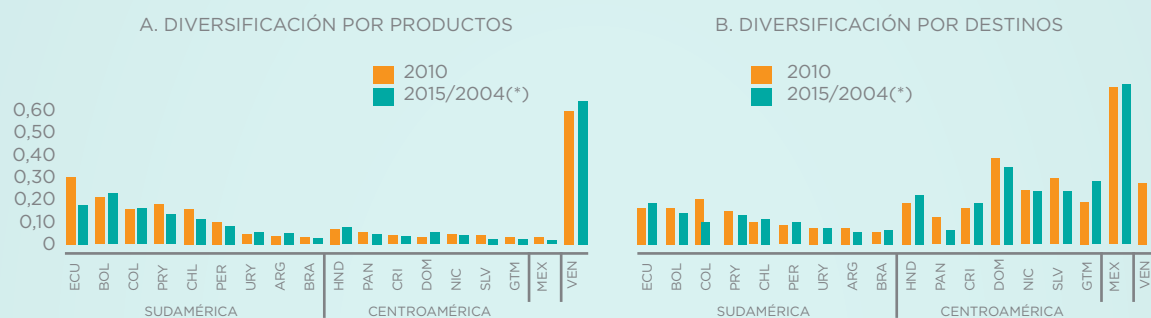
NEGOCIACIONES EN MARCHA

América Latina y el Caribe tienen una larga trayectoria de participación en procesos de integración. La región ha incursionado en distintas modalidades de integración con diverso grado de profundidad. Las experiencias son vastas y van desde acuerdos multilaterales a regionales; vigentes y en negociación; uniones aduaneras y tratados de libre comercio; con objetivos políticos, económicos, comerciales o de integración física; etc. De acuerdo con la base de datos Instrumentos Jurídicos de Integración (IJI), en 2015 los países latinoamericanos registraron 40 negociaciones en marcha, siendo la Alianza del Pacífico la única que busca proyectarse dentro de un mega-acuerdo que involucra el espacio transpacífico. Estados Unidos y la Unión Europea han sido tradicionalmente los principales socios comerciales de la región. No obstante, la firma de acuerdos de integración ha facilitado a las economías latinoamericanas diversificar su comercio no sólo en términos de socios, sino también en cuanto a su composición por productos. Si bien el comercio intrarregional de los bloques latinoamericanos es bajo en comparación con otros esquemas de integración extrazona, el mismo exhibe una mayor participación relativa de bienes manufactureros que los envíos registrados al resto del mundo.

Fuente: INTAL Interactivo: Sin Fronteras / Integrados / Asociados / Comerciando Horizontalmente / Entre Nosotros / El Mega-Regionalismo

CONCENTRACIÓN DE EXPORTACIONES: PRODUCTOS Y DESTINOS

Los principales determinantes de la dimensión de la canasta exportadora de una economía están dados por su patrón de especialización productiva; su ingreso per cápita; la escala absoluta de su economía; su dotación factorial; la cercanía a principales mercados externos; su capacidad de innovación; su infraestructura y su política comercial, entre otros. Entre los países de América Latina existen importantes divergencias con relación a estos factores determinantes de la diversificación exportadora y es posible distinguir diferencias apreciables en el grado de diversificación de la oferta exportable. En otras palabras, se observa una importante heterogeneidad entre subregiones con relación al grado de concentración de sus ventas externas, medido este de acuerdo con el Índice Herfindahl-Hirschmann (IHH), una medida de la concentración que varía entre 0 y 1, siendo mayor cuanto mayor sea la concentración. Esto se comprueba tanto sobre los productos exportados como sobre los socios comerciales.



Fuente: Elaboración propia, en base a INTradeBID. Nota: (*) Datos de 2014 para Nicaragua y Venezuela.

En líneas generales, los países cuyas canastas de exportación incluyen una mayor proporción de bienes manufactureros (México y Centroamérica) presentan una oferta exportable más diversificada en términos de productos que los países sudamericanos, donde los bienes primarios sin elaboración o las manufacturas de origen agropecuario/mineral/metal tienen un mayor peso en la canasta exportadora (Gráfico a). El patrón de especialización, la dotación factorial y la política comercial y de IED (incluidos, por ejemplo, ciertos regímenes especiales de comercio) son los principales determinantes del resultado obtenido en términos de diversificación por productos. Por el contrario, cuando evaluamos el grado de diversificación de las exportaciones según los mercados de destino, los países sudamericanos presentan canastas más diversificadas que México y Centroamérica (Gráfico b). En este caso, la cercanía al mercado estadounidense y el trazado de una red de acuerdos comerciales entre ellos, determinan una mayor concentración de la canasta exportadora dirigida al principal socio regional.

Desde el año 2010, cuando los precios de los productos básicos tocaron un máximo, se observa que el entorno adverso ha afectado en distinto grado a las diversas economías. En Argentina, Uruguay, Bolivia, Colombia, Rep. Dominicana, la concentración por productos se elevó en 2015 en comparación con 2010; sin embargo, la pérdida de ventas para ciertos productos (probablemente manufactureros) fue compensada con ventas a nuevos mercados, observándose una mejora en la diversificación por destinos. Venezuela es el único país que no logra contrapesar su aumento de concentración por productos con nuevos mercados. En cambio, otros países como Ecuador, Chile, Perú, Brasil, Costa Rica, Honduras y México en 2015 lograron colocar más productos (mejora la diversificación por productos) a menos mercados (empeora la diversificación por destinos). Finalmente, un tercer grupo, a pesar del entorno adverso, ha logrado mejorar tanto la diversificación por productos como por destinos (este grupo es conformado por Paraguay, Panamá, Nicaragua, El Salvador y Guatemala).

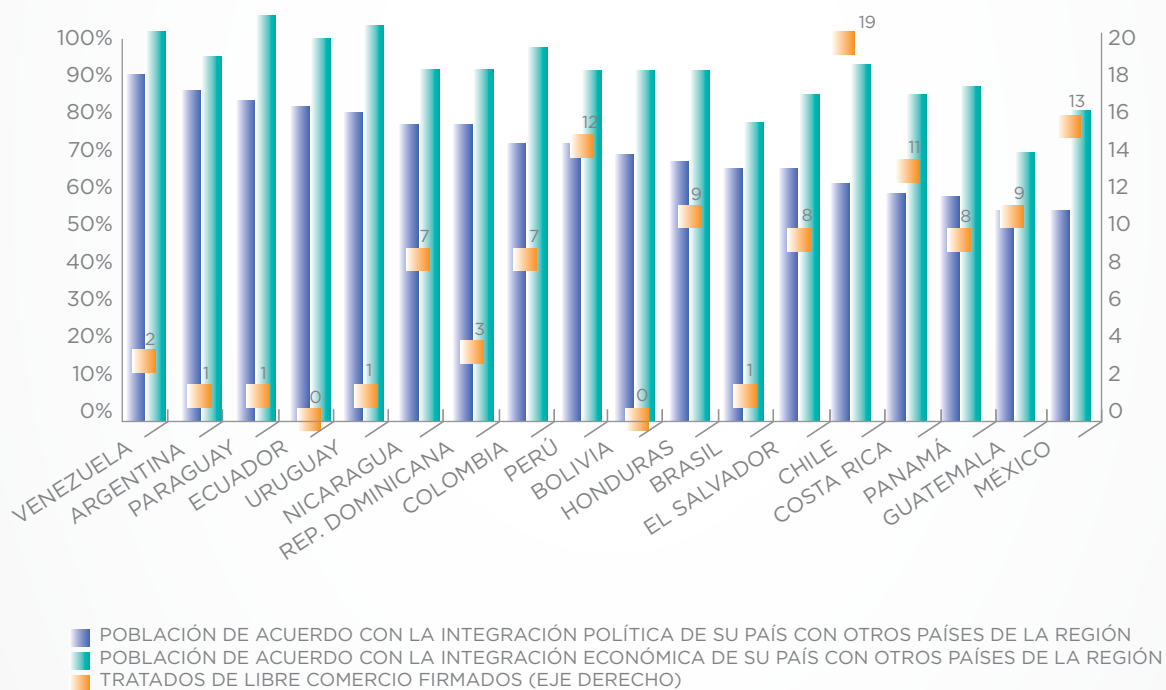
Se trata de un tema de fundamental importancia, puesto que políticas de promoción y facilitación de comercio, que contribuyan a la diversificación exportadora, permiten reducir el impacto de una coyuntura desfavorable cuando se produce un cambio en el ciclo del comercio internacional.

INTEGRACIÓN Y ACUERDOS COMERCIALES

La cantidad de acuerdos comerciales que firma un país, ¿está relacionada con la percepción de la integración que tiene su población? Para responder este interrogante comparamos la proporción de la población que está de acuerdo con la integración económica y política con la cantidad de Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados. En esta medición se verificó una correlación negativa de -0,67 entre los acuerdos comerciales y el apoyo a la integración política, que desciende a -0,41 con el respaldo a la integración económica. Esto significa que la demanda por integración es mayor en países que firmaron menos tratados comerciales.

Gráfico 16.

ACUERDO CON INTEGRACIÓN Y TRATADOS COMERCIALES



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

En INTAL (2016) también analizamos, para los resultados de la encuesta 2015, la correlación con el coeficiente de apertura de la economía mostrando que existe una relación inversa entre la demanda de integración y la apertura económica, siendo los países con menores coeficientes de apertura los que tienen mayor demanda de integración.

INVERSIONES. ¿QUÉ IMPORTANCIA LE DAMOS AL CAPITAL EXTRANJERO?

VALORACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA

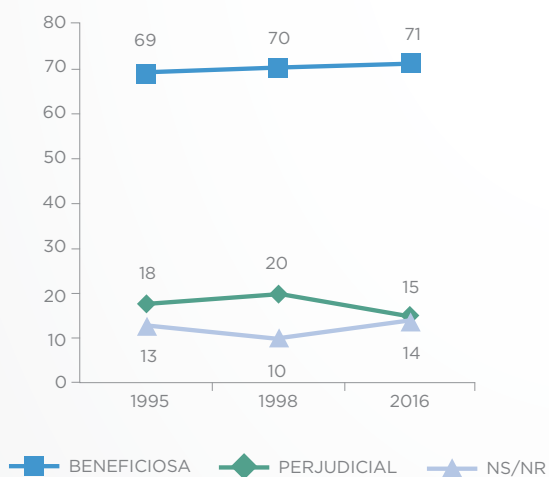
En un contexto global de tasas de interés bajas, América Latina ofrece una diversidad de oportunidades de inversión para aquellos capitales dispuestos a apostar a la región. ¿Cómo consideran los latinoamericanos la llegada de esos capitales? ¿Creen que la inversión externa es beneficiosa o perjudicial para el desarrollo? Al igual que ocurre con la integración, los índices de apoyo son muy elevados. El 71% de los latinoamericanos considera que es beneficiosa, mientras que 15% cree que es perjudicial. En los últimos veinte años se verificó un descenso en la proporción de población que rechaza la inversión externa, que tuvo un pico de 20% en 1998, pero la población que la considera beneficiosa subió de manera muy gradual. Como contrapartida se incrementó la proporción de población que prefiere no responder sobre el tema, pasando de 10% en 1998 a 14% en 2016.

Gráfico 17.

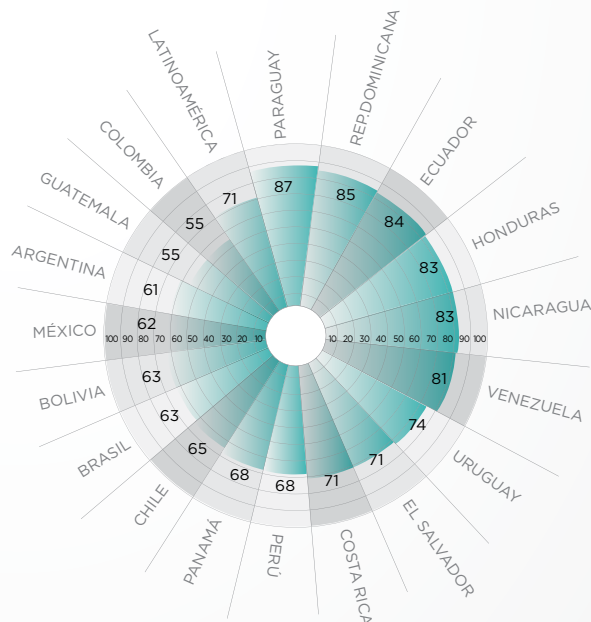
OPINIÓN SOBRE LA INVERSIÓN EXTRANJERA.

Pregunta: ¿Considera Ud. que la inversión extranjera, en general, es beneficiosa o perjudicial para el desarrollo económico del país o no sabe lo suficiente para opinar?

RESPUESTAS EN % TOTAL REGIONAL



RESPUESTAS BENEFICIOSA POR PAÍS EN %



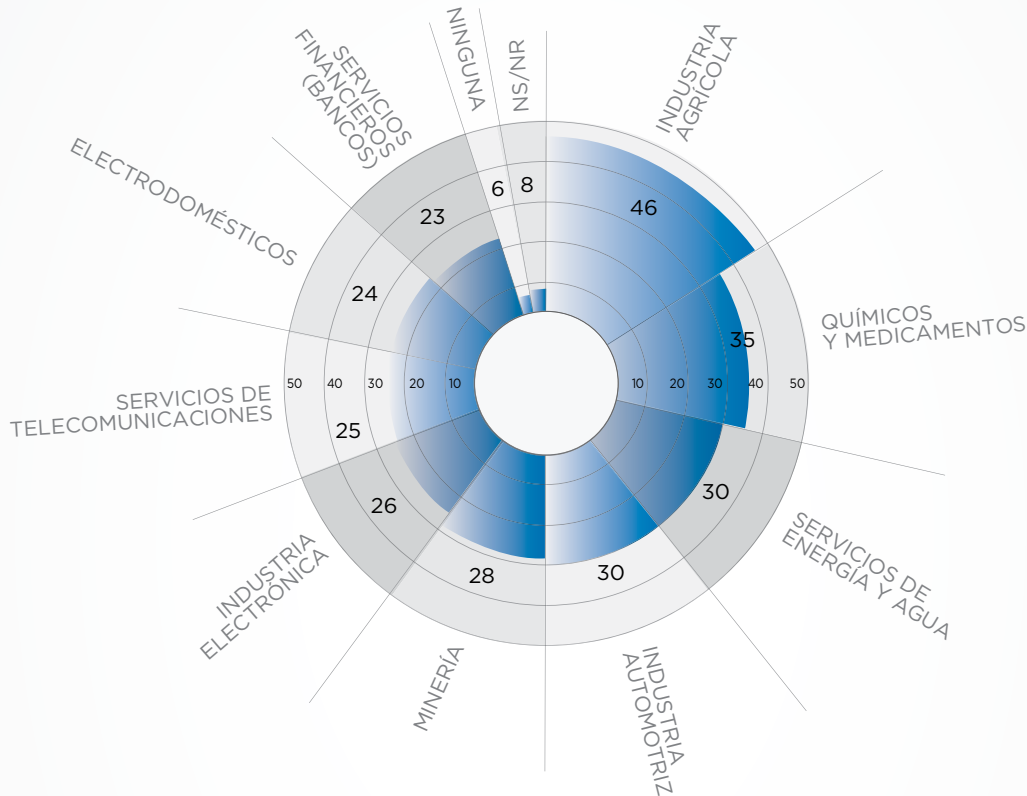
Fuente: elaboración propia-Latinobarómetro 2016.

A nivel sectorial, la inversión externa es más bienvenida si tiene como destino a la producción primaria. El 46% considera que es bueno que exista capital extranjero en la industria agrícola, el 35% en químicos y medicamentos, y el 30% en servicios de energía, agua y en la industria automotriz.

Gráfico 18

OPINIÓN SECTORIAL SOBRE LA PARTICIPACIÓN DEL CAPITAL EXTRANJERO.

Pregunta: ¿Cuál de las siguientes industrias cree Ud. es bueno que tengan capital extranjero?
 Respuestas en % para el total regional



Fuente: elaboración propia-Latinobarómetro 2016.
 Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100.

En relación a la industria agrícola, la opción más elegida, Venezuela fue el país que se mostró más a favor de recibir capitales extranjeros, con 63% de apoyo, le siguen Nicaragua con 60% y Ecuador con 58%. Entre los más reacios hay cuatro países del Cono Sur, Brasil (36%), Uruguay (38%), Chile (25%) y Argentina (19%). En general, en los sectores más competitivos y predominantes de las economías nacionales el apoyo al capital extranjero es más alto que el promedio de los países. Este es el caso de los servicios financieros y de telecomunicaciones en Costa Rica, de la industria automotriz en Brasil y de la minería en Perú. Aunque esta regla no se cumple en todos los casos. A modo de ejemplo, en Argentina, que aparece con menor aceptación en cuatro de los nueve sectores, hay un bajo apoyo a la participación del capital extranjero en la industria agrícola.

Gráfico 19.

OPINIÓN SECTORIAL SOBRE LA PARTICIPACIÓN DEL CAPITAL EXTRANJERO

Pregunta: ¿Cuál de las siguientes industrias cree Ud. es bueno que tengan capital extranjero?
Respuestas por país.

INDUSTRIA AGRÍCOLA		QUÍMICOS Y MEDICAMENTOS		SERVICIOS DE ENERGÍA Y AGUA	
VENEZUELA	63%	VENEZUELA	60%	REP. DOMINICANA	45%
NICARAGUA	60%	URUGUAY	45%	GUATEMALA	40%
ECUADOR	58%	COSTA RICA	43%	NICARAGUA	39%
COLOMBIA	55%	COLOMBIA	40%	EL SALVADOR	38%
HONDURAS	54%	ECUADOR	39%	PANAMÁ	38%
EL SALVADOR	54%	EL SALVADOR	39%	VENEZUELA	37%
COSTA RICA	53%	PANAMÁ	36%	ECUADOR	35%
REP. DOMINICANA	52%	GUATEMALA	36%	COSTA RICA	35%
PANAMÁ	50%	REP. DOMINICANA	33%	COLOMBIA	31%
PARAGUAY	50%	PARAGUAY	33%	PARAGUAY	31%
PERÚ	48%	NICARAGUA	30%	HONDURAS	31%
BOLIVIA	43%	MÉXICO	30%	MÉXICO	30%
GUATEMALA	42%	CHILE	29%	URUGUAY	27%
MÉXICO	39%	BRASIL	29%	PERÚ	26%
URUGUAY	38%	PERÚ	27%	BRASIL	22%
BRASIL	36%	HONDURAS	26%	BOLIVIA	21%
CHILE	25%	BOLIVIA	25%	ARGENTINA	17%
ARGENTINA	19%	ARGENTINA	25%	CHILE	15%

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ		MINERÍA		INDUSTRIA ELECTRÓNICA	
VENEZUELA	45%	PERÚ	42%	COSTA RICA	39%
URUGUAY	41%	VENEZUELA	41%	VENEZUELA	32%
ECUADOR	38%	REP. DOMINICANA	36%	REP. DOMINICANA	32%
BRASIL	37%	NICARAGUA	35%	ECUADOR	31%
COSTA RICA	36%	ECUADOR	35%	EL SALVADOR	30%
CHILE	35%	BOLIVIA	33%	ARGENTINA	30%
ARGENTINA	31%	CHILE	31%	URUGUAY	29%
EL SALVADOR	30%	URUGUAY	28%	NICARAGUA	29%
PARAGUAY	30%	HONDURAS	28%	CHILE	27%
MÉXICO	28%	MÉXICO	27%	PANAMÁ	25%
COLOMBIA	27%	PANAMÁ	26%	BRASIL	25%
REP. DOMINICANA	27%	BRASIL	26%	COLOMBIA	21%
NICARAGUA	24%	COLOMBIA	23%	HONDURAS	21%
PANAMÁ	21%	EL SALVADOR	22%	MÉXICO	20%
PERÚ	20%	COSTA RICA	21%	GUATEMALA	20%
BOLIVIA	20%	GUATEMALA	20%	PARAGUAY	19%
HONDURAS	19%	PARAGUAY	18%	PERÚ	19%
GUATEMALA	17%	ARGENTINA	13%	BOLIVIA	16%

SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES		ELECTRODOMÉSTICOS		SERVICIOS FINANCIEROS	
VENEZUELA	40%	VENEZUELA	42%	COSTA RICA	36%
COSTA RICA	39%	COSTA RICA	30%	EL SALVADOR	33%
URUGUAY	29%	ECUADOR	30%	URUGUAY	29%
ECUADOR	29%	CHILE	29%	GUATEMALA	26%
EL SALVADOR	28%	REP. DOMINICANA	27%	VENEZUELA	26%
PARAGUAY	27%	EL SALVADOR	25%	NICARAGUA	26%
COLOMBIA	26%	ARGENTINA	24%	ECUADOR	26%
NICARAGUA	25%	COLOMBIA	24%	PANAMÁ	25%
PANAMÁ	25%	NICARAGUA	24%	BRASIL	24%
MÉXICO	23%	URUGUAY	24%	COLOMBIA	24%
BRASIL	23%	PANAMÁ	23%	HONDURAS	24%
PERÚ	21%	MÉXICO	23%	PARAGUAY	23%
CHILE	21%	PARAGUAY	20%	PERÚ	23%
GUATEMALA	20%	PERÚ	18%	CHILE	18%
BOLIVIA	18%	BRASIL	17%	MÉXICO	17%
ARGENTINA	18%	GUATEMALA	17%	REP. DOMINICANA	16%
REP. DOMINICANA	17%	HONDURAS	16%	BOLIVIA	15%
HONDURAS	17%	BOLIVIA	16%	ARGENTINA	13%

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

LAS ECONOMÍAS MÁS DISPUESTAS A RECIBIR CAPITALES

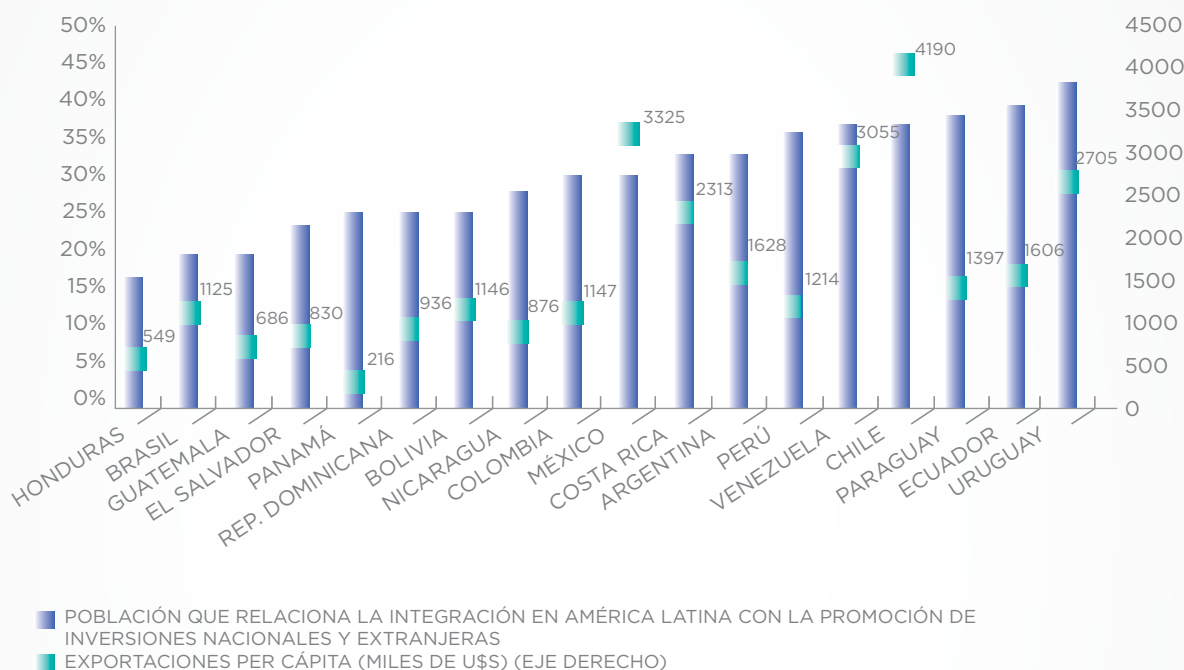
Con 32% de las respuestas a nivel regional, la promoción de las inversiones nacionales y extranjeras fue uno de los temas que más se vincularon a la integración (después de libre comercio, diálogo político y movilidad de personas). ¿Cuáles son las economías que brindan mayor importancia a la promoción de inversiones? Ecuador, Uruguay, Paraguay y Chile, donde más del 35% de los ciudadanos dijo emparentar la integración con la promoción de inversiones nacionales y extranjeras.

Al mismo tiempo, la tendencia muestra que estas economías son además las que tienen mayor nivel de exportaciones por habitante ya que existe una correlación empírica de 0,63 entre las menciones a la promoción de inversiones como nota distintiva de la integración y la capacidad exportadora.

Gráfico 20.

IMPORTANCIA BRINDADA A LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES COMO CARACTERÍSTICA DE LA INTEGRACIÓN Y EXPORTACIONES PER CÁPITA

Pregunta: De la siguiente lista, ¿cuáles cree Ud. que tienen que ver con la integración de América Latina? Respuestas para promoción de inversiones.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN AMÉRICA LATINA. EVOLUCIÓN Y ORIGEN

En un contexto en el que los flujos internacionales crecieron 36%, en 2015 América Latina y el Caribe redujeron 9% su atractivo como receptores de Inversión Extranjera Directa (IED), llegando a un total de inversiones recibidas cercano a los US\$ 168.000 millones. Este desempeño fue resultado de la disminución de la inversión en sectores vinculados a los recursos naturales, principalmente minería e hidrocarburos, y de la desaceleración del crecimiento económico de la región, en particular en Brasil.

Gráfico a. INGRESO DE CAPITAL EN CONCEPTO DE IED. 1991-2015

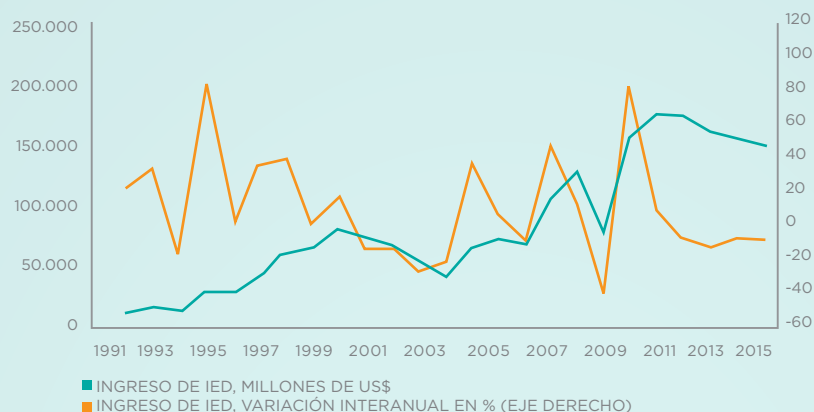
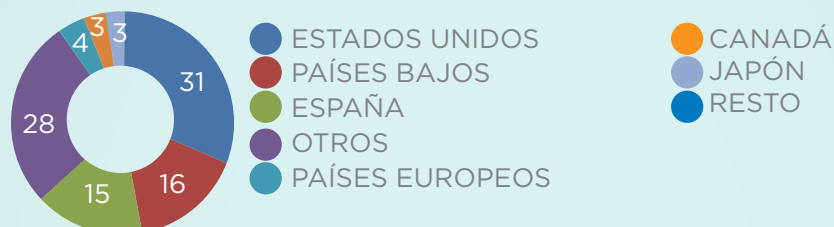


Gráfico b. COMPOSICIÓN DE LA IED DE AMÉRICA LATINA POR ORIGEN*



* Nota: calculado sobre el total de países con información disponible en 2014, que representan 73% de la IED
Fuente: UNCTAD

Los ingresos de IED en Brasil disminuyeron 23% en 2015 como consecuencia de la recesión económica que atraviesa, sin embargo, se mantiene como el principal receptor de la región, al concentrar más del 40% del total de inversiones (equivalentes a US\$ 65.000 millones). Por el contrario, la segunda economía de la región, México, registró un aumento del 18% en los flujos de IED recibidos, fundamentalmente, en la industria automotriz y en el sector de las telecomunicaciones.

Por su parte, el descenso del precio de los minerales afectó los ingresos de IED a Chile y Colombia, que disminuyeron 8% y 26%, respectivamente, en 2015.

En la Argentina la entrada de IED presentó un aumento notable (130%) a partir de la incorporación a los flujos de la nacionalización de YPF que se había efectuado en 2012. Excluyendo esta operación, los niveles serían similares a los de 2014.

En cuanto a los flujos recibidos por Centroamérica, Panamá continúa siendo el principal país centroamericano receptor de IED con una participación superior al 40% de lo recibido por la subregión. Otros importantes receptores son Costa Rica (26%), Honduras (10%) y Guatemala (10%). Por su parte, la inversión extranjera directa en el Caribe disminuyó 17%.

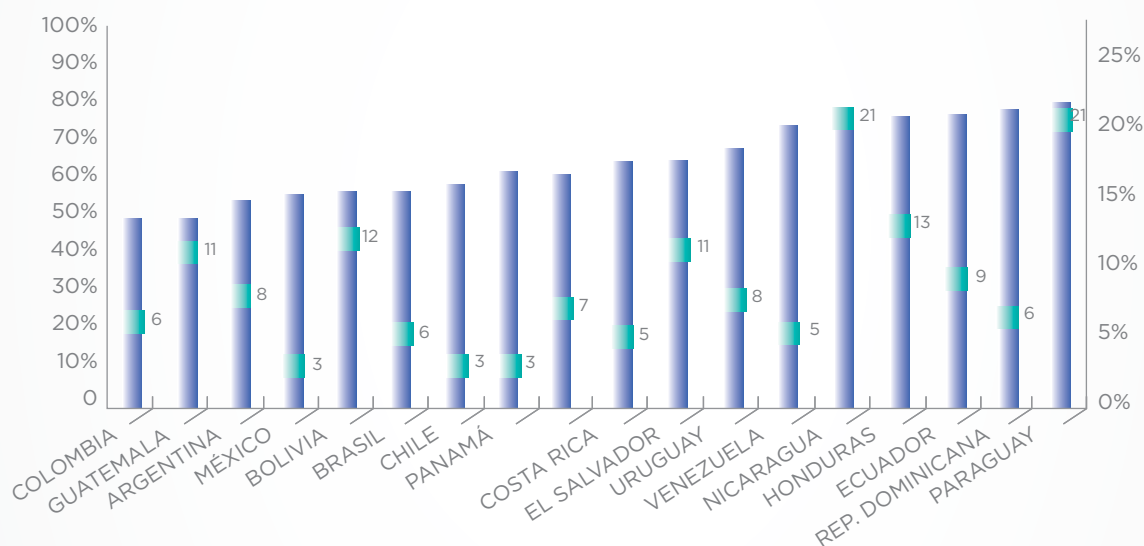
A nivel sectorial, mientras los recursos naturales pierden relevancia, aumenta la importancia del sector de servicios, fundamentalmente telecomunicaciones, energías renovables y comercio minorista. En el caso de Chile y Centroamérica, la mayor inversión en energías renovables está impulsando un cambio en sus matrices energéticas.

Estados Unidos se mantiene como el principal inversor en la región (entorno al 30%), no obstante, su incidencia es aún mayor en México, Centroamérica y el Caribe, donde representa más de la mitad de las inversiones. Otros importantes inversores son los Países Bajos (16%) –gran parte correspondientes a empresas multinacionales que se instalan allí para aprovechar los beneficios fiscales– y España (15%).

La industria agrícola fue la opción más elegida entre los sectores donde la inversión externa es más bienvenida. ¿Recibe la inversión extranjera mayor apoyo en las economías especializadas en producción primaria? Efectivamente, con una correlación positiva de 0,44, las economías donde la participación del agrícola es mayor son también las que consideran que la inversión externa es beneficiosa. Este es el caso de Paraguay, donde la el 87% considera que la inversión externa es beneficiosa y al mismo tiempo el aporte de la producción agrícola y pesquera es la más alta de la región alcanzando el 21% del PIB.

Gráfico 21.

IMPORTANCIA DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y PRODUCCIÓN PRIMARIA



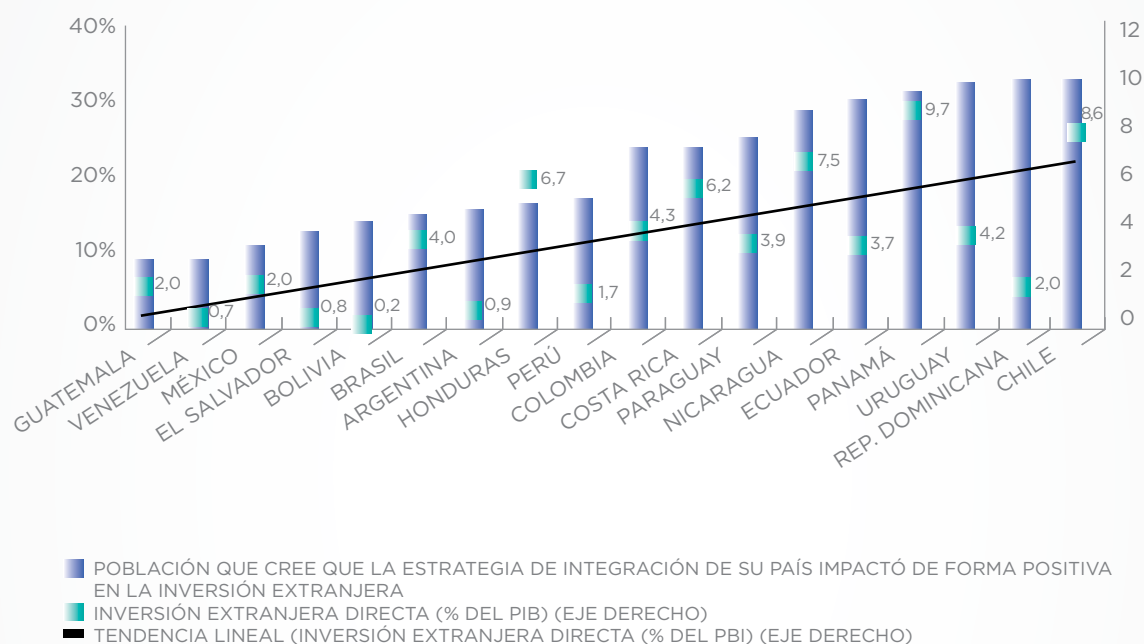
■ POBLACIÓN QUE CONSIDERA QUE LA INVERSIÓN EXTRANJERA ES BENEFICIOSA PARA EL PAÍS
 ■ AGRICULTURA Y PESCA COMO PORCENTAJE DEL PIB (EJE DERECHO)

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.²²

Otra forma de identificar si se percibe el efecto del ingreso de inversiones es comparar las inversiones extranjeras recibidas con la percepción de impacto de la estrategia de integración en los capitales recibidos. En este caso la correlación también es positiva y asciende a 0,64, siendo efectivamente los países con mayor percepción de impacto de la integración en las inversiones los que recibieron más capitales.

Gráfico 22.

PERCEPCIÓN DE IMPACTO DE LA INTEGRACIÓN EN LA INVERSIÓN E INVERSIONES RECIBIDAS



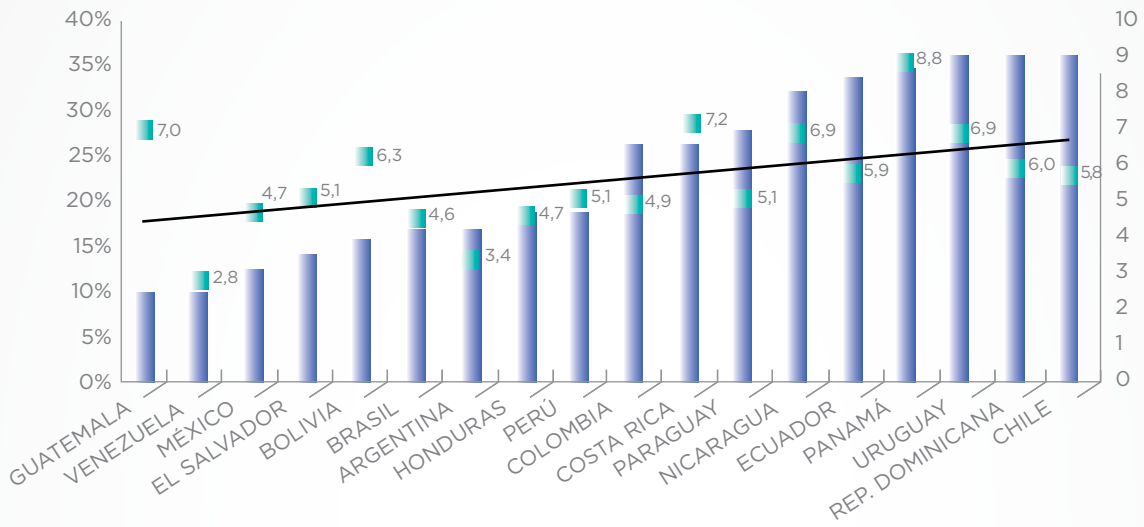
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016

Los casos paradigmáticos son Chile y Panamá, los países que más inversión extranjera recibieron en términos de su Producto Interno Bruto y también donde la percepción de impacto de la integración en las inversiones superó el promedio regional. En el otro extremo, países que recibieron pocos capitales externos como Guatemala, Venezuela, México y El Salvador, muestran una menor percepción de impacto de la integración en la inversión extranjera.

En sintonía con el resultado anterior, los países con menores restricciones al flujo de capitales y personas consideran que la estrategia de integración impactó de forma positiva en la inversión, con una correlación de 0,54.

Gráfico 23.

PERCEPCIÓN DE IMPACTO DE LA INTEGRACIÓN EN LA INVERSIÓN Y RESTRICCIONES A LOS CAPITALES



- POBLACIÓN QUE CREE QUE LA ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN DE SU PAÍS IMPACTÓ DE FORMA POSITIVA EN LA INVERSIÓN EXTRANJERA
- ÍNDICE DE CONTROLES A LA MOVILIDAD DE PERSONAS Y DE CAPITAL (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL (ÍNDICE DE CONTROLES A LA MOVILIDAD DE PERSONAS Y DE CAPITAL%)

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

MULTILATINAS. INVERSIONES DE EMPRESAS LATINOAMERICANAS

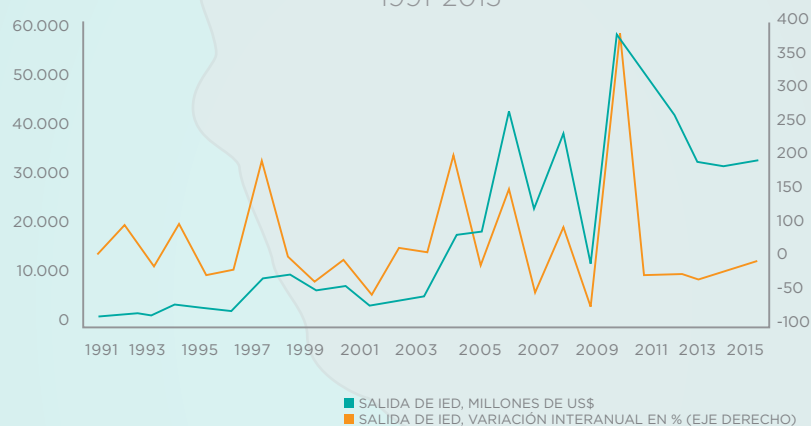
La presencia de las multilaterales en la economía global ha crecido notablemente. Bajo el escenario de la globalización y las reformas estructurales muchas grandes empresas originarias de Argentina, Brasil, Chile, y México adoptaron estrategias de internacionalización más agresivas durante la década del 1990. El nuevo contexto global impone en una creciente cantidad de sectores la necesidad de internacionalización de las firmas para su propia supervivencia y expansión. Asimismo, invertir en el exterior se convirtió en un camino ineludible para mejorar la posición competitiva de las empresas, ya que les permite no sólo acceder a nuevos mercados, sino también a mejor conocimiento tecnológico, productivo y comercial.

La internacionalización de las multilaterales continuó progresando durante los años 2000, período en el que empresas colombianas y peruanas se sumaron con fuerza a esta tendencia. Este proceso implicó para las firmas el desarrollo de nuevas capacidades de gestión productiva, tecnológica, de calidad, organizacional, comercial y financiera.

Sin embargo, tras sufrir los efectos de la crisis internacional de 2008-2009 y lograr recuperarse en los dos años siguientes, a partir de 2012 los flujos de IED comenzaron a reducirse como consecuencia de la desaceleración del crecimiento regional y a los cambios en los mercados internacionales de materias primas donde operaban la mayor parte de las empresas translatinas.

Gráfico a.

EVOLUCIÓN DE LOS FLUJOS DE IED DE LA REGIÓN EN EL EXTERIOR.
1991-2015



Fuente: UNCTAD

Si bien por problemas de registro, las cifras oficiales no siempre reflejan exactamente la verdadera dimensión de estos procesos, resultan de todos modos ilustrativas de su evolución. A principios de la década del noventa la IED saliente de toda América Latina sumaba poco más que US\$ 1.300 millones. En 2010 esa cifra llegó a un récord de US\$ 57.000 millones. La tendencia ascendente se interrumpió, no obstante, en 2015 la región invirtió en el exterior cerca de US\$ 33.000 millones.

En 2015 se profundizó la caída de los precios de las materias primas que exportan muchos países de la región y empeoraron las condiciones económicas de sus países, llevando las inversiones directas latinoamericanas en el exterior a su nivel más bajo desde 2010.

Sin embargo, en la actualidad, las empresas latinoamericanas operan en todos los continentes: aunque sus negocios se concentran en la propia región, cuentan con inversiones importantes en Europa, América del Norte, Asia, África y Oceanía.

Pese a estos promisorios avances, son pocas las multilaterales que pueden considerarse como jugadores verdaderamente globales, tanto por limitaciones de tamaño como por la todavía insuficiente acumulación de capacidades internas para competir en las fronteras de sus respectivas industrias. A ello se suma que, salvo en Brasil, no hay políticas explícitas de apoyo a estas empresas en la región. Por otro lado, son escasos los ejemplos de multilaterales que operan en actividades intensivas en conocimiento, reflejando el patrón de especialización productiva predominante en la región. Finalmente, no siempre la internacionalización de las multilaterales genera derrames y encadenamientos sobre sus economías de origen, por ejemplo, sobre el desarrollo de proveedores. Ello requiere una agenda a futuro tanto para consolidar la presencia global de estas empresas como para mejorar sus impactos sobre sus respectivos países.

Fuente INTAL Interactivo: La Locomotora Mundial / Sube Y Baja / Fondos Emergentes / Exportando Multilaterales / Multilaterales En Rr.Nn.

INFRAESTRUCTURA Y DESARROLLO

EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD

La brecha de infraestructura es uno de los mayores obstáculos para que América Latina incremente su productividad. La región invierte apenas 3% de su Producto Interno Bruto (PIB) en áreas fundamentales para la eficiencia y la competitividad externa, como el transporte, la energía y las comunicaciones, la mitad de la inversión que hacen los países de la OCDE.²³

Además, el costo logístico representa para una pyme europea el 8% de su producto final, mientras que en América Latina puede incluso superar el 40%. En tanto que para los productos perecederos, cada día de retaso adicional reduce las exportaciones en 7%.²⁴

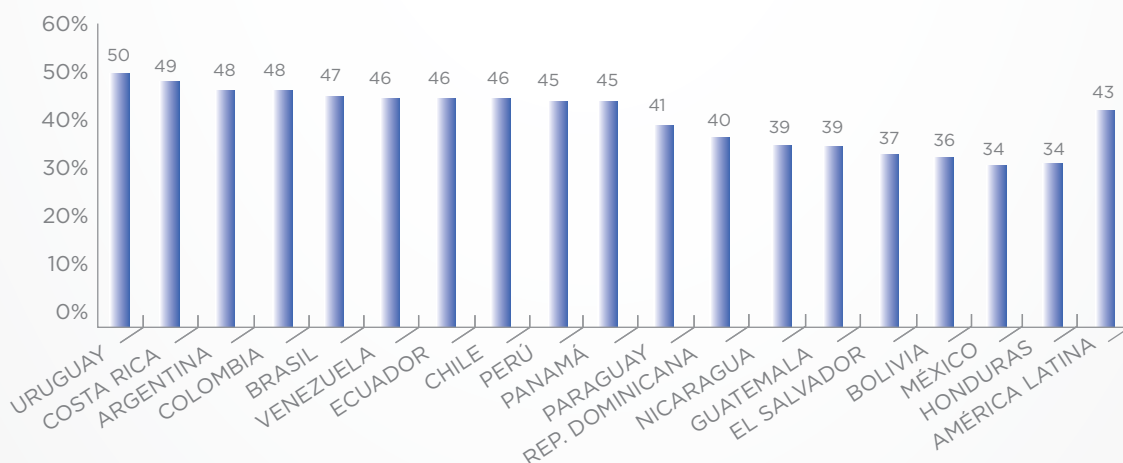
¿Somos los latinoamericanos conscientes del papel que juega la infraestructura para el desarrollo económico? El 43% de la población reconoce que se trata de un tema relevante, siendo mayor el reconocimiento en Uruguay (50%), Costa Rica (49%) y Argentina (48%).

Gráfico 24.

IMPORTANCIA DE LA INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS

Pregunta: De la siguiente lista de temas, dígame ¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?

Respuestas para infraestructura de transporte, agua, energía y saneamiento



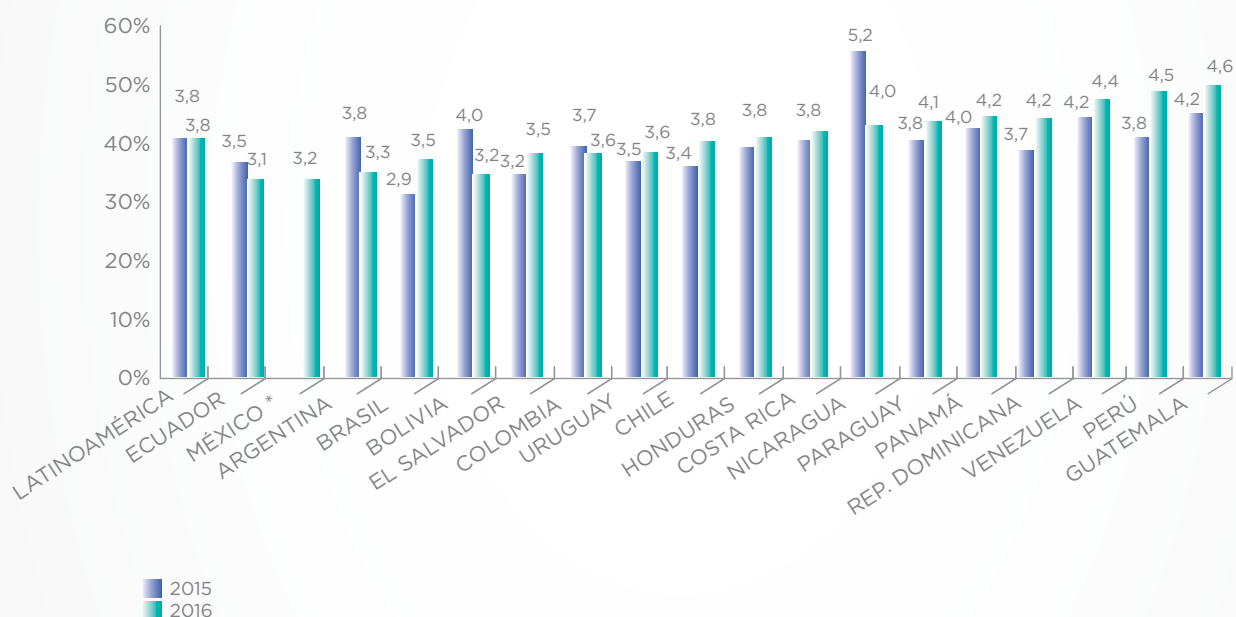
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016

Reconocer la importancia de un problema no implica necesariamente estar dispuestos a afrontar el costo de resolverlo. La disposición a pagar por mejorar la infraestructura en América Latina sigue siendo baja y se mantiene en los niveles de 2015, en un promedio regional de 3,8 puntos en una escala de 1 a 10. Brasil con un promedio de 2,9 en las respuestas fue el país que menos disposición mostró, mientras que Nicaragua con 5,2 fue el de mayor disposición.

Gráfico 25.

DISPOSICIÓN A PAGAR MAYORES IMPUESTOS Y/O ENDEUDARSE PARA FINANCIAR OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

Pregunta: En una escala de 1 a 10, donde 1 es “nada dispuesto” y 10 es “totalmente dispuesto”, ¿Cuán dispuesto está Ud. a que se aumenten los impuestos y/o el país se endeude para financiar obras de infraestructura que faciliten la integración?



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

* Sin dato para México 2015

Como mencionamos en INTAL (2016) la baja disposición a pagar no implica que no se reconozca la importancia de la infraestructura para el desarrollo. Otros motivos, como una situación social en deterioro, o la creencia de que la infraestructura debe pagarla “un otro”, usualmente el Estado, sin que esto implique una mayor carga tributaria presente o futura, son creencias que pueden actuar como contrapeso.

COSIPLAN-IIRSA. EL ESTADO DE LA INFRAESTRUCTURA DE INTEGRACIÓN

Carreteras, ferrovías, puertos, aeropuertos, son redes de conexión por las cuales transitan, comercian, y se comunican los más de 400 millones de suramericanos entre sí y con las economías del exterior. La infraestructura se ha convertido en una herramienta clave para el desarrollo y, principalmente, para la integración y cooperación regional, uno de los objetivos primordiales del Consejo Suramericano de Infraestructura y Planeamiento (COSIPLAN), que tiene al Instituto para la Integración de América y el Caribe (INTAL) como secretaria técnica.

La Cartera de Proyectos del COSIPLAN actualmente incluye 593 proyectos de transporte, energía y comunicación con una inversión estimada de US\$ 182.436 millones, distribuidos en todo el territorio Suramericano.

El 17% de los proyectos y el 12% de la inversión estimada de toda la cartera, están conformados por la Agenda de Proyectos Prioritarios de Integración (API). Esta Agenda ubica a la infraestructura como herramienta principal de la planificación territorial de América del Sur. Son 31 proyectos estructurados, compuestos por 103 proyectos individuales, los que buscan consolidar redes de conectividad física con alcance regional con el propósito de potenciar sinergias existentes y solucionar las deficiencias de la infraestructura implantada.

Un criterio de selección para estar dentro de API es ser prioridad de gobierno y contar con compromiso de realización, razón por la cual, del total de proyectos estructurados, el 31% se encuentran en ejecución, 26% en pre-ejecución, 22% concluidos y solo 21% en perfil.

Asimismo, del total de proyectos individuales, la mayor cantidad son del subsector carretero, fluvial y ferroviario, demostrando así que las obras de transporte encabezan la lista de prioridades.

Gráfico a.
ESTADO DE LA CARTERA DE PROYECTOS

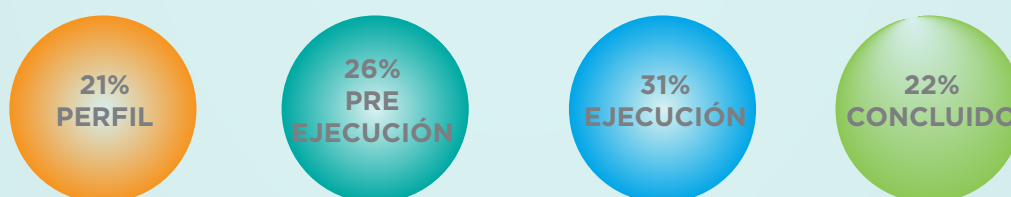


Gráfico b.
INVERSIÓN ESTIMADA SEGÚN ESTADO (EN MILLONES DE US\$)

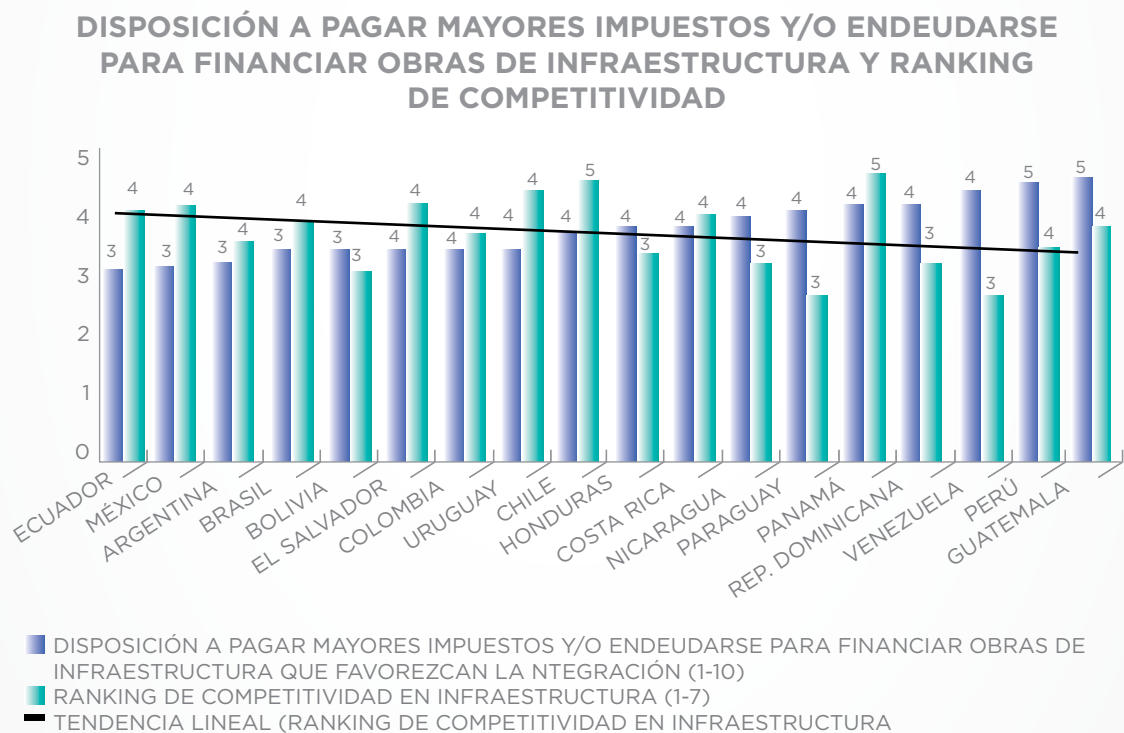


Fuente: www.iirsa.org

INFRAESTRUCTURA PARA SER COMPETITIVOS

Al comparar la disposición a pagar por infraestructura con el Ranking de competitividad se observa una correlación negativa de -0,35. Es decir que son los países menos competitivos los que están más dispuestos a pagar por mejorar su infraestructura vinculada a la competitividad. Se trata de un resultado importante puesto que las sociedades menos competitivas están demandando mayor infraestructura y, al mismo tiempo, están más dispuestas a realizar el esfuerzo necesario para conseguirla. Países como Chile y Panamá, donde la infraestructura es una pieza fundamental de sus economías por el grado de apertura externa aparecen como excepciones, con una alta disposición a pagar al tiempo que poseen una infraestructura de calidad. Sin esos dos países, la correlación negativa entre los dieciseis países restantes se profundiza y pasa de -0,35 a -0,52.

Gráfico 26.

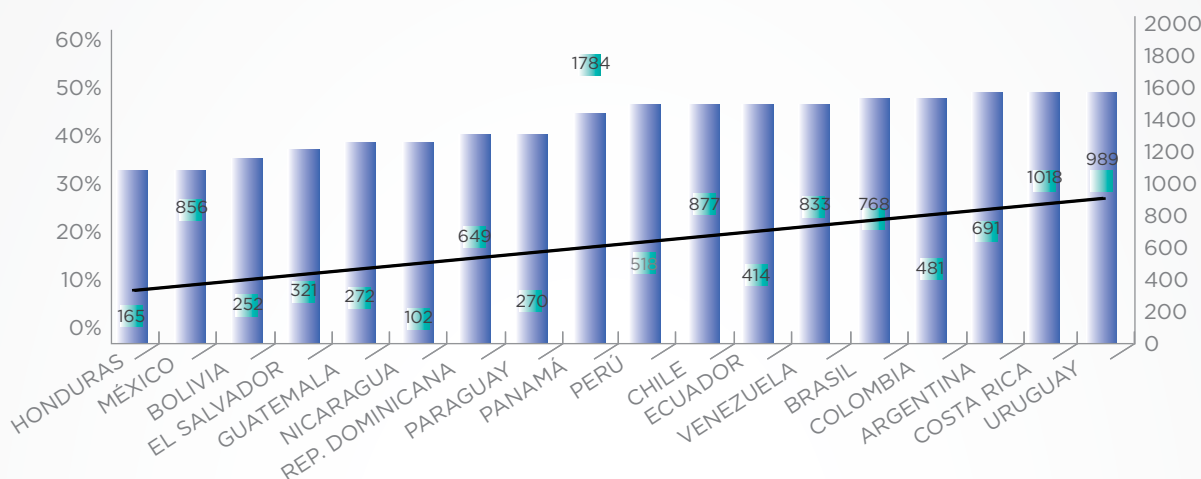


Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Además de promover la competitividad externa, la infraestructura de transporte y comunicaciones es una fuente importante de ingresos en las economías nacionales. Al comparar la importancia brindada a la infraestructura con su aporte en términos de ingreso por habitante, se encuentra una correlación positiva de 0,49.

Gráfico 27.

PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA INFRAESTRUCTURA Y APOORTE DEL SECTOR A LA ECONOMÍA



- POBLACIÓN QUE CONSIDERA QUE LA INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE, ENERGÍA, AGUA Y SANEAMIENTO ES IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS
- INGRESO ORIGINADO EN TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN (US\$ PER CÁPITA) (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL (INGRESO ORIGINADO EN TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN)

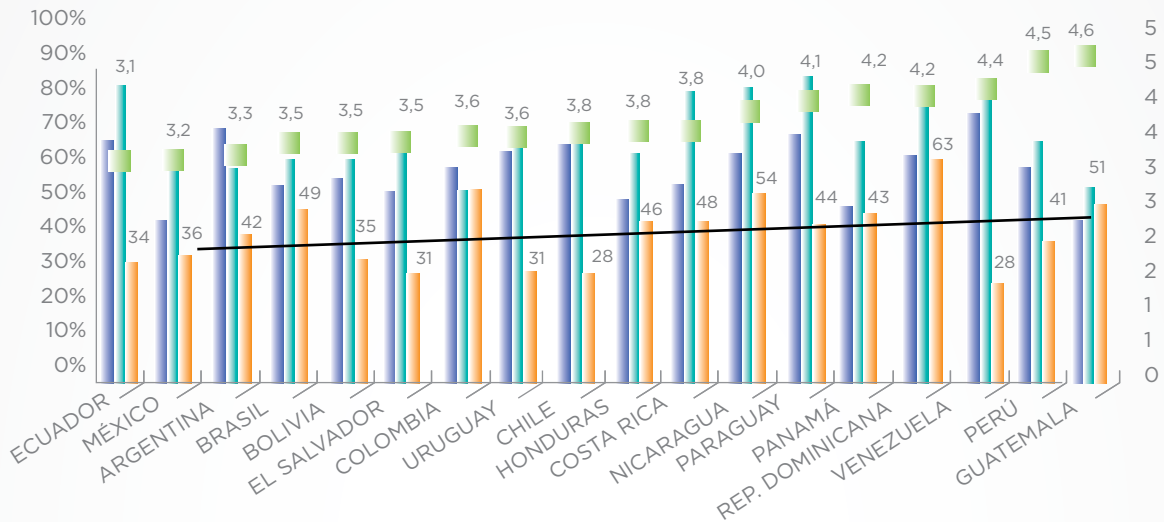
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Son los países que mayor importancia brindan a la infraestructura los que en la tendencia reciben también mayores beneficios del sector en términos de ingresos. Este es el caso de Uruguay, donde el 50% de la población dijo reconocer la importancia de la infraestructura para el desarrollo, y en el cual el sector reporta casi US\$ 1.000 por habitante. En el otro extremo, Honduras es el país que menos importancia le brinda a la infraestructura y donde los ingresos del sector por habitante llegan apenas a los US\$ 165. Factores internos y externos se conjugan entonces para determinar la importancia brindada a la infraestructura y la disposición a pagar para mejorarla.

Al comparar las estadísticas nacionales de los capítulos anteriores, puede verse que si bien existe una correlación positiva entre la importancia otorgada a la integración y a la inversión extranjera (0,53), no se percibe una relación clara entre estas dos y la disposición a pagar mayores impuestos y/o endeudarse para financiar obras de infraestructura. Esto puede deberse a que la infraestructura aún se percibe en parte como un fenómeno vinculado al mercado interno, y la disposición a financiarla con impuestos o créditos se relaciona con otros factores, como por ejemplo el optimismo sobre la situación económica personal en el futuro, donde se verifica una correlación positiva de 0,28 que subiría a 0,44 de no considerar a Venezuela (que se comporta aquí como un outlier, puesto que a pesar de su alta disposición a financiar obras de infraestructura muestra junto a Chile los valores de optimismo más bajos en la región).

Gráfico 28.

IMPORTANCIA A LA INTEGRACIÓN, A LA INVERSIÓN EXTRANJERA, OPTIMISMO SOBRE LA ECONOMÍA PERSONAL Y DISPOSICIÓN A FINANCIAR OBRAS DE INFRAESTRUCTURA



- POBLACIÓN DE ACUERDO CON LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA DE SU PAÍS CON OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN
- POBLACIÓN QUE CONSIDERA QUE LA INVERSIÓN EXTRANJERA ES BENEFICIOSA PARA EL PAÍS
- OPTIMISMO SOBRE LA RELACIÓN ECONÓMICA PERSONAL EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES
- DISPOSICIÓN A PAGAR MAYORES IMPUESTOS Y/O ENDEUDARSE PARA FINANCIAR OBRAS DE INFRAESTRUCTURA QUE FAVOREZCAN LA INTEGRACIÓN (1-10) (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL (OPTIMISMO SOBRE LA RELACIÓN ECONÓMICA EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES)

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

INDUSTRIA 4.0

Adelantos científicos y técnicos están modificando la forma en que producimos y comerciamos, y los mecanismos de integración entre personas y países.²⁵ La frontera entre bienes y servicios se desdibuja a medida que crece la economía digital, donde la creatividad es el motor principal del crecimiento.²⁶

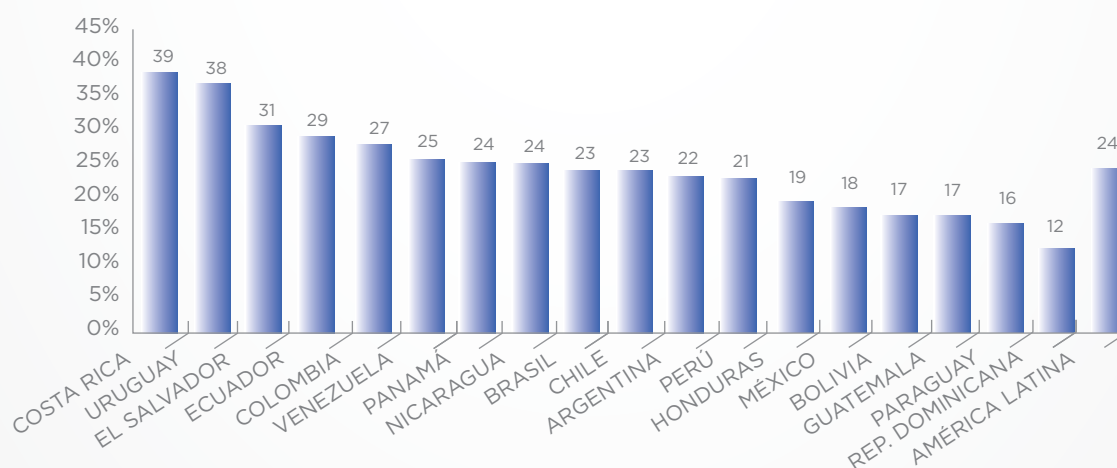
La globalización de grandes empresas transnacionales está dando lugar a un nuevo mercado global donde las tecnologías exponenciales tienen un rol cada vez más importante, y donde emprendedores de garaje gracias a su imaginación y a las plataformas de ventas on-line impactan en la economía global en áreas muy diversas, como el comercio, las tecnologías de la información y las comunicaciones, la fabricación digital, la bioeconomía, las aplicaciones de big data o la nanotecnología.²⁷ ¿Estamos preparados para un futuro que ya está entre nosotros?

En América Latina, el 24% de los ciudadanos cree que la innovación es un tema importante para el desarrollo. Esta creencia sube al 39% en Costa Rica, al 38% en Uruguay y al 31% en El Salvador. Mientras que desciende a 12% en República Dominicana, 16% en Paraguay y 17% en Bolivia.

Gráfico 29.

IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS

Pregunta: De la siguiente lista de temas, dígame ¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?
Respuestas para innovación



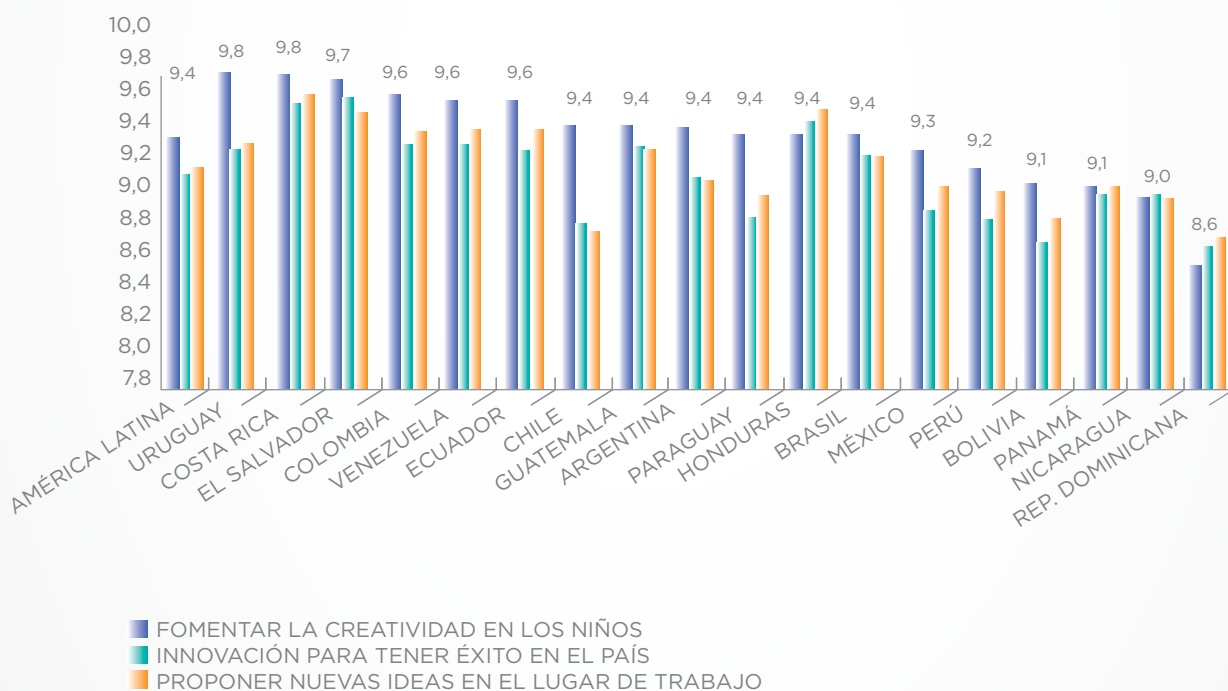
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Aunque los latinoamericanos creen que hay otros temas más prioritarios que la innovación para el desarrollo económico, asignan una importancia sustantiva a fomentar la creatividad de los niños, proponer nuevas ideas en el lugar de trabajo y a innovar para tener éxito. Se trata en definitiva de instancias donde la innovación juega un rol clave: en la educación de las futuras generaciones para fomentar la creatividad, en la vida cotidiana a nivel personal y laboral, y a nivel país como política pública.

En una escala de 1 a 10, la creatividad en los niños recibió el puntaje más alto de las 3 opciones, con un promedio de 9,4 puntos en la región. Muy cerca de ese valor, innovar para tener éxito promedió 9,2 puntos y proponer nuevas ideas en el trabajo 9,1. En la mayoría de los países se impone la creatividad en los niños por encima de otras formas de innovación, con la excepción de República Dominicana, Honduras y Nicaragua.

Gráfico 30.

IMPORTANCIA ASIGNADA A LA INNOVACIÓN



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

EXPECTATIVAS SOBRE LA INNOVACIÓN

¿Qué esperamos de las nuevas tecnologías? En primer lugar, que tengan un impacto positivo en la salud. El 48% de los encuestados aseguró que espera para los próximos 15 años un impacto positivo en el área del cuidado personal. Con un 45% de menciones le siguen cambio climático y creación de empleo como las opciones que concentran mayor expectativa

Gráfico 31.

IMPACTO ESPERADO DE LA INNOVACIÓN.

Pregunta: Dentro de 15 años, ¿En cuáles áreas cree Ud. que las innovaciones científicas y tecnológicas tendrán un impacto positivo?
 Respuestas en % para el total regional.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.
 Respuesta múltiple, porcentajes suman más de 100.

¿Cuál debería ser la prioridad en las aplicaciones de las nuevas técnicas y conocimientos científicos? Las prioridades se mantienen, con un listado nuevamente encabezado por cuidado de la salud (17%) y cambio climático (16%). La opción de transporte e infraestructura de transporte no aparece como prioritaria, apenas el 2% la mencionó como su primera alternativa.

Gráfico 32.

PRIORIDAD DE LA INNOVACIÓN.

Pregunta: Y ¿cuál cree Ud. que debe ser la primera prioridad de las innovaciones científicas y tecnológicas en los próximos 15 años? Nombre solo una. Respuestas en % para el total regional.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

UNA VENTANA AL FUTURO

Adelantos científicos que hasta hace poco parecían salidos de películas de ciencia ficción, como drones, robots, o autos sin conductor, están cerca de convertirse en moneda corriente en la producción, permitiendo dar saltos exponenciales en materia de productividad. ¿Cuál es la opinión de los latinoamericanos sobre estos adelantos de vanguardia?

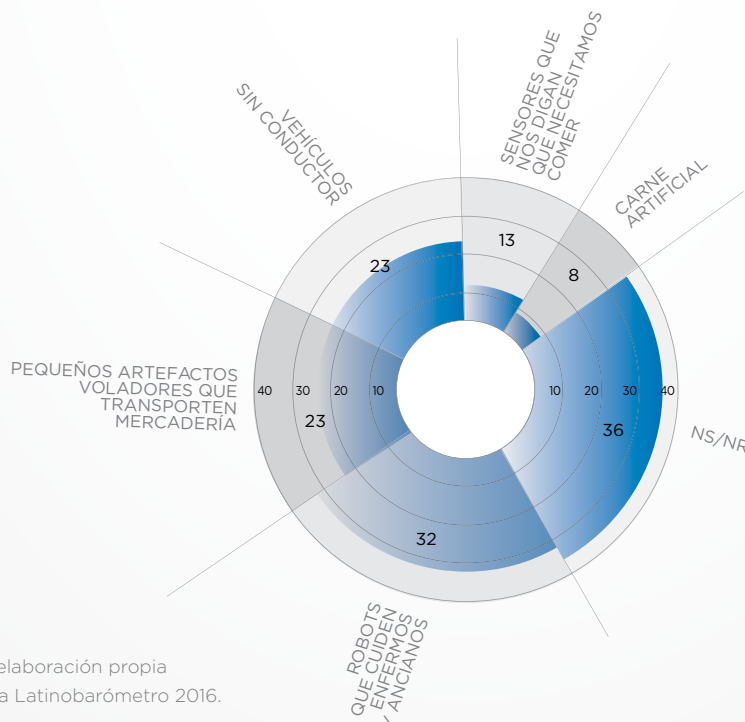
Consultados sobre robots, drones, automóviles autónomos, sensores corporales y carne artificial, una alta proporción de los latinoamericanos, el 36% del total, prefirió no responder la pregunta. Entre las opciones más valoradas, los robots que cuiden niños y ancianos lideran la elección con 32% de menciones positivas, en consonancia con la preocupación primera de los latinoamericanos en temas sociales. La tecnología aplicada a mejorar aspectos sociales parece tener mayor receptividad que aquella que se relaciona con la producción o el transporte.

La carne artificial o de laboratorio (una innovación aún en ciernes), competencia de la ganadería de la región, recibió apenas el 8% de las menciones. Tampoco tuvo mucho acogida la tecnología de punta vinculada a los alimentos, con 13% de las menciones. Los bajos porcentajes pueden deberse a desconocimiento o temores sobre los cambios que estos adelantos tecnológicos puedan generar en la vida de los latinoamericanos. Una mejor recepción tuvieron los artefactos voladores (drones) para transportar mercancías y los autos sin conductor, con 23% de menciones positivas.

Gráfico 33.

VALORACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Pregunta: ¿De la siguiente lista de adelantos tecnológicos ¿cuáles cree que son buenos para el futuro?
Respuestas en % para el total regional.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

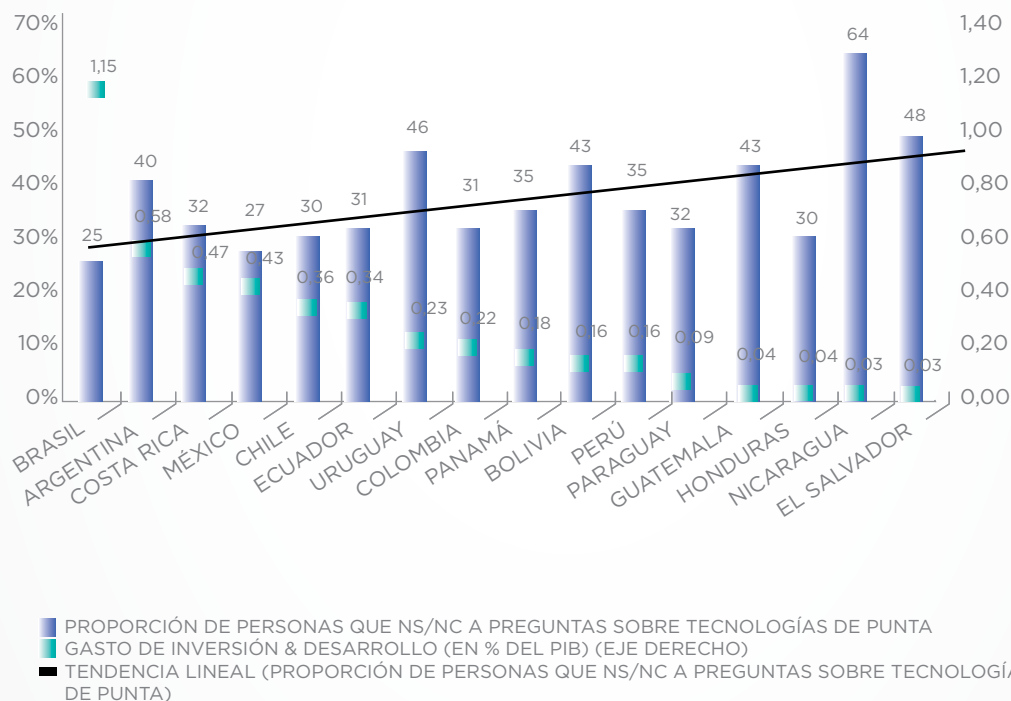
En ninguna otra respuesta del cuestionario la proporción de quienes responden no saben o prefieren no contestar es tan alta, superando incluso a la opción más votada (robots). ¿Puede este resultado estar vinculado a ciertos temores sobre las nuevas tecnologías o a la falta de información al respecto? Es imposible asegurarlo a priori aunque resulta interesante notar que los países que más apuestan a la innovación destinando recursos en investigación y desarrollo son también aquellos donde, en la tendencia, menos personas rehusaron expresarse sobre las nuevas tecnologías, con una correlación negativa de -0,48 entre ambas variables.

Gráfico 34.

DESCONOCIMIENTO SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y GASTO EN I&D

Pregunta: ¿De la siguiente lista de adelantos tecnológicos
¿cuáles cree que son buenos para el futuro?

* Respuestas solo para NS/NC



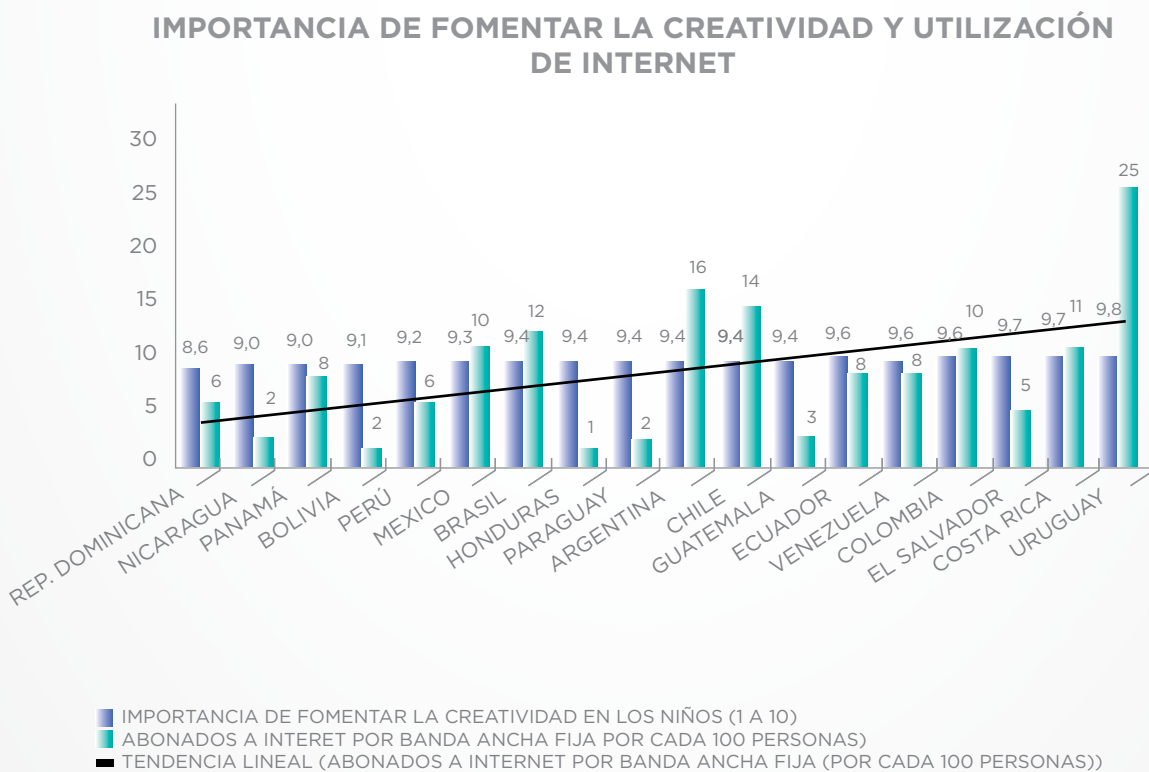
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016. Nota: Al cierre de este informe no había datos de I&D para Venezuela y República Dominicana para quienes la proporción de NS/NC fue de 33% y 18% respectivamente

UNA ECONOMÍA INTERCONECTADA

Internet permitió cambios sustanciales en la forma de comunicarnos. La expansión del conocimiento a través de la red abrió la puerta a un sinfín de oportunidades de intercambio cultural y comercial. Hoy existen más de 18 mil millones de dispositivos en el mundo con capacidad de conexión a internet, una interconectividad que apunala el comercio de bienes y servicios basados en las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).²⁸

En este marco nos preguntamos si existe alguna relación entre la importancia otorgada a la creatividad en los niños, la opción preferida entre las tres variantes de fomento a la innovación, y el acceso a internet. La correlación positiva de 0,43 entre ambas sugiere que la valoración a la innovación crece a medida que los ciudadanos tienen mayor acceso a nuevas tecnologías y conocimiento. Es el caso de Uruguay, el país con mayor número de abonados a internet por banda ancha en la región, y que es al mismo tiempo el que más importancia brinda al fomento temprano de la creatividad. En el extremo opuesto se ubican países como Nicaragua o Bolivia con muy baja inserción a la red y donde también se otorga una menor relevancia a la creatividad. Facilitar el acceso a internet a través de programas de democratización tecnológica podría contribuir entonces a generar una mayor conciencia en la sociedad sobre la importancia de la innovación.

Gráfico 35.



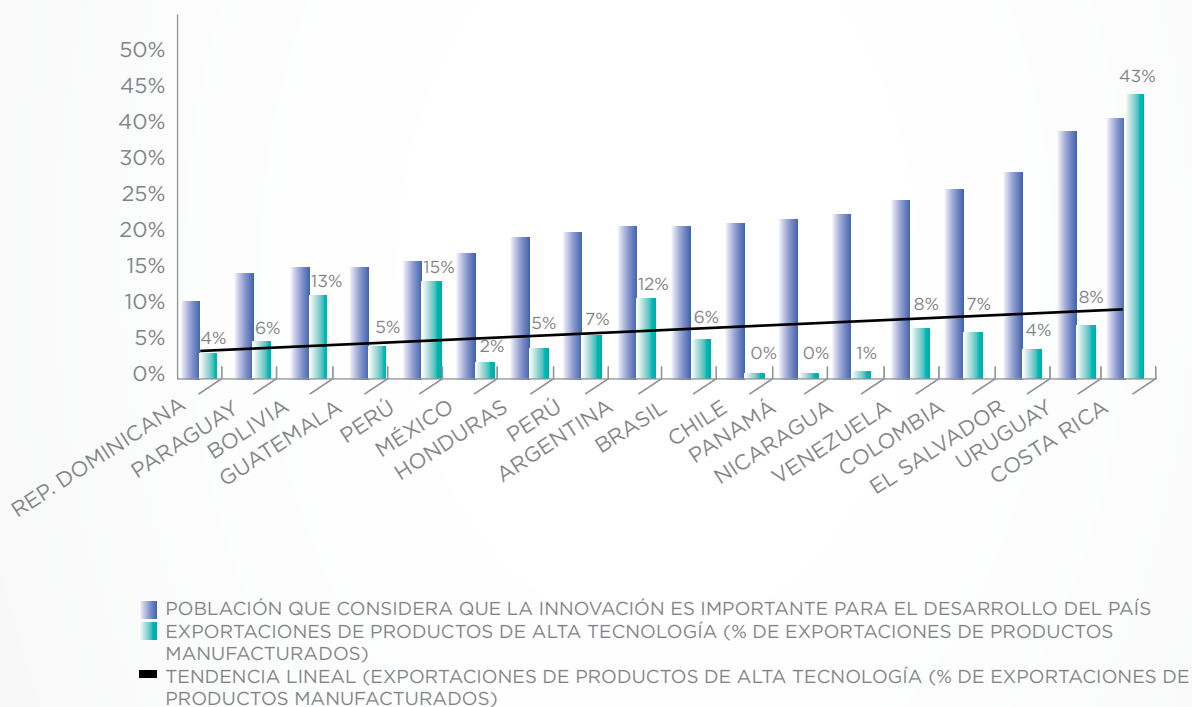
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

EXPORTACIÓN CON CONTENIDO TECNOLÓGICO

A su vez, lo anterior cobra una relevancia particular en materia comercial, puesto que son los países que más apoyo otorgan a la innovación los que realizan exportaciones con mayor contenido tecnológico. La correlación entre ambas variables es positiva y asciende a 0,46. Si se tienen en cuenta los países de la región que más exportaciones con contenido tecnológico realizan (por encima del promedio), la correlación sube a 0,74.

Gráfico 36.

IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN Y EXPORTACIONES TECNOLÓGICAS



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Costa Rica es el caso paradigmático, debido a que el apoyo a la innovación como motor del desarrollo es el más alto de la región, con el 39% de las respuestas, y también es el país con mayor proporción de exportaciones tecnológicas, con 43% del total de las ventas al exterior.

INVERSIÓN EN I+D EN AMÉRICA LATINA

La inversión en investigación y desarrollo (I+D) en términos del Producto Interno Bruto (PIB) indica la proporción del ingreso que cada sociedad destina a políticas de innovación, ciencia y tecnología. A nivel global, la inversión en I+D alcanza 2,1% del PIB. Pero la inversión en I+D muestra un comportamiento desigual a nivel regional. América del Norte y Asia Oriental y Pacífico se ubican por encima de esa media (2,7% y 2,6% de sus PIB, respectivamente), mientras Europa y Asia Central se aproxima al 2% de su producto. Por su parte, la de América Latina y el Caribe apenas alcanza el 0,8%.

Algunos de los países más destacados en este sentido son Japón, la República de Corea, Alemania y Estados Unidos, todos ellos con un grado de inversión en I+D superior al promedio mundial.

Gráfico a.
Inversión en I+D:
comparativo ALC
vs otras regiones
como % del PIB

Fuente: Banco Mundial

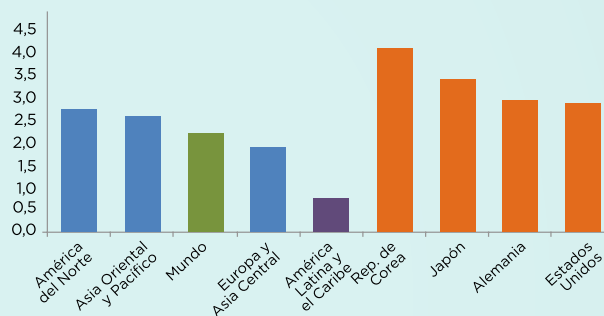
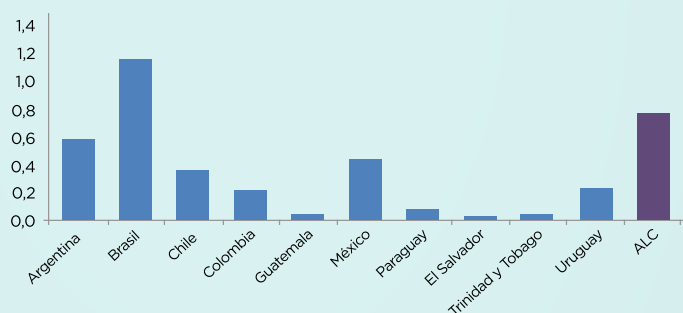


Gráfico b.
Inversión en I+D:
en ALC como
% del PIB

Fuente: Banco Mundial

*Datos 2012



Si bien sus niveles de inversión son bajos comparados con los de otras regiones, en América Latina y el Caribe la IED ha sido clave para apoyar el patrón de inserción internacional de los países, con inversiones en recursos naturales, exportaciones y servicios modernos. Sin embargo, ha tenido un impacto moderado y no extensivo en términos de contenido tecnológico, innovación e investigación y desarrollo (I+D).

El país latinoamericano con mayor inversión en I+D con relación a su PIB es Brasil con 1,2%, no obstante, aún se encuentra muy lejos de los niveles de los países más avanzados. Le siguen en importancia, Argentina (0,6%), México (0,4%) y Chile (0,4%).

América Latina no puede quedarse atrás. Las principales potencias del mundo apuestan a la I+D como motor de desarrollo. Tal es así que China espera superar en 2020 al promedio de los países de la OCDE con una I+D de 2,5% del PIB (sobre el tema véase MADE IN CHI-LAT, el número 40 de la Revista Integración & Comercio del INTAL).

MARCA PAÍS. ¿QUÉ PENSAMOS DE NOSOTROS MISMOS?

LAS VENTAJAS DE UNA BUENA REPUTACIÓN

En los últimos años proliferaron las agencias estatales que tienen como objeto instalar una marca país y ganar cuotas de mercados en productos específicos a partir de mejoras en la reputación. Así, diferentes países de la región han ganado fama mundial como productores de vino, tabaco, carnes y también en turismo, gastronomía, servicios médicos o diseño de indumentaria. Construir una reputación en determinado mercado es una de las claves de la inserción internacional de los productos latinoamericanos en el resto del mundo. Es a partir del conocimiento mutuo de clientes y proveedores que se abren nuevas oportunidades de negocios y la marca país se constituye en una ventaja competitiva.²⁹

¿Cuál es nuestra nota distintiva? Para el 57% de los latinoamericanos, la característica principal de su país es el deporte nacional. Le siguen en orden de elección paisajes y turismo (53%), comida y alimentos (38%), carnavales y fiestas religiosas (31%), violencia y narcotráfico (31%), capital humano (22%), proveedor de materia prima (18%), creatividad (14%) y apertura al exterior (12%).

Gráfico 37.

MARCA PAÍS

Pregunta: ¿Cuál de las siguientes características cree Ud. que hacen conocido a su país? (En %)





Como es de esperarse la característica elegida como principal varía según el país y la región. En Centroamérica, el turismo resulta más relevante que el deporte. En Bolivia priman los carnavales con 56%, en Chile las materias primas tuvieron más menciones que en cualquier otro país de la región con 27% de menciones, los peruanos optaron por la comida y los alimentos como su marca país, con 75% de menciones. La heterogeneidad es el reflejo de la variedad de la riqueza que muestra la región y de la especialización productiva o cultural de cada país.

¿DÓNDE PREFERIMOS HACER LAS COMPRAS?

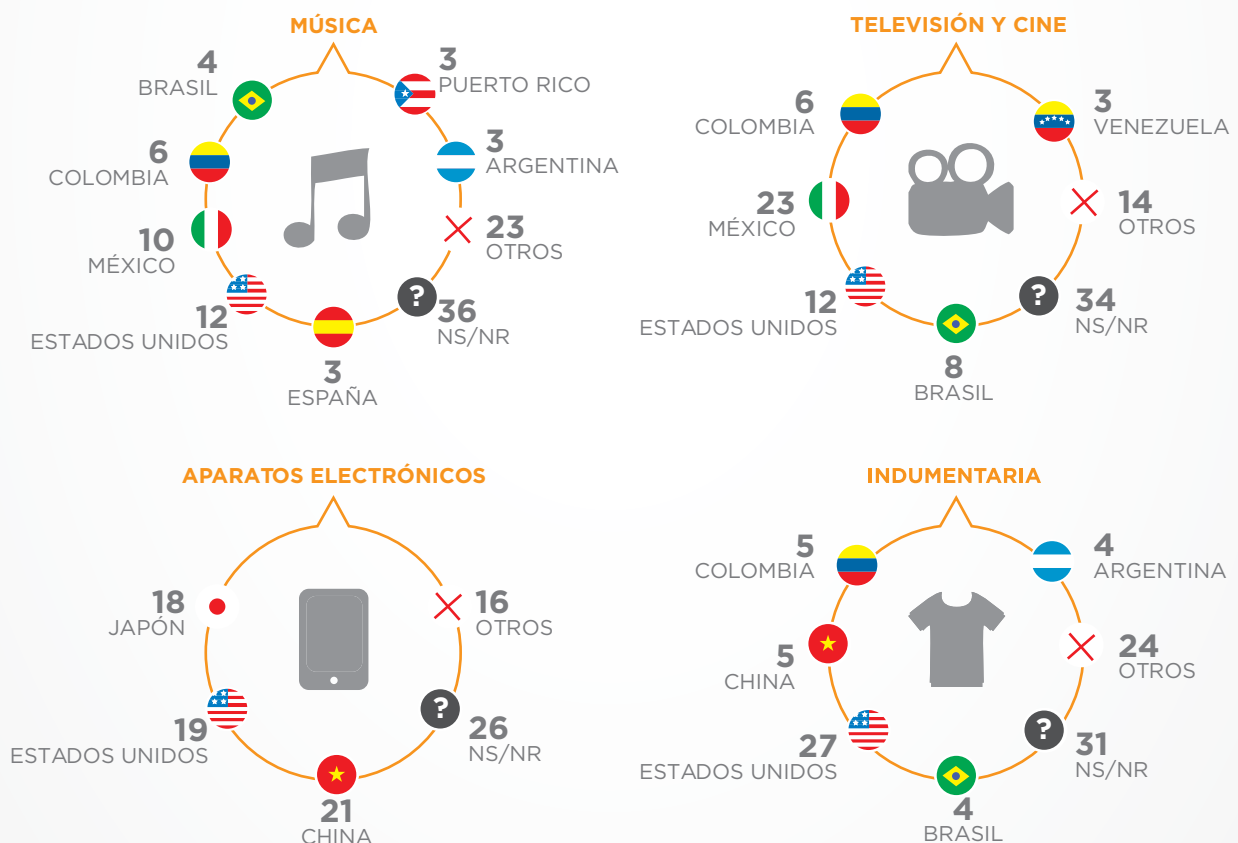
Como quién se reconoce frente al espejo de sus semejantes, resulta válido preguntarse si lo que pensamos de nosotros mismos es también lo que piensan los demás. Sin lugar a dudas, Estados Unidos aparece como el proveedor favorito de los latinoamericanos liderando cinco de las siete opciones consultadas y ocupando el segundo y tercer puesto en las opciones restantes. Entre los latinoamericanos, México y Perú aparecen bien valorados por su comida, tal como sostienen sus propios ciudadanos. Lo mismo ocurre con Brasil y el deporte.

Gráfico 38.

PREFERENCIAS DE CONSUMO

Pregunta: ¿De qué países del mundo prefiere Ud. que provengan los siguientes productos en cada una de las áreas de la economía?

Respuestas en % para el total regional para opciones que sumaron más de 3% de las preferencias.





LA IMAGEN DE AMÉRICA LATINA PARA EL RESTO DEL MUNDO

El Country Brand Index (CBI), elaborado desde 2005 por la consultora FutureBrand, mide la percepción sobre las marcas país a través de las asociaciones de viajeros frecuentes de otras partes del mundo que establecen una relación con productos, turismo, patrimonio y cultura, calidad de vida, clima de negocios y sistema de valores.

El informe para ALC 2015/2016 otorga los primeros puestos de la región a Brasil, Argentina, México, Chile y Perú. A los más de dos mil encuestados, se les pide también que digan palabras que asocian con cada uno de los países de la región. Por ejemplo, en el caso de Argentina surgieron Buenos Aires, fútbol, Messi, naturaleza, Cataratas de Iguazú, belleza, tango, cocina, cultura y carne. En el caso de Brasil, las palabras más asociadas fueron Amazonas, Pelé, Lula y carnaval.

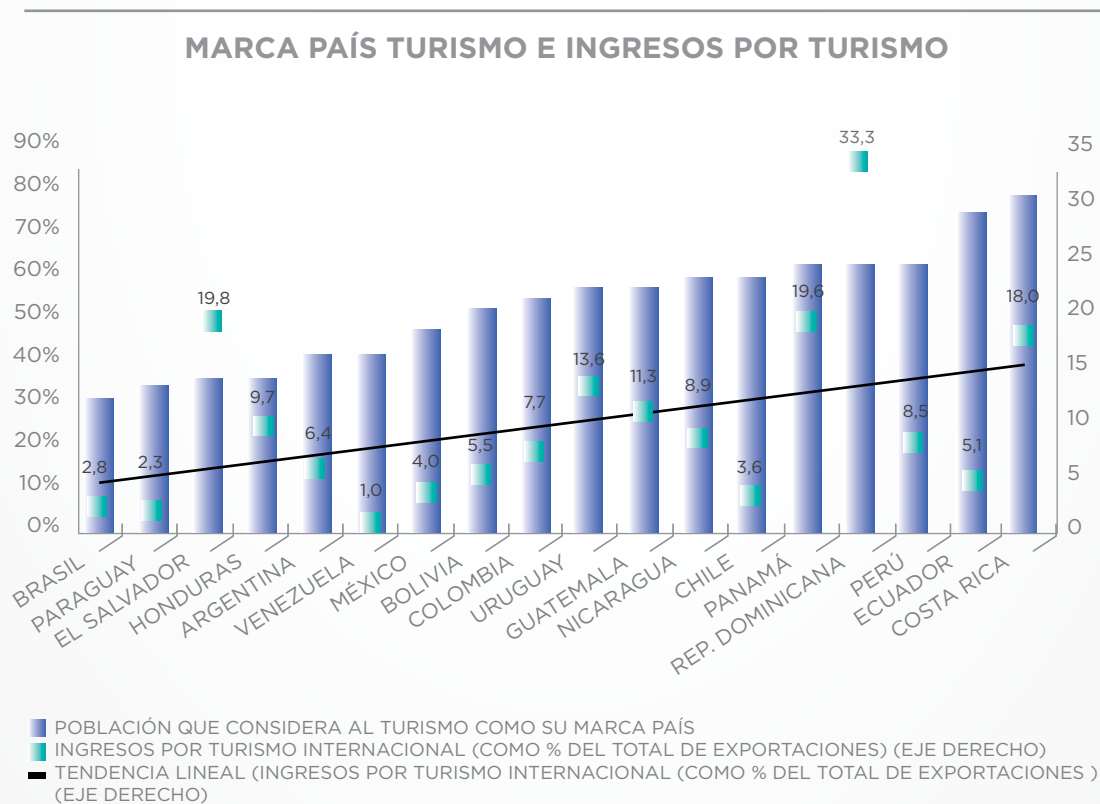
Entre los países que más avanzaron posiciones según el último sondeo se encuentran México y Paraguay. Las marcas país tienen como rasgo distintivo la integralidad. El branding nacional aloja los diversos subproductos turísticos, culturales, industriales y políticos del país. Una marca nacional que depende exclusivamente de la imagen proyectada por un único sector de la economía es un buen indicador de la necesidad de expandir esa imagen para minimizar el riesgo de exposición y vulnerabilidad.

EL REFLEJO DE LA REALIDAD

Las características principales de la economía de un país no sólo son percibidas por sus propios ciudadanos y por los ciudadanos de otros países, sino que tienen su correlato en una dimensión objetiva concreta. Este tipo de vínculos resultan esenciales cuando un país busca mejorar su reputación en los mercados, o instalarse como proveedor en sectores estratégicos para su desarrollo. Indicadores de percepción y estadísticas nacionales deben monitorearse de cerca para identificar si las mejoras se traducen en cambios de percepción ciudadana, en el país y en el exterior. Esto es válido tanto para realzar características positivas del país como para intentar modificar la percepción sobre algún aspecto negativo.

Un caso de este tipo de relación puede verse con los ingresos por turismo, que son más altos en los países donde hay una fuerte percepción de que el turismo es su nota distintiva. La correlación entre ambas es positiva y asciende a 0,35. Es el caso de Panamá, República Dominicana y Costa Rica, que se encuentran en el grupo de países donde la mayor parte de la población considera que su marca país es el turismo, al tiempo que efectivamente tienen un porcentaje relevante de ingresos del sector.

Gráfico 39.

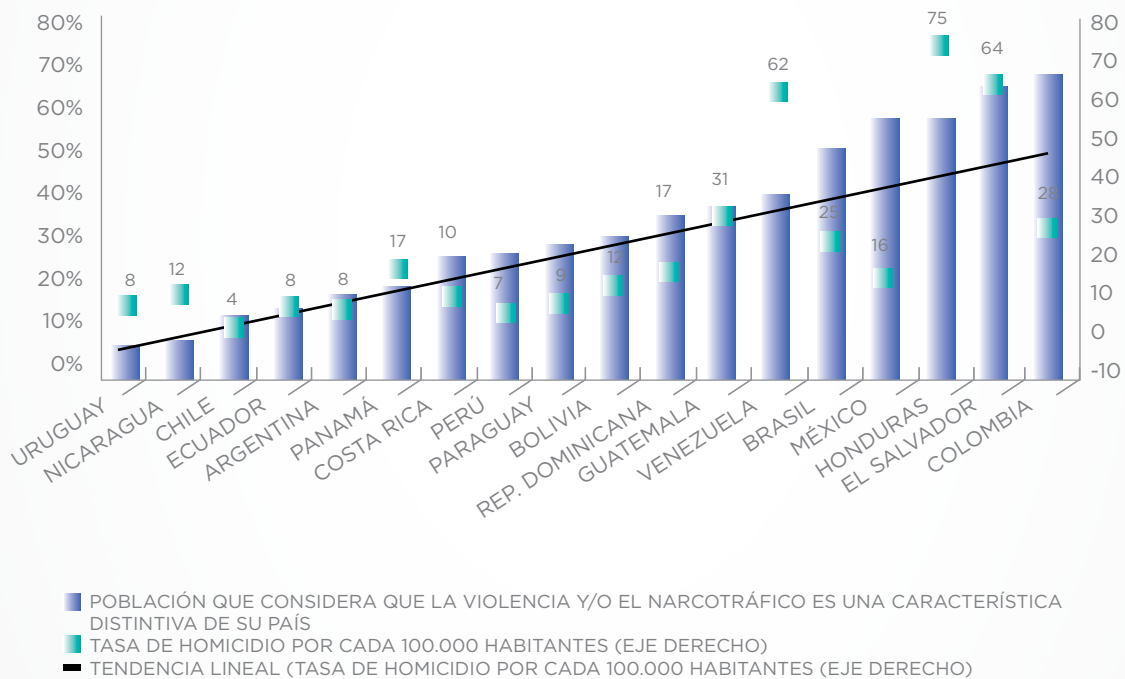


Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Por el lado de las características negativas del país, las percepciones también se condicen con la realidad que reflejan las estadísticas nacionales. Este es el caso de la opinión sobre la violencia como una nota distintiva, que tiene una correlación positiva de 0,67 con la tasa de homicidio registrada por cada cien mil habitantes. Colombia, El Salvador y Honduras están en el grupo de países donde la tasa de homicidio es más alta y donde sus propios ciudadanos señalaron a la violencia como una característica del país.

Gráfico 40.

VIOLENCIA COMO CARACTERÍSTICA DEL PAÍS Y TASA DE HOMICIDIO



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

CAMBIO CLIMÁTICO Y CONCIENCIA AMBIENTAL

DISPOSICIÓN A PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

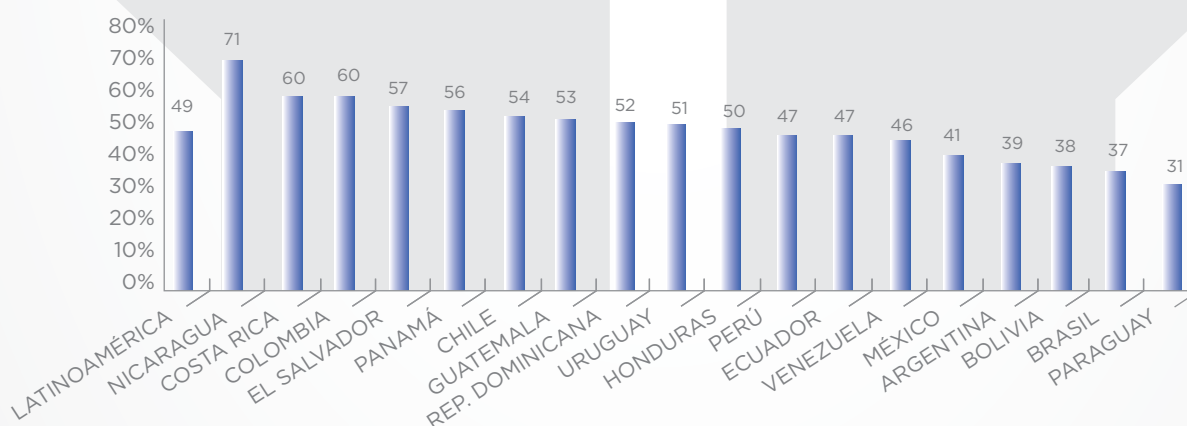
El desafío de proteger el medio ambiente abarca de forma transversal distintas aristas de las políticas públicas, desde las técnicas de producción hasta el reciclaje, desde la generación de energía hasta la logística y el transporte. La transferencia de tecnología es también fundamental para adecuar las técnicas de producción a los nuevos estándares. El mayor nivel de conciencia de los consumidores respecto de las cuestiones ambientales, y también de los derechos de los trabajadores, en las cadenas de valor está dando lugar a un creciente mercado de productos y servicios generados de manera sostenible. Se estima que el mercado mundial de bienes y servicios ambientales alcanzó los US\$ 866.000 millones y se espera que llegue a US\$ 1,9 billones en 2020.³⁰

¿Estamos los latinoamericanos dispuestos a proteger el medio ambiente? Con 49% de menciones entre los temas importantes para el desarrollo, el cuidado ambiental ocupa el segundo puesto siendo superado sólo por las políticas sociales y la inclusión. En una mirada por país, Nicaragua se aleja del promedio con un 71% de menciones positivas, seguido por Costa Rica, Colombia (ambos con 60%), y El Salvador (57%). Paraguay, en el extremo opuesto, fue el país que otorgó menos relevancia a la cuestión ambiental, con 31% de menciones. Le siguen Brasil (37%) y Bolivia (38%).

Gráfico 41.

IMPORTANCIA DEL MEDIO AMBIENTE PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS

Pregunta: De la siguiente lista de temas, dígame
¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?
Respuestas para medio ambiente y cambio climático



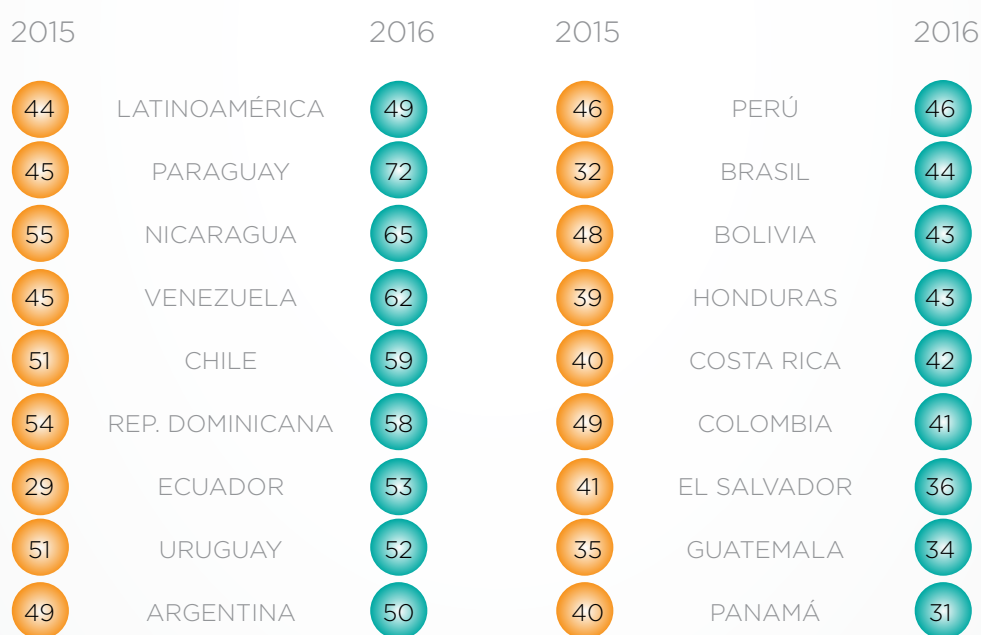
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Es interesante observar que un porcentaje bajo de menciones respecto a la importancia del cuidado ambiental no necesariamente implica un desinterés por el tema. Puede ocurrir que simplemente la ciudadanía considere que haya otras cuestiones más urgentes y que sea necesario focalizar la atención en ellas. Esto puede explicar por qué cuando se pregunta la disposición a pagar por proteger el medio ambiente Paraguay pase del último lugar del ranking al primero. El 72% de los paraguayos se mostró de acuerdo con pagar 20% más por sus productos si la producción es sostenible. Esta proporción está muy por encima del 49% del promedio regional y también supera con creces la medición del año pasado en el país, que había alcanzado 45% de las menciones. Le siguen Nicaragua (65%) y Venezuela (62%).

Gráfico 42.

DISPOSICIÓN A PAGAR PARA PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

Pregunta: Imagínesse que su país firma un acuerdo de integración con otros países de la región (América Latina y el Caribe). ¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos relativos al cuidado del medio ambiente, aunque esto implique pagar aprox. 20% más por los productos?
*Solo se consideran las respuestas "Muy de acuerdo" más "de acuerdo".



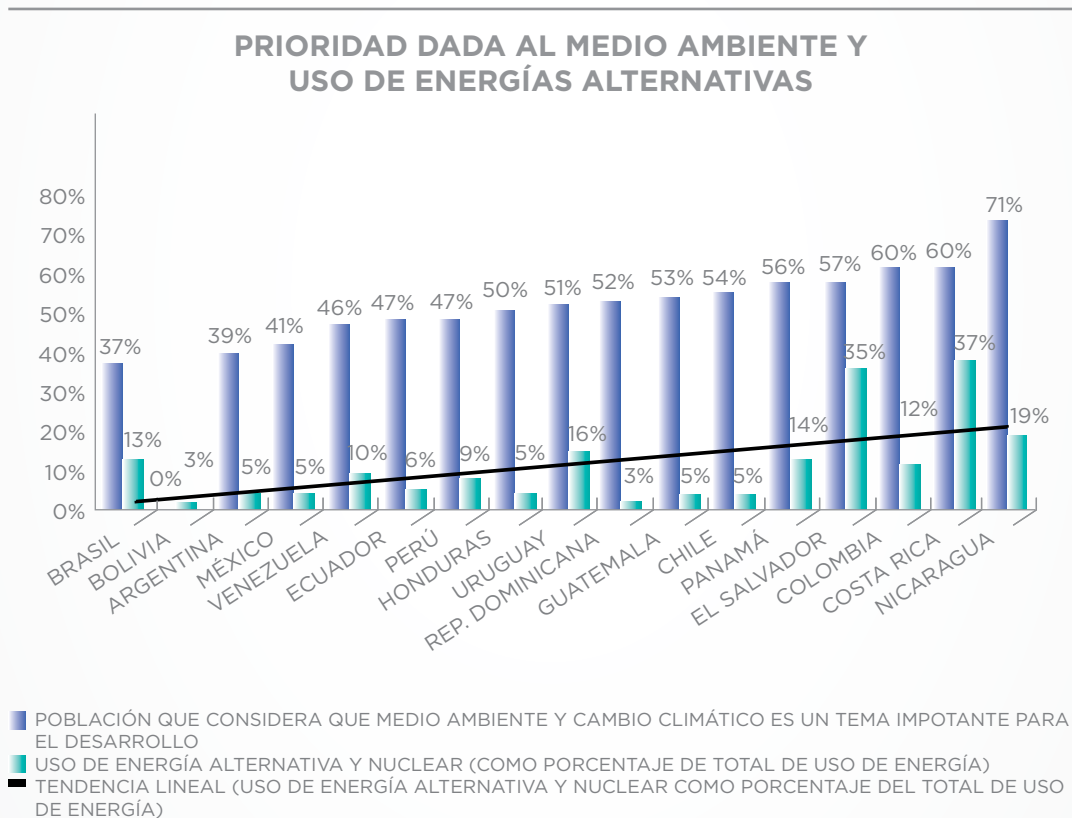
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

FOMENTO DE ENERGÍAS RENOVABLES

¿Cuál es la importancia de la conciencia ambiental? ¿Cuáles son las características que adopta la matriz energética en los países donde la preocupación por el medio ambiente es mayor? Al comparar la importancia brindada al medio ambiente con indicadores vinculados al uso de la energía, se observa una tendencia que marca un mayor protagonismo de las nuevas energías en los países donde es también mayor la preocupación ambiental.

Es el caso de Nicaragua, Costa Rica y El Salvador, que se encuentran en el grupo de países donde es mayor el uso de energías alternativas y donde también es alta la prioridad otorgada al medio ambiente. Ambas variables muestran una correlación positiva de 0,52.

Gráfico 43.



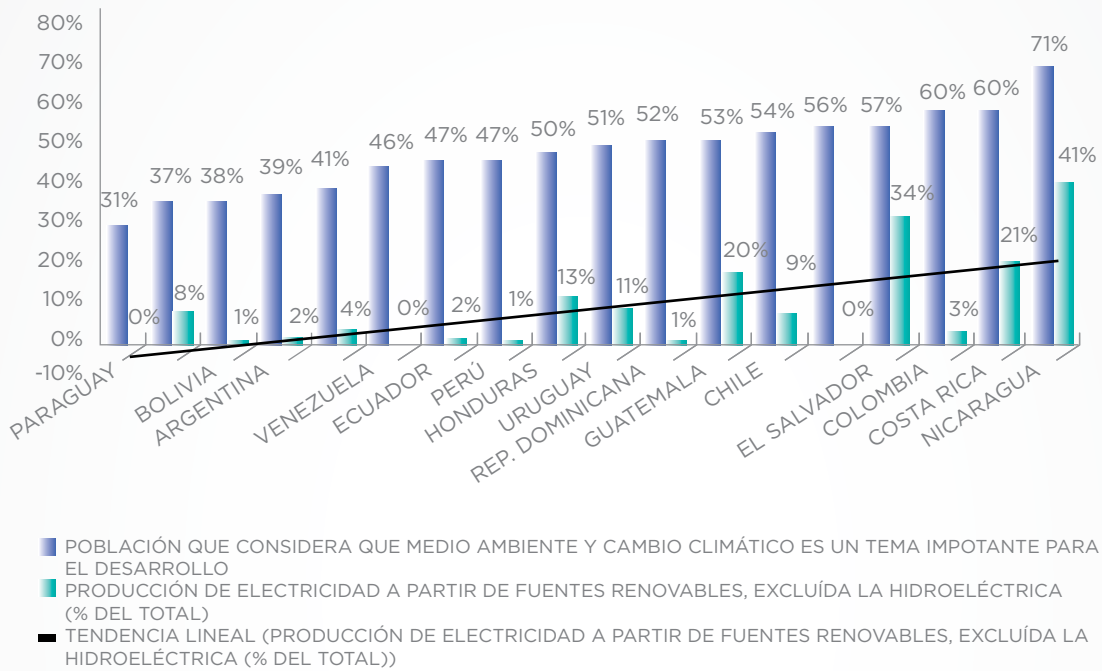
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016

* Nota: datos no disponibles para Paraguay al cierre de este documento

La correlación sube a 0,66 si se tiene en cuenta el uso exclusivo de producción de electricidad de energías renovables. Nuevamente, países de Centroamérica se encuentran en el grupo de mayor utilización, mientras que Paraguay, Brasil y Bolivia, al tiempo que tienen escasa utilización de energías renovables, brindan menor importancia al medio ambiente para el desarrollo del país.

Gráfico 44.

PRIORIDAD DADA AL MEDIO AMBIENTE Y PRODUCCIÓN DE ELECTRICIDAD CON FUENTES RENOVABLES

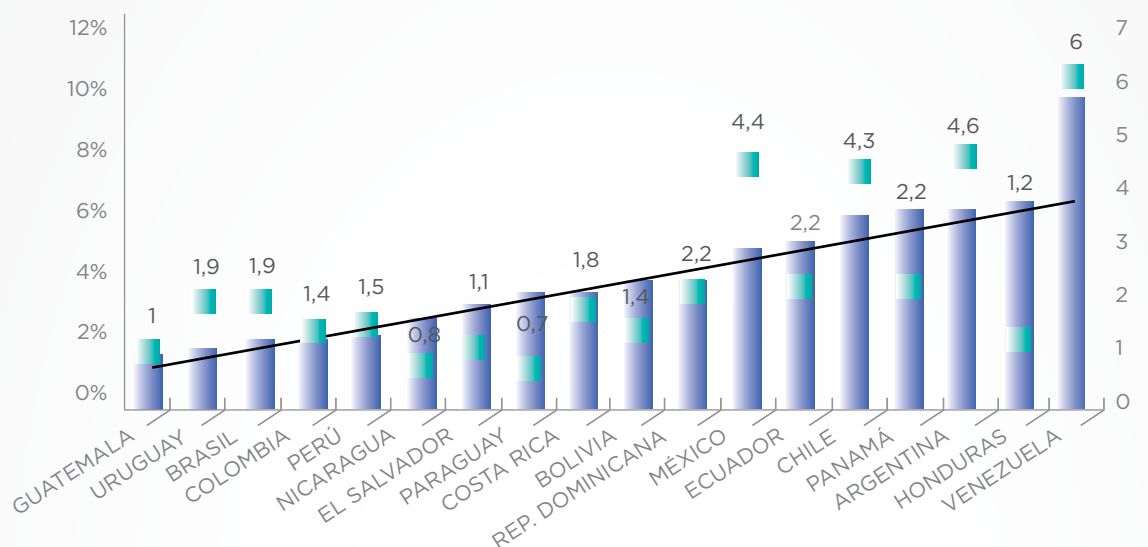


Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Como casi ningún otro sector, las energías renovables están asociadas con la innovación tecnológica. Desde autos con baterías eléctricas que funcionan sin conductor hasta paneles de energía solar económicos y energía eólica. La innovación es una pieza fundamental de cualquier cambio en la matriz energética. Al considerar la población que afirmó que la apuesta científica debe centrarse en la energía se observa una correlación de 0,74 con respecto a la emisión de dióxido de carbono por habitante que hace un país. Venezuela se encuentra al tope en ambas dimensiones, seguido de Honduras y Argentina.³¹ Mientras que en Guatemala, Uruguay y Brasil, se otorgó una prioridad menor a la innovación en oferta energética, al tiempo que esos países se ubican entre los menos contaminantes.

Gráfico 45

PRIORIDAD DADA A INNOVACIONES ENERGÉTICAS Y NIVEL DE CONTAMINACIÓN



- POBLACIÓN QUE CREE QUE LA PRIORIDAD DE LAS INNOVACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS DEBERÍA SER LA OFERTA DE LA ENERGÍA
- EMISIONES (CO2) PER CÁPITA (TONELADAS POR HABITANTE) (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL EMISIONES (CO2) PER CÁPITA (TONELADAS POR HABITANTE) (EJE DERECHO)

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016. 2016³²

DESARROLLO SUSTENTABLE

Entre las características que definen el desarrollo sustentable se destacan las siguientes: 1) la mayor eficiencia en la utilización de recursos naturales y, por lo tanto, un mayor cuidado del medio ambiente; 2) la aparición de modelos de co-producción, principalmente en la industria del software, basados en la mecanismos colaborativos y facilitados el abaratamiento del acceso a las tecnologías de la información y comunicación (TIC); 3) el surgimiento de nuevos mercados de bienes y servicios, antes impensados, nacidos a partir de la mayor y mejor conectividad entre oferentes y demandantes, que se enmarcan dentro del fenómenos de Economía Colaborativa; 4) la superación de distintas fallas de mercados; 5) una mayor participación de los ciudadanos en las decisiones de gobierno; etc.

El impacto regresivo que estas tecnologías podrían tener sobre los mercados laborales y la distribución del ingreso representan uno de los mayores desafíos de esta nueva era. Los empleos de menor calificación y menores salarios, corren altos riesgos de ser reemplazados por robots e inteligencia artificial. Como contrapartida a este riesgo, el incremento de productividad generado a partir de la automatización ofrece nuevas oportunidades en segmentos del mercado laboral de mayor calificación y remuneraciones más elevadas. Será necesario entonces, monitorear y procurar atender las posibles dificultades que surjan o imposibiliten la reasignación de recursos de un sector a otro.

Fuente INTAL Interactivo: Hazlo Tu Mismo / Código Abierto / TecnoSiembra / Fabricas Ecológicas / Robotizados / Conduciendo Hacia El Futuro

ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES EN ACUERDOS COMERCIALES DE PAÍSES LATINOAMERICANOS

Según se desprende de la base de Instrumentos Jurídicos de la Integración (IJI), existen más de 250 acuerdos multilaterales en vigor sobre el medio ambiente (AMUMA), de los cuales aproximadamente 20 incluyen disposiciones que pueden afectar al comercio. Esto ha llevado a una creciente necesidad de regular las relaciones entre medio ambiente y comercio, tanto en la agenda multilateral como en la regional. De hecho, la protección y preservación del medio ambiente fueron incluidos en el Acuerdo de Marrakech, por el que se estableció la Organización Mundial de Comercio (OMC), y se encuentran cada vez más presentes en los acuerdos de integración económica: de un total de 282 acuerdos registrados a la fecha ante la OMC, 72 (esto es, un 25%) tienen disposiciones relativas al medio ambiente.

América Latina no es una excepción a esta regla. De un total de 109 acuerdos de integración económica registrados en la base IJI, 39 incluyen algún tipo de normativa referida al medio ambiente. Dentro de este grupo de acuerdos pueden distinguirse a su vez tres grandes categorías: (a) acuerdos que incluyen una cláusula, capítulo o protocolo anexo con una descripción detallada de las obligaciones de las partes en la materia (20 acuerdos); (b) acuerdos que solo incluyen referencias a compromisos de cooperación en materia medioambiental (6 acuerdos); y (c) acuerdos con una breve referencia al compromiso de las partes de no disminuir sus respectivos estándares medioambientales a fin de atraer inversiones (13 acuerdos).

En líneas generales, los acuerdos que corresponden a la primera categoría descrita se basan en el modelo del NAFTA (y en las evoluciones más recientes de este modelo utilizadas por Estados Unidos y Canadá en sus respectivos acuerdos con otros países), y prevén todas o algunas de las siguientes obligaciones:

- Nivel de protección: obligación de prever “altos niveles” de protección medioambiental y continuar incrementándolos progresivamente. Obligación de cumplir los compromisos adoptados por las partes en acuerdos medioambientales multilaterales.
- Transparencia: compromiso de publicar toda regulación que se adopte en materia medioambiental.
- Anti-proteccionismo: obligación de no utilizar medidas medioambientales con fines proteccionistas.
- No reducción de estándares: Compromiso de no reducir los estándares medioambientales para atraer comercio o inversiones.
- Implementación: obligación de adoptar medidas que aseguren el cumplimiento efectivo de las normas medioambientales.
- Recursos legales: acceso a recursos administrativos y judiciales para hacer valer los derechos medioambientales.
- Institucionalización: creación de comisiones mixtas o puntos focales para el seguimiento de las obligaciones previstas en el tratado.
- Mecanismo de solución de diferencias.

Entre los países de la región que han suscripto acuerdos comerciales de esta categoría, se destacan Chile, Perú y Colombia. La gran mayoría de estos acuerdos fueron firmados con países desarrollados, ajenos a la región (en particular, con Estados Unidos y Canadá).

Entre los acuerdos que incluyen compromisos en materia de cooperación medioambiental pueden distinguirse aquellos que tan solo mencionan tangencialmente el tema dentro de cláusulas o capítulos de cooperación más amplios (por ejemplo, el Art 18 del Tratado de Libre Comercio Australia-Chile), de aquellos que prevén una cláusula o sección específicamente dedicada a cooperación en materia de protección del medio ambiente (por ejemplo, el Acuerdo UE-México). En los acuerdos que toman esta última postura, suelen incluirse actividades conjuntas en materias tales como: intercambios de información y experiencias sobre legislación ambiental; formación de recursos humanos; educación en temas de medio ambiente; ejecución de proyectos de investigación conjunta, entre otros.

Por último, cabe destacar que de los 43 acuerdos suscriptos en el marco de la ALADI y registrados en la base IJI (Acuerdos de Complementación Económica -ACE- y Acuerdos con Otros Países Latinoamericanos -AAP.A25TM-) tan solo uno, firmado entre Ecuador y Guatemala incluye disposiciones en materia medioambiental.

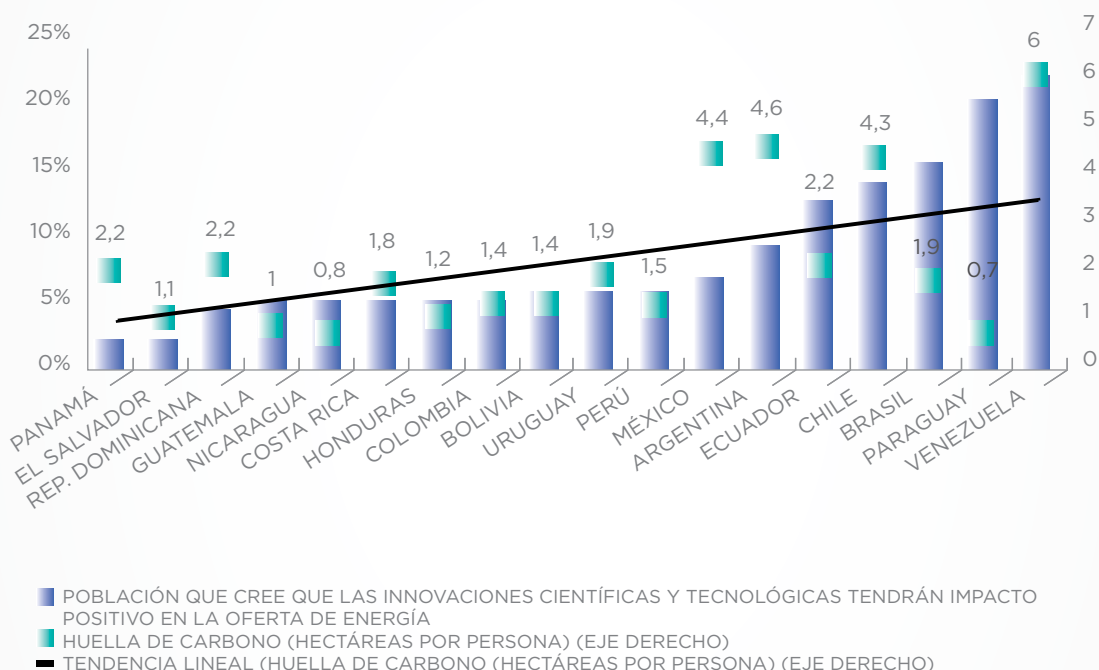
Fuentes: base de Instrumentos Jurídicos de la Integración (IJI), disponible en INTRADEBID.

Gráfico 46.

ACUERDO FUERTE CON PAGAR MÁS POR PRODUCTOS SOSTENIBLES Y CONTAMINACIÓN

CONTAMINACIÓN Y HUELLA DE CARBONO

En relación con la disposición a pagar más si los productos respetan el medioambiente, nos preguntamos si existe también una relación con el nivel de contaminación ambiental. La correlación entre la emisión (CO₂) y el porcentaje de personas que se mostró “muy de acuerdo” (manifestación de acuerdo fuerte) es de 0,46%, que sube a 0,70% si no se considera a Paraguay, que muestra un comportamiento extremo respecto al resto de los países (outlier).

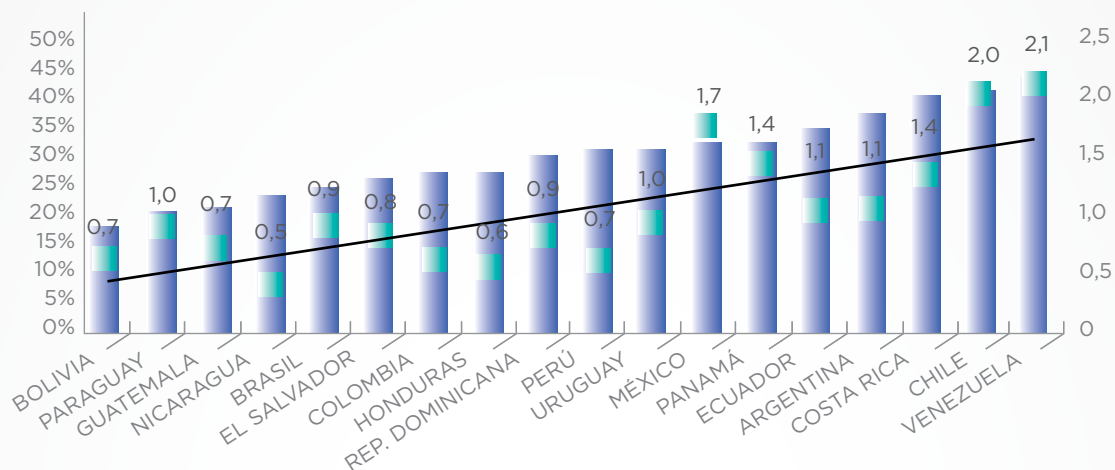


Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Otra medida para identificar daños ambientales, la huella de carbono, mide la cantidad de gases de efecto invernadero y su impacto en el cambio climático como consecuencia de actividades productivas contaminantes o vinculadas al transporte. Al comparar los países que más contaminan desde este punto de vista (los que dejan una mayor huella de carbono) y la prioridad otorgada a la innovación en nuevas energías, la correlación trepa hasta 0,78. Es decir que son los países que en su producción dejan una mayor huella de carbono, como Venezuela, Chile y Costa Rica, los que al mismo tiempo demandan que la innovación tenga como prioridad la energía.

Gráfico 47.

PRIORIDAD DADA A INNOVACIONES ENERGÉTICAS Y HUELLA DE CARBONO



- POBLACIÓN QUE CREE QUE LAS INNOVACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS TENDRÁN IMPACTO POSITIVO EN LA OFERTA DE ENERGÍA
- HUELLA DE CARBONO (HECTÁREAS POR PERSONA) (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL (HUELLA DE CARBONO (HECTÁREAS POR PERSONA) (EJE DERECHO))

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

TECNOLOGÍA VERDE

La manera de pensar de la sociedad civil con relación al cuidado del medio ambiente está evolucionando de la mano del tránsito de un modelo de producción “fordista”, caracterizado por la producción en masa de productos en base a energía y materiales baratos, hacia un nuevo paradigma basado en tecnologías exponenciales. El viejo dilema entre crecimiento y bienestar de las sociedades se ha roto. A medida que las economías crecen, su sociedad civil demanda en forma progresiva un mayor cuidado de los recursos ambientales. El desarrollo económico es concebido de la mano de una mejora del bienestar social y, por lo tanto, implica una mayor protección del medio ambiente por parte de todos los agentes económicos. Los países latinoamericanos, cuya especialización productiva se basa en gran medida en la explotación de sus recursos naturales, deben redoblar sus esfuerzos para reducir los costos ambientales que el crecimiento económico implica. Los mercados ya están empezando a pagar un plus por productos y servicios producidos con procesos que incorporen metas ambientales, por lo cual existen incentivos necesarios para que el sector productivo explore mecanismos de producción que incorporen objetivos ambientales. Adicionalmente, los gobiernos, a través de la firma de acuerdos internacionales que incluyan compromisos relativos al cuidado del medio ambiente, contribuyen a elevar estos incentivos y dar respuesta a la mayor demanda social. Las nuevas tecnologías, son los aliados fundamentales para maximizar la eficiencia productiva, reduciendo el consumo de energía, el uso de materiales y la emisión de contaminantes.

Fuente: INTAL Interactivo: Fábricas Ecológicas / Bienes Ambientales / Despetrolizados / Costos Ambientales / Bajando La Fiebre / Eco Políticas

INCLUSIÓN SOCIAL Y EQUIDAD

DERECHOS LABORALES

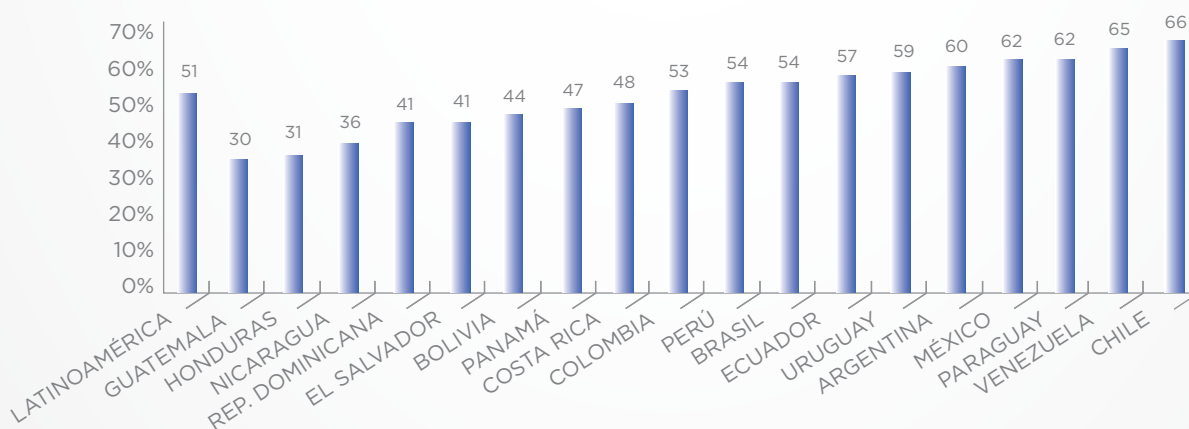
A pesar de avances en la búsqueda de mayor igualdad, América Latina y el Caribe continúa siendo una de las regiones más desiguales del planeta. En la última década proliferaron programas sociales de asistencia, se multiplicó la clase media y se expandió el acceso a servicios básicos de educación y salud. Sin embargo, 175 millones de personas aún viven en la pobreza y persisten desigualdades en materia de ingresos y oportunidades. La informalidad laboral continúa siendo uno de las características propias de la región: el 55% del empleo es informal o precario, superando el 60% en algunos países. La brecha de ingresos entre trabajadores formales e informales se acrecienta cuando alcanzan la edad jubilatoria y el desincentivo al trabajo formal conduce a una baja tasa de ahorro: solo la mitad de la población activa ahorra para el momento de su jubilación.³³

Quizás sea por estas razones que las políticas sociales están al tope de las prioridades de los latinoamericanos. El combate de la pobreza y las mejoras en la equidad y la inclusión constituyen la demanda principal y el tema más relevante para el desarrollo en la opinión de los ciudadanos de la región: el 51% de los latinoamericanos asegura que la cuestión social es prioritaria. Este registro sube hasta 66% en Chile, 65% en Venezuela y 62% en Paraguay. En tanto en cinco países de Centroamérica (Guatemala, Honduras, Nicaragua, República Dominicana y El Salvador), los valores se encuentran muy por debajo del promedio, en un rango entre 30% y 41%.

Gráfico 48.

IMPORTANCIA DE LA INCLUSIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS

Pregunta: De la siguiente lista de temas, dígame
¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?
Respuestas para políticas sociales, inclusión social y pobreza.



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

La informalidad es un grave problema en una región que se activa ahora para el momento de su jubilación.³⁴ Al ser consultados sobre la disposición a pagar más por productos que respeten los derechos laborales, el 46% de los latinoamericanos se mostró de acuerdo, mejorando el promedio de 41% verificado en la medición pasada. Los países con mayor disposición a pagar más por productos que se fabriquen en cumplimiento de las leyes laborales son Paraguay (71%), Venezuela (63%) y Nicaragua (62%).

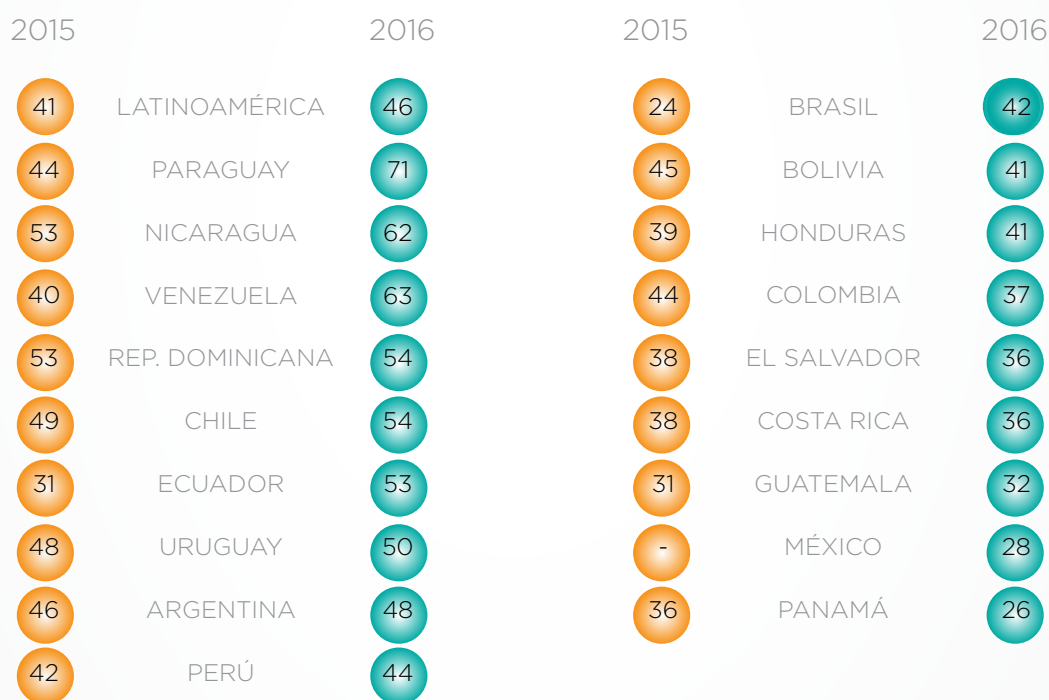
Gráfico 49.

DISPOSICIÓN A PAGAR PARA QUE SE RESPETE EL DERECHO DE LOS TRABAJADORES

Pregunta: Imagínese que su país firma un acuerdo de integración con otros países de la región (América Latina y el Caribe).

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos sobre los derechos de los trabajadores nacionales y extranjeros, aunque esto implique pagar 20% más por los productos?

*Solo "Muy de acuerdo" más "de acuerdo".



Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Nuevamente, son países de Centroamérica los que aparecen entre los menos dispuestos a pagar por respetar reglas del comercio que incluyan derechos a trabajadores en la etapa de producción. En relación a la medición de 2015, se verificó un avance significativo en Brasil, donde la disposición a pagar más por productos que respeten derechos laborales a partir de acuerdos de integración pasó de 24% a 42% este año (un incremento de 75%).

NODO I+I. INCLUSIÓN SOCIAL MÁS INTEGRACIÓN REGIONAL

La desigualdad social genera antinomias y fragmentación entre los ciudadanos, escasa cohesión social y mayor propensión a la desestabilización política, mientras que la inclusión social es la muestra más acabada de una democracia que en lugar de debilitarse se fortalece.

Desde el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL), el Sector de Integración y Comercio, y el Sector Social, ambos del Banco Interamericano de Desarrollo, contribuimos a la búsqueda de respuestas creativas al fenómeno de la inequidad con una serie de actividades y estudios con el propósito de impulsar la integración regional e incrementar la inclusión social.

En este contexto, una iniciativa guiada por los profesores Luis Bértola (Universidad de la República) y Jeffrey Williamson (Universidad de Harvard) convocó a expertos globales para identificar las raíces históricas de la inequidad y evitar que siga siendo una de las características distintivas de la región. El libro “La Fractura. Pasado y presente de la búsqueda de equidad social en América Latina” aborda con una visión a largo plazo los fenómenos estructurales de situaciones temporales y estudia el tema de una manera original, a través de un enfoque interdisciplinario y científicamente riguroso.

El trabajo en conjunto entre el INTAL y el Sector Social del BID continua a través del Nodo i+i (Integración Regional + Inclusión Social), un proyecto lanzado en alianza estratégica con la Universidad de Columbia en Nueva York (www.iadb.org/intal/nodoi).

La integración regional y global es una pieza clave para revertir la tendencia puesto que son las sociedades más integradas, con la región y el mundo, las que logran crecer de forma más armónica reduciendo la brecha de desigualdad entre las personas. Integración e inclusión son dos caras de una misma moneda.

Por esta razón, los países de la región comparten el interés de avanzar en reformas de segunda generación que, desestimando falsos atajos, sienten las bases de naciones que sean a la vez más igualitarias y más integradas al mundo.

TABLA A. PROGRAMAS DE TRANSFERENCIAS MONETARIAS

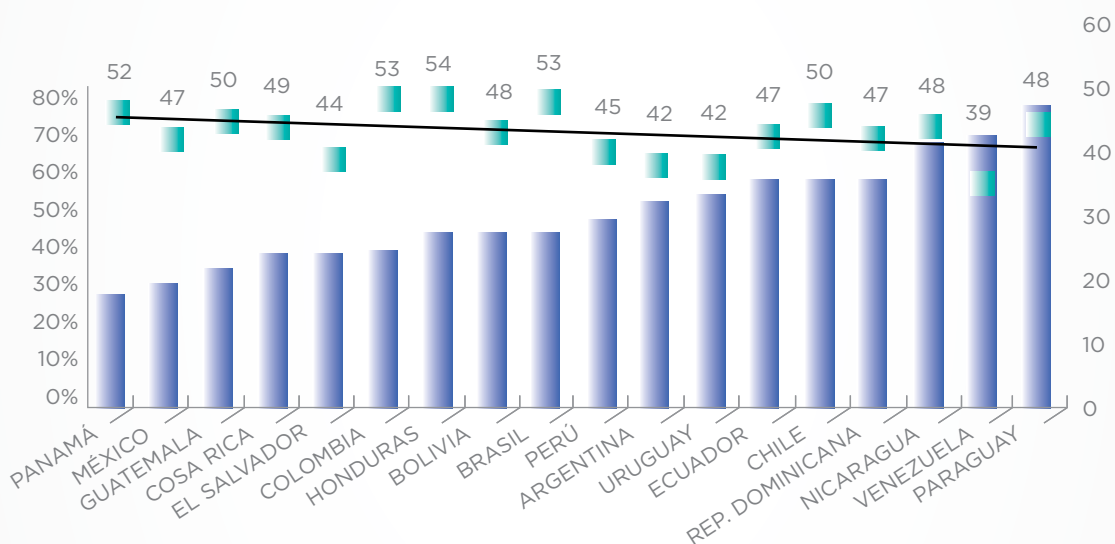
País	Programa	Cobertura como % de población	Presupuesto (en % del PIB)
Bolivia	Bono Juancito Pinto	46,6	0,23
Ecuador	Bono de Desarrollo Humano	38,3	0,71
Guatemala	Mi Familia Progresá	32,6	0,24
Rep. Dominicana	Solidaridad	32,2	0,24
Argentina	Asignación Universal por Hijo	29,1	0,49
Brasil	Bolsa Familia	28,1	0,41
Uruguay	Plan Equidad	26,4	0,48
Honduras	Programa de Asignación Familiar	25,6	0,32
Colombia	Familias en Acción	23,8	0,22
México	Oportunidades	23,2	0,46
Costa Rica	Avancemos	15	0,23
Panamá	Red de Oportunidades	10	0,15
Perú	Juntos	8,6	0,13
El Salvador	Comunidades Solidarias Rurales	7,5	0,15
Paraguay	Tekopora	7,5	0,13
Chile	Chile Solidario	6,4	0,13
América Latina		25	0,37

Fuente: Revista Integración & Comercio 39, “El Gran Salto”, elaboración propia, 2015.

Al igual que en INTAL (2016) se observó una correlación negativa entre la distribución del ingreso, medida por el índice de Gini, y la propensión a pagar más por productos que incluyan derechos de trabajadores. La relación se hizo incluso más fuerte, ya que ambas variables pasaron de tener una correlación de -0,20 en 2015 a una de -0,36. Es decir, que son los países más desiguales los menos dispuestos a pagar más para incrementar la igualdad. La relación negativa implica entonces que la desigualdad social viene acompañada por una mayor ausencia de demanda de derechos laborales, dificultando así aún más la reducción de estas desigualdades.

Gráfico 50.

DISPOSICIÓN A PAGAR POR RESPETAR DERECHOS LABORALES Y COEFICIENTE DE GINI



- POBLACIÓN DE ACUERDO CON QUE SE INCLUYAN COMPROMISOS SOBRE LOS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES AUNQUE ESTO IMPLIQUE PAGAR 20% MÁS LOS PRODUCTOS
- GINI INDEX (WORLD BANK ESTIMATE) (2013) (EJE DERECHO)
- TENDENCIA LINEAL GINI INDEX (WORLD BANK ESTIMATE) (2013) (EJE DERECHO)

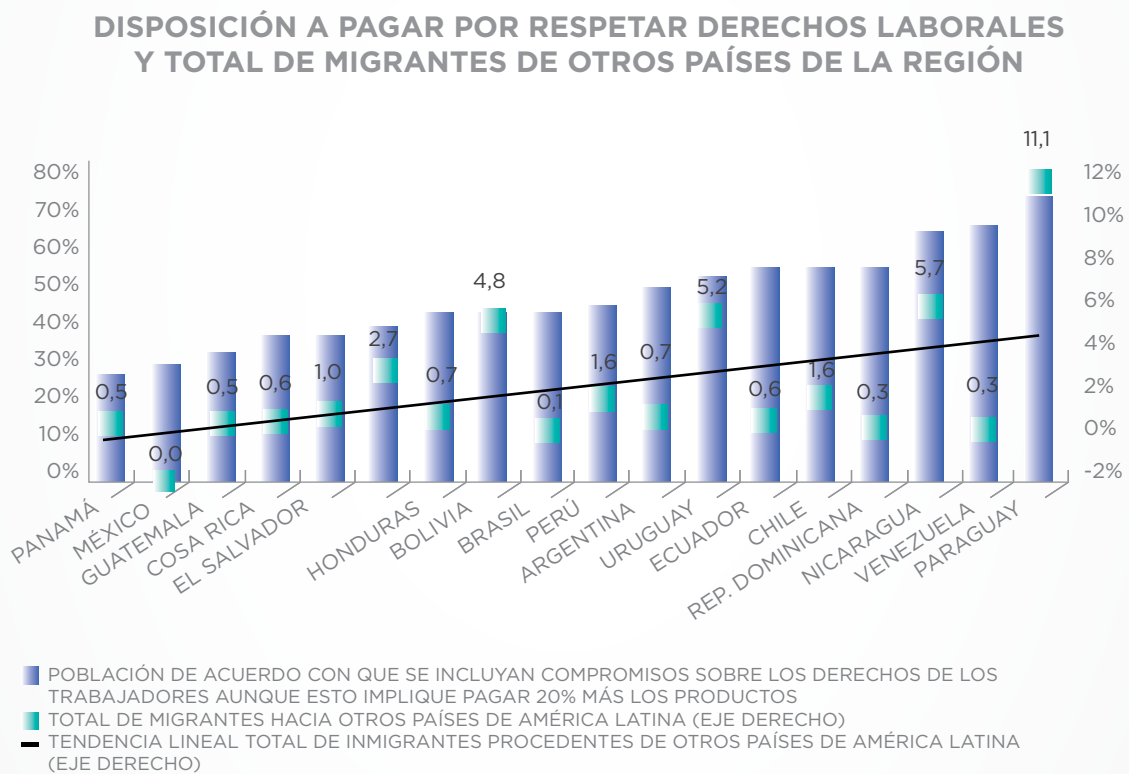
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

INTEGRACIÓN Y MOVILIDAD SOCIAL

Los capítulos migratorios y sobre movilidad de personas ocupan en la agenda de integración un rol cada vez mayor. ¿Están los países que envían más migrantes a favor de pagar más por productos que defiendan derechos laborales?

Con una correlación positiva de 0,56, la tendencia implica que los países más dispuestos a pagar más por defender productos que respeten los derechos de los trabajadores son a la vez los que han enviado un mayor porcentaje de migrantes a otros países de la región. Este es el caso de Paraguay y Nicaragua. Mientras que países como México, Panamá o Guatemala, con baja predisposición a pagar más caro productos que respeten los derechos de los trabajadores, concentran también un menor flujo migratorio.

Gráfico 51.

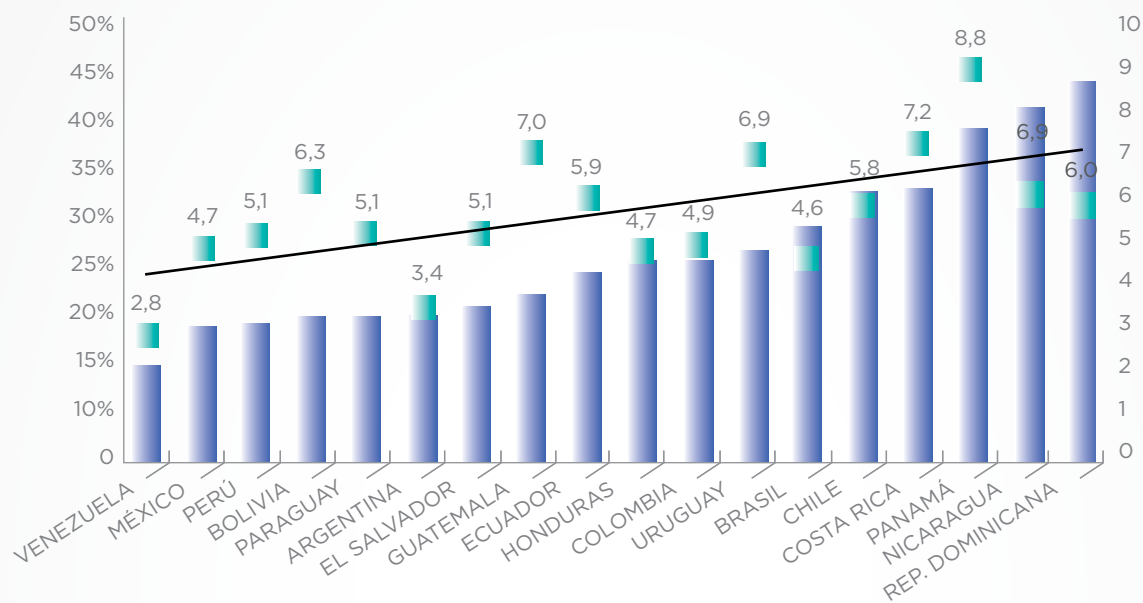


Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Otra manera de observar el fenómeno es analizar si existe algún tipo de relación empírica entre la población que sostuvo que la integración en su país tuvo un efecto positivo en el empleo y una medida alternativa de movilidad de personas.³⁵ En este caso, la correlación sube a 0,62, siendo entonces los países con menores restricciones al movimiento de capitales y personas los que consideran que la integración tuvo un impacto positivo en el empleo.

Gráfico 52.

IMPACTO POSITIVO DE LA INTEGRACIÓN EN EL EMPLEO Y MOVILIDAD DE PERSONAS Y CAPITALES



■ POBLACIÓN QUE CREE QUE LA INTEGRACIÓN TUVO IMPACTO POSITIVO EN EL EMPLEO
■ ÍNDICE DE CONTROLES A LA MOVILIAD DE PERSONAS Y DE CAPITAL (EJE DERECHO)
— TENDENCIA LÍNEA (ÍNDICE DE CONTROLES A LA MOVILIAD DE PERSONAS U DE CAPITAL (EJE DERECHO))

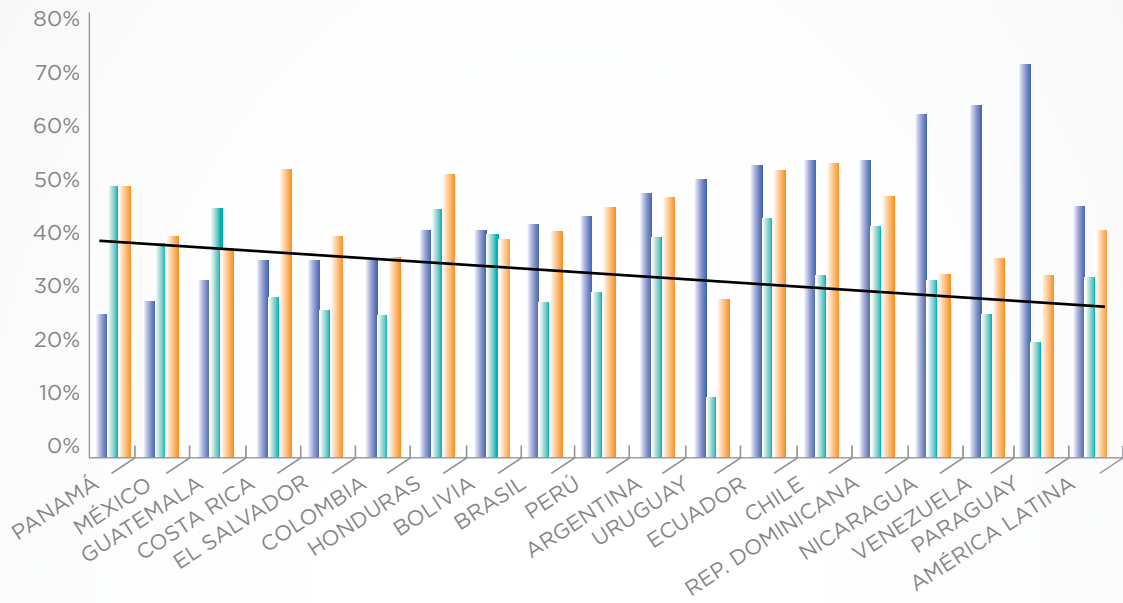
Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2016.

Este resultado es particularmente importante puesto que desmiente a priori la idea de que la apertura migratoria se traduce en menores empleos para los habitantes locales. Por el contrario, la apertura a personas y capitales se relacionan de manera positiva con la creencia de que este tipo de políticas tiene un impacto positivo en el empleo.

Al relacionar la disposición a pagar más caros los productos siempre que se respeten leyes laborales con la tolerancia migratoria, se observa que existe una relación inversa, es decir que la mayor disposición a pagar se relaciona con una menor tolerancia migratoria. La correlación frente al acuerdo con que exista una ley que impida la migración es de -0,41, mientras que la correlación con el acuerdo a la idea de que los extranjeros vienen a competir por el trabajo local es de -0,28.³⁶

Gráfico 53.

DISPOSICIÓN A PAGAR POR RESPETAR DERECHOS LABORALES Y ASUNTOS MIGRATORIOS



- POBLACIÓN DE ACUERDO CON QUE SE INCLUYAN COMPROMISOS SOBRE LOS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES AUNQUE ESTO IMPLIQUE PAGAR UN 20% MÁS LOS PRODUCTOS
- DEBERÍA HABER UNA LEY QUE IMPIDIERA A LOS EXTRANJEROS ENTRAR AL PAÍS
- EXTRANJEROS VIENEN A COMPETIR POR NUESTROS PUESTOS DE TRABAJO
- TENDENCIA LINEAL (DEBERÍA HABER UNA LEY QUE IMPIDIERA A LOS EXTRANJEROS ENTRAR AL PAÍS)

Fuente: elaboración propia en base a Latinobarómetro 2015 y 2016.

REFLEXIONES FINALES

El valor agregado del Sistema Permanente de Seguimiento de los Procesos de Integración (SEPI) como Bien Público Regional es el de observar y medir qué piensan nuestras sociedades sobre los procesos de integración, procesos que en la actualidad se encuentran en plena ebullición transformando los mapas del comercio regional.

En esta segunda aproximación, continuando el sendero iniciado con el trabajo exploratorio INTAL (2016), hemos ampliado la posibilidad de examinar las diferentes dimensiones de la integración de los países latinoamericanos a través de las opiniones de sus ciudadanos y las condiciones objetivas de integración a la región y al mundo.

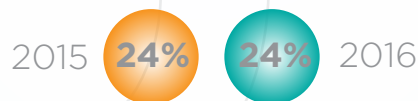
Al igual que en la medición de 2015 de INTAL-Latinobarómetro, en 2016 se mantuvo una gran dispersión en los resultados dificultando así la generalización de conclusiones para la región en su conjunto. Sin embargo, los promedios regionales muestran cierta estabilidad en ambas mediciones, con la excepción de la disposición al pago de productos sustentables (que crece de 44% a 49%), y la disposición al pago de productos que cumplan reglamentaciones laborales (que sube de 41% a 45%).

Tabla 2.
**EVOLUCIÓN DE LAS ACTITUDES HACIA LA INTEGRACIÓN
INTAL - LATINOBARÓMETRO 2015 Y 2016**

INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO

**De la siguiente lista de temas, dígame
¿cuáles son los más importantes para el desarrollo de su país?**

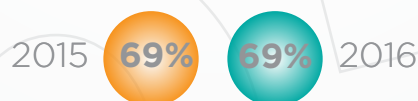
Respuestas para integración a la región y al mundo



INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS

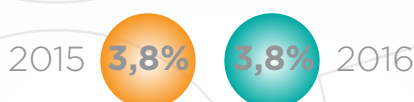
**¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que su país pueda comprar
bienes y servicios de cualquier otro país de la región y que cualquier otro
país de la región pueda vender bienes y servicios en su país?**

Respuestas solo "Muy de acuerdo" más "de acuerdo"



INFRAESTRUCTURA

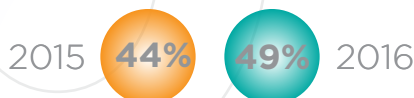
En una escala de 1 a 10, donde 1 es “nada dispuesto” y 10 es “totalmente dispuesto”, **¿Cuán dispuesto está usted a que se aumenten los impuestos y/o el país se endeude para financiar obras de infraestructura que faciliten la integración?**



MEDIO AMBIENTE

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos relativos al cuidado del medio ambiente, aunque esto implique pagar cerca de 20% más por los productos?

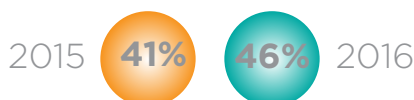
Respuestas solo “Muy de acuerdo” más “de acuerdo”



INCLUSIÓN SOCIAL

¿Usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se incluyan compromisos sobre los derechos de los trabajadores nacionales y extranjeros, aunque esto implique pagar un 20% más por los productos?

Respuestas solo “Muy de acuerdo” más “de acuerdo”



En 2016 hemos incorporado otros temas, como marca país y el capítulo de innovación. De allí surge que existe una muy baja dispersión, unida a una alta valoración, de la innovación y la creatividad en la región brindando un excelente punto de partida para que el capital humano siga siendo una nota distintiva de los latinoamericanos. Esta cuestión es particularmente importante para la calidad del comercio, puesto que una mayor importancia asignada a la innovación está asociada a mayores exportaciones con contenido tecnológico. En relación al impacto en la producción y el empleo de las nuevas tecnologías, aún es bajo nuestro conocimiento al respecto, y por lo tanto no puede ser alto el consenso para apuntalar a través de asociaciones público-privadas el uso de tecnologías de punta si no se conoce la implicancia que tienen estos avances tecnológicos en nuestras economías.

Sin avanzar en explicaciones causales, el trabajo enumera una serie de hechos estilizados y conclusiones interesantes:

- Mayor apoyo a la integración se relaciona con mayor apoyo a la democracia y confianza en el gobierno.
- Mayor concentración de la canasta exportadora se relaciona con un mayor apoyo que recibe la integración económica.
- Mayor importancia brindada a la inversión se vincula con mayor inversión externa recibida.
- Mayor déficit de infraestructura se relaciona con mayor disposición a tomar créditos o pagar impuestos para financiar obras de infraestructura que facilite la integración.
- Mayor importancia asignada a la innovación se vincula con mayor proporción de exportaciones con contenido tecnológico.
- Mayor importancia asignada al medio ambiente se relaciona con mayor uso de energías alternativas.
- Mayor disposición a pagar por productos que respeten los derechos laborales se vincula con mayor igualdad en la distribución del ingreso.

El ejercicio de juntar las dos tablas nos permite bosquejar algunas tipologías, como por ejemplo que son los países con mayores exportaciones per cápita y economías más primarizadas los que tienen mayor demanda de inversiones externas. Además, deporte, turismo y alimentos conforman la “Marca América Latina”, actividades que se encuentran asociadas tanto a la producción de servicios (deporte y turismo) como de bienes (alimentos).

Confirmando la tendencia encontrada en INTAL (2016), son las sociedades con mayores desigualdades las que están menos dispuestas a hacer un esfuerzo adicional para fortalecer los derechos laborales, formando un núcleo duro de desigualdad que invita a redoblar los esfuerzos en busca de mayor equidad. Según estos resultados, la desigualdad se presenta como enemiga de la integración, una hipótesis que indagaremos en futuros análisis.

Las políticas sociales y el medio ambiente están al tope de las prioridades: el 49% de los latinoamericanos cree que el medio ambiente es importante para el desarrollo, la opción más votada luego de políticas sociales. La disposición a pagar más por productos que respeten el medio ambiente es mayor en los países que más contaminan, reflejando así la importancia de políticas ambientales preventivas.

Este tipo de relación sugiere que la actitud hacia integración y el medio ambiente son producto de la experiencia de cada cual en su vida diaria, es ella la formadora de las opiniones y son una gran oportunidad para la aplicación de políticas públicas que respondan a esas demandas y preocupaciones. Esto apunta también a la necesidad de un liderazgo en el tema de integración que lidere la opinión pública más allá de sus propias experiencias, por ejemplo en el tema de la integración física, con la cual no pueden tener experiencia y por ende es menos apreciada. El conocer la relación entre los indicadores sugiere el enorme apoyo hacia la integración en una multiplicidad de temas lo que constituye una gran oportunidad.

La apuesta a la integración física continúa siendo una deuda en toda la región. Los latinoamericanos queremos una mejor infraestructura y estamos poco dispuestos a pagar por ella. El 43% de los ciudadanos de la región cree que la infraestructura es importante para el desarrollo pero en una escala de 1 a 10 la disposición a pagar impuestos o tomar créditos por tener una mejor infraestructura que facilite integración es de apenas 3,8 en promedio. La voluntad es mayor donde mayor es la necesidad.

Los procesos de integración suelen dar resultados a largo plazo. Es fundamental difundir las ventajas de una mayor integración con la región y el mundo, una integración que los latinoamericanos ya no asocian exclusivamente con el comercio, sino también con factores ambientales, sociales y de intercambio académico o científico.

Construimos así un mapa dinámico de la integración en nuestros países para saber cómo impactan las políticas públicas a la opinión ciudadana y viceversa: las consideraciones de opinión pública que pueden ser útiles en la formulación de políticas de integración.

El mapa de información y conocimiento en cada área de la integración que aquí presentamos muestra un continente desigual, necesitado de alcanzar una convergencia en cuestiones fundamentales y consensos válidos que apunten procesos de integración multifacéticos y prioricen el bien común.

EXTENSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo aquí realizado abre múltiples posibilidades para la investigación, tanto en el ámbito académico como para la evaluación de políticas públicas, ex ante y ex post de su implementación.

La opción inmediata y casi automática que se obtendrá con el paso del tiempo y acumulación de mediciones, es el análisis de la incidencia de eventos puntuales. Por ejemplo, podremos conocer cómo impactó en la opinión pública una reforma laboral, migratoria, la firma de un acuerdo comercial, o cualquier otro suceso de importancia para la integración. La medición permanente de opinión pública antes y después del evento permitirá ver el impacto en las percepciones individuales y establecer relaciones y predicciones probabilísticas proporcionando antecedentes útiles a tomar en cuenta. Países que intenten avanzar en una u otra dirección en sus políticas de integración tendrán estos antecedentes como materia prima valiosa para analizar el impacto potencial de las decisiones gubernamentales en la opinión pública.

Otro de los caminos aún no emprendidos es la búsqueda cuantitativa de efectos de causalidad entre las distintas variables, para lo que es necesario contar con más mediciones y un período de tiempo más largo que permita el uso de herramientas econométricas y de formalización.

La experimentación en condiciones predeterminadas (o survey-experiments) es cada vez más utilizada en el análisis sobre el comportamiento económico de los agentes y bien puede ser un útil complemento de las conclusiones que se desprenden del trabajo de campo aquí presentado.

También es una asignatura pendiente realizar ejercicios de juntar las tablas con otros indicadores de desempeño comercial, como el grado de inserción en las cadenas globales de valor, e incluso con variables no vinculadas directamente a la integración, como la igualdad de género o diversas medidas de bienestar económico, de donde también pueden surgir conclusiones interesantes. En entregas próximas complementaremos este trabajo identificando las diferencias entre las opiniones de países suramericanos y caribeños, y entre miembros del MERCOSUR y la Alianza del Pacífico, para conocer si las percepciones varían según las características específicas de la política de integración que siga de cada país.

ANEXO 1 / NACIÓN VERSUS REGIÓN



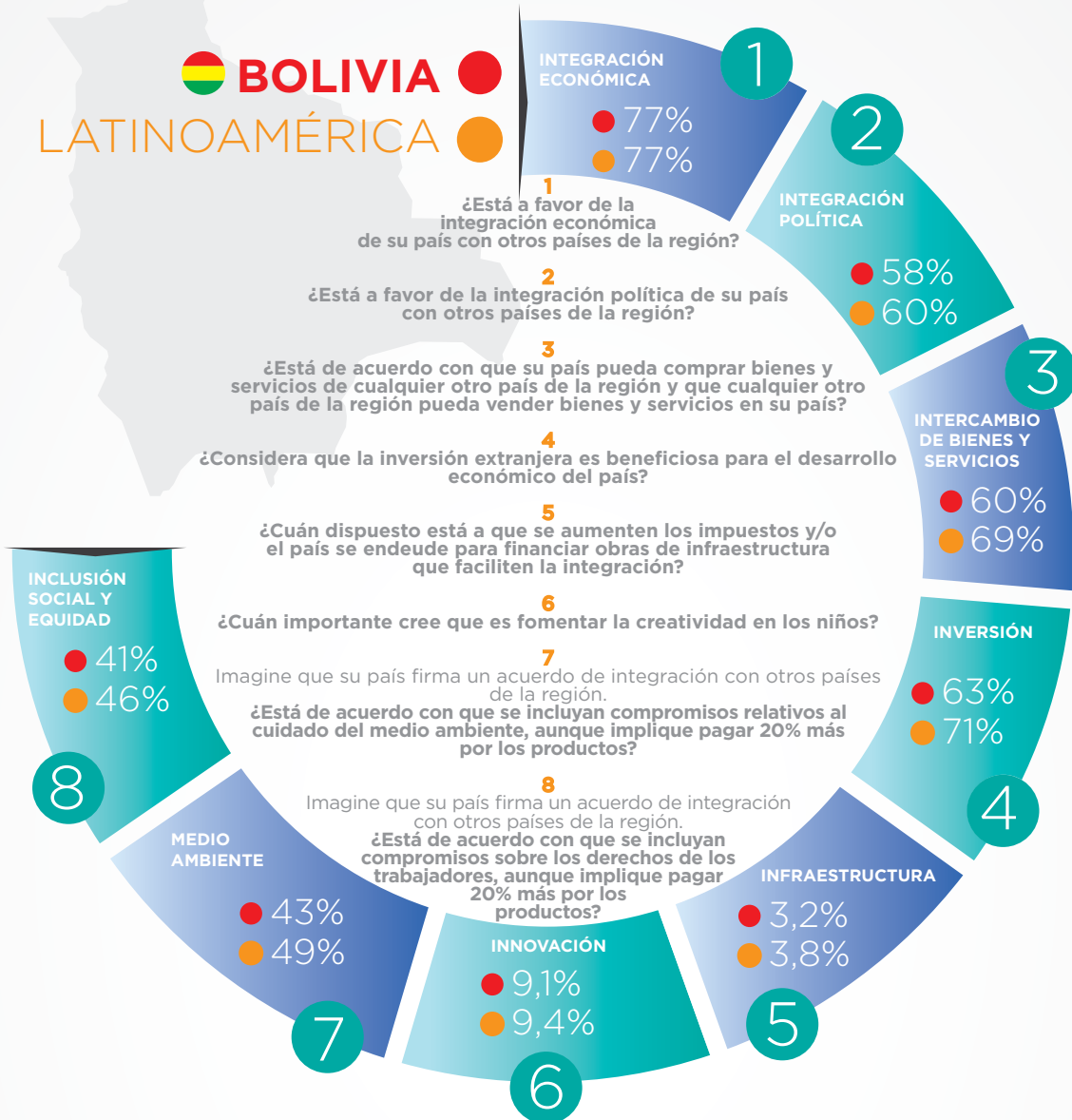
CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	80	57
TURISMO	41	53
GASTRONOMÍA	33	38
FESTIVIDADES	10	31
VIOLENCIA	18	31
CAPITAL HUMANO	20	22
MATERIAS PRIMAS	26	18
INNOVACIÓN	11	14
APERTURA AL EXTERIOR	6	12
NS/NR	3	4
OTROS	2	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	48	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	60	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	39	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	56	46
PRODUCTIVIDAD	44	34
IGUALDAD DE GÉNERO	32	32
CAPITAL HUMANO	25	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	33	24
INNOVACIÓN	22	24
NS/NR	4	6

BOLIVIA
LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	18	57
TURISMO	52	53
GASTRONOMÍA	35	38
FESTIVIDADES	57	31
VIOLENCIA	28	31
CAPITAL HUMANO	9	22
MATERIAS PRIMAS	20	18
INNOVACIÓN	6	14
APERTURA AL EXTERIOR	6	12
NS/NR	7	4
OTROS	3	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	36	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	44	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	38	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	35	46
PRODUCTIVIDAD	30	34
IGUALDAD DE GÉNERO	30	32
CAPITAL HUMANO	16	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	16	24
INNOVACIÓN	17	24
NS/NR	10	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	84	57
TURISMO	31	53
GASTRONOMÍA	22	38
FESTIVIDADES	61	31
VIOLENCIA	46	31
CAPITAL HUMANO	12	22
MATERIAS PRIMAS	13	18
INNOVACIÓN	8	14
APERTURA AL EXTERIOR	6	12
NS/NR	4	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	47	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	54	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	37	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	51	46
PRODUCTIVIDAD	31	34
IGUALDAD DE GÉNERO	21	32
CAPITAL HUMANO	18	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	15	24
INNOVACIÓN	23	24
NS/NR	9	6

CHILE
LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	65	57
TURISMO	60	53
GASTRONOMÍA	31	38
FESTIVIDADES	11	31
VIOLENCIA	13	31
CAPITAL HUMANO	18	22
MATERIAS PRIMAS	27	18
INNOVACIÓN	9	14
APERTURA AL EXTERIOR	13	12
NS/NR	6	4
OTROS	3	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	46	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	66	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	54	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	61	46
PRODUCTIVIDAD	34	34
IGUALDAD DE GÉNERO	40	32
CAPITAL HUMANO	29	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	26	24
INNOVACIÓN	23	24
NS/NR	5	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	79	57
TURISMO	54	53
GASTRONOMÍA	36	38
FESTIVIDADES	48	31
VIOLENCIA	60	31
CAPITAL HUMANO	27	22
MATERIAS PRIMAS	20	18
INNOVACIÓN	17	14
APERTURA AL EXTERIOR	12	12
NS/NR	1	4
OTROS	3	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	48	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	53	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	60	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	57	46
PRODUCTIVIDAD	37	34
IGUALDAD DE GÉNERO	35	32
CAPITAL HUMANO	35	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	25	24
INNOVACIÓN	27	24
NS/NR	2	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	67	57
TURISMO	79	53
GASTRONOMÍA	33	38
FESTIVIDADES	22	31
VIOLENCIA	24	31
CAPITAL HUMANO	41	22
MATERIAS PRIMAS	19	18
INNOVACIÓN	23	14
APERTURA AL EXTERIOR	20	12
NS/NR	2	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	49	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	48	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	60	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	57	46
PRODUCTIVIDAD	44	34
IGUALDAD DE GÉNERO	46	32
CAPITAL HUMANO	38	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	33	24
INNOVACIÓN	39	24
NS/NR	4	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS



TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO



EL SALVADOR

LATINOAMÉRICA



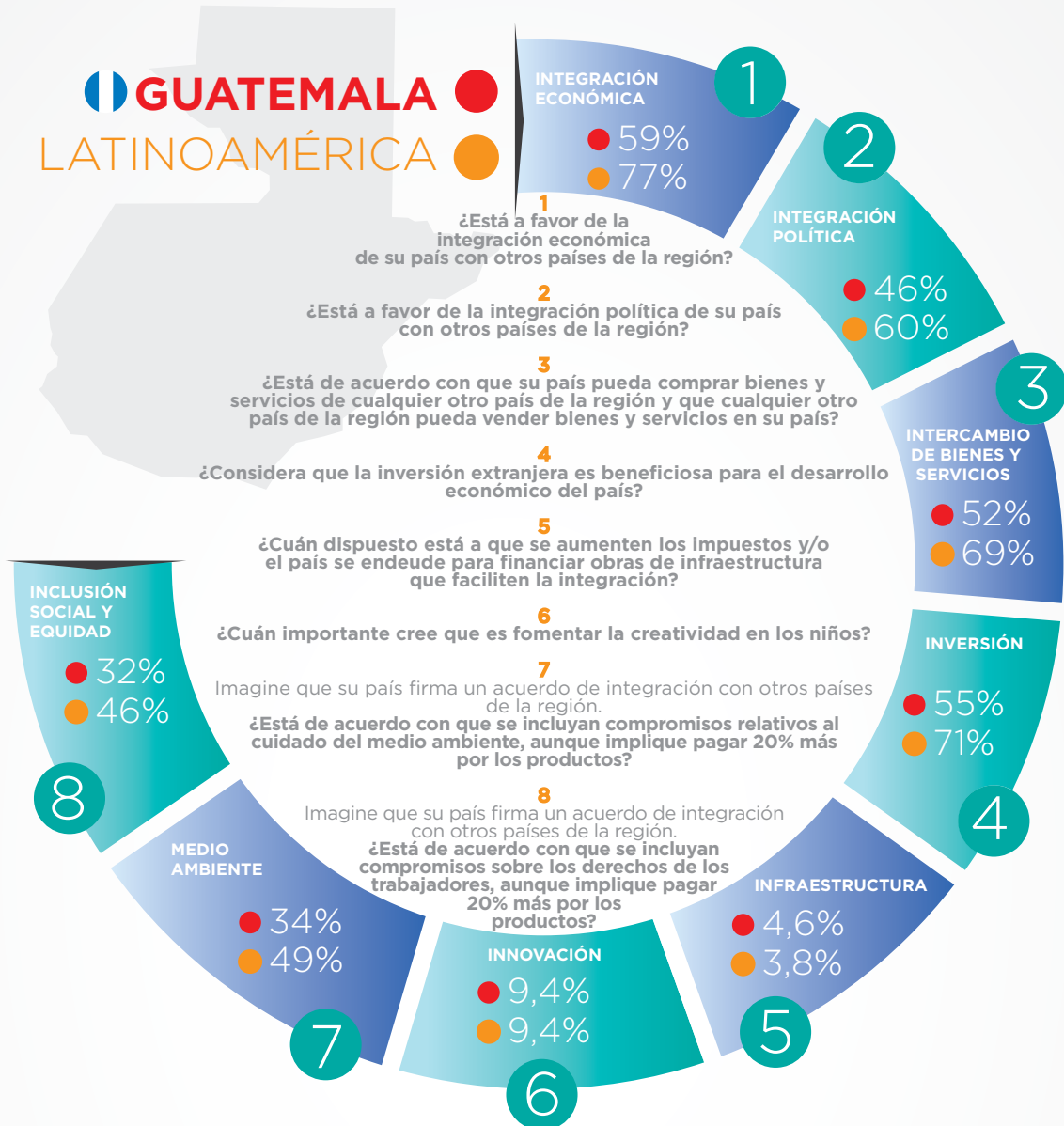
CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	28	57
TURISMO	36	53
GASTRONOMÍA	35	38
FESTIVIDADES	31	31
VIOLENCIA	57	31
CAPITAL HUMANO	26	22
MATERIAS PRIMAS	16	18
INNOVACIÓN	19	14
APERTURA AL EXTERIOR	14	12
NS/NR	7	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	37	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	41	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	57	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	42	46
PRODUCTIVIDAD	36	34
IGUALDAD DE GÉNERO	41	32
CAPITAL HUMANO	36	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	31	24
INNOVACIÓN	31	24
NS/NR	11	6

GUATEMALA LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	39	57
TURISMO	58	53
GASTRONOMÍA	37	38
FESTIVIDADES	35	31
VIOLENCIA	34	31
CAPITAL HUMANO	18	22
MATERIAS PRIMAS	13	18
INNOVACIÓN	13	14
APERTURA AL EXTERIOR	9	12
NS/NR	10	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	39	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	30	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	53	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	41	46
PRODUCTIVIDAD	29	34
IGUALDAD DE GÉNERO	28	32
CAPITAL HUMANO	26	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	18	24
INNOVACIÓN	17	24
NS/NR	15	6

HONDURAS

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	46	57
TURISMO	36	53
GASTRONOMÍA	24	38
FESTIVIDADES	17	31
VIOLENCIA	52	31
CAPITAL HUMANO	16	22
MATERIAS PRIMAS	12	18
INNOVACIÓN	10	14
APERTURA AL EXTERIOR	10	12
NS/NR	6	4
OTROS	0	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	34	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	31	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	50	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	32	46
PRODUCTIVIDAD	26	34
IGUALDAD DE GÉNERO	28	32
CAPITAL HUMANO	21	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	19	24
INNOVACIÓN	19	24
NS/NR	7	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	53	57
TURISMO	47	53
GASTRONOMÍA	57	38
FESTIVIDADES	32	31
VIOLENCIA	51	31
CAPITAL HUMANO	20	22
MATERIAS PRIMAS	13	18
INNOVACIÓN	13	14
APERTURA AL EXTERIOR	12	12
NS/NR	3	4
OTROS	4	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	34	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	62	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	41	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	38	46
PRODUCTIVIDAD	25	34
IGUALDAD DE GÉNERO	28	32
CAPITAL HUMANO	14	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	18	24
INNOVACIÓN	18	24
NS/NR	5	6

NICARAGUA

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	51	57
TURISMO	59	53
GASTRONOMÍA	42	38
FESTIVIDADES	27	31
VIOLENCIA	8	31
CAPITAL HUMANO	25	22
MATERIAS PRIMAS	18	18
INNOVACIÓN	20	14
APERTURA AL EXTERIOR	19	12
NS/NR	9	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	39	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	36	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	71	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	36	46
PRODUCTIVIDAD	27	34
IGUALDAD DE GÉNERO	27	32
CAPITAL HUMANO	23	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	25	24
INNOVACIÓN	24	24
NS/NR	8	6

PANAMÁ

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	48	57
TURISMO	62	53
GASTRONOMÍA	33	38
FESTIVIDADES	42	31
VIOLENCIA	19	31
CAPITAL HUMANO	20	22
MATERIAS PRIMAS	12	18
INNOVACIÓN	17	14
APERTURA AL EXTERIOR	16	12
NS/NR	4	4
OTROS	2	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	45	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	47	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	56	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	40	46
PRODUCTIVIDAD	28	34
IGUALDAD DE GÉNERO	32	32
CAPITAL HUMANO	25	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	23	24
INNOVACIÓN	24	24
NS/NR	3	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	55	57
TURISMO	34	53
GASTRONOMÍA	35	38
FESTIVIDADES	16	31
VIOLENCIA	27	31
CAPITAL HUMANO	26	22
MATERIAS PRIMAS	15	18
INNOVACIÓN	11	14
APERTURA AL EXTERIOR	10	12
NS/NR	6	4
OTROS	4	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	41	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	62	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	31	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	43	46
PRODUCTIVIDAD	22	34
IGUALDAD DE GÉNERO	24	32
CAPITAL HUMANO	18	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	27	24
INNOVACIÓN	16	24
NS/NR	7	6



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

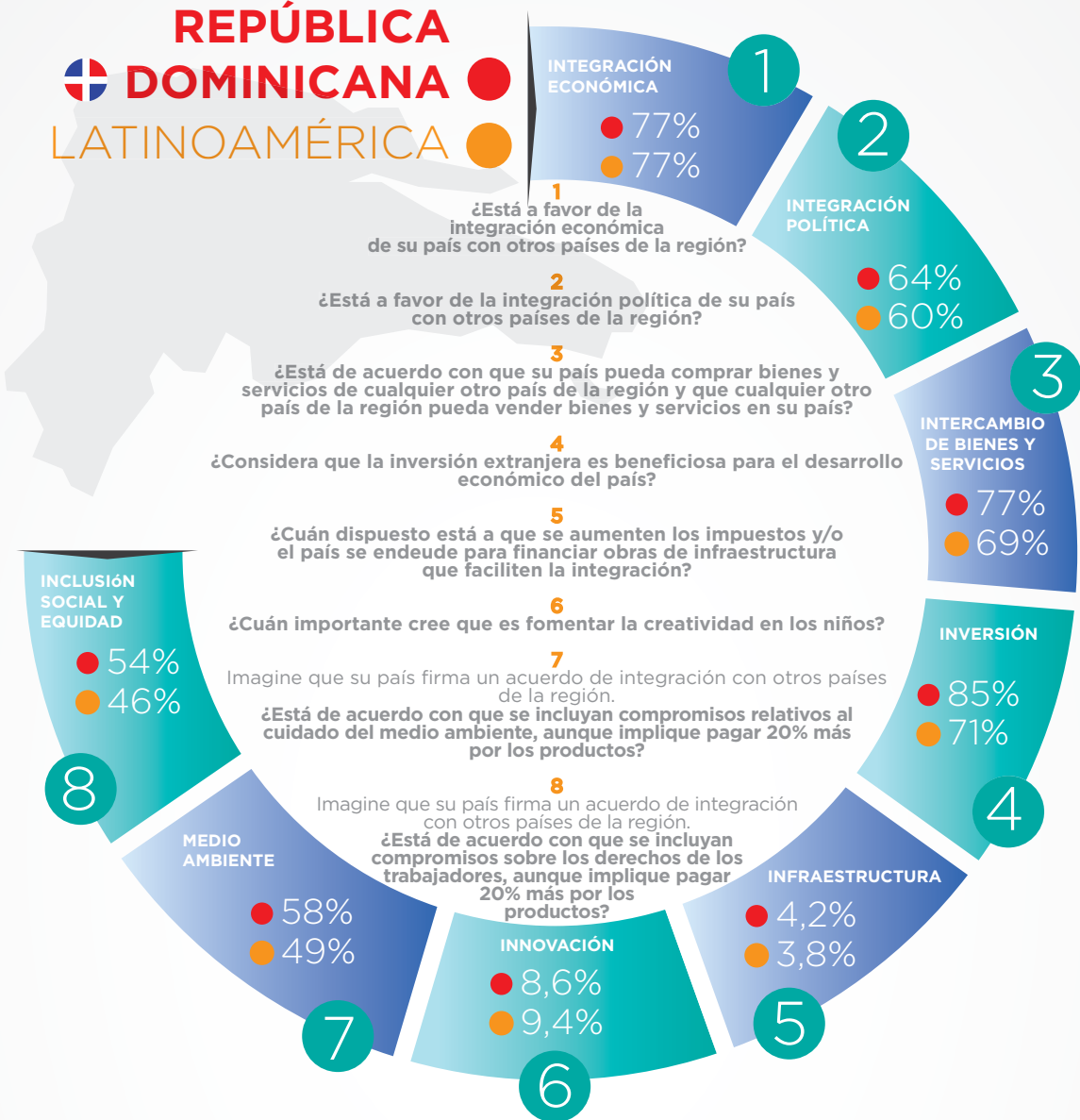
DEPORTE	24	57
TURISMO	63	53
GASTRONOMÍA	79	38
FESTIVIDADES	28	31
VIOLENCIA	26	31
CAPITAL HUMANO	14	22
MATERIAS PRIMAS	19	18
INNOVACIÓN	14	14
APERTURA AL EXTERIOR	10	12
NS/NR	5	4
OTROS	2	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	45	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	54	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	47	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	43	46
PRODUCTIVIDAD	31	34
IGUALDAD DE GÉNERO	28	32
CAPITAL HUMANO	24	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	18	24
INNOVACIÓN	21	24
NS/NR	5	6

REPÚBLICA DOMINICANA

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	74	57
TURISMO	62	53
GASTRONOMÍA	52	38
FESTIVIDADES	29	31
VIOLENCIA	33	31
CAPITAL HUMANO	35	22
MATERIAS PRIMAS	15	18
INNOVACIÓN	21	14
APERTURA AL EXTERIOR	11	12
NS/NR	1	4
OTROS	0	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	40	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	41	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	52	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	28	46
PRODUCTIVIDAD	15	34
IGUALDAD DE GÉNERO	29	32
CAPITAL HUMANO	12	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	13	24
INNOVACIÓN	12	24
NS/NR	3	6

URUGUAY

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

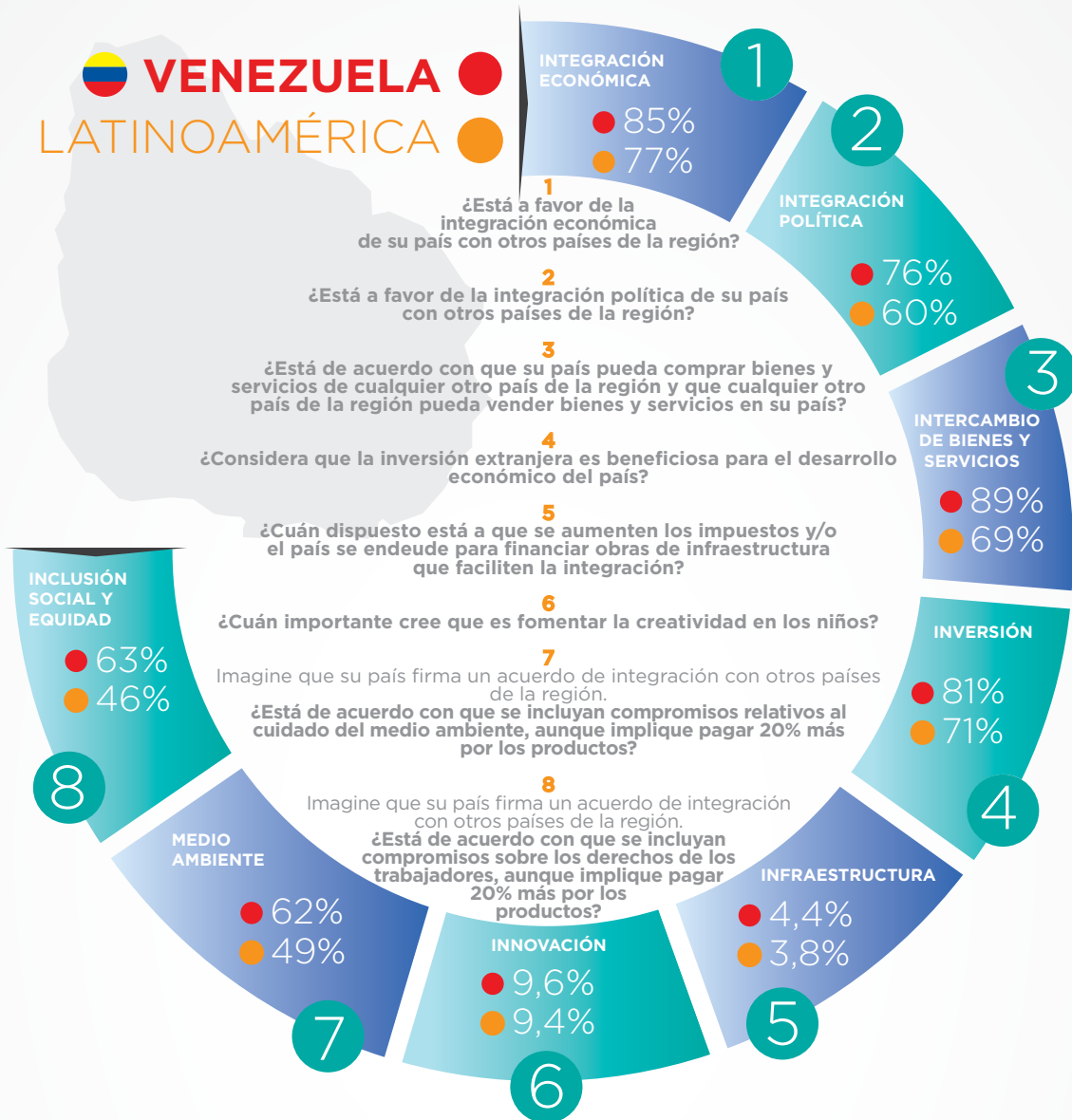
DEPORTE	93	57
TURISMO	57	53
GASTRONOMÍA	23	38
FESTIVIDADES	41	31
VIOLENCIA	7	31
CAPITAL HUMANO	28	22
MATERIAS PRIMAS	23	18
INNOVACIÓN	10	14
APERTURA AL EXTERIOR	16	12
NS/NR	0	4
OTROS	1	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	50	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	59	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	51	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	61	46
PRODUCTIVIDAD	53	34
IGUALDAD DE GÉNERO	48	32
CAPITAL HUMANO	47	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	43	24
INNOVACIÓN	38	24
NS/NR	4	6

VENEZUELA

LATINOAMÉRICA



CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN LA MARCA PAÍS

DEPORTE	59	57
TURISMO	42	53
GASTRONOMÍA	38	38
FESTIVIDADES	18	31
VIOLENCIA	37	31
CAPITAL HUMANO	25	22
MATERIAS PRIMAS	18	18
INNOVACIÓN	13	14
APERTURA AL EXTERIOR	12	12
NS/NR	2	4
OTROS	2	2

TEMAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO

INFRAESTRUCTURA (TRANSPORTE, ENERGÍA Y SANEAMIENTO)	46	43
INCLUSIÓN SOCIAL Y POBREZA	65	51
MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO CLIMÁTICO	46	49
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	42	46
PRODUCTIVIDAD	56	34
IGUALDAD DE GÉNERO	28	32
CAPITAL HUMANO	23	25
INTEGRACIÓN A LA REGIÓN Y AL MUNDO	27	24
INNOVACIÓN	25	24
NS/NR	1	6

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

ACCESO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En el marco de los avances globales en materia tecnológica en el mundo moderno, el acceso masivo al universo digital se erige como una de las claves para desarrollo de los países. En este contexto, la encuesta indagó acerca de la temática y buscó establecer parámetros que indiquen cuál es el “nivel de uso de redes sociales” por parte de la población latinoamericana.

Adicionalmente, el estudio detecta patrones al interior de cada país, entre quienes tienen un mayor acceso al conocimiento y la comunicación por esta vía, respecto de quienes no lo tienen, permitiendo identificar cuáles son los segmentos poblacionales (o sub-grupos demográficos) donde la incidencia de la brecha digital impacta en forma diferencial.

Finalmente el estudio se refiere a las percepciones de los latinoamericanos sobre la integración regional y mundial de sus países, y el rol de la tecnología en ese contexto.

LOS PRINCIPALES RESULTADOS REVELAN QUE:

- Si bien en términos agregados un 65% de los latinoamericanos dispone de una cuenta activa en alguna red social, existen importantes diferencias por país. Paraguay registra el mayor nivel de uso relativo de redes sociales (83%), seguido por Costa Rica (78%) y Uruguay (74%). Por su parte, en otros países centroamericanos como Guatemala (44%) y Nicaragua (38%), el acceso se reduce significativamente.

- La incidencia de ciertos indicadores sociales básicos sobre el acceso a las redes sociales es fuerte. Y si bien la brecha con el mundo digital se reduce claramente a medida que mejoran los indicadores sociales, es muy importante advertir el alto porcentaje de personas que, aún en situación de vulnerabilidad, utiliza redes. Por ejemplo, entre quienes declaran no haber tenido suficiente comida para alimentarse durante los últimos 12 meses, o no disponer de agua potable, existe una brecha de uso significativa que oscila entre los 10 pp y 15 pp respecto de quienes no manifiestan este tipo de problemas. Sin embargo, el umbral de uso es relativamente elevado en ambos grupos: usa redes sociales el 57% que declara “a veces o seguido” no disponer de suficiente comida para alimentarse, y el 51% de la gente sin agua potable.

- Adicionalmente, también se detecta en los países Latinoamericanos una clara tendencia a un mayor uso de redes sociales a menor edad y a medida se incrementa el nivel educativo de la población.

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

¿CUÁLES SON LAS REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS?

- En general, Facebook y Whatsapp son las más populares (la mitad de la población de la región las utiliza). Youtube es usada por 3 de cada 10 latinoamericanos (30%), y entre los menores de 25 años es también la tercera red social en importancia (50%). Instagram y Twitter aparecen más relegadas (mencionadas por un 14% y 13% de la población respectivamente), seguidas por Snapchat (5%) y LinkedIn (2%) con baja incidencia relativa.

- Considerando el acceso a cada tipo de red social por país, el uso de Facebook y Whatsapp es aún más alto en Costa Rica, Ecuador, Argentina, Chile y Uruguay (en todos los casos por encima del 60% de la población). Por su parte, el uso de Youtube aumenta de manera significativa en Uruguay (46%), Chile (45%), Argentina (43%) y Costa Rica (43%). También crece el uso de la red Instagram en Panamá (29%), República Dominicana (24%) y Venezuela (21%), mientras que Twitter gana presencia en Venezuela (28%), Ecuador (20%), México (19%) y Chile (19%).

REDES SOCIALES E INTEGRACIÓN

- Otro dato interesante que arroja el estudio es quienes utilizan redes sociales presentan posturas más favorables a la integración económica (81% contra 70% de aquellos que no las utilizan). En esta misma línea se observa que los usuarios de redes también declaran en mayor medida que sus países vienen realizando intentos integracionistas en los últimos tiempos: así lo expresa un el 60% de los entrevistados que usan redes, contra un 46% de los “no conectados”. Esto permite inferir que el acceso al mundo digital brinda a la población herramientas clave que permiten identificar y valorar aspectos esenciales que hacen al desarrollo de los pueblos.

USO DE REDES SOCIALES

Otro hallazgo revela que un 65% de los entrevistados utiliza algún tipo de red social. En este sentido, Facebook (54%) y Whatsapp (52%) son las más mencionadas en la región. Youtube aparece en tercer lugar usada por 3 de cada 10 latinoamericanos (30%), seguido por Instagram y Twitter (14% y 13% respectivamente).

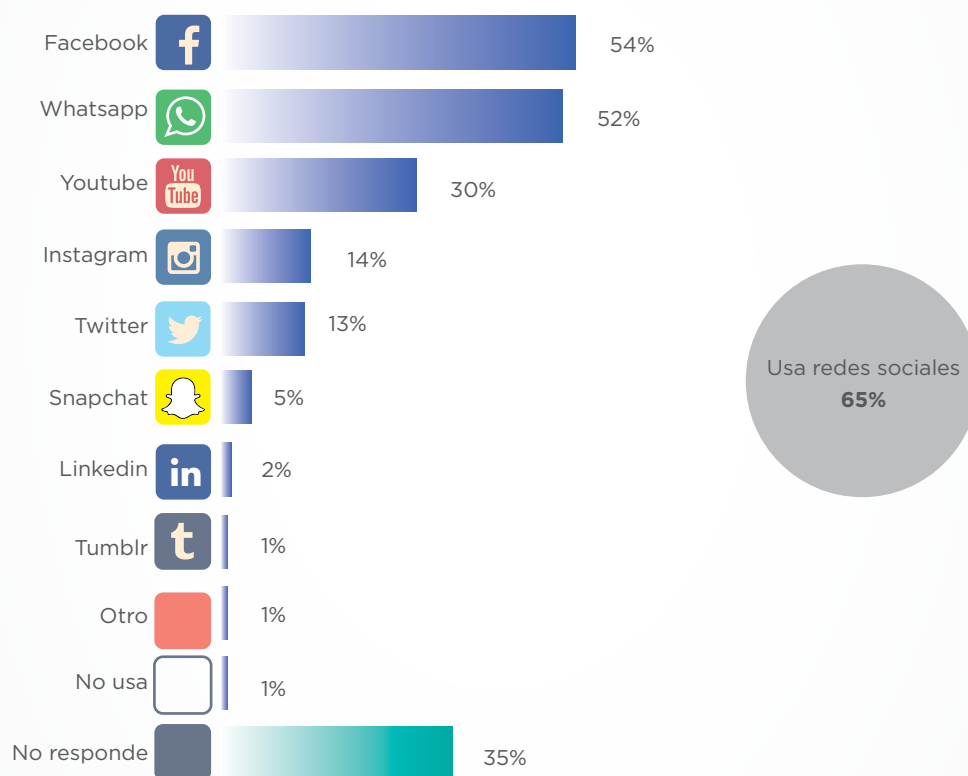
Una menor proporción de entrevistados hace mención a Snapchat (5%), LinkedIn (2%), Tumblr (1%) y otras redes (1%).

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

TIPO DE REDES SOCIALES USADAS

El 65% de los latinoamericanos usa alguna red social. Facebook y Whatsapp son las más populares. La edad y nivel educativo, los determinantes de la brecha digital.

¿Usa Ud. alguno de los siguientes servicios de redes sociales si es que usa alguno?



Fuente: Latinobarómetro Total muestral. 2016

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

Al analizar el alcance de las distintas redes sociales por segmentos sociodemográficos, se observa en general una mayor utilización a menor edad, mayor nivel educativo y socioeconómico de los respondentes. En el caso de las redes más populares (Facebook y Whatsapp), la tendencia a un mayor uso a menor edad se intensifica de modo notable: mientras que solo 1 de cada 10 personas de más de 64 años las utiliza, la proporción asciende a más de la mitad de la población de segmentos de edades intermedias, y escala a 8 de cada 10 entre los más jóvenes. Por su parte, la mitad de los jóvenes de menos de 25 años usa Youtube (50%), constituyéndose claramente como la tercera red social en importancia del segmento en Latinoamérica.

Asimismo, la brecha tecnológica presenta una estrecha relación con distintos factores que hacen al bienestar socioeconómico de las personas. Al considerar el uso de redes sociales según indicadores sociales básicos, como haber tenido suficiente comida para alimentarse durante los últimos 12 meses, o disponer de agua potable, se observa que si bien existe una brecha de uso significativa que oscila entre los 10 pp y 15 pp entre quienes declaran este tipo de problemas y quienes no, existe un alto porcentaje de personas que, aún en situación de vulnerabilidad, usa redes sociales (57% que declara que en el último año careció de suficiente comida para alimentarse “a veces o seguido”, y el 51% de la gente sin agua potable), y posee una cuenta de Facebook (47% y 36% respectivamente), usa Whatsapp (42% y 35%) o Youtube (24% y 15%).

Contrariamente, al focalizar el análisis sobre la población que declara no utilizar redes sociales (35%), el alejamiento del universo digital aumenta sensiblemente a partir de los 50 años (60%), alcanzando al 80% de los ciudadanos de 65 años en adelante. También alcanza a 7 de cada 10 entrevistados con menor nivel de instrucción, contra apenas 1 de cada 10 en rangos universitarios y superiores.

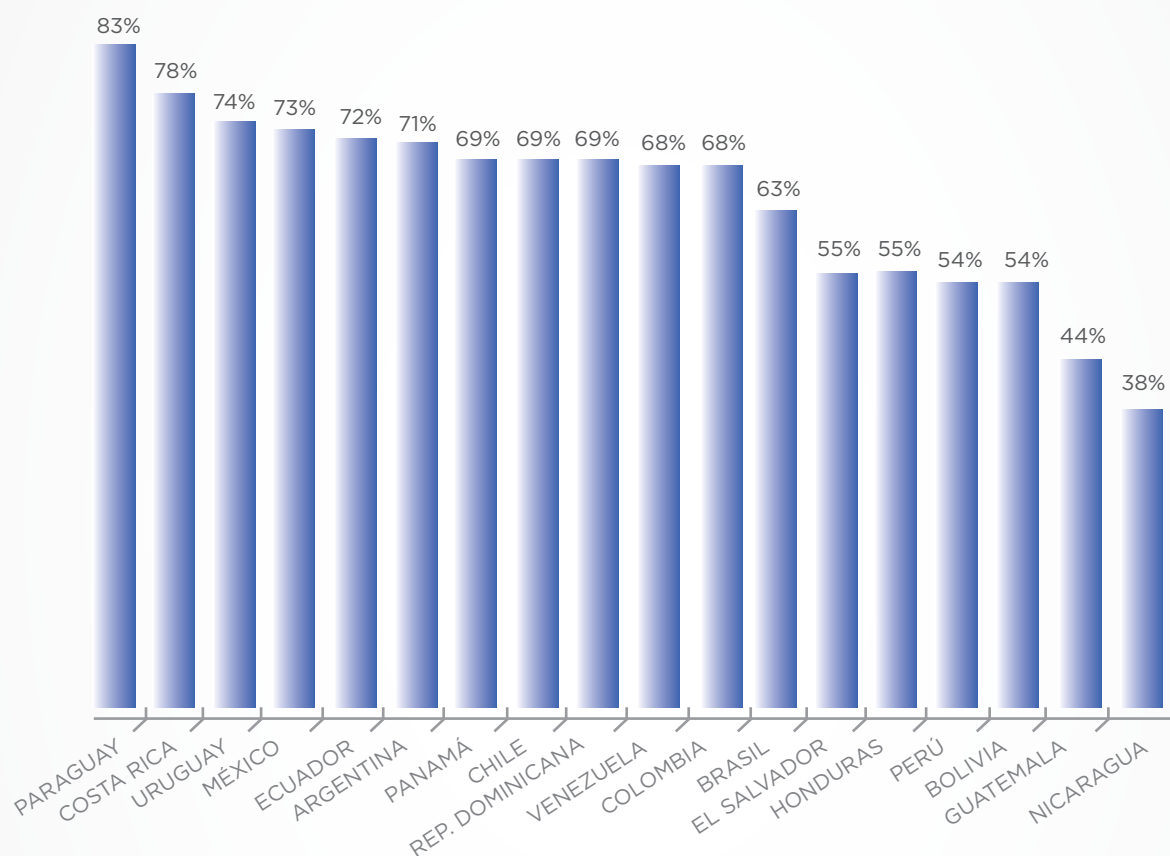
RESULTADOS POR PAÍS

Al analizar los datos desagregados a nivel país, se advierten variaciones importantes en relación al uso general de redes. Paraguay se erige como la nación con mayor nivel de uso relativo (83% de los paraguayos declaran utilizarlas), seguido por Costa Rica (78%).

Uruguay, México, Ecuador, Argentina, Panamá, Chile, República Dominicana, Venezuela y Colombia oscilan los 7 de cada 10 usuarios, mientras que Brasil se ubica en la media (63%), y el resto de los países muy por debajo, siendo Guatemala (44%) y Nicaragua (38%) los menos propensos al uso.

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

USO DE REDES SOCIALES POR PAÍS PARAGUAY REGISTRA EL MAYOR NIVEL DE USO, SEGUIDO POR COSTA RICA Y URUGUAY.



Fuente: Latinobarómetro Total muestral. 2016

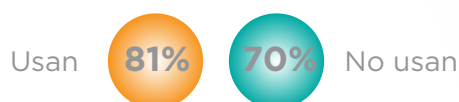
En lo relativo al tipo de red social utilizada en cada país, la proporción de uso de Facebook y Whatsapp crece en Costa Rica, Ecuador, Argentina, Chile y Uruguay. El uso de Youtube, por su parte, aumenta de manera significativa en Uruguay (46%), Chile (45%), Argentina (43%) y Costa Rica (43%).

Por su parte, crece el uso de la red Instagram en Panamá (29%), Venezuela (28%) y República Dominicana (24%), mientras que Twitter gana presencia en Venezuela (28%), Ecuador (20%), México (19%) y Chile (19%).

REDES SOCIALES E INTEGRACIÓN

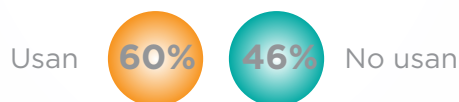
Otro aspecto de interés sondeado fue la cuestión de la integración de los países con el mundo. Al analizar las percepciones de la población sobre estos temas, el estudio revela que aquellas personas que utilizan redes sociales presentan patrones de opinión diferenciales:

“ACUERDO” CON LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA SEGÚN USO DE REDES SOCIALES



Existe una postura más favorable a la integración económica entre usuarios de alguna red social (81% contra un 70% de aquellos que no las utilizan).

VISIÓN DE QUE EL PAÍS BUSCÓ LA INTEGRACIÓN SEGÚN USO DE REDES SOCIALES



















Los cibernautas que utilizan redes sociales valoran en mayor medida los esfuerzos de sus países para integrarse al mundo (60% versus 46% de ciudadanos que no usan redes).

Fuente: Latinobarómetro Total muestral. 2016

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

USO DE REDES SOCIALES (CRUCE POR SEGMENTOS)*









	TOTAL	Género		Edad				
		H	M	18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +
Facebook 	54%	54%	54%	81%	72%	52%	27%	10%
Whatsapp 	52%	53%	52%	75%	69%	53%	28%	9%
Youtube 	30%	32%	28%	50%	41%	27%	13%	5%
Instagram 	14%	15%	14%	30%	20%	10%	3%	1%
Twitter 	13%	15%	12%	23%	19%	11%	6%	2%
Snapchat 	5%	5%	5%	13%	7%	3%	1%	%
Linkedin 	2%	2%	2%	3%	3%	2%	1%	%
No usa 	35%	35%	36%	12%	18%	34%	60%	80%

	Nivel Educativo				
	0 a 5 años	6 a 9 años	10 a 12 años	Univ.	Sup.
Facebook 	21%	45%	70%	82%	79%
Whatsapp 	19%	44%	69%	81%	75%
Youtube 	9%	20%	39%	56%	56%
Instagram 	3%	8%	19%	32%	19%
Twitter 	5%	8%	15%	30%	21%
Snapchat 	1%	2%	6%	12%	6%
Linkedin 	%	1%	2%	6%	3%
No usa 	69%	42%	19%	8%	12%

Fuente: Latinobarómetro Total muestral. 2016









* Excluye menciones inferiores al 2%

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

	Total	¿Cuán seguido Ud. o su familia no han tenido suficiente comida para alimentarse?		¿Ud. o algún miembro de su hogar posee Agua Potable?	
		Nunca/rara vez	A veces/seguido	SI	NO
Usa	65%	67%	57%	66%	51%
Facebook 	54%	56%	47%	55%	36%
Whatsapp 	52%	56%	42%	54%	35%
Youtube 	30%	32%	24%	31%	15%
Instagram 	14%	15%	12%	15%	7%
Twitter 	13%	14%	13%	14%	7%
Snapchat 	5%	5%	4%	5%	2%
Linkedin 	2%	2%	1%	2%	-
No usa 	35%	33%	43%	34%	49%

Fuente: Latinobarómetro Total muestral. 2016









* Excluye menciones inferiores al 2%

	Total	Argentina	Bolivia	Brasil	Costa Rica	Chile	Colombia	Ecuador	El Salvador	Guatemala
Facebook 	54%	63%	45%	53%	67%	61%	56%	66%	45%	32%
Whatsapp 	52%	61%	47%	54%	72%	62%	54%	57%	38%	28%
Youtube 	29%	43%	22%	25%	43%	45%	39%	37%	20%	15%
Instagram 	15%	13%	7%	18%	19%	17%	11%	16%	10%	7%
Twitter 	13%	12%	8%	6%	10%	19%	13%	20%	14%	14%
Snapchat 	5%	4%	4%	6%	12%	4%	4%	5%	3%	2%
Linkedin 	2%	4%	1%	3%	3%	4%	2%	2%	1%	1%
No usa 	35%	29%	46%	37%	23%	31%	32%	28%	45%	56%

Fuente: Latinobarómetro. Total muestral. 2016

* Excluye menciones inferiores al 2%

ANEXO 2 / CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN LATINOAMÉRICA

	Honduras	México	Nicaragua	Panamá	Paraguay	Perú	República Dominicana	Uruguay	Venezuela
Facebook 	44%	59%	34%	49%	54%	51%	56%	61%	62%
Whatsapp 	44%	65%	24%	64%	66%	35%	56%	60%	47%
Youtube 	14%	34%	10%	32%	15%	30%	25%	46%	38%
Instagram 	10%	17%	4%	29%	13%	10%	24%	14%	21%
Twitter 	9%	19%	5%	16%	7%	12%	17%	11%	28%
Snapchat 	4%	6%	1%	10%	3%	3%	11%	3%	5%
Linkedin 	2%	2%	-	3%	-	2%	2%	3%	2%
No usa 	45%	27%	63%	31%	17%	46%	31%	26%	32%

Fuente: Latinobarómetro. Total muestral. 2016

* Excluye menciones inferiores al 2%

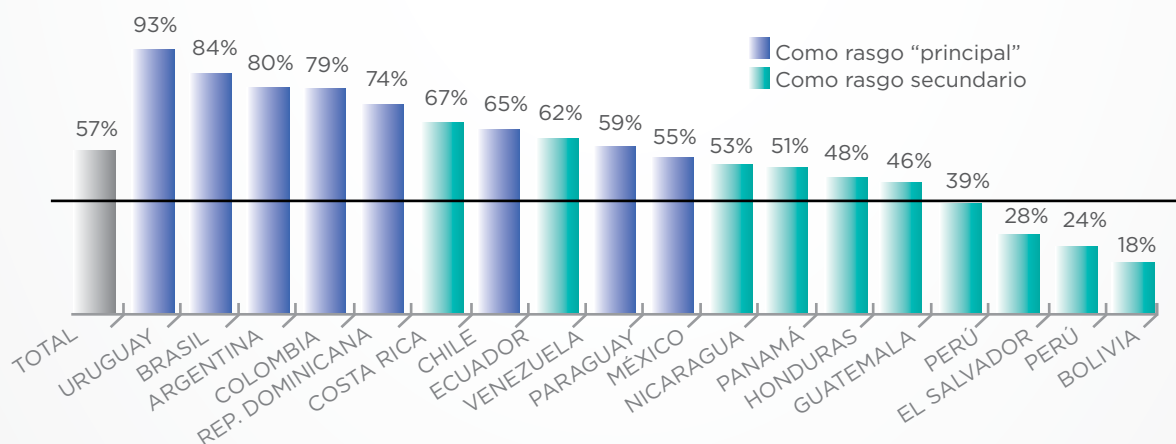
ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

El 57% de los latinoamericanos cree que su país es conocido en el mundo por sus logros deportivos. La oferta turística y la gastronomía, con 53% y 38% de las menciones, le siguen como las características más votadas entre los ciudadanos. Asimismo, la encuesta revela que Estados Unidos es el proveedor favorito para los latinoamericanos, que también ponderan muy bien a España en deportes, música y turismo.

UNA IDENTIDAD LIGADA AL FÚTBOL

- En América Latina, el deporte constituye un baluarte sociocultural determinante. Casi 6 de cada 10 latinoamericanos considera que el deporte nacional es un atributo que diferencia a su país (57%).
- En 8 de los 18 países sondeados el deporte se menciona como la característica principal del país. Uruguay (93%), Brasil (84%) y Argentina (80%) son los países donde la hegemonía del deporte como marca país es abrumadora. Pero también en Colombia se percibe en gran medida como el rasgo primordial (79%), seguido de cerca por República Dominicana (74%) y más atrás por Chile (67%), Venezuela (59%) y Paraguay (55%).

MENCIÓN DE “DEPORTE NACIONAL” COMO RASGO DISTINTIVO EN CADA PAÍS (%)



Fuente: El ADN de la integración.

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

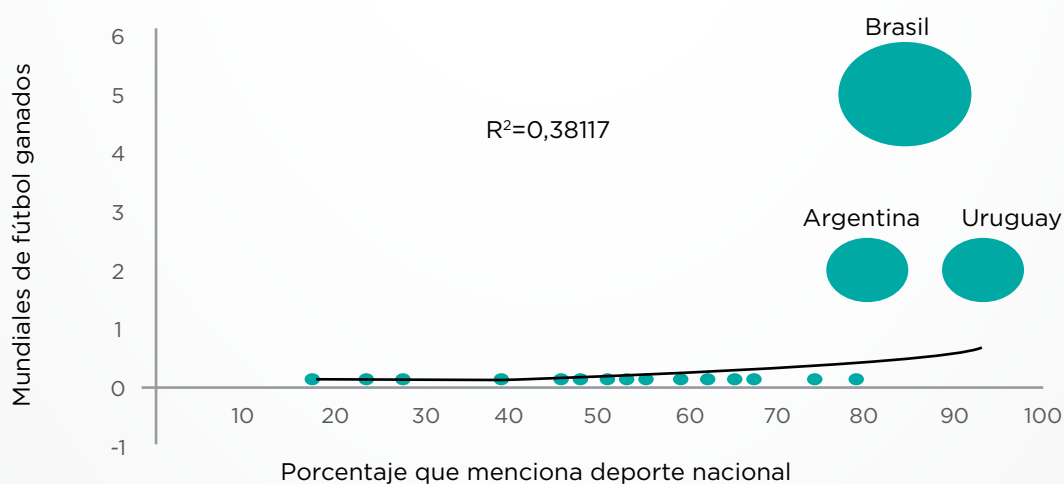
• Los resultados deportivos parecen acompañar la percepción ciudadana. Los tres países con mayor identificación de marca país en el deporte (Uruguay, Brasil y Argentina) suman un total de 9 copas mundiales de fútbol -el deporte más popular-, sobre un total de 20 disputadas en la historia: 5 de ellas obtenidas por Brasil, 2 por Argentina y otras 2 por Uruguay.

EQUIPOS CON MÁS COPAS DEL MUNDO DE FÚTBOL GANADAS



• De hecho, se verifica una asociación positiva entre copas mundiales ganadas y el nivel de alusión al deporte como rasgo distintivo observado en cada país, con un nivel de correlación entre estas variables de 0,38.

POBLACIÓN QUE MENCIONA AL DEPORTE NACIONAL COMO RASGO DISTINTIVO Y LOS MUNDIALES DE FÚTBOL GANADOS

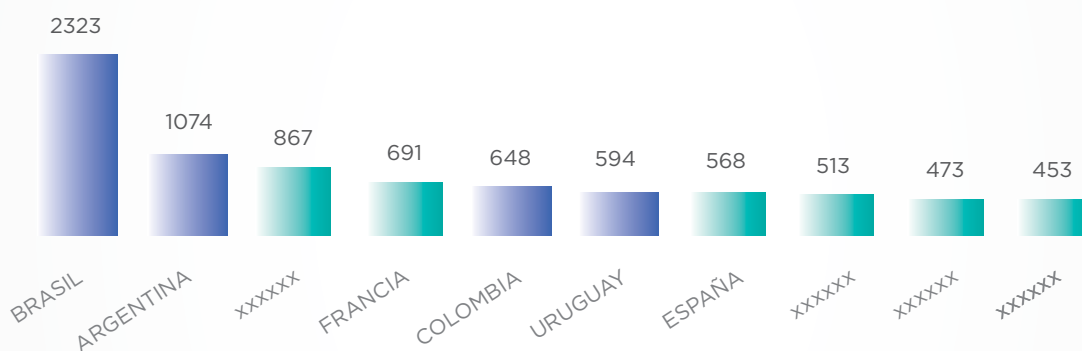


Fuente: INTAL-Latinobarómetro 2016

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

- La fuerte raigambre del fútbol en Latinoamérica se expresa, por ejemplo, en la exportación de talentos al mundo: Brasil y Argentina son hoy en día los países con mayor número de futbolistas en el exterior, superando a cualquier país europeo. Le siguen Colombia y Uruguay.
- Adicionalmente, en los últimos tiempos, otros países sudamericanos de menor trayectoria en este deporte como Chile, El Salvador, Panamá o Ecuador, han aumentado significativamente su presencia en el mercado de pases incorporando deportistas de diversos países de la región.

FUTBOLISTAS TRANSFERIDOS AL EXTERIOR POR NACIONALIDAD (DESDE ENERO 2015) **



** Selección de los primeros diez del ranking
Fuente: FIFA TMS

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

BELLEZA NATURAL Y GASTRONOMÍA

- El sector turismo genera más del 8% de los trabajos en América Latina y casi el 13% en el Caribe. Los ingresos obtenidos por esta actividad superan en la región los 79.000 millones de dólares. En 2016, la llegada de turistas a América Latina creció 4%.
- El sector turismo aparece como una de las marcas distintivas, en especial en países centroamericanos como Costa Rica, donde obtuvo el 79% de las menciones, seguido por Ecuador (75%), Panamá (62%), Nicaragua (59%) y Guatemala (58%).
- Latinoamérica dispone de gran potencial para la consolidación de una Marca Región basada en los matices distintivos de cada uno de sus atractivos turísticos, ofreciendo un amplio menú de opciones y destinos bajo el paraguas de la heterogeneidad.
- Otra dimensión relevante es la gastronomía. La cocina peruana -premiada a nivel mundial- es mencionada por su gente como el aspecto más reconocido del país (con 79% de menciones). Le sigue la comida mexicana con 57% de menciones y la cocina dominicana con 52%.

PROVEEDORES FAVORITOS

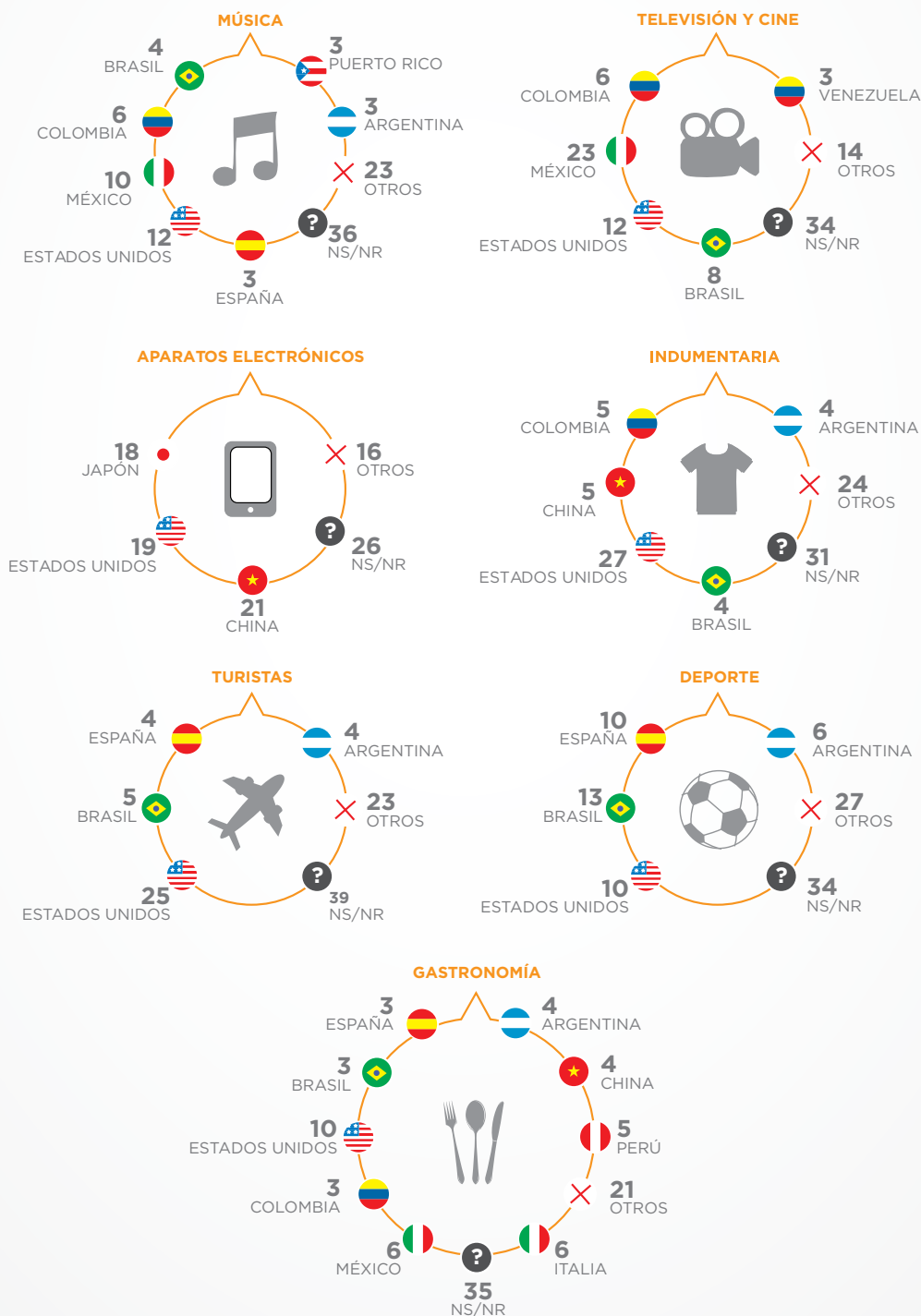
- En América Latina, Estados Unidos aparece como el proveedor favorito liderando cinco de las siete opciones consultadas y ocupando el segundo y tercer puesto en las opciones restantes.
- Entre los latinoamericanos, México y Perú aparecen bien valorados por su comida, tal como sostienen sus propios ciudadanos. Lo mismo ocurre con Brasil y el deporte. En tanto de España se valoran los deportistas, su oferta turística y su música.

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

PREFERENCIAS DE ORIGEN EN BIENES DE CONSUMO

Pregunta: ¿De qué países del mundo prefiere Ud. que provengan los siguientes productos en cada una de las áreas de la economía? Respuestas para opciones que sumaron más de 3% de las preferencias.

* Respuestas para el total regional



Fuente: Latinobarometro. 2016

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

MARCA PAÍS E INTEGRACIÓN REGIONAL

- Los rasgos propios de cada país, sus matices y atributos diferenciales son representaciones sociales que lo distinguen del resto, presentándolo como una unidad frente a la diversidad. Estas características típicas tallan su perfil distintivo y es lo que, plasmado en una imagen o recorte, se conoce como su Marca País. Se trata de un concepto conformado por múltiples percepciones y visiones compartidas sobre un lugar, su tierra, su gente y su reputación, que ancla en el imaginario social para consolidarse progresivamente como sello identitario.
- En un mundo globalizado, la marca país es sin duda una importante herramienta de promoción para las naciones. Su objetivo es facilitar el desarrollo de sus sectores estratégicos, como el turismo, la gastronomía, la cultura o incluso el deporte; también la industria o las exportaciones, entre otros tantos terrenos posibles. Aquellos rasgos destacados como marca país son en definitiva difusores valiosos del potencial y del desarrollo exportador de cada región.
- En una era signada por las nuevas tecnologías de la comunicación, el impacto del deporte como marca país es un hecho de considerable relevancia que no debe pasarse por alto al momento de pergeñar los esfuerzos por consolidar una marca región exitosa que sirva como estrategia de posicionamiento en una economía global cada vez más competitiva.

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DE LOS PAÍSES POR PAÍS

		DEPORTE	TURISMO	GASTRONOMÍA	FESTIVIDADES	VIOLENCIA	CAPITAL HUMANO	MATERIAS PRIMAS	INNOVACIÓN	APERTURA AL EXTERIOR	NS/NR	OTROS
LATINOAMÉRICA		57	53	38	31	31	22	18	14	12	4	2
ARGENTINA		80	41	33	10	18	20	26	11	6	3	2
BOLIVIA		18	52	35	57	28	9	20	6	6	7	3
BRASIL		84	31	22	61	46	12	13	8	6	4	1
COLOMBIA		79	54	36	48	60	27	20	17	12	1	3
CHILE		65	60	31	11	13	18	27	9	13	6	3
ECUADOR		62	75	40	32	15	24	21	18	16	1	2
MÉXICO		53	47	57	32	51	20	13	13	12	3	4
PARAGUAY		55	34	35	16	27	26	15	11	10	6	4
PERÚ		24	63	79	28	26	14	19	14	10	5	2
URUGUAY		93	57	23	41	7	28	23	10	16	0	1
VENEZUELA		59	42	38	18	37	25	18	13	12	2	2
COSTA RICA		67	79	33	22	24	41	19	23	20	2	1
EL SALVADOR		28	36	35	31	57	26	16	19	14	7	1
GUATEMALA		39	58	37	35	34	18	13	13	9	10	1
HONDURAS		46	36	24	17	52	16	12	10	10	6	0
NICARAGUA		51	59	42	27	8	25	18	20	19	9	1
PANAMÁ		48	62	33	42	19	20	12	17	16	4	2
REPÚBLICA DOMINICANA		74	62	52	29	33	35	15	21	11	1	0

Fuente: Latinobarómetro. Total muestral. 2016

ANEXO 3 / MARCA PAÍS EN LATINOAMÉRICA

DESTINOS FRECUENTES DE FUTBOLISTAS TRANSFERIDOS AL EXTERIOR POR NACIONALIDAD (DESDE ENERO 2015)

NACIONALIDAD DE JUGADORES	TOP 3 PAÍSES DE DESTINO		
BRASILEÑOS	BRASIL	887	38%
	PORTUGAL	216	9%
	JAPÓN	96	4%
ARGENTINOS	ARGENTINA	315	29%
	CHILE	100	9%
	MEXICO	74	7%
BRITÁNICOS	INGLATERRA	301	35%
	GALES	168	19%
	ESCOCIA	162	19%
FRANCESES	FRANCIA	129	19%
	BÉLGICA	76	11%
	INGLATERRA	68	10%
COLOMBIANOS	COLOMBIA	133	21%
	EL SALVADOR	61	9%
	PANAMÁ	59	9%
URUGUAYOS	URUGUAY	205	35%
	ARGENTINA	75	13%
	ECUADOR	37	6%
ESPAÑOLES	ESPAÑA	167	29%
	INGLATERRA	41	7%
	RUMANIA	29	5%
SERBIOS	SERBIA	94	18%
	BOSNIA HERZEGOVINA	32	6%
	GRECIA	29	6%
NIGERIANOS	MALTA	31	7%
	NIGERIA	31	7%
	MAURITANIA	25	5%
CROATAS	CROACIA	76	17%
	ESLOVENIA	52	11%
	ITALIA	42	9%

Fuente: FIFA TMS

ANEXO 4 / METODOLOGÍA

El siguiente apartado describe con mayor detalle las series de indicadores objetivos que utilizamos a lo largo de este trabajo para ponerlas en contraposición con los resultados de la encuesta de INTAL-Latinobarómetro. En esta contraposición, que como mencionamos anteriormente no implica causalidad, utilizamos la medida estándar de correlación dada por la siguiente fórmula:

$$(1) \rho = \frac{\Sigma(x-\bar{x})(y-\bar{y})}{\sqrt{\Sigma(x-\bar{x})^2 \Sigma(y-\bar{y})^2}};$$

donde ρ es el coeficiente de correlación, compuesto por la covarianza de las variables x e y en el numerador, y un denominador compuesto por los desvíos estándar de esas mismas variables.

Calculado de esta forma, el valor del índice de correlación varía en un intervalo de $[-1,1]$. Si ρ fuera igual a uno, indicaría una correlación positiva perfecta, es decir una dependencia total entre las dos variables que ocurre cuando una variable aumenta y la otra lo hace exactamente en la misma proporción. Si ρ se ubica entre cero y uno, se tiene una correlación positiva, mientras que si fuera negativo pero menor a uno, la correlación es negativa. Un ρ cercano a cero indica que no existe relación lineal.

En tanto que los indicadores objetivos seleccionados para las comparaciones fueron los siguientes:

- **Proporción de las exportaciones cubierta por los cinco productos principales (%):** tiene fuente en INTRADEBID, y abarca los datos al cierre del informe correspondientes al ejercicio 2014.
- **Tratados de Libre Comercio Firmados:** tiene fuente en INTRADEBID, tomando como última actualización el ejercicio 2014. Se contabiliza la cantidad de tratados y no los países con los que se firma el tratado. Ejemplo: un tratado puede incluir a varios países.
- **Arancel promedio NMF (%):** tiene fuente en INTRADEBID, y es el arancel normal no discriminatorio aplicado a las importaciones (excluye los aranceles preferenciales previstos en acuerdos de libre comercio y otros regímenes o aranceles aplicables en el marco de los contingentes). Se utilizaron los valores disponibles para 2014.
- **Índice de concentración de Herfindal-Hirschmann para las exportaciones:** tiene fuente en INTRADEBID, y es una medida estándar sobre la concentración económica de un mercado. Se calcula utilizando los valores de exportación del ejercicio 2014.

• **Exportaciones per cápita (miles de US\$):** tiene fuente en INTRADEBID, con datos del ejercicio 2014 se divide la cantidad de exportaciones por la población de cada país.

• **Inversión extranjera directa (% del PIB):** tiene fuente en la base de datos del BID, Números para el Desarrollo y del Fondo Monetario Internacional.

Agricultura, caza, sector forestal y pesca como porcentaje del PIB: tiene como fuente la última información disponible en UNCTADstats para 2015.

• **Ranking de competitividad en infraestructura:** tiene como fuente el World Economic Forum para 2015. Es un indicador de que califica de 1 a 7 la calidad del transporte, la energía y las telecomunicaciones, combinando información pública sobre kilómetros de carreteras, número de vuelos, suscriptores a telefonía y otras variables, con encuestas a empresarios y técnicos de cada sector. Ingreso originado en transporte, almacenamiento y comunicación (US\$ per cápita): tiene como fuente la última información disponible en UNCTADstats para 2015.

• **Exportaciones de productos de alta tecnología (% de exportaciones de productos manufacturados):** tiene como fuente INTRADEBID y el Banco Mundial. Datos del ejercicio 2014 toma la clasificación estándar de bienes con contenido tecnológico medio, alto o bajo.

• **Abonados a internet por banda ancha fija (por cada 100 personas):** datos del Banco Mundial para el ejercicio 2014.

• **Ingresos por turismo internacional (como % del total de exportaciones):** toma como fuente la Organización Mundial de Turismo con datos para 2014. Tasa de homicidio por cada 100.000 habitantes: toma como fuente la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), con datos para 2014, con la excepción de Nicaragua, Panamá y Bolivia cuya última información disponible es de 2012.

• **Emisiones (CO₂) per cápita (toneladas por habitante):** datos del Banco Mundial, según última información disponible para 2011. Información provista por el Centro de Análisis de Información sobre Dióxido de Carbono, División de Ciencias Ambientales del Laboratorio Nacional de Oak Ridge (Tennessee, Estados Unidos).

• **Huella de carbono (hectáreas por persona):** con fuente en Carbon Footprint Network, la huella de carbono mide los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por impacto directo o indirecto del actividad humana, convirtiéndose así en un indicador de desarrollo sustentable. Datos para 2015 disponibles en el último informe.

- **Uso de energía alternativa y nuclear (como porcentaje del total de uso de energía):** con fuente en la Agencia Internacional de Energía, es un indicador de uso de energías alternativas. Datos disponibles para 2014.
- **Producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total):** con fuente en el Banco Mundial y última información disponible para 2013, este indicador mide la importancia relativa de las energías renovables en la matriz energética de cada país. Tiene a su vez como fuente las estadísticas y balances energéticos de los distintos países.

- **Total de migrantes con destino a otros países de América Latina:** datos para 2015 provistos por el Departamento de Economía y Asuntos Sociales de las Naciones Unidas que sigue de cerca la dinámica de los flujos migratorios en el planeta.

- **Índice de controles a la movilidad de personas y de capital:** tiene como fuente el Fraser Institute con datos para 2015. Este indicador tiene tres componentes: restricciones a la inversión extranjera, controles de capital, y facilidad de los extranjeros para visitar el país. El Instituto con sede en Vancouver realiza el indicador sobre la base de parámetros tales como la dificultad para conseguir visado o la facilidad para capitales extranjeros de adquirir propiedades locales.

- **Índice de Gini: tiene como fuente el BID y el Banco Mundial:** Es la medida estándar de distribución del ingreso tomando máximos de 1 para sociedades donde el ingreso está muy concentrado y mínimo de 0 donde hay una absoluta igualdad en el reparto. Datos entre 2012 y 2014 según información provista por los distintos países de la región.

NOTAS

¹ Si bien exportaciones per cápita e importancia de la agricultura en la economía son indicadores que no refieren directamente a inversiones, nos darán indicios de algunas características distintivas que tienen las economías según su preferencia en materia de inversión.

² A estos datos de los Estados denominamos “estadísticas nacionales”, aunque en algunos casos son provistos de fuentes alternativas a los propios países, como en el caso del World Economic Forum. La fuente precisa de cada indicador utilizado se detalla en el anexo metodológico.

³ El cuestionario de 2016 fue elaborado en acompañamiento con las contrapartes de los países que participaron del Coloquio de Verano del INTAL, donde estuvieron presentes funcionarios de Argentina, Uruguay, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Paraguay y República Dominicana.

⁵ Morlino (2011) comenta que “juntar las tablas” implica que no existe una subordinación de los dos tipos de datos entre sí.

⁶ La alianza entre el INTAL y Latinobarómetro conforma un Bien Público Regional (BPR) que cuenta con la participación de instituciones de diversos países de la región, como la Cámara de Diputados de la Nación en Argentina, el Gobierno do Estado do Minas Gerais, el Instituto Legislativo Brasileiro y la Secretaria de Estado de Defesa Social en Brasil, el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo en Ecuador, el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca y el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados de México, el Ministerio del Interior de Paraguay, el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, la Junta Central Electoral de República Dominicana y el Ministerio del Interior del Uruguay, entre otros.

⁷ Latinobarómetro y CEPAL (2010) realizaron un primer ejercicio de juntar tablas en el área de bienestar e inequidad social. ⁹ Hemos abordado esta cuestión en detalle en INTAL (2016).

⁸ Hemos abordado esta cuestión en detalle en INTAL (2016).

⁹ Véase el apartado de Anexo metodológico para mayor detalle sobre los indicadores utilizados. En la construcción de cuestionarios futuros consideraremos estos resultados con el objeto de diseñar preguntas que se ajusten de forma más estricta a las estadísticas nacionales con el objeto de intentar medir el mismo fenómeno desde ambas perspectivas con mayor exactitud.

¹⁰ Si bien exportaciones per cápita e importancia de la agricultura en la economía son indicadores que no refieren directamente a inversiones, nos darán indicios de algunas características distintivas que tienen las economías según su preferencia en materia de inversión.

¹¹ Hay que notar que el nivel del arancel NMF no toma en cuenta la importancia que pueda tener la vinculación mediante acuerdos preferenciales. Un bloque regional puede tener un nivel de arancel NMF relativamente alto pero una proporción importante de comercio preferencial con aranceles muy bajos o nulos. A su vez, los niveles arancelarios no informan acerca de medidas de otra índole que pueden restringir el comercio, como las barreras no arancelarias. Como aclaramos en INTAL (2016), los resultados aquí expuestos deben interpretarse con las salvedades usuales que presentan las comparaciones en este tipo de indicadores.

¹² No todos los indicadores reflejan el sesgo integracionista propio de las políticas públicas como único factor. Por ejemplo, las exportaciones de media y alta tecnología son un indicador de la calidad de los bienes exportados que en parte está determinado por la estructura de ventajas comparativas de cada país en la cual se reflejan elementos que no dependen solo de decisiones públicas.

¹³ La metodología en detalle del Índice de Competitividad Global del WEF para su capítulo sobre infraestructura puede verse en <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-20142015/view/methodology/>.

¹⁴ Se trata de un indicador imperfecto, en tanto puede subestimar o sobrestimar la inserción en cadenas globales de valor de productos tecnológicos, y que usamos aquí con las salvedades usuales del caso.

¹⁵ Sobre el tema, véanse las conclusiones de los expertos que participaron del Nodo i+i (integración regional más inclusión social) en el sitio web del INTAL (www.iadb.org/intal/nodoi).

¹⁶ La decisión tomada por Gran Bretaña de abandonar la Unión Europea (Brexit) es solo un ejemplo de estas tendencias.

¹⁷ La clasificación de los países proviene del criterio utilizado en el Monitor de Comercio e Integración, BID (2015).

¹⁸ El apoyo a la democracia está medido con la siguiente pregunta: “P. ¿Con cuál de las siguientes

frases está Ud. más de acuerdo? La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno. En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático. A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático”, mostrando en el gráfico las respuestas para la primera opción. En tanto la confianza al gobierno se mide con la siguiente pregunta: “P. Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿Cuánta confianza tiene usted en ellas: Mucha, Algo, Poca o Ninguna confianza en el gobierno? Aquí solo ‘Mucha’ más ‘Algo’.

¹⁹ La diferencia respecto a los resultados de la medición de 2015 se debe a un cambio en la formulación de la pregunta. Mientras en 2015 se le preguntó al universo de los encuestados cuál era su percepción de impacto de la integración, en 2016 la pregunta se hizo solo a quienes consideraron que su país intentó integrarse “mucho o algo” con el mundo.

²⁰ Como mencionamos, este indicador varía entre 0 y 1, siendo mayor a mayor concentración de la canasta exportadora.

²¹ Sin que esta tendencia indique, como aclaramos antes, ningún tipo de relación de causalidad.

²² A mayor índice de controles a la movilidad, menores restricciones. Ver apartado metodológico para más detalles.

²³ Sobre el tema véase Serebrisky (2014).

²⁴ Véase la infografía dinámica “Distanciados” en INTAL INTERACTIVO, y Mesquita Moreira (2013).

²⁵ Sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el comercio y la producción véase INTAL (2015b).

²⁶ Un ejemplo de bienes y servicios que se vuelven indivisibles es la impresión 3D, donde la filosofía del hazlo tú mismo pone en jaque los modelos tradicionales de venta, logística y transporte de mercancías. Sobre el tema véase INTAL (2015c).

²⁷ En diferentes ediciones de la Conexión INTAL hemos tratado estos temas en detalle.

²⁸ INTAL (2015d) analiza la revolución de las TIC y su impacto en el comercio.

²⁹ Sobre el tema véase Casilda Béjar y Gonzalez Silvestre (2002), y Aichner (2014).

³⁰ González (2016).

³¹ Es evidente que la apuesta a la innovación energética puede no estar asociada a temas de medioambiente sino a la necesidad de contar con fuentes de energía alternativas como ocurre en varios países de Centroamérica. Ninguna de estas correlaciones indica causalidad.

³² La fuente de las estadísticas nacionales puede verse con mayor detalle en el apartado metodológico.

³³ INTAL (2015a).

³⁴ Sobre el tamaño del sector informal y sus consecuencias en materia de equidad véase INTAL (2015a).

³⁵ En el apartado metodológico nos ocupamos de la composición del índice de movilidad de personas y capitales.

³⁶ Se utilizan datos de la encuesta para asuntos migratorios del capítulo 2015. La pregunta es la siguiente: “¿Cuál cree usted que es el impacto que tienen los ciudadanos de otros países que vienen a vivir a su país? Dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, ni acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con 1) Vienen a competir por nuestros puestos de trabajo, y 2) Debería haber una ley que les impidiera entrar *Aquí ‘Muy de acuerdo’ más ‘de acuerdo’.

³⁷ Se utilizan datos de la encuesta para asuntos migratorios del capítulo 2015 (no se incluyeron estas preguntas en la encuesta 2016). La pregunta es la siguiente: “¿Cuál cree usted que es el impacto que tienen los ciudadanos de otros países que vienen a vivir a su país? Dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, ni acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con 1) Vienen a competir por nuestros puestos de trabajo, y 2) Debería haber una ley que les impidiera entrar *Aquí ‘Muy de acuerdo’ más ‘de acuerdo’.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2015)**, Monitor de Comercio e Integración, La recaída, BID.
- Casilda Béjar, R. y Gonzalez Silvestre, E. (2002)**, “La marca país como ventaja competitiva”, Información Comercial Española, ICE, Revista de economía, N° 799, pp. 101-114.
- Gabel, Matthew, Whitten Guy D. (1997)**, “Economic conditions, economic perceptions, and public support for European integration”, Political Behavior, Vol. 19, N° 1.
- González, A. (2016)** “Cadenas globales de valor sostenibles”, Revista Integración y Comercio N° 41, INTAL, mimeo,
- INTAL (2015a)**, “El Mapa de la Desigualdad en América Latina”, Revista Integración & Comercio, N°39, El gran salto, Banco Interamericano de Desarrollo.
- INTAL (2015b)**, “Comercio internacional y cambio tecnológico”, Carta Mensual, Marzo 2015, INTAL, Banco Interamericano de Desarrollo.
- INTAL (2015c)**, “Impresión 3D. Impactos en la producción y el comercio internacional”, Carta Mensual, Mayo 2015, INTAL, Banco Interamericano de Desarrollo.
- INTAL (2015d)**, “La revolución de las TIC y el comercio de servicios”, Carta Mensual, Abril 2015, INTAL, Banco Interamericano de Desarrollo.
- INTAL (2016)**, “Dimensiones objetivas y subjetivas de la integración regional”, Nota técnica IDB-TN-966, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kettle, Stewart; Hernandez, Marco; Ruda, Simon; Sanders, Michael (2016), “Behavioral interventions in tax compliance: evidence from Guatemala”, Policy Research Working Paper, WPS7690, Banco Mundial.
- Latinobarómetro y CEPAL (2010)**, América Latina frente al espejo, CEPAL, Santiago de Chile.
- Mesquita Moreira, Mauricio (2013), Too Far to Export: Domestic Transport Costs and Regional Export Disparities in Latin America, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Morlino, Leonardo (2011)**, “Changes for Democracy: Actors, Structures, Processes”, Oxford Studies in Democratization.
- Nissen, Sylke (2014)**, “The Eurobarometer and the process of European integration”, Quality & Quantity, Volume 48, pp. 713-727.
- Norris, Pippa (1999)**, Critical citizens. Global support for democratic government. Nueva York: Oxford University Press.
- Serebrisky, Tomás (2014)**, Sustainable infrastructure for competitiveness and inclusive growth, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sosa Escudero, Walter (2016)**, “Big Data, Neurociencia y Nuevas Tecnologías: Oportunidades y Desafíos para el Comercio y la Integración”, INTAL, mimeo.