



**229**

septiembre 2015

Carta Mensual  
**INTAL**

Publicación Electrónica Mensual







# Índice de contenidos

## Columna de Análisis

Presentación de la Nota Técnica “La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del acuerdo marco de cooperación: Quo vadis?” .....	7
El comercio electrónico y la inserción internacional de América Latina y el Caribe.....	13

## Bloques de Integración

### Alianza del Pacífico

México y Chile afianzan relación bilateral .....	29
Se aprueba el TLC Chile y Tailandia .....	30

### Caribe

Belice ratifica el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio .....	31
Nuevo Plan para Petrocaribe .....	33

### Centroamérica

Nuevos progresos en la Unión Aduanera Centroamericana .....	34
---	----

### CAN

Perú busca expandir el comercio bilateral con Bolivia .....	36
---	----

### Mercosur

Brasil y Uruguay renuevan su Acuerdo Automotor .....	39
Acuerdo entre Paraguay y Bolivia sobre gas natural .....	40
Uruguay se retira de las negociaciones del TISA .....	41

## Panorama Regional y Global

Acercamientos bilaterales Alianza del Pacífico-MERCOSUR .....	45
---	----

## Evaluación de impacto

El impacto de la facilitación del comercio en países en desarrollo.....	49
---	----

## Sector de Integración y Comercio

INTAL 50 años .....	53
Observatorio Instrumentos Jurídicos de Integración (IJI) .....	54
Concurso de soluciones innovadoras INTAL Co-Creación. ....	56

## Eventos de Interés

Esta sección contiene información sobre eventos relacionados a la integración y el comercio en el ámbito regional y mundial.

Tercer Seminario Internacional “América Latina y el Caribe y China: condiciones y retos en el siglo XXI” .....	59
--	----



## Centro de Documentación INTAL

### Reseñas Bibliográficas

La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la Internet de la producción .....	63
--	----

### Alerta Bibliográfico

.....	65
-------	----

### Bibliografía Destacada del Mes

* Makuc, A.; Duhalde, G. y Rozemberg, R. (2015). La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del Acuerdo Marco de Cooperación: quo vadis?. Washington: BID.	66
* Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Madrid: Fundación Telefónica; CEPAL; CAF; CET.LA. ....	68
* Bonilla Soria, A., ed. y Milet García, P., ed. (2015). China en América Latina y el Caribe: escenarios estratégicos subregionales. San José: FLACSO; CAF.	69
* The invisible barriers to trade : how businesses experience non-tariff measures. (2015). Geneva: ITC. ....	70

### Redacción

Redacción .....	73
-----------------	----



# Columna de Análisis







# Presentación de la Nota Técnica “La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del acuerdo marco de cooperación: Quo vadis?”

El 28 de agosto tuvo lugar en el INTAL-Lab un taller de presentación de la Nota Técnica “La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del acuerdo marco de cooperación: *Quo vadis?*”, realizada por Adrián Makuc, Ricardo Rozemberg y Gabriela Duhalde, y publicada por el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL).[1]

El encuentro fue una excelente oportunidad para que destacados diplomáticos, académicos y representantes del sector privado de los países del MERCOSUR y la Unión Europea (UE) debatieran sobre las negociaciones birregionales, las oportunidades y desafíos que existen en el vínculo entre ambos bloques, así como sobre el proceso de integración dentro del MERCOSUR.



La inauguración del encuentro estuvo a cargo de **Gustavo Beliz** y **Alejandro Ramos**, Director y Economista Senior del INTAL, respectivamente. Destacaron el interés y la trayectoria del INTAL en el análisis de los temas vinculados al MERCOSUR, que se plasma en diversas actividades como la realización anual del [Informe MERCOSUR](#) y la reciente publicación de una [nota técnica sobre el comercio agropecuario](#) en el bloque, presentada en un [taller](#) a fines de julio en el marco de las actividades especiales por la celebración del [50° aniversario del INTAL](#).




**Ricardo Rozemberg** comenzó la [presentación del trabajo](#) subrayando los profundos cambios en el contexto internacional, en cada uno de los bloques y en el vínculo bilateral desde el comienzo de las negociaciones hasta el relanzamiento en 2010 y en la actualidad.

En primer lugar, subrayó que al inicio de las conversaciones birregionales hace más de 15 años existía un gran optimismo acerca de la globalización en el ámbito comercial a partir de la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En el MERCOSUR había también grandes expectativas acerca de las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) y el Acuerdo de Asociación Interregional entre el MERCOSUR y la UE. Quince años más tarde, el escenario es muy diferente: no ha finalizado la Ronda de Doha, se ha abandonado la negociación del ALCA y no se ha concluido el acuerdo con la UE. Sin embargo, el mundo está mucho más internacionalizado, destacándose la consolidación de las cadenas regionales y globales de valor – en las que el MERCOSUR participa relativamente poco-, el mayor protagonismo de China en la producción y el comercio mundiales y la proliferación de acuerdos comerciales regionales. Más recientemente, el estancamiento de la economía mundial y la falta de progresos en la Ronda de Doha han motivado la búsqueda de alternativas que derivaron en la negociación de mega acuerdos. Éstos involucran a las principales economías mundiales, tienen un alcance profundo y podrían reconfigurar las reglas del comercio a nivel global.

En segundo lugar se refirió a los cambios internos. En la UE sobresalen las ampliaciones hacia el Este, que incorporaron 13 nuevos miembros de menor desarrollo relativo, varios de los cuales tienen ventajas comparativas en la agricultura, es decir, con un patrón de especialización más parecido a los 4 países fundadores del MERCOSUR que los de Europa Occidental. Asimismo, durante los últimos años la UE ha atravesado una profunda crisis, que aún afecta seriamente a varias de las economías más débiles. El MERCOSUR, por su parte, incorporó a Venezuela como miembro pleno -aunque este país no participa de las tratativas- y experimentó dificultades por la suspensión de Paraguay, ahora superadas.





En tercer lugar, hizo referencia al cambio en el vínculo bilateral, destacando la pérdida de importancia relativa del comercio birregional en el total de cada bloque. El patrón de intercambio se caracteriza porque el MERCOSUR exporta a la UE recursos naturales e importa desde allí manufacturas. Un dato a subrayar es que en la inversión extranjera directa (IED) se mantiene el protagonismo europeo en el MERCOSUR: la UE representa 62% del acervo de IED en el bloque sudamericano e incluso las empresas europeas están invirtiendo activamente en Brasil y ganando participación. Cabe destacar que la UE suscribió con este país un Acuerdo de Asociación Estratégica en 2007.

Durante los últimos quince años, la UE ha firmado muchos acuerdos de asociación y negocia con grandes actores, destacándose las tratativas con Estados Unidos (Acuerdo de Asociación Transatlántica sobre Comercio e Inversiones, TTIP por sus siglas en inglés). El MERCOSUR, en contraste, ha firmado pocos acuerdos -ninguno incluye a las principales economías del mundo- y en la actualidad la única negociación de gran relevancia es con la UE.

La negociación entre ambas regiones muestra dificultades similares a las que derivaron en la suspensión de las tratativas en 2004. Éstas se relacionan en particular con las políticas comerciales de ambas partes, ya que existen importantes escalonamientos arancelarios y regímenes sectoriales en actividades clave para la relación bilateral, como la Política Agrícola Común de la UE o los acuerdos que rigen el comercio automotor entre los países del MERCOSUR. Si bien la negociación puede parecer menos atractiva que en el momento de su lanzamiento, existe más potencial que al inicio porque se han consolidado cadenas regionales y globales de valor y porque la IED europea en el MERCOSUR ya no se concentra tanto en servicios públicos sino en sectores transables, lo cual motiva un mayor interés de las firmas europeas por el acuerdo birregional.

La presentación a cargo de **Adrián Makuc** se concentró en las negociaciones sobre el comercio de bienes. Destacó que la UE buscó que la oferta de liberalización comercial implicara compromisos similares para ambos bloques, mientras que el MERCOSUR ha intentado obtener trato especial y diferenciado.

Por un lado, la última oferta presentada por la UE resultaba poco atractiva para el MERCOSUR en materia agrícola: algunos productos no se desgravarían nunca (se mejoraría el acceso mediante contingentes arancelarios[2]) ; la reducción solamente se aplicaría al componente *ad valorem* de los aranceles compuestos –cuando lo que los vuelve prohibitivos es el componente específico-[3]; muchos productos quedarían excluidos; las importaciones de productos agropecuarios procesados estarían condicionadas a numerosos requisitos sanitarios, indicaciones geográficas y de marca. Por otro lado, subrayó que la oferta del MERCOSUR resulta poco atractiva para la UE en términos de acceso a mercados para las manufacturas. En particular, el bloque sudamericano pretende que la desgravación sea lenta, es decir que los plazos para la eliminación de los aranceles sean extensos y la mayor parte de la reducción se concentre en los últimos años, y que exista una menor cobertura de los productos liberalizados. La UE, por su parte, sostiene que 90% del intercambio bilateral debe quedar desgravado en un período máximo de 10 años. Sobre este último punto, Makuc señaló que la UE puede cumplir ese requisito sin dificultades, ya que los productos sensibles para ese bloque representan menos de 10% de las importaciones desde el MERCOSUR porque están protegidos por cuotas arancelarias y tarifas prohibitivas. Para el MERCOSUR, en cambio, llegar al 90% implica un mayor grado de exposición a la competencia europea de los sectores menos competitivos. La oferta que el MERCOSUR acordó y espera presentar a la UE tendría una cobertura cercana al 90% con un plazo máximo de desgravación de 15 años y aproximadamente

dos tercios del comercio quedaría libre de arancel recién en los últimos tres años de ese período. Si bien los intereses defensivos del MERCOSUR se concentran en la industria manufacturera – destacándose el caso del sector automotor- y los de la UE en la agricultura, Makuc advirtió sobre profundas diferencias entre los esquemas de apoyo sectorial en ambos bloques. Por un lado, la PAC está muy consolidada y el MERCOSUR no tiene un régimen automotor común –solamente existen acuerdos bilaterales-. Por otro lado, las empresas europeas son importantes inversoras en la industria automotriz del MERCOSUR, pero no sucede lo mismo con firmas del bloque sudamericano en la agricultura europea.

En las negociaciones más allá de los bienes, los principales desafíos corresponden a propiedad intelectual (en particular indicaciones geográficas), compras gubernamentales, servicios e inversiones. Las negociaciones de estos tres últimos temas enfrentan una dificultad adicional porque el MERCOSUR no cuenta con regulación común, por lo cual las ofertas son puramente nacionales.

Las subvenciones a las exportaciones están incluidas en la negociación -en contraste con las ayudas internas que se discuten solamente en la OMC-: el MERCOSUR sostiene que los beneficios del acuerdo no deben aplicarse a productos subsidiados, en tanto que la UE quiere negociar caso por caso.

Para concluir, consideró que si la UE no brinda trato especial y diferenciado al MERCOSUR es difícil que las negociaciones puedan avanzar.



La exposición de los autores fue seguida de comentarios de tres expertos. En primer lugar, **Félix Peña** (Fundación ICBC, UNTREF) destacó el aporte de la nota técnica ante la falta de información acerca de la negociación y planteó una serie de interrogantes entre los cuales se destacan algunos acerca de la cobertura del acuerdo y el tratamiento de los sectores sensibles. Se preguntó por qué el MERCOSUR aceptó en 2010 el requisito del 90% en lugar de utilizarlo como herramienta de



negociación ante el gran interés europeo –particularmente de España- de relanzar las tratativas. En cuanto a la sensibilidad, destacó que los plazos de desgravación serían muy extensos, no solamente por el cronograma sino por las demoras que existen desde el fin de la negociación hasta la entrada en vigor del acuerdo, lo cual brinda un margen importante para mejoras de competitividad y reconversión productiva.

Por último, advirtió que la negociación parece una combinación de *bluff game* (hacer como que se negocia) con *blame game* (culpar a ciertos actores por la falta de avances) en la que no se está teniendo en cuenta la dimensión política estratégica.

En segundo lugar, **Jorge Lucángeli** (IIEP, UBA) señaló que es llamativo que el MERCOSUR busque profundizar la relación con la UE mientras al interior tiene serias dificultades. Sostuvo que el acuerdo con la UE solamente sería atractivo para el MERCOSUR si hubiera una apertura significativa del sector agropecuario y como eso es poco probable, consideró que el bloque debe primero fortalecerse para convertirse en plataforma y recién después abrirse al resto del mundo. En tercer lugar, **Viktor Klima** (Presidente de la Eurocámara) sostuvo que las relaciones entre la UE y el MERCOSUR están en un momento difícil y decisivo y que las negociaciones no están respaldadas por la voluntad política. Sin embargo, se manifestó claramente a favor del acuerdo, recordando la importancia de las inversiones europeas en el MERCOSUR y subrayando que para esas firmas el acuerdo permitiría incrementar la confianza y la estabilidad.


Coincidió con Lucángeli en la necesidad de profundizar el proceso de integración del MERCOSUR, pero sostuvo que eso y la negociación con la UE no son excluyentes sino complementarios pues el Acuerdo de Asociación implicaría mucho más que libre comercio y contribuiría a mejorar la integración en el MERCOSUR. También sugirió la creación de instituciones supranacionales para definir, aplicar y controlar las reglas en el bloque sudamericano. Finalmente, llamó a seguir discutiendo sobre el proceso de integración para generar interés en el tema e influenciar la voluntad política.

Seguidamente, algunos participantes hicieron contribuciones al debate:

- **Francisco Cannabrava** (Consejero Económico Embajada de Brasil en Argentina) destacó el cambio en la posición del sector privado brasileño de cara a las negociaciones, ya que el sector manufacturero ahora está tan interesado como el de agronegocios en concluir el acuerdo.
- **Nils Weller** (Consejero de Economía y Comercio de la Representación de la UE en Argentina) sostuvo que la diferencia de desarrollo relativo entre ambos bloques se redujo desde el inicio de las tratativas. Con respecto a las posibilidades de que la UE mejore su oferta al MERCOSUR, recordó que la primera lleva adelante varias negociaciones simultáneas y que existen condicionamientos cruzados en lo que ofrece en cada una de ellas.
- **Julio Berlinski** (UTDT) destacó que existe complementariedad comercial entre ambos bloques en el comercio de servicios y comentó evidencia al respecto en base a una investigación que desarrolló sobre el vínculo en servicios entre Argentina y Alemania.
- **Claudio Farabola** (Gerente de la Cámara de Comercio Italiana en Argentina) coincidió con Viktor Klima en el interés del sector privado en el acuerdo y sostuvo que la cooperación entre empresas ha avanzado a mayor velocidad que las tratativas de los gobiernos.

En conclusión, el taller brindó un espacio interesante y fructífero para reflexionar acerca del vínculo entre el MERCOSUR y la UE, para el intercambio de opiniones y experiencias de

7 bVjcbUfJcgzYa dFYgUfJcgmlUWXAa Jvtg"



## La Negociación MERCOSUR-Unión Europea a Veinte Años del Acuerdo Marco de Cooperación ([Video](#))

[1] Esta nota fue elaborada por la consultora del BID, Romina Gayá.

[2] Restricción cuantitativa que combina una cuota con un arancel: una cantidad determinada de productos ingresa en condiciones preferenciales y las cantidades que exceden ese volumen están sujetas a aranceles más elevados. Cuando estos resultan prohibitivos por su magnitud, la cuota arancelaria funciona de la misma manera que una cuota; también se denomina “cuota arancelaria”.

[3] Los aranceles *ad valorem* corresponden a un porcentaje del precio del producto, los específicos a un monto fijo por unidad y los compuestos incluyen una porción *ad valorem* y otra específica.



# El comercio electrónico y la inserción internacional de América Latina y el Caribe

Con motivo de su 50º aniversario, el INTAL desarrolla actividades y publicaciones especiales enfocadas en el futuro de la integración, y uno de sus ejes es el comercio regional en la era de las tecnologías disruptivas.[1] A lo largo de 2015, la *Carta Mensual* incluye diversos artículos donde se aborda esta temática. Hasta el momento se ha analizado el [impacto sobre el comercio del cambio tecnológico en general](#), [los servicios basados en las tecnologías de la información y las comunicaciones](#), [la fabricación digital](#), [la bioeconomía](#), [la nanotecnología](#) y [el potencial del uso de big data para incrementar la productividad](#).


Esta nota examina las principales tendencias mundiales en materia de comercio electrónico transfronterizo y analiza los retos y oportunidades para la inserción internacional de América Latina y el Caribe (ALC), particularmente de las micro, pequeñas y medianas empresas.

## ¿Qué es el comercio electrónico?

Desde hace algunos años, una gran cantidad de aplicaciones de las tecnologías de la información están provocando una revolución en las formas de comerciar que se percibe tanto dentro de los países como en el intercambio transfronterizo. La reducción de costos de la información y la formación de una red mundial amplía los mercados y reduce las fronteras al comercio. Entre estos desarrollos se destaca el comercio electrónico o *e-commerce*, el cual comprende la compra y venta de bienes o servicios a través de medios electrónicos como computadoras, teléfonos celulares, tabletas, entre otros dispositivos. Si bien la operación se pacta electrónicamente, el pago y/o la entrega de los bienes y servicios no necesariamente se desarrolla en línea (OMC, 2013).

Es útil identificar distintos tipos de comercio electrónico según los actores involucrados:

- B2B (*business to business*): *E-commerce* entre empresas. Un ejemplo es la firma china [Alibaba](#), líder mundial del segmento B2B, utilizada para transacciones entre mayoristas y distribuidores.
- B2C (*business to consumer*): Las empresas venden electrónicamente sus bienes o servicios al público general. Algunas firmas optan por comercializar sus productos desde su propia página web o aplicación móvil, como es el caso de las líneas aéreas. Otras compañías se valen de intermediarios generales como de [AliExpress](#) (del grupo Alibaba) o especializados en algún sector (ej. [Airbnb](#) para alojamiento turístico o [Etsy](#) para artesanías). En muchos casos se trata de empresas que incorporaron la venta *online* de manera complementaria a las tiendas tradicionales. Por ejemplo, [Falabella](#) –propiedad del grupo chileno Cencosud– se convirtió en uno de los principales *retailers* de ALC en términos de comercio electrónico. En otros, en cambio, son empresas que se dedican exclusivamente a la venta en línea. Tal es el caso de [Despegar.com](#), la agencia de viajes con mayor volumen de ventas en ALC.
- C2C (*consumer to consumer*): Transacciones entre individuos. Ejemplos de ello son los sitios



de subastas como [eBay](#) o la firma de origen argentino [OLX](#). Otras plataformas, como la estadounidense [Amazon](#) o la argentina [Mercado Libre](#), combinan tanto transacciones B2C como C2C.

- B2G (*business to government*): Operaciones entre empresas y gobierno, como es el caso de los sitios de contratación pública en línea (ej. [Mercado Público de Chile](#)).
- C2B (*consumer to business*): Plataformas mediante las cuales los consumidores pueden vender productos a las empresas, que generalmente las revenden posteriormente. Por ejemplo, la firma argentina [Ropanroll](#) adquiere ropa usada de niños que luego revende (B2C) y todas las transacciones se realizan exclusivamente de manera electrónica.

Si bien algunos autores clasifican separadamente al comercio electrónico a través de dispositivos móviles (*m-commerce*), las transacciones realizadas mediante teléfonos celulares inteligentes, tabletas u objetos conectados (ej. [Dash Button](#)[2] o tecnología vestible -*wearables*-) corresponden a los grupos previamente mencionados.

### Evolución del *e-commerce*

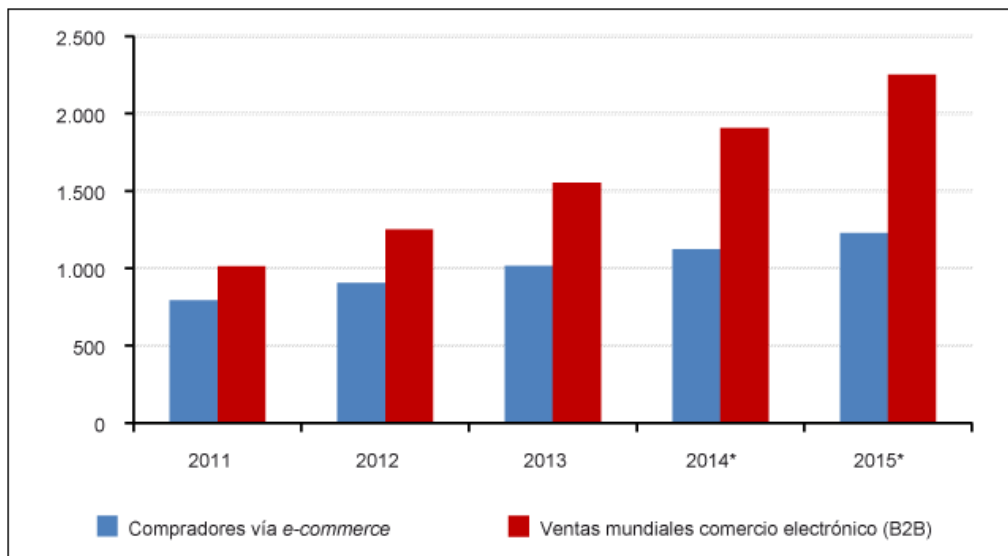
Desde que comenzó su difusión, durante la segunda mitad de los noventa,[3] el comercio electrónico se ha expandido fuertemente en todo el mundo impulsado por la mayor difusión de las conexiones de internet de alta velocidad, los teléfonos inteligentes, las tabletas y otros dispositivos.

Dada la novedad de estos fenómenos, se cuenta con indicadores parciales de su evolución. Utilizando una muestra de países, la Fundación ECommerce estima que en 2015 las ventas en línea de bienes y servicios del segmento B2C rondarían US\$ 2,3 billones,[4] lo cual implica un crecimiento promedio anual acumulativo (a.a.) de 22,1% desde 2011. Se calcula que 42,7% de los usuarios de internet son *e-shoppers*. Es decir, en el mundo hay más de 1.200 millones de personas que adquieren bienes o servicios de manera electrónica. La cantidad de compradores *online* ha aumentado, en promedio, 11,6% a.a. durante los últimos cuatro años (Gráfico 1).[5]



**Gráfico 1. Comercio electrónico mundial: Cantidad de e-shoppers y ventas del segmento B2C**

Millones de personas y miles de millones de US\$



Nota: \* Estimaciones o proyecciones. Fuente: Ecommerce Foundation (2015) y Statista (en base a encuestas de eMarketer).

Manyika *et al.* (2015) sostienen que el impacto de la digitalización en el comercio electrónico se observa principalmente por tres canales. Primero, en los bienes y servicios digitales nuevos (ej. aplicaciones móviles) o mediante la transformación de lo físico en digital (ej. libros en formato electrónico). Segundo, en la aparición de “envoltorios digitales” (*digital wrappers*), que aumentan el valor de los bienes físicos, como los sistemas de rastreo digital o los sitios que proveen información a los consumidores para mejorar sus decisiones (ej. [TripAdvisor](#) en el caso del turismo). Tercero, en las plataformas que funcionan como intermediarias entre quienes quieren comprar y vender. Ejemplos de ello son los principales actores del comercio electrónico en el mundo, como eBay, Amazon, Alibaba, entre otros.

Debe mencionarse que la expansión del comercio electrónico ha sido acompañada por el desarrollo de los sistemas pagos digitales, como [PayPal](#) (eBay) o [Mercado Pago](#) (Mercado Libre), que permiten el pago y cobro de la operación y la aseguran a cambio de una comisión.

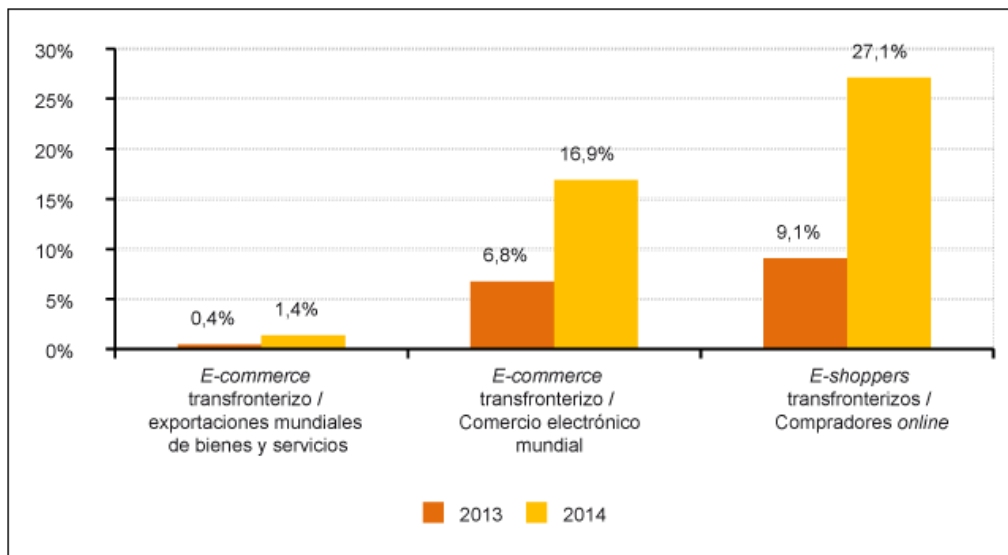


## Comercio electrónico transfronterizo

El impacto de estas nuevas tecnologías sobre los flujos de comercio internacional es particularmente importante por el potencial de ampliación del mercado que conllevan y cuyo aprovechamiento es aún incipiente. Según Ecommerce Foundation (2015), en 2014 las ventas electrónicas transfronterizas del segmento B2C sumaron US\$ 328 mil millones a nivel global, equivalentes a 1,4% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios y a 16,9% del comercio electrónico B2C global. Estas transacciones involucraron a 309 millones de consumidores, es decir que 27,1% de las personas que compran a través de internet adquieren bienes o servicios en el exterior. Si bien la importancia relativa del *e-commerce* transfronterizo aún es baja, se espera que continúe expandiéndose durante los próximos años. Algunas estimaciones indican que en 2017 las transacciones internacionales representarán más de 40% del comercio electrónico en Asia, más de un tercio en Estados Unidos y la UE y aproximadamente 18% en ALC (Suominen, 2014). Asimismo, se calcula que en 2020 habrá más de 1.000 millones de personas que realizarán compras electrónicas transfronterizas (Ecommerce Foundation, 2015).

## Gráfico 2. Importancia relativa del comercio electrónico internacional

Participación en exportaciones mundiales, e-commerce global y compradores online. En porcentaje.



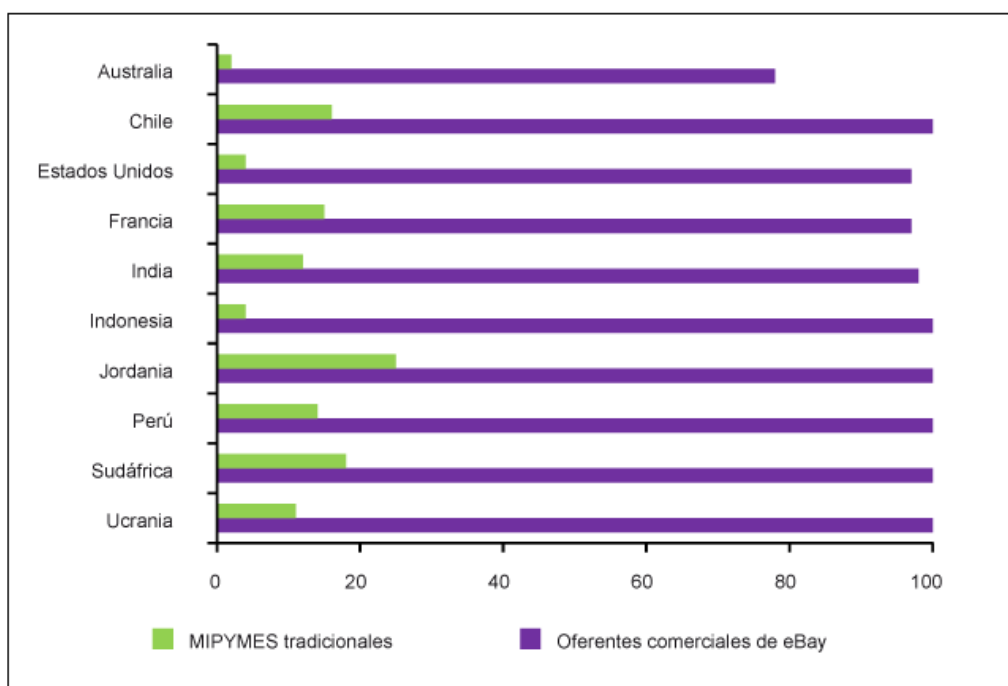
Fuente: Elaboración propia con datos de Ecommerce Foundation y OMC.

Además del dinamismo reciente de los flujos internacionales, el *e-commerce* se caracteriza por un alto grado de internacionalización de las empresas. Por ejemplo, 9 de cada 10 oferentes comerciales de eBay exporta, una proporción muy superior a la participación de firmas que vende al exterior en el total de empresas de cualquier país (Gráfico 3). Esto es posible porque la digitalización ha reducido significativamente los costos de difusión y distribución de bienes y servicios. Si bien el comercio electrónico transfronterizo expone a las empresas a mucha más competencia, también reduce las barreras a la participación en los mercados globales. Así, pues, el *e-commerce* permite a muchas MIPYMES e incluso a oferentes individuales el acceso a mercados externos que antes estaban reservados casi exclusivamente para las grandes firmas (Manyika *et al.*, 2015).



**Gráfico 3. Participación de empresas exportadoras entre vendedores online y MIPYMES tradicionales**

Países seleccionados. Porcentaje del total.



Nota: Oferentes comerciales son aquellos que tienen ventas anuales superiores a US\$ 10.000.  
Fuente: Manyika et al. (2015).

Desde el lado de los consumidores, el comercio electrónico en general -y transfronterizo en particular- permite acceder a una mayor cantidad y variedad de bienes y servicios. Asimismo, reduce los costos de recopilar y comparar información de los posibles oferentes, lo cual puede mejorar la toma de decisiones. Por ejemplo, muchas plataformas permiten al consumidor identificar a todos los oferentes de un producto, comparar los precios, consultar los comentarios de otros usuarios sobre el producto y la reputación del vendedor, etc. Adicionalmente, en muchos casos el comercio electrónico permite adquirir bienes y servicios en el exterior sin depender de un intermediario.

El comercio electrónico internacional se encuentra muy concentrado en pocos países: 47% de quienes hicieron compras electrónicas internacionales en 2013 adquirieron bienes o servicios en Estados Unidos, 38% en el Reino Unido, 31% en China y Hong Kong, seguidos por Canadá (17%), Australia (16%) y Alemania (13%) (Ecommerce Foundation, 2015).

A pesar de su dinamismo, el comercio electrónico transfronterizo enfrenta algunas limitaciones

importantes. Para los consumidores los principales obstáculos son el desconocimiento del idioma (muchos sitios web solamente cuentan con información en la lengua del país de origen o a lo sumo en inglés), las inquietudes sobre la protección de los datos personales y el temor al fraude. Si bien esto último no es exclusivo del comercio internacional, es más acentuado que en el caso de transacciones internacionales que en las nacionales (Manyika *et al.*, 2015). Los oferentes, por su parte, enfrentan principalmente barreras aduaneras, otras restricciones regulatorias (requisitos de establecimiento, especificaciones sobre métodos de encriptación, disposiciones sobre etiquetado, entre otras), corrupción en las aduanas, limitaciones de escala, falta de información, dificultades relacionadas con el *enforcement* de los derechos de propiedad intelectual, etc. Dado que quienes venden de manera electrónica suelen exportar a más mercados que aquellas empresas que lo hacen por vías tradicionales,[6] las diferencias regulatorias en los destinos generan dificultades adicionales (Kommerskolegium, 2012).

Como sucede en otros ámbitos donde el avance tecnológico está produciendo cambios profundos, la regulación del comercio internacional avanza a menor velocidad. A fines de 1998, cuando el comercio internacional electrónico aún era incipiente, la Organización Mundial del Comercio (OMC) acordó elaborar un plan de trabajo sobre este tema. Sin embargo, diecisiete años más tarde aún no se ha decidido cómo se abordará el comercio electrónico y solamente se acordó no imponer derechos aduaneros sobre estas transacciones (Gayá, 2015). Mientras tanto, algunos países han suscrito acuerdos regionales que incluyen disposiciones sobre comercio electrónico: establecen el libre flujo de información, la eliminación de aranceles a las transacciones digitales transfronterizas, la neutralidad tecnológica de la regulación del comercio electrónico, entre otras.


### El comercio electrónico en ALC

Según estimaciones de [Internet World Stats](#), en 2014 había más de 320 millones de usuarios de internet en ALC. En 2015, 110,1 millones de personas harían compras a través de internet en América Latina (+11,3% i.a.), equivalentes a 9,7% del total mundial de compradores en línea.[7] Así, las ventas electrónicas del segmento B2C en 2015 rondarían US\$ 88.300 millones (24,2% más que el año anterior).[8] Si bien estos niveles son bajos en comparación con otras regiones, se espera que el comercio electrónico en ALC se expanda sostenidamente y alcance US\$ 139.300 millones en 2018.

Brasil y México representan, respectivamente, 36% y 20% del comercio electrónico de la región (Kwakyi, 2015). El gasto anual promedio en transacciones electrónicas en 2013 fue de US\$ 662 por *e-shopper* en Chile, US\$ 513 en Brasil y US\$ 314 en Argentina, muy por debajo de la media mundial de US\$ 1.304 (Ecommerce Foundation, 2014).

La mayor parte de los usuarios de internet de ALC se conecta a través de dispositivos móviles y desde allí también realiza compras. Casi la mitad de las personas que adquieren bienes o servicios por internet en México utilizan sus teléfonos celulares para esas transacciones, en tanto que en Brasil lo hace uno de cada tres *e-shoppers*. En ambos países más de 50% de las personas que compran desde sus celulares y tabletas lo hacen a través de aplicaciones especializadas para tal fin (eMarketer, 2015).

No existe información precisa sobre el comercio electrónico transfronterizo en ALC, con excepción de datos puntuales para algunos países. En Brasil 10% de los *e-shoppers* compran a proveedores del exterior. En 2014, 80% de estas personas adquirió de manera electrónica a oferentes de Estados Unidos. Siguen en importancia China, elegida por 48% de los consumidores, el Reino



Unido, Hong Kong (ambos con 17%) y Canadá (14%). Las computadoras representan la cuarta parte de las compras en línea transfronterizas en Brasil, seguidas en importancia por productos electrónicos (21%), indumentaria y accesorios y salud y belleza (ambos con 20%). Si bien no se cuenta con información detallada sobre las transacciones electrónicas internacionales en otros países de la región, las compras de servicios turísticos –muchas de ellas en el exterior- sobresalen entre los principales rubros del *e-commerce* en Argentina y Chile, entre otros (Ecommerce Foundation, 2014).

### **Acuerdo comerciales y comercio electrónico en ALC**

Varios de los países de la región han suscrito acuerdos comerciales que incluyen disposiciones sobre comercio electrónico, tanto con socios regionales como extrarregionales. Los más activos en este sentido han sido los del Mercado Común Centroamericano, República Dominicana, Colombia y en menor medida Perú, Chile y los del CARIFORUM (Cuadro 1).




**Cuadro 1. Acuerdos que incluyen disposiciones sobre comercio electrónico**

Acuerdo	CARIFORUM	Chile	Colombia	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Perú	R. Dominicana
Chile			X							
Colombia		X			X	X	X			
Costa Rica					X	X	X	X		X
El Salvador			X	X		X	X	X		X
Guatemala			X	X	X		X	X		X
Honduras			X	X	X	X		X		X
Nicaragua				X	X	X	X			X
R. Dominicana				X	X	X	X	X		
Australia		X								
Canadá			X						X	
Corea									X	
Estados Unidos		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Taiwán								X		
UE	X									

Fuente: Elaboración propia en base a SICE.

### Oportunidades y desafíos para ALC

El desarrollo del comercio electrónico transfronterizo presenta importantes oportunidades para mejorar la inserción internacional de ALC mediante la reducción de los costos de acceso a nuevos mercados, especialmente de las MIPYMES. A través de sus propias páginas web o mediante plataformas o aplicaciones de terceros las empresas pueden llegar a potenciales clientes de todo el



mundo. Muchos [servicios](#) pueden proveerse fácilmente de manera remota, en tanto que para los bienes se han desarrollado canales de distribución que facilitan la venta en el exterior incluso de volúmenes muy pequeños. Por ejemplo, en la región existen diversas iniciativas para promover la [exportación mediante envíos postales](#), en tanto que muchos de los principales actores del mercado mundial de comercio electrónico cuentan con alianzas con empresas de correo y logística para mejorar la distribución.

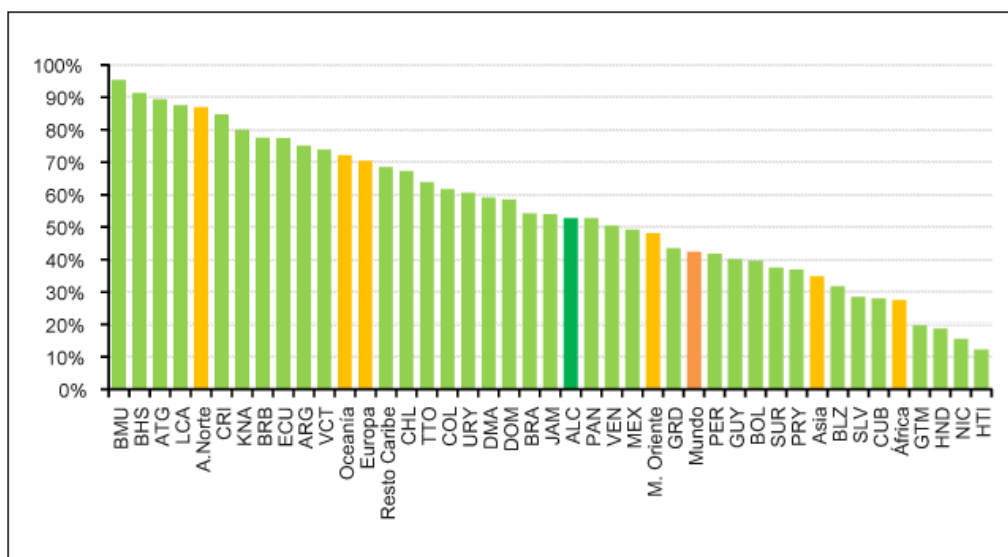
Asimismo, existen algunas herramientas como [MercadoShops](#) que facilitan el acceso al comercio electrónico a las MIPYMES mediante el uso de tecnología estandarizada para la venta en línea, la gestión de inventarios y el uso de medios de pago digitales.

Sin embargo, el comercio electrónico transfronterizo plantea algunos retos importantes para la región:

- *Penetración de internet.* En ALC 52,7% de la población tiene acceso a internet. Si bien esta participación supera la media mundial (42,4%) y es la mayor entre los grupos de países en desarrollo, se ubica muy por debajo de la de los países desarrollados, lo cual limita las posibilidades de beneficiarse del comercio electrónico transfronterizo. De todas maneras, los niveles de penetración de internet son muy heterogéneos en ALC: en algunos países del Caribe 9 de cada 10 personas accede a internet (un nivel similar al de economías escandinavas), en tanto que en otros lo hace menos de 20% de la población (Gráfico 4).

Gráfico 4. Penetración de internet en países de ALC y otros grupos seleccionados

Datos de 2014



Notas: ARG: Argentina. ATG: Antigua y Barbuda. BHS: Bahamas. BLZ: Belice. BMU: Bermuda. BOL: Bolivia. BRA: Brasil. BRB: Barbados. CHL: Chile. COL: Colombia. CRI: Costa Rica. CUB: Cuba. DMA: Dominica. DOM: R. Dominicana. ECU: Ecuador. GRD: Granada. GTM: Guatemala. GUY: Guyana. HND: Honduras. HTI: Haití. JAM: Jamaica. KNA: S. Cristóbal y Nieves. LCA: S. Lucía. MEX: México. NIC: Nicaragua. PAN: Panamá. PER: Perú. PRY: Paraguay. SLV: El Salvador. SUR: Surinam. TTO: Trinidad y Tobago. URY: Uruguay. VCT: S. Vicente y las Granadinas. VEN: Venezuela. Fuente: Elaboración propia con datos de Internet World Stats.

- **Bancarización.** El desarrollo del *e-commerce* requiere de efectivos sistemas de pagos digitales. En ALC los bajos niveles de bancarización y la preferencia por el efectivo (91% de los pagos en la región) constituyen una limitación en ese sentido. Además, entre los consumidores bancarizados de ALC una gran proporción no cuenta con tarjetas de crédito internacionales (tal es el caso de 70% de los *e-shoppers* en Brasil) y existen altas comisiones para transferir dinero al exterior por otros canales (Suominen, 2014). En ese sentido, sistemas como Mercado Pago o [PayU](#) (DineroMail) no solamente permiten pagar con tarjeta de crédito, sino también mediante efectivo en puntos de pago y dinero precargado en una cuenta.
- **Información.** Si bien en el comercio electrónico suelen existir menores barreras para importar y exportar que por los canales tradicionales –especialmente en el caso de las MIPYMES–, muchas empresas y consumidores no cuentan con el conocimiento necesario



para aprovechar los potenciales beneficios del *e-commerce*. Según Suominen (2014), apenas 40% de las empresas de ALC tiene su propia página web y una de cada cinco MIPYMES ni siquiera utiliza el e-mail como medio de comunicación con clientes o proveedores.

- *Aspectos regulatorios*. En varios países de ALC existen obstáculos regulatorios para el desarrollo del comercio electrónico. Por ejemplo, el acceso al mercado brasileño está condicionado a la instalación de servidores en ese país, en tanto que el establecimiento de un monto máximo anual para las compras por internet en el exterior en Argentina se tradujo en una caída de las adquisiciones en sitios internacionales como eBay, Amazon o AliExpress.

En síntesis, el comercio electrónico se expande rápidamente y las transacciones transfronterizas son cada vez más relevantes. Estas tendencias impactan significativamente sobre los mercados: por un lado, amplían la información disponible para el consumidor, así como la cantidad y variedad de bienes y servicios que puede adquirir; por otro lado, facilitan el acceso a los mercados internacionales a muchas empresas –siendo especialmente importante el caso de las MIPYMES– e incrementan la competencia. Este fenómeno ofrece importantes oportunidades para mejorar la inserción internacional de ALC, pero para que pueda hacerlo es necesario abordar algunos retos significativos.

#### Bibliografía:

Ecommerce Foundation. 2014. [Latin America B2C E-commerce Report 2014. Light Version](#). Amsterdam.

-----, 2015. [Global B2C E-commerce Report 2015](#). Amsterdam: Ecommerce Foundation.

eMarketer. 2015. *B2C Ecommerce Sales Approach \$90 Billion in Latin America*. March 26.

Gayá, R. 2015. “El sistema multilateral de comercio y las nuevas tecnologías”, en: *Integración y Comercio N° 39*. Buenos Aires: BID-INTAL. *Mimeo*.

Kaplan, M. 2015. [“Ecommerce in Latin America: Challenges, Opportunities”](#), *Practical Ecommerce*. February 26.

Kwakyi, G. 2015. [“The Cross-Border Series Part 3: Landing An E-Commerce Strategy In Latin America”](#), en: *Search Engine Land*. 28 de julio.

Kommerskolegium. 2012. [E-commerce - New Opportunities, New Barriers](#). Suecia: National Board of Trade.

Manyika, J.; Bughin, J.; Lund, S.; Nottebohm, Olivia; Poulter, D.; Jauch, S. y Ramaswamy, S. 2014. [Global flows in a digital age: How trade, finance, people and data connect the world economy](#). McKinsey Global Institute. Abril.

Suominen, K. 2014. [Aid for eTrade: Accelerating the Global eCommerce Revolution](#). Center for

Strategic and International Studies (CSIS).

*Organización Mundial del Comercio (OMC). 2012. [E-commerce in developing countries. Opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises](#). Ginebra.*

[1] Esta nota fue escrita por la consultora del BID, Romina Gayá.

[2] Dash Button es un dispositivo lanzado a mediados de 2015 por Amazon, que se coloca sobre cualquier superficie y mediante una conexión inalámbrica a internet permite adquirir un producto determinado y recibirlo en el domicilio con solo presionar un botón (Gayá, 2015).

[3] Como referencia, Ebay y Amazon fueron creadas en 1995 y Alibaba y Mercado Libre datan de 1999. (Gayá, 2015).

[4] Estas transacciones incluyen las ventas de bienes y servicios total o parcialmente acordadas total o parcialmente por una técnica de comunicación remota, es decir las transacciones online entre empresas y consumidores mediante el uso de computadoras, laptops, tabletas, celulares inteligentes, wearables, correo electrónico, códigos QR, etc. Se incluye el impuesto al valor agregado y otros impuestos a las ventas, así como los costos de distribución y aplicaciones, pero no los beneficios. No están comprendidas las transacciones entre individuos (C2C) ni entre empresas (B2B), las apuestas y juegos en línea, ventas de vehículos e inmuebles, servicios públicos, créditos, hipotecas, giros bancarios, cajas de ahorro, acciones ni bonos.

[5] Fuente: Ecommerce Foundation (2014) y Statista.com

[6] Por ejemplo, las pequeñas empresas que exportan vía eBay venden, en promedio, a 28 países diferentes, en tanto que las MIPYMES que exportan por vías tradicionales lo hacen a solo tres mercados (Manyika *et al.*, 2015).

[7] Fuente: Statista.com

[8] Fuente: eMarketer.com







# Bloques de Integración







## Alianza del Pacífico

### México y Chile afianzan relación bilateral

Durante agosto la Presidenta de Chile visitó [México](#) donde se reunió con su homólogo, como parte de las actividades de celebración de 25 años de relaciones diplomáticas entre ambos países. Entre los trece [acuerdos de cooperación](#) firmados para reimpulsar la relación bilateral se destacan los vinculados a la educación, turismo, salud, financiamiento productivo, ciencia y tecnología, seguridad, medio ambiente, protección al consumidor y cultura. Se realizó también un [Seminario Empresarial Chile-México](#), en el que se resaltaron los logros alcanzados en los 15 años de vigencia del tratado de libre comercio entre ambos países, como también las oportunidades hacia delante en el vínculo comercial, como la diversificación de la canasta exportadora.



## Se aprueba el TLC Chile y Tailandia

El 5 de agosto el Congreso Nacional de Chile aprobó el [Tratado de Libre Comercio con Tailandia](#), que entrará en vigor sesenta días más tarde. Este es el quinto acuerdo de Chile con países de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), luego de los alcanzados con Malasia, Singapur, Brunei y Vietnam (aún no vigente).

El TLC Chile-Tailandia incluye temas como comercio de bienes y cooperación, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, procedimientos aduaneros, asuntos legales, defensa comercial, barreras técnicas al comercio, servicios y servicios financieros.

Desde la entrada en vigor del acuerdo, más de 90% del comercio bilateral quedará libre de aranceles. Entre los principales productos chilenos que se beneficiarán de la desgravación inmediata sobresalen paltas, nueces, pasas, leche condensada, carnes de bovinos, de aves, de cerdo, papeles y cartones, cátodos y concentrados de cobre, entre otros. Entre los bienes tailandeses que quedarán exentos de arancel desde octubre próximo se destacan el petróleo, el gas natural, automóviles, camionetas y conservas de piña. El resto de los bienes tiene un cronograma de desgravación entre 3 y 8 años.

# Belice ratifica el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio

Recientemente Belice se convirtió el segundo país del Caribe –después de Trinidad y Tobago- en ratificar el [Acuerdo sobre Facilitación del Comercio](#) (AFC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El AFC fue concluido en la [Cumbre Ministerial de Bali](#) en diciembre de 2013 con el objetivo de simplificar los procedimientos aduaneros para reducir los costos del comercio, aumentando la velocidad, eficiencia y transparencia en las operaciones y una reducción de la burocracia y la posibilidad de corrupción. El Protocolo relativo al AFC fue consensuado en noviembre de 2014. El AFC contiene disposiciones sobre mercancías en tránsito –de especial relevancia para los países mediterráneos- y prevé medidas de apoyo para el desarrollo de capacidades en aquellos países que no cuentan con los recursos técnicos y financieros necesarios para cumplir con los compromisos del acuerdo. Entrará en vigor cuando sea ratificado por dos tercios de los 161 miembros de la OMC. Hasta ahora solo lo han hecho 16 países: Australia, Belice, Botsuana, China, Corea, Estados Unidos, Japón, Hong Kong, Malasia, Mauricio, Nicaragua, Níger, Singapur, Suiza, Taipei Chino y Trinidad y Tobago.



#### Notas relacionadas:

- BID-INTAL. [“OMC: De cara a la Conferencia de Bali”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 202*, junio de 2013.
- BID-INTAL. [“De cara a la conferencia de Bali: facilitación del comercio”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 204*, agosto de 2013.
- BID-INTAL. [“OMC: Primer acuerdo multilateral de comercio”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 208*, diciembre de 2013.
- BID-INTAL. [“OMC: Facilitación del comercio y seguridad alimentaria”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 216*, agosto de 2014.
- BID-INTAL. [“Dificultades en la implementación del Paquete de Bali”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 218*, octubre de 2014.
- BID-INTAL. [“OMC: Consenso para implementar el primer acuerdo multilateral de comercio”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 219*, noviembre de 2014.
- BID-INTAL. [“Servicios, tecnologías de la información y facilitación del comercio: avances en las negociaciones”](#), en: *Carta Mensual INTAL N° 228*, agosto de 2015.



## Nuevo Plan para Petrocaribe

El 7 de septiembre se llevó a cabo en Montego Bay, Jamaica, la X Cumbre de Petrocaribe. Allí, los Jefes de Estado de los países miembros[1] [aprobaron](#) la propuesta venezolana de crear un Plan integral para los próximos diez años. Dicho Plan tiene como objetivos consolidar la Zona Económica Petrocaribe (ZEP), garantizar la soberanía energética, crear un sistema de protección social del Caribe y un sistema común de defensa civil frente a desastres naturales. Contempla también el intercambio en materia de transporte, comunicaciones, integración productiva, turismo, comercio e integración social y cultural. Asimismo, se creará el Consejo de Economía de Petrocaribe, con el fin de estimular el desarrollo económico, comercial, financiero y social.

[1] Antigua y Barbuda, Bahamas, Belice, Cuba, Dominica, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, República Dominicana, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Surinam y Venezuela.



## Centroamérica

### Nuevos progresos en la Unión Aduanera Centroamericana

Centroamérica continúa avanzando en el proceso de consolidación de la Unión Aduanera Centroamericana (UAC). Por un lado, el 28 de agosto se llevó a cabo en El Salvador la [primera ronda de la UAC](#) bajo la presidencia *pro t  mpore* de este país, donde se aprobó la “Estrategia Regional de Facilitación del Comercio y Competitividad” que será examinada por el Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO) en octubre.

All   también se revisaron temas de cooperación de relevancia para la región y se identificaron proyectos prioritarios relacionados con facilitación del comercio, implementación del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, reglamentación técnica, sistemas de calidad y aprovechamiento de oportunidades comerciales.

Debe destacarse la conclusión de la revisión técnica de todos los capítulos del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) que se verán afectados por la VI Enmienda del Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

En esta ronda también hubo progresos en la incorporación de Panamá al Subsistema de Integración Económica: se concluyó la negociación del Protocolo de Adhesión de este país al Tratado Centroamericano sobre Comercio de Servicios e Inversión, que notificó la incorporación a su legislación nacional de 17 nuevas reglamentaciones técnicas centroamericanas; y se armonizaron las reglas de origen para detergentes, congeladores, refrigeradores, alcohol y bebidas alcohólicas, quedando así 21 reglas de origen por armonizar.

La próxima ronda de la UAC tendrá lugar en San Salvador durante octubre.

Por otro lado, siguieron avanzando las negociaciones bilaterales para la implementación de la UAC. Del 2 al 4 de septiembre tuvo lugar en Tegucigalpa la V Ronda de Negociaciones de Unión Aduanera [Guatemala-Honduras](#), donde se abordaron temas relacionados con aranceles, impuestos internos, asuntos aduaneros, migraciones y medidas sanitarias y fitosanitarias, entre otros. Las autoridades de ambos países informaron que el Protocolo de Habilitación para la implementación plena de la Unión Aduanera est   en manos de los Parlamentos para su aprobación.

Asimismo, en un encuentro organizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), [Costa Rica y Panamá](#) formularon recomendaciones binacionales para los diseños, lógica de procedimientos y flujo de los Centros de Control Integrados (CCI) de Paso Canoas y Sixaola-Guabito. Dichos CCI serán financiados por el BID y forman parte del Proyecto Mesoamérica.

**Notas relacionadas:**

- BID-INTAL. “[Avances en la agenda interna y externa de la integración centroamericana](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°169*, septiembre de 2010.
- BID-INTAL. “[Una activa agenda de negociación comercial en Centroamérica](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°170*, octubre de 2010.
- BID-INTAL. “[Negociaciones comerciales en Centroamérica](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°172*, diciembre de 2010.
- BID-INTAL. “[El istmo sigue avanzando en la integración intra-centroamericana: el Plan de Acción 2011](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°175*, marzo de 2011.
- BID-INTAL. “[Prioridades de la integración centroamericana para el segundo semestre de 2011](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°180*, agosto de 2011.
- BID-INTAL. “[Panamá observadora en la Ronda de la Unión Aduanera](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N° 183*, noviembre de 2011.
- BID-INTAL. “[Resultados positivos hacia la Unión Aduanera](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°185*, enero de 2012.
- BID-INTAL. “[Los principales avances de la integración regional centroamericana en 2013: Panamá, República Dominicana y el acuerdo con la Unión Europea](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°208*, diciembre de 2013.
- BID-INTAL. “[Avances en la Unión Aduanera Centroamericana](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°211*, marzo de 2014.
- BID-INTAL. “[Avances en la integración económica centroamericana](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°220*, diciembre de 2014.
- BID-INTAL. “[Guatemala y Honduras avanzan hacia la Unión Aduanera Centroamericana](#)”, en: *Carta Mensual INTAL N°228*, agosto de 2015.

## Perú busca expandir el comercio bilateral con Bolivia

La [Oficina Comercial del Perú \(OCEX\) en La Paz](#), del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), busca expandir los negocios de las empresas peruanas en Bolivia, aprovechando la cercanía geográfica y cierta complementariedad entre ambos países. Según la OCEX, se han identificado nichos de mercado para exportar productos como alimentos procesados, confecciones, plásticos, envases y embalajes. En Cochabamba existe una demanda por envases y embalajes, así como de proveedores para la industria de alimentos y confecciones. En Santa Cruz se han identificado oportunidades para la agroindustria, servicios, confecciones y alimentos. Perú exportó a Bolivia US\$ 653 millones en 2014, principalmente aceites de petróleo, barras de hierro y acero, pañales para bebés y cemento (Cuadro 1). En tanto, las ventas externas de Bolivia a Perú alcanzaron US\$ 525 millones, destacándose porotos de soja y derivados, minerales de plata y sus concentrados y leche en polvo (Cuadro 2).



## Cuadro 1. Exportaciones de Perú a Bolivia

En US\$ millones

1	Aceites de petróleo (gasoil, fueloil, otros)	76
2	Barras de hierro o acero con muescas, cordones, surcos o relieves	65
3	Pañales para bebés	33
4	Cemento	22
5	Barras de hierro o acero, perfiles en L	16
	Resto	440
	<b>Total</b>	<b>653</b>

Fuente: DATAINTAL.

## Cuadro 2. Exportaciones de Bolivia a Perú

En US\$ millones

1	Tortas de soja	204
2	Porotos de soja	63
3	Minerales de plata y sus concentrados	41
4	Harina de soja	35
5	Leche en polvo	23
	Resto	159
	<b>Total</b>	<b>525</b>

Fuente: DATAINTAL.

### Brasil y Uruguay renuevan su Acuerdo Automotor

El 31 de agosto Brasil y Uruguay suscribieron un [nuevo acuerdo](#) que establece las condiciones del intercambio bilateral del sector automotor hasta fin de 2015. Brasil podrá exportar sin arancel a su socio 10.056 vehículos livianos y autopartes por un valor de US\$ 99,6 millones. Esto implica una ampliación del acuerdo anterior, que permitía la exportación del mismo monto de autopartes y una cantidad menor de vehículos (8.504) en un plazo de 12 meses. Uruguay, por su parte, podrá exportar a Brasil productos del sector por US\$ 49,7 millones. Asimismo, ambos países acordaron un Plan de Trabajo para promover la integración productiva bilateral.

Cabe señalar que las industrias automotriz y azucarera están excluidas del libre comercio dentro del MERCOSUR. El intercambio dentro del sector se regula por acuerdos bilaterales entre los países miembros. Asimismo, existen acuerdos bilaterales similares con México.



## Acuerdo entre Paraguay y Bolivia sobre gas natural

Los presidentes de Paraguay y Bolivia suscribieron un [acuerdo](#) mediante el cual el país andino exportará gas natural licuado (GNL) a Paraguay.

Bolivia, que se encuentra en proceso de adhesión al MERCOSUR, es un importante proveedor de gas natural a los países del bloque. En 2014 este producto representó 92% de las exportaciones bolivianas al MERCOSUR (US\$ 2.966 millones).



## Uruguay se retira de las negociaciones del TISA

Uruguay [informó](#) que se retirará de las negociaciones del Acuerdo sobre Comercio de Servicios (TISA, por sus siglas en inglés).

Esta negociación es de carácter plurilateral y tiene como objetivo alcanzar un acuerdo para liberalizar el comercio de servicios más amplio, moderno y profundo que el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), suscrito en 1996 en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Uruguay había comenzado a participar de las tratativas en noviembre de 2014. En la actualidad, los países latinoamericanos que participan de las discusiones del TISA son Chile, Colombia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguay y Perú.







# Panorama Regional y Global





## Acercamientos bilaterales Alianza del Pacífico-MERCOSUR

Durante agosto tuvieron lugar encuentros bilaterales de alto nivel y del sector privado entre países de la Alianza del Pacífico (AP) y del MERCOSUR para potenciar los vínculos.

- En el marco de la [visita oficial](#) de la presidente de Chile a Paraguay, los gobiernos suscribieron un memorando de entendimiento para impulsar el intercambio energético entre ambos países, con foco en la energía eléctrica. Asimismo, acordaron hacer operativo el depósito franco y zona franca de Paraguay en Antofagasta, a partir de un convenio suscrito en 1968.
- Las autoridades de Chile y Brasil realizaron una reunión para la negociación de un [Acuerdo de Cooperación y Facilitación de las Inversiones](#) bilaterales. La delegación estuvo encabezada por la directora de Asuntos Económicos Multilaterales de Chile y el director del Departamento de Asuntos Financieros y Servicios de Itamaraty.
- Veinte empresas chilenas realizaron una misión comercial a Montevideo, Uruguay, organizada por [ProChile](#), dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, para concretar negocios e incrementar la relación comercial entre ambos países. Participaron, entre otros funcionarios, el Director General para Asuntos Económicos Internacionales de Uruguay y el Director General de Relaciones Económicas Internacionales de Chile. La relación comercial entre ambos países se rige por el por el Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y MERCOSUR-ACE N°35.
- En la misma línea, en una visitar organizada por [Uruguay XXI](#), empresarios visitaron Lima, Perú, para explorar oportunidades de negocios y profundizar vínculos ya existentes. En la actualidad, el comercio entre ambos países se rige por el Acuerdo de Complementación Económica entre Perú y el MERCOSUR-ACE N°58.
- Asimismo, [el canciller chileno](#) abogó en favor de profundizar la relación entre la AP y el MERCOSUR, potenciando los corredores bioceánicos e impulsando el entendimiento pragmático entre ambos bloques, sin necesidad de fusión y manteniendo la independencia de ambos.







# Evaluación de impacto





# El impacto de la facilitación del comercio en países en desarrollo

El objetivo de esta nota es difundir y comentar el trabajo de Moisé y Sorescu (2013), acerca del impacto de la facilitación del comercio en países en desarrollo (PED).

El estudio evalúa cómo distintas medidas de facilitación de comercio (FC), vinculadas a las principales áreas de negociación en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC), impactan sobre el costo y el volumen del intercambio de los PED. El objetivo es estimar el impacto para un país de encarar las reformas vinculadas a FC y mejorar los procedimientos en las fronteras. La investigación construye 16 indicadores basados en el Acuerdo de Facilitación de Comercio (AFC) para 107 PED, de los cuales 96 son miembros de la OMC, a partir de distintas bases de datos, como las provistas por el Banco Mundial (*Doing Business*, *Logistics Performance Index*, etc.). Mediante un modelo gravitacional se busca medir el impacto de cada indicador sobre los costos del comercio, incorporando cada uno de ellos como variables explicativas.

Entre los resultados, se destaca que los mayores impactos en el desempeño exportador e importador están dados por la disponibilidad de información vinculada al comercio, la simplificación y armonización de documentos, la racionalización de procedimientos, el uso de gestión de riesgos y la automatización de procesos. El efecto combinado de estas medidas de FC implica la reducción entre 13,2% y 14,5% de los costos del comercio de PED (con efectos mayores sobre los países de menores ingresos), un efecto mayor que para los PD estimado en 10%. Es interesante observar que el efecto global de todas las medidas resulta superior a la suma de los efectos individuales que tiene cada una de ellas. Esto revela la importancia de encarar las reformas desde un punto de vista integral, y no a través de medidas individuales aisladas.

El valor del trabajo reside en dar una medida cuantitativa del efecto de implementar medidas vinculadas a la FC sobre los costos del comercio.

## Bibliografía

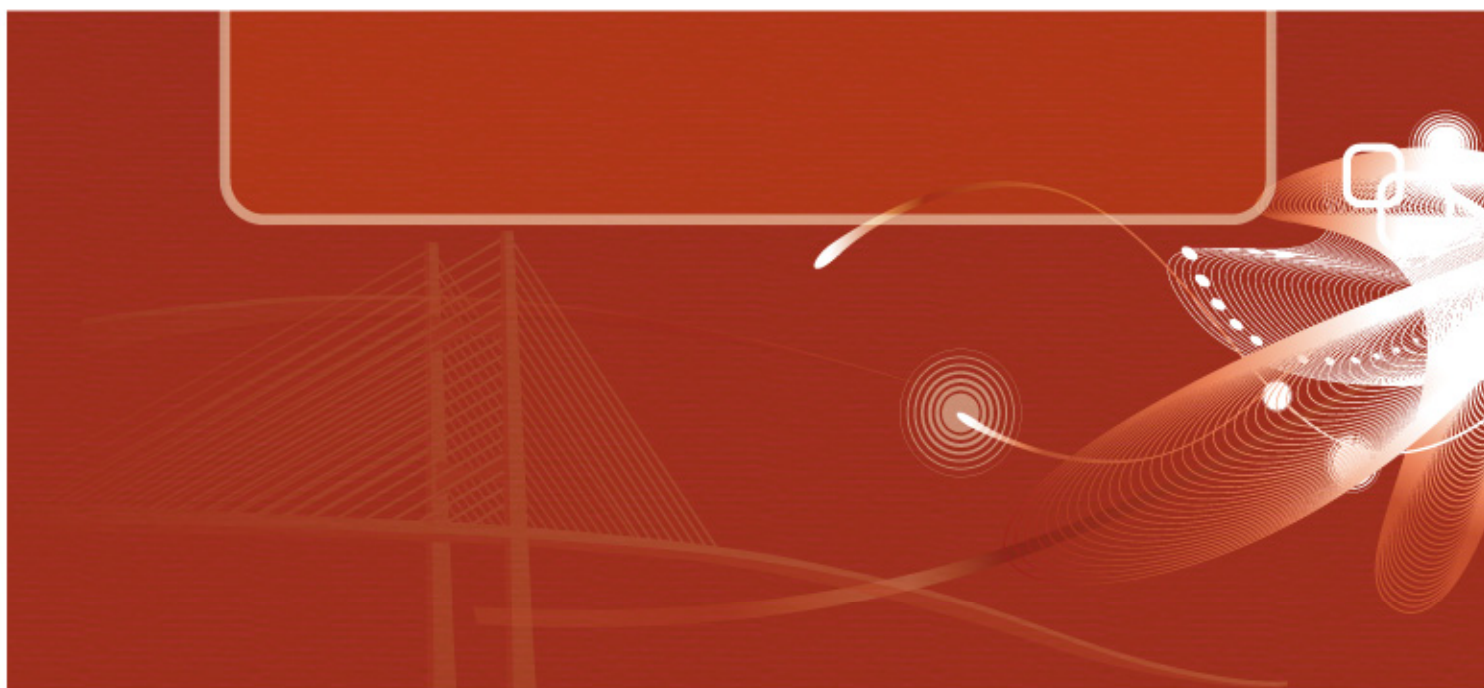
Moisé, E. y Sorescu, S. 2013. "[Trade Facilitation Indicators: The Potential Impact of Trade Facilitation on Developing Countries' Trade](#)". OECD Trade Policy Papers N° 144. OECD Publishing. Marzo.







# Sector de Integración y Comercio







# INTAL 50 años

Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe

INTAL 50 años

REIMAGINANDO LA INTEGRACIÓN REGIONAL  
EN LA ERA DE LAS TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

07  
octubre  
2015

Buenos Aires  
Argentina



¿Cómo  
la biotecnología,  
la impresión  
3D y la  
nanotecnología  
cambiarán  
la vida de  
latinoamericanos  
y caribeños?



¿Qué impactos  
tendrán sobre  
la equidad  
social,  
el comercio,  
el trabajo  
y el medio  
ambiente?



Concurso de  
innovadores  
y presentación  
de ideas  
tecnológicas  
inspiradoras  
para la  
integración  
regional



Paneles del  
futuro con  
representantes  
del sector  
público,  
privado y de la  
sociedad civil



Diálogos  
con expertos  
académicos  
regionales  
y globales

REGISTRO



VIDEO



VER MÁS



Mejorando vidas

# Observatorio Instrumentos Jurídicos de Integración (IJI)

## Tendencia del mes

En el período correspondiente a septiembre de 2015, el panorama de política comercial regional estuvo caracterizado por distintas iniciativas respecto a acuerdos vigentes, destacándose los acuerdos regionales de México, República Dominicana, México y Perú con socios intra y extra-regionales y de los principales bloques de integración como MERCOSUR, SELAC, SICA, UNASUR y CAN. Igualmente se registraron avances en negociaciones nuevas y avanzadas.

## Panorama 360º

En el mes se registraron avances en acuerdos intrarregionales; profundización de los acuerdos con socios extrarregionales; avances en negociaciones anunciadas con anterioridad; se lograron avances en 20 acuerdos vigentes y en 6 negociaciones comerciales (1 nueva, 4 avanzadas y 1 concluida).

### *Negociaciones concluidas*

- Colombia – Panamá: [Panamá firmará acuerdo fiscal con Colombia sin presión de "fechas fatales"](#)

### *Negociaciones avanzadas*

- [Mercosur y Unión Europea se reúnen el 1 y 2 de octubre en busca de acuerdos](#)
- [TPP, en fase final; sigue la incógnita en medicamentos](#)
- [Celac y Unasur, mediadores en crisis colombo-venezolana](#)
- [Colombia y Japón firman Acuerdo de Inversión](#)

### *Negociaciones nuevas*

- [Corea del Sur y Centroamérica inician negociación del TLC](#)

*Novedades destacadas de acuerdos comerciales vigentes*

- ALADI: [Secretario de Aladi dice que hay muchos organismos y poca integración](#)
- Asociación de Estados del Caribe (AEC): [The Addis Ababa Action Agenda and the Caribbean](#)
- [Bolivia denuncia ante la Asociación Latinoamericana de Integración supuestas trabas comerciales de Chile a sus mercancías](#)
- [Chile - Hong Kong SAR: Vinos, productos del mar y marcas chilenas atraen a inversionistas chinos](#)
- [Comunidad Andina de Naciones anuncia proyectos pilotos para fronteras comunes](#)
- [CAN: "Remesas entre los países de la Comunidad Andina crecen 27,1% en el primer trimestre del año"](#)
- CARICOM: [Editorial: A Chance To Revive CARICOM](#)
- MERCOSUR: [Grupo Mercado Común busca restar trabas para arancelarias](#)
- [Ministros de Trabajo de Costa Rica y Panamá firman acuerdo para regular flujos migratorios](#)
- [Cuba y Panamá firman acuerdo en materia agropecuaria](#)
- [Perú cuadruplica su relación comercial con China](#)
- [CARICOM and the Dominican Republic: The case for reconciliation](#)
- RD – CAFTA: [Balanza comercial de República Dominicana con Estados Unidos sigue deficitaria](#)
- Sistema Económico Latinoamericano (SELA): [Los Consorcios de Exportación como instrumento estratégico para la inserción internacional de las PYMES.](#)
- UNASUR: [Estudio Publicado por el SELA](#)
- [SELA: El Proceso de Integración de ALC ha dinamizado los vínculos comerciales intrarregionales](#)
- [TLCAN: El Espejismo del TLC](#)
- [UNASUR: Siete mecanismos subregionales de integración avanzan hacia la convergencia suramericana](#)
- [Guyana inicia la extracción de oro en área en disputa con Venezuela](#)

IJI es una compilación de textos normativos, comentarios y seguimiento de los compromisos jurídicos y novedades de índole analítica de los distintos procesos de integración de América Latina y el Caribe. Para conocer más sobre los avances y novedades de acuerdos y negociaciones comerciales visite [IJI](#).

# Concurso de soluciones innovadoras INTAL Co-Creación.



**INTAL**  
**CO-CREACIÓN**  
CONCURSO DE SOLUCIONES INNOVADORAS

**¿Eres estudiante universitario o joven profesional?**

Queremos que nos acompañes en **INTAL 50 AÑOS**, el evento donde celebraremos nuestro aniversario junto a expertos mundiales, y líderes del sector público, el sector privado y la sociedad civil.

Premiaremos a la mejor propuesta que ofrezca soluciones creativas a los debates del evento.

El concurso **INTAL Co-Creación** te brinda la oportunidad de presentar ideas innovadoras que, aprovechando las nuevas tecnologías, contribuyan a una mejor integración de América Latina y el Caribe.

**Temas:**

- Cambio tecnológico exponencial
- Las transformaciones geopolíticas
  - El futuro del empleo
  - Emprendedorismo
- Protección del medio ambiente
- Propuestas sobre los productos del INTAL

**¿Por qué una co-creación?**

Porque buscamos crear sinergias entre los expositores y la audiencia.  
Porque aspiramos a que **INTAL 50 AÑOS** sea una fuente de inspiración.  
Y porque ganar el concurso es sólo el comienzo:  
podrás potenciar tu idea  
junto a especialistas del **BID** en el **INTAL-LAB**.

**Bases y condiciones** Más información en [www.iadb.org/intal/50](http://www.iadb.org/intal/50)



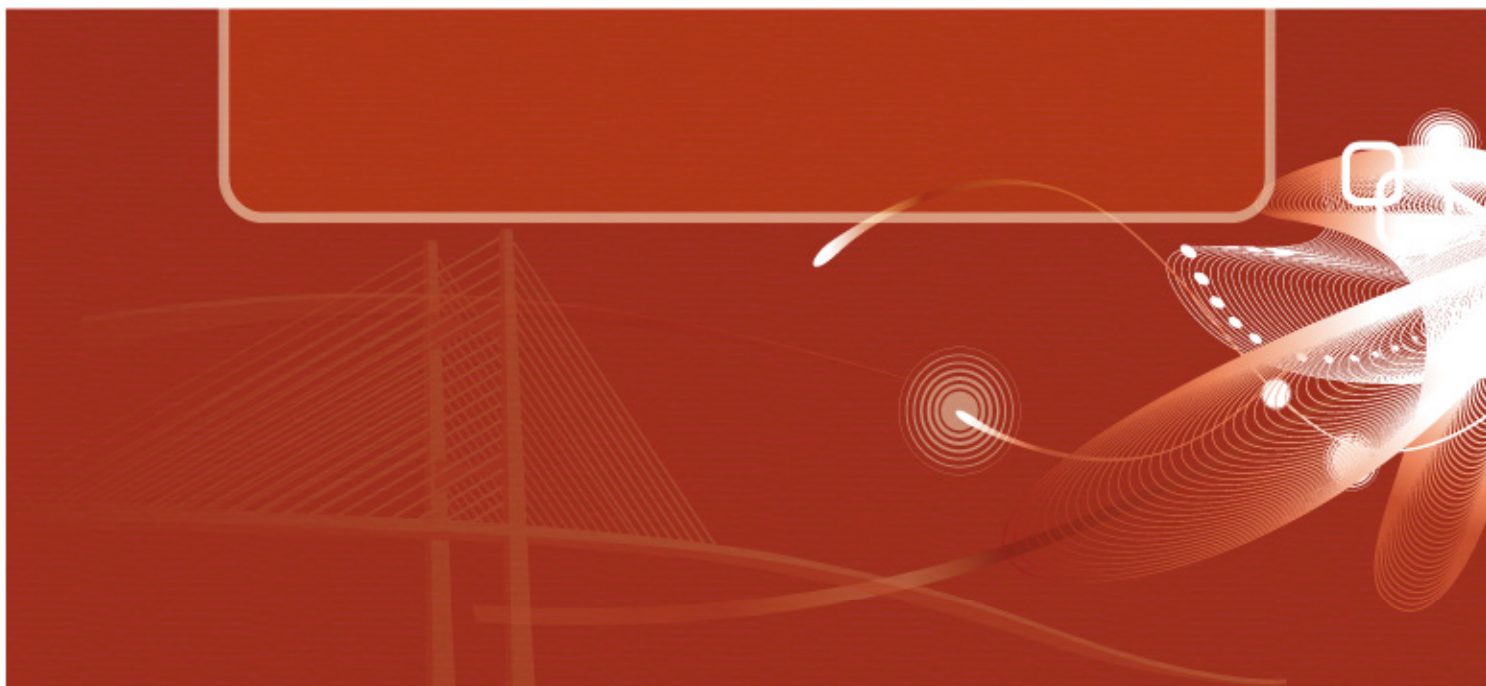
**INTAL 50 años**





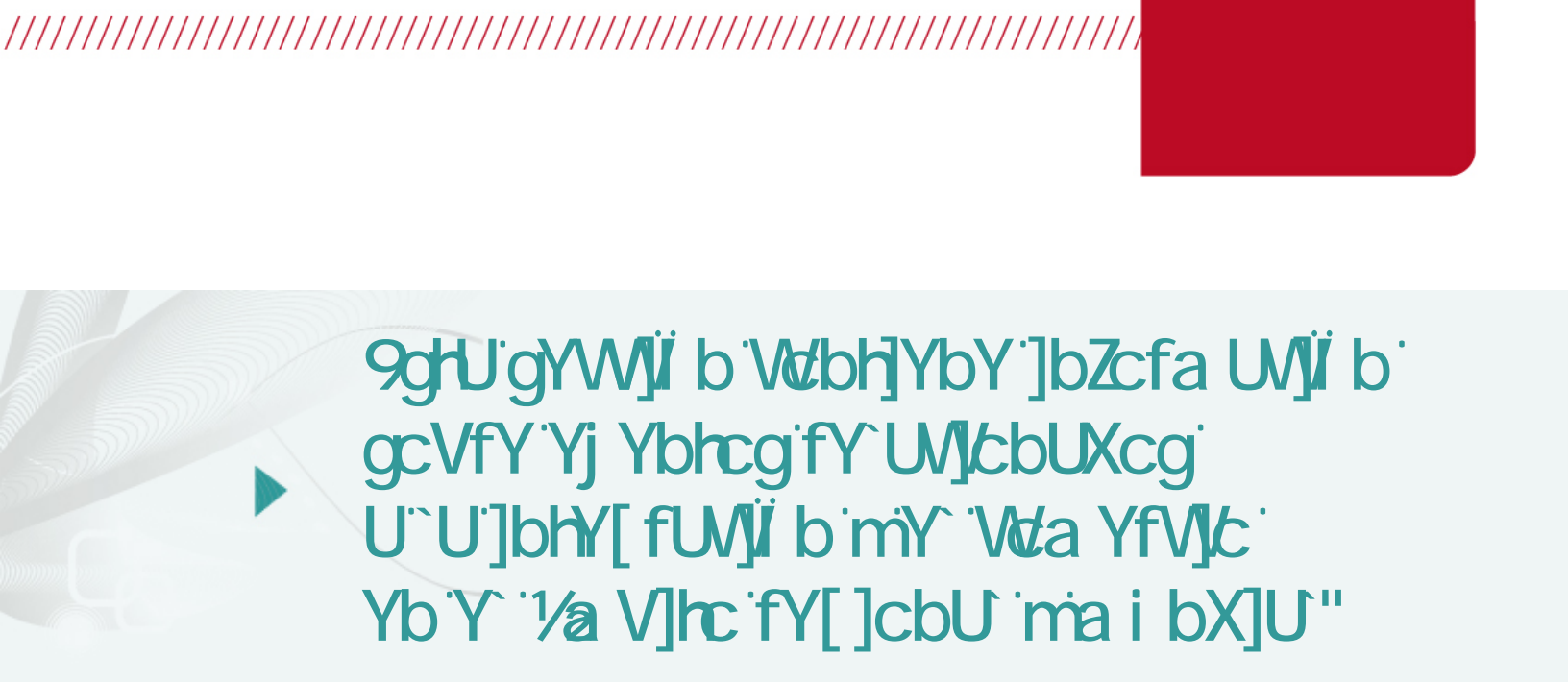


## Eventos de Interés









9ghU'gYW]i b`Vbh]YbY`]bZcfa U]i b`  
gcVfY`Yj Ybhcg'fY`U]cbUXcg'  
U`U`]bhY[ fU]i b`mY``Vda YfV]c`  
Yb`Y``1/2 V]hc`fY[ ]cbU`ma i bX]U"

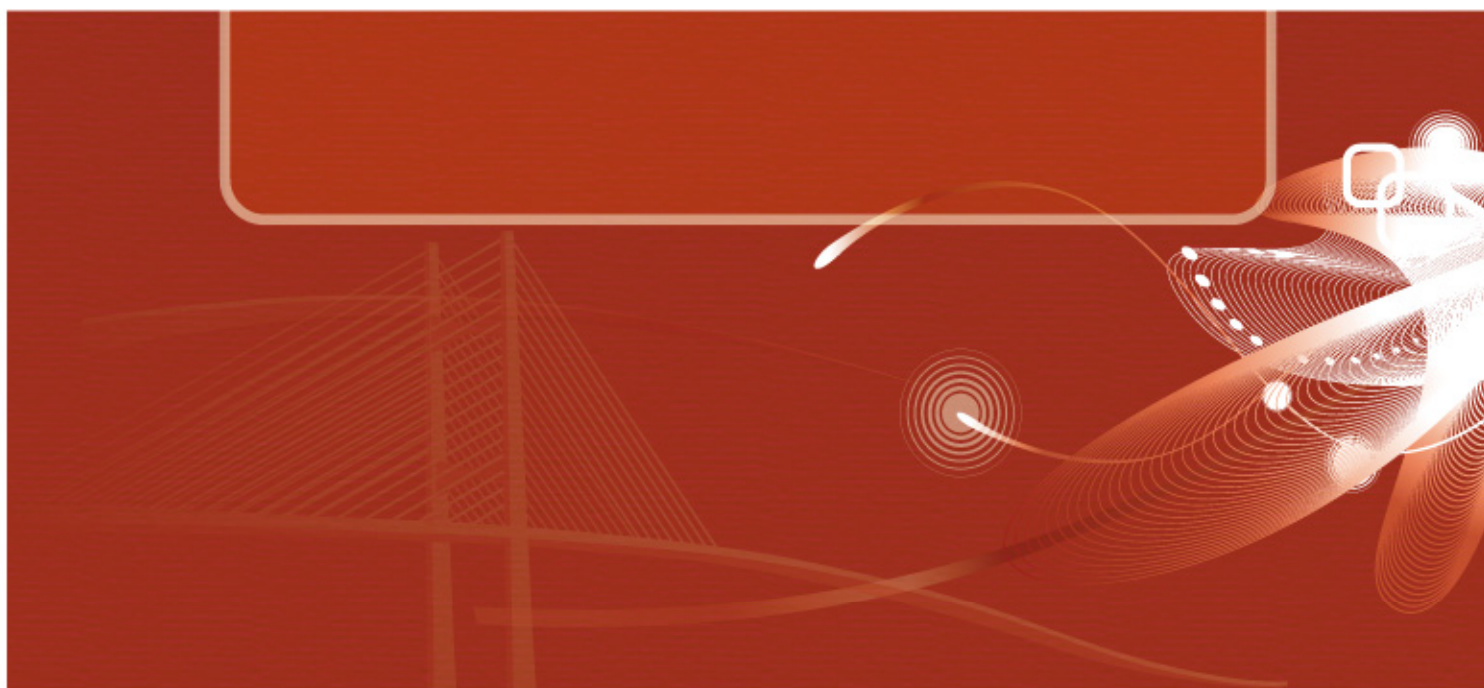
# Tercer Seminario Internacional “América Latina y el Caribe y China: condiciones y retos en el siglo XXI”

Tercer Seminario Internacional “América Latina y el Caribe y China: condiciones y retos en el siglo XXI”([Enlace](#))





# Centro de Documentación INTAL







## Reseñas Bibliográficas

### La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la Internet de la producción

El objetivo de este trabajo es explorar a las tecnologías digitales como instrumento de desarrollo, con impactos en los patrones de crecimiento económico, la inclusión social a nivel global y en América Latina y el Caribe (ALC). En este sentido, es relevante analizar los efectos de la revolución digital y su impacto sobre las políticas públicas.

En primer lugar, la publicación argumenta que en el escenario mundial se está pasando de una situación en que internet está centrada en el consumo a una internet del consumo y la producción. Alemania, Estados Unidos y China lideran esta tendencia con cambios en su industria manufacturera a través de las tecnologías digitales y la robótica avanzada. En este sentido, al masificarse la difusión de las tecnologías digitales, surgen innovaciones en aplicaciones y servicios en todos los sectores económicos, tales como educación, banca, salud y agricultura. Así, la mayor transformación de la economía se observa en los modelos de negocios que se basan en la conectividad de los objetos o Internet de las Cosas, que implica la capacidad de que objetos, máquinas y personas interactúen remotamente a través de internet en cualquier lugar y tiempo, gracias a la convergencia de tecnologías. Por su parte, las plataformas en línea facilitan el comercio electrónico, incluso el de las PYMES, y se encuentra centrado principalmente en China y Estados Unidos, que son líderes en plataformas como Alibaba, e-Bay y Amazon.

En segundo lugar, el trabajo destaca que ALC ha logrado avances en acceso a telecomunicaciones, reduciendo la brecha digital, aunque con un rezago respecto a los países desarrollados. Entre los indicadores de ALC se destaca el crecimiento de los usuarios de internet (alcanza el 50,1% de la población) y las conexiones a telefonía móvil, impulsados por la reducción los costos de los equipos y las tarifas de acceso a los servicios. En ALC, la banda ancha móvil tiene mayor difusión que la fija, debido a la diversidad y asequibilidad de los dispositivos móviles y la mayor cobertura de redes móviles.

De todos modos, el documento subraya la situación es heterogénea entre países: Chile, Argentina y Uruguay tienen la mayor proporción de usuarios, mientras que varios centroamericanos y Bolivia, la menor. Asimismo, las zonas rurales tienen una reducida penetración de internet, determinada por la disponibilidad de infraestructura. A su vez, el acceso a internet es muy desigual entre hogares ricos y pobres.



La publicación muestra que la participación de ALC en las exportaciones mundiales de bienes vinculados a las tecnologías de la información se concentra en pocos países: México, Costa Rica y Brasil. Además, en ALC, el comercio electrónico alcanza el 2% del comercio minorista, una cifra inferior al promedio global.

La publicación concluye que la aceleración del cambio tecnológico plantea importantes desafíos para no quedar rezagados en el aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Desde la política pública, el trabajo sugiere que se requiere generar las condiciones necesarias para que los individuos y las empresas participen en la economía digital. Por un lado, remarca que es fundamental promover el acceso a los servicios digitales, reforzando la conectividad y la infraestructura de banda ancha. Por otro lado, argumenta que los temas de seguridad, privacidad, protección de datos personales y protección al consumidor deben formar parte de la agenda de la regulación a nivel nacional, de modo de promover un entorno digital seguro y confiable. El valor del trabajo reside en proveer indicadores acerca de la posición relativa de ALC en tecnologías digitales y en la necesidad de que las políticas públicas promuevan el acceso, de modo de aprovechar las oportunidades que genera desde el punto de vista económico.



Castillo, M. y Cimoli, M. (Ed.) 2015. “La nueva revolución digital: de la Internet del consumo a la Internet de la producción”. Santiago de Chile: CEPAL. Julio. ([Enlace](#)).





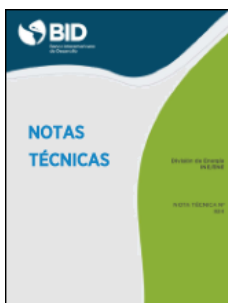
## Alerta Bibliográfico

Este Alerta difunde información sobre los documentos registrados en las bases de datos del Centro de Documentación del INTAL (CDI), destacando algunas publicaciones, y brindando enlaces a boletines y revistas de acceso abierto aparecidos en el período citado. Click [aquí](#).



## Bibliografía Destacada del Mes

\* Makuc, A.; Duhalde, G. y Rozemberg, R. (2015). La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del Acuerdo Marco de Cooperación: quo vadis?. Washington: BID.



**Autor:** Makuc, Adrián; Duhalde, Gabriela; Rozemberg, Ricardo

**Título:** La negociación MERCOSUR-Unión Europea a veinte años del Acuerdo Marco de Cooperación: quo vadis?


**Edición:** Washington: BID, agosto de 2015 [68 p.]

**Serie:** Technical Notes; 841

**Temas:** <POLITICA COMERCIAL><ECONOMIA INTERNACIONAL><NEGOCIACIONES COMERCIALES><RELACIONES BILATERALES><MERCADO COMUN DEL SUR, MERCOSUR><UNION EUROPEA, UE>

**JEL:** F; F01; F02; F1; F13; F5; N1

**Resumen:** Las negociaciones entre el MERCOSUR y la Unión Europea forman parte del complicado tablero de negociaciones comerciales internacionales en el cual los países intentan mejorar sus posiciones relativas en el mercado mundial a través de la firma de acuerdos, ya sea en el plano multilateral como en el regional. La presente nota técnica analiza la evolución de las negociaciones desde su lanzamiento a la actualidad, intentando indagar sobre las motivaciones, los progresos y los fracasos registrados a lo largo de estos 20 años; y profundiza sobre los aprendizajes y lecciones aprendidas. Así, en la primera parte se aborda el período que abarca desde la negociación del Acuerdo Marco de 1995 hasta la transitoria interrupción en 2004, dando cuenta de las dificultades observadas en las diferentes áreas de negociación que incidieron de manera decisiva sobre las marchas y contramarchas del período, así como en la determinación de la suspensión de las negociaciones. La segunda



parte examina desde la reanudación de las negociaciones en 2010 a la actualidad, atendiendo a los cambios en el escenario internacional y a los registrados al interior de cada uno de los bloques (y sus implicancias sobre la negociación birregional). También se lleva a cabo un seguimiento del camino recorrido por los países del MERCOSUR para el logro de la construcción de una oferta común. Por último, se consideran algunos de los aspectos necesarios para una aproximación a los posibles escenarios del futuro inmediato de la relación birregional.

**Nota de contenido:****I:** Introducción [p. 1]**II:** Los antecedentes de la negociación: del Acuerdo Marco de 1995 hasta la -transitoria- interrupción en 2004 [p. 5] **A:** Dando los primeros pasos... con la cooperación como eje [p. 5] **B:** El inicio de las negociaciones MERCOSUR-UE en abril del año 2000 y la creación del Comité de Negociaciones Birregionales [p. 7] **C:** Las negociaciones del período 2000-2004: entre los aspectos normativos y las ofertas [p. 9] **D:** Dificultades e insatisfacción: pilares detrás de la interrupción de las negociaciones en octubre de 2004 [p. 13] **E:** La interrupción de las negociaciones y el fin del ALCA. Una nueva visión del MERCOSUR respecto del frente externo? [p. 18]**III:** La reanudación de las negociaciones en 2010 [p. 21] **A:** Cambios en el escenario internacional y sus reflejos hacia el interior de los procesos integradores [p. 21] **B:** Cambios al interior de cada uno de los bloques y sus implicancias sobre la negociación birregional [p. 25] **C:** El desarrollo de las negociaciones desde mayo 2010 a la fecha [p. 28] **D:** La importancia de las condicionalidades [p. 33] **E:** Los sectores productivos frente a la perspectiva de un acuerdo [p. 36] **F:** El proceso de construcción de las nuevas ofertas [p. 40]**IV:** Perspectivas futuras [p. 49]**V:** Bibliografía [p. 55] **Accesos al documento:**  
**HM BID-TN 841 [2015]**  
Documento Electrónico

[texto completo](#). Si no pudo acceder haga click [aquí](#)

\* Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Madrid: Fundación Telefónica; CEPAL; CAF; CET.LA.



**Autor:** Katz, Raúl

**Título:** El ecosistema y la economía digital en América Latina

**Edición:** Madrid: Fundación Telefónica; CEPAL; CAF; CET.LA, agosto de 2015 [425 p.]

**ISBN:** 978-84-08-14662-9

**Temas:** <INTERNET><TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION><POLITICAS PUBLICAS EN GENERAL><POLITICA TECNOLÓGICA><SISTEMA FINANCIERO INTERNACIONAL><INNOVACIONES TECNOLÓGICAS><COMERCIO ELECTRONICO>

**Geográficos:** <AMERICA LATINA>

**Resumen:** En esta obra se realiza un análisis en profundidad del ecosistema digital en América Latina, que comprende el conjunto de infraestructuras y prestaciones (plataformas, dispositivos de acceso) asociadas a la provisión de contenidos y servicios a través de Internet. Conocer este ecosistema es de vital importancia para definir políticas públicas, en áreas tan diversas como la digitalización de procesos productivos y la protección de la privacidad de los usuarios.

**Accesos al documento:**

007 / KAT-ECO / 2015

Documento Electrónico

[texto completo](#). Si no pudo acceder haga click [aquí](#)

\* Bonilla Soria, A., ed. y Milet García, P., ed. (2015). China en América Latina y el Caribe: escenarios estratégicos subregionales. San José: FLACSO; CAF.



**Autor:** Bonilla Soria, Adrián, ed.; Milet García, Paz, ed.

**Título:** China en América Latina y el Caribe: escenarios estratégicos subregionales

**Edición:** San José: FLACSO; CAF, junio de 2015 [376 p.]

**ISBN:** 978-9977-68-277-8

**Temas:** <RELACIONES INTERNACIONALES EN GENERAL><RELACIONES COMERCIALES><COMERCIO INTERNACIONAL><POLITICA COMERCIAL><INTEGRACION REGIONAL><ESTUDIOS DE CASOS>

**Geográficos:** <AMERICA LATINA><CARIBE><CHINA>

**Resumen:** ... Esta publicación recoge los trabajos presentados en el Seminario Internacional "América Latina y sus relaciones con China en un mundo en transformación" llevado a cabo en México D. F. el día 8 de abril del 2014. La obra está articulada en tres partes. La primera, comprende tres estudios regionales sobre las relaciones China-América Latina: un análisis desde los Estados Unidos, un estudio íntegro desde la perspectiva latinoamericana y la visión desde China de este acercamiento. La segunda sección de este libro analiza, detenidamente y a partir de casos específicos subregionales, el acercamiento del "gigante asiático" con el Cono Sur, Centroamérica, la Región Andina, CARICOM y los casos individuales de México y Brasil. Finalmente, se incluye una sección de reflexiones acerca los desafíos, alcances y el futuro de esta dinámica birregional a partir de los comentarios de cierre realizados en el Seminario

...

**Accesos al documento:**

**339.9 / BON-CHI / 2015**

Documento Electrónico

[texto completo](#). Si no pudo acceder haga click [aquí](#)

\* The invisible barriers to trade : how businesses experience non-tariff measures. (2015). Geneva: ITC.



**Título:** The invisible barriers to trade : how businesses experience non-tariff measures

**Edición:** Geneva: ITC, june 2015 [56 p.]

**Temas:** <BARRERAS COMERCIALES><POLITICA COMERCIAL><ACCESO A LA INFORMACION><PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PYMES><EMPRESAS>

**Resumen:** Small firms in the world's poorest countries are hit hardest by non-tariff measures, according to an ITC study on how businesses experience non-tariff measures in 23 developing countries. The impact of NTMs on companies and countries is highly uneven. Small firms are most affected (over 50 per cent). NTMs for agricultural exports to developed countries are perceived as a major hurdle; so are regional markets for manufacturing exports in developing countries. These invisible barriers to trade are mostly a combination of conformity and pre-shipment requirements requested abroad, and weak inspection or certification procedures at home. Over 11,500 exporters and importers participated in the surveys; details on the methodology and additional survey results are in the report.

**Accesos al documento:**

**339.1 / ITC-INV / 2015**

Documento Electrónico

[texto completo](#). Si no pudo acceder haga click [aquí](#)





# Redacción





# Redacción

Esta Carta Mensual se publica en formato pdf para ser consultada en forma gratuita en la página de Internet del BID-INTAL.

## **Comité de Dirección:**

*Antoni Esteve de Ordal*  
*Gustavo Beliz*

## **Coordinación:**

*Alejandro Ramos Martínez*

## **Equipo de Redacción:**

*Rosario Campos* (Alianza del Pacífico, Evaluación de Impacto, Panorama Regional y Global)  
*Romina Gayá* (Caribe, Centroamérica, CAN, MERCOSUR, Reseñas bibliográficas)  
*Linda Plata Curran* (IJI)

## **Asistencia compilación material:**

*Andrea Benítez*  
*Eugenia Piasentini*

## **Edición y difusión:**

*Ana Basco*  
*Santiago Chelala*  
*Julieta Tarquini*

## **Edición web:**

*Gastón Casella*  
*Federico Mazzella*  
*Julieta Tarquini*

R.P.I.: 5234651  
ISSN: 1027-1899

Esta es una publicación mensual propiedad del Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe, Banco Interamericano de Desarrollo (BID-INTAL). Todos los derechos reservados.

Fuentes de información: Comunicados de Prensa y Hojas de Novedades de: AEC; ALADI; BID; CARICOM; Comunidad Andina; Euro-Lat; Grupo de Río; MERCOSUR; PARLATINO; SELA; SG-SICA; SIECA. Organismos oficiales e internacionales. Archivos de Prensa del INTAL.

Copyright © 1996 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.

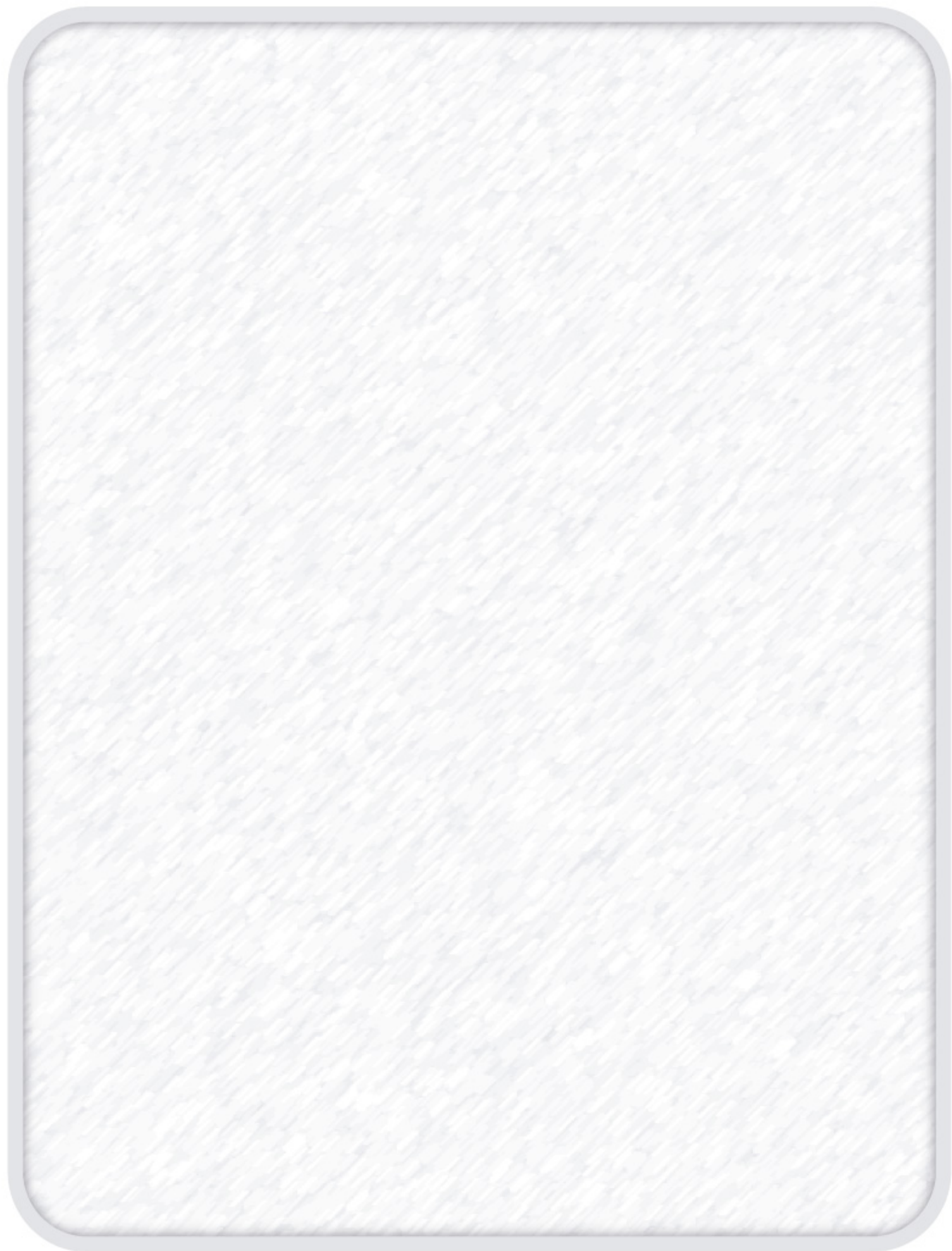
Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



#### Enlaces a fuentes originales de información utilizadas en este número:

- E-commerce : new opportunities, new barriers : a survey of e-commerce barriers in countries outside the EU. (2012). Stockholm: National Board of Trade. [Enlace](#).
- Manyika, J.; Bughin, J.; Lund, S.; Nottebohm, O.; Poulter, D.; Jauch, S. y Ramaswamy, S. (2014). Global flows in a digital age: how trade, finance, people, and data connect the world economy. Seattle: McKinsey Global Institute. [Enlace](#).
- Suominen, Kati. (2014). Aid for eTrade: accelerating the global eCommerce revolution. Washington: CSIS. [Enlace](#).
- E-commerce in developing countries : opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises. (2013). Geneva: OMC. [Enlace](#).







**INTAL**

Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe

