



METODOLOGÍAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL: EVALUACIÓN DE IMPACTO

Antonio Bonet
Presidente. ACE Asesores de Comercio Exterior S.L.

Washington, Octubre de 2001

Serrano, 20-4º I. Madrid 28001. SPAIN
Tel.: (34) 91 435 15 67. Fax: (34) 91 435 01 84
e-mail: acecomex@acecomex.com
www.acecomex.com

INDICE

1. Consideraciones previas

- 1.1. Los 4 paradigmas de las negociaciones comerciales
- 1.2. Efectos de la integración económica

2. Como preparar las negociaciones: modelos

3. Modelos econométricos de evaluación de impacto

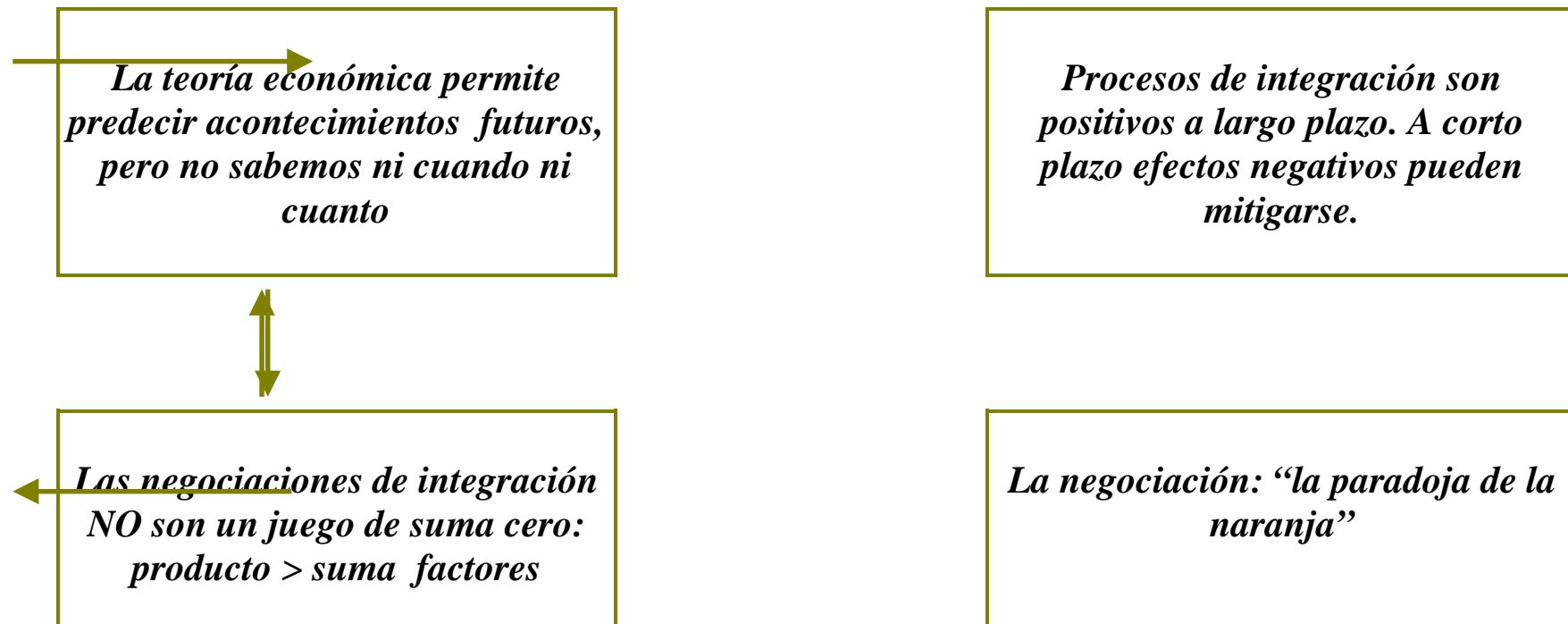
4. Modelos casuísticos y tendencias

- 4.1. La fotografía
- 4.2. Identificación de productos sensibles y prioritarios
- 4.3. Modelos tendencias
- 4.4. Modelos casuisticos

5. La negociación comercial

1. CONSIDERACIONES PREVIAS

1.1. LOS 4 PARADIGMAS DE LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES



1.2. EFECTOS DE LA INTEGRACIÓN ECONOMICA

Un poco de teoría económica no viene mal para preparar & concluir una negociación

- Los temas clave:
 - Consideraciones políticas: cesión de soberanía
 - Consideraciones económicas: alteración cantidades y precios relativos de
 - (i) bienes y servicios finales y
 - (ii) factores de producción (trabajo, insumos, capitales, capacidad empresarial)
 - Consideraciones fiscales:
 - ★ pérdida ingresos aduaneros,
 - ★ aumento gastos administración (nacional y supranacional)
- Tipos de integración:
 - Zonas de libre cambio
 - Uniones aduaneras
 - Unión económica y monetaria
 - Uniones arancelaria
 - Mercado común
- Creación y desviación de comercio
- Efectos estáticos y dinámicos

2. COMO PREPARAR LAS NEGOCIACIONES: MODELOS ALTERNATIVOS

COMO PREPARAR LAS NEGOCIACIONES: MODELOS ALTERNATIVOS

MODELOS ECONOMÉTRICOS

- permite predecir efectos en: empleo, PNB, balanza de pagos, ...
- elegancia formal
- complejidad

MODELOS TENDENCIALES

- regresión geométrica
- escenarios
- sencillez
- poco riguroso

MODELOS CASUÍSTICOS

- fácil usar
- muy empleado
- participación agentes económicos
- creación consenso

3. MODELOS ECONOMETRICOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO

Modelos de equilibrio general o/y parcial

- Elegancia formal y teórica
- Sofisticación
- Utilizado en ambientes académicos
- Muy pocos expertos en el mundo capaces de diseñar y ejecutar

Modelos complejos de diseñar y usar

- Análisis econométrico
- Necesidad tablas input-output
- Soporte informático potente
- Definición de variables endógenas y exógenas

Carácter subjetivo

- Hipótesis sobre funcionamiento de las variables
- Hipótesis sobre elección de variables

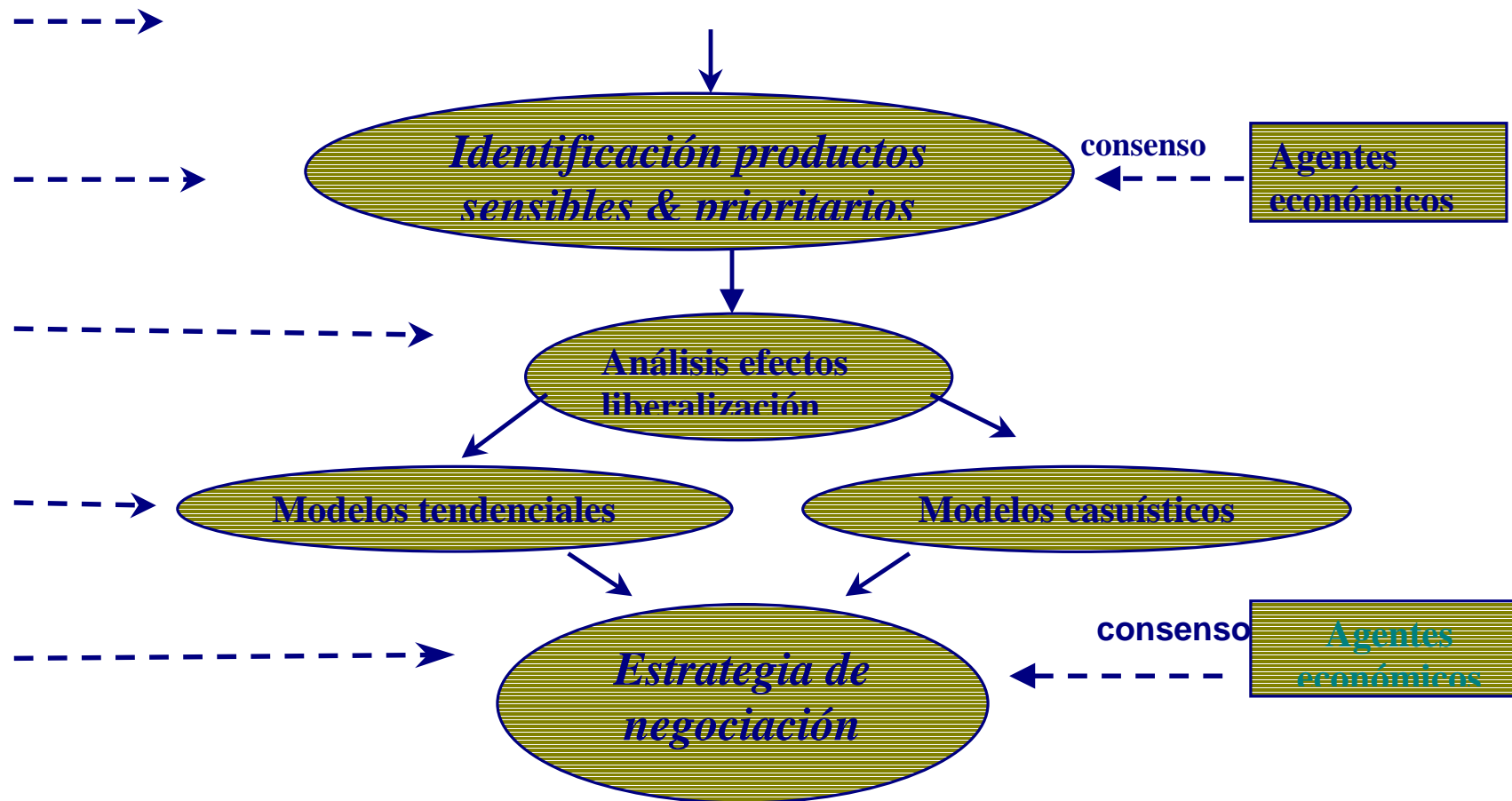
Poco práctico en mundo real

- Peligro: “las hojas no dejan ver el bosque”
- Se tarda tiempo crear, probar y refinar modelo
- Resultados hay que contrastarlos con know-how y expertos

4. METODOS CASUISTICOS Y TENDENCIALES

- Servicios Técnicos
- Asesores externos
- Consultores

Fotografías relaciones comerciales



4.1.- LA FOTOGRAFIA DE LAS RELACIONES COMERCIALES BILATERALES

¿QUE ?

- Conocer cual es la situación de partida y de donde se viene

¿CÓMO?

- Estudio estadístico import & export bienes y servicios
 - Import & Export
 - Evolución temporal
 - Principales productos
 - Distribución geográfica
- Relaciones comerciales con socios proceso integración
 - Evolución histórica
 - Principales productos y sectores
- Hipótesis nivel de agregación datos (e.g. 99 capítulos arancel, secciones, ...)
- Análisis estadístico usando datos socio comercial

¿PARA QUE?

- Preparar negociación interna y externa
- Evaluar impacto futuro integración

4.2. IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS / SECTORES SENSIBLES Y PRIORITARIOS

Productos prioritarios: Potencial de fuerte crecimiento de exportaciones.
Tenemos ventaja comparativa

Productos sensibles: Riesgo de desaparición de industria nacional.
Tenemos desventaja comparativa

Factores a tener en cuenta

- La fotografía
- Consulta con agentes económicos
 - Empresarios
 - Sindicatos
 - Consumidores
- La industria local: tamaño, capacidad ociosa, importancia relativa
- El mercado: tamaño, cuota mercado importaciones
- Experiencia y know-how del negociador

Puntos críticos

- ¿Qué nivel de agregación?
- Información y criterios subjetivos

4.3. MODELOS TENDENCIALES

Proyectar al futuro tendencias pasadas regresión geométrica

- Datos últimos 5 años
- Tasa media de crecimiento anual

Definición de escenarios

- Optimista.:
 - HIPÓTESIS: ZLC no tiene impacto en import Import crecen a la misma tasa que en el pasado
 - HIPÓTESIS: ZLC provoca gran apertura mercados exteriores Export crecen a tasa muy superior
- Pesimista
 - HIPÓTESIS: Productos extranjeros arrasan mercado local Import crecen a tasa muy elevada
 - HIPÓTESIS: Mercado extranjero pequeño Export crecen a tasa igual que en el pasado
- Neutro.

Subjetividad cuantificación hipótesis

- Escenario optimista: tasa crecimiento = ¿2x? ¿3x?

Cuantificación import & export productos sensibles y prioritarios

- Volumen inicial: valor & cantidad
- Volumen al final del periodo transitorio: valor & cantidad

Resultados muy subjetivos y poco fiables

4.4. MODELOS CASUISTICOS

Objetivo: Refinar y objetivizar resultados modelos tendenciales

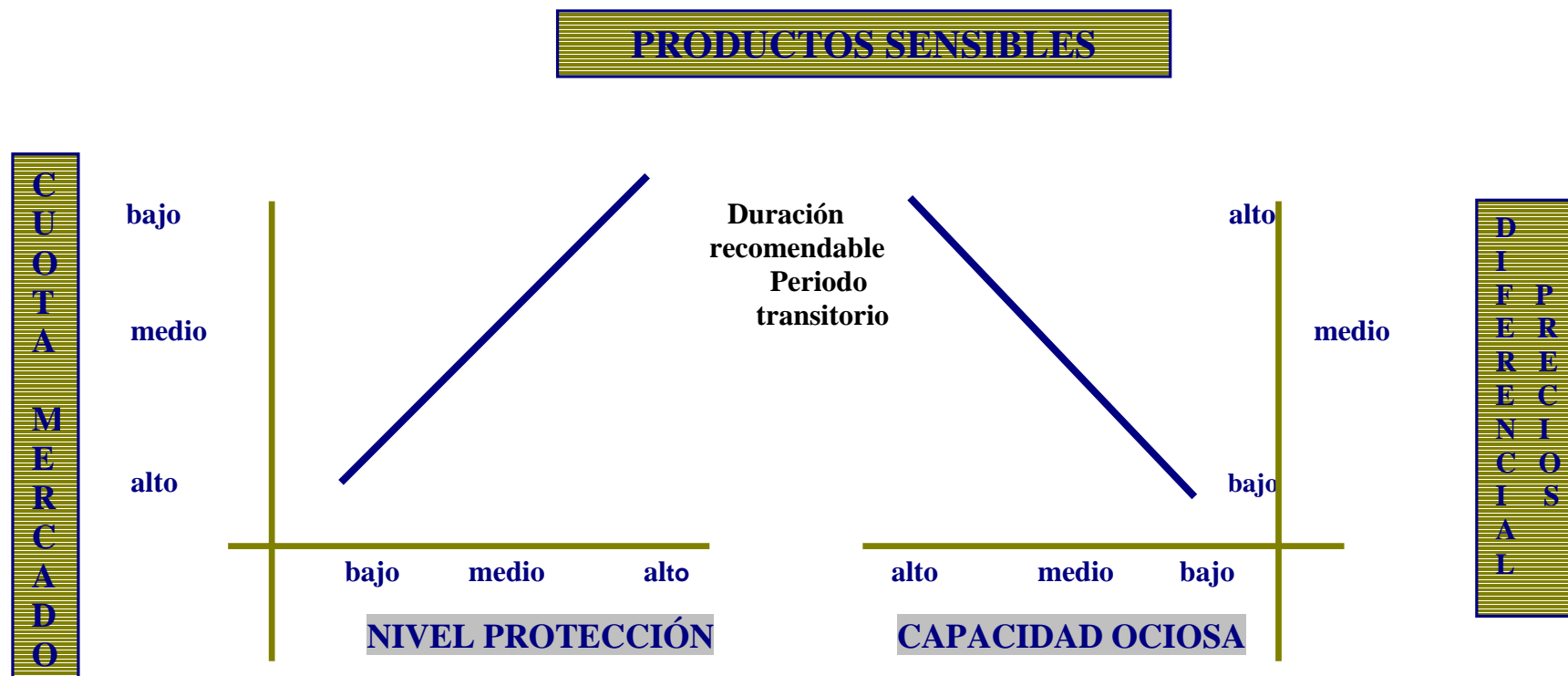
Estudios adicionales a realizar:

- mercado de productos sensibles:
 - nacional: tamaño del mercado, producción local, cuota de mercado de importaciones, diferencial precios local vs. c.i.f.; sensibilidad precios;
 - extranjero: producción, destino exportaciones, capacidad ociosa, ...
- mercado productos prioritarios:
 - nacional: producción, destino, capacidad ociosa, tamaño
 - extranjero: tamaño del mercado, producción local, cuota de mercado de importaciones, diferencial precios local vs. cif.
- nivel de protección productos sensibles y prioritarios: arancel, medidas cuantitativas, normas técnicas & fitosanitarias, ...

Preguntas clave para modificar hipótesis

- 1) ¿Es alto el nivel de protección?
- 2) ¿Cual es la cuota de mercado?
- 3) ¿Tienen los productores capacidad ociosa?
- 4) ¿Cuál es el diferencial de precios?

MATRICES DE TOMA DE DECISIONES PARA UN PRODUCTO



EJEMPLO Producto Sensible: AZUCAR

MERCADO NACIONAL	OFERTA SOCIO COMERCIAL
Precio local: US\$ 100/Tm	Precios locales: US\$ 50
Tamaño mercado: 1.000 Tm. US\$ 100.000	Precios c.i.f.: US\$ 60
Cuota mercado socio comercial: 20%	Producción: 3.000 Tm 150.000 US\$
Cuota mercado importación: 40%	Exportación 60%
Arancel: 40%	Exportación a socio comercial: 7% 200 Tm
Contingentes importación: 400Tm/año	Capacidad no utilizada: 50%

Situación inicial:

Diferencial precios local:

Con arancel: US\$ 100 vs. 84

Sin arancel: US\$ 100 vs. 60

Import = 100 Tm x US\$ 60 x 1,4 = US\$ 8.400

Situación final periodo transitorio (ceteris paribus)

CRECIMIENTO IMPORT	VOLUMEN IMPORT.	PROPORCION OFERTA SOCIO	PROBABILIDAD	PERDIDA PRODUCCION LOCAL
200%	400 Tm = US\$ 24.000	13%	Muy alta	- 0 Tm.
300%	600 Tm = US\$ 30.000	20%	Muy alta	- 200 Tm 20%
400%	800 Tm = US\$ 48.000	27%	alta	- 400 Tm 67%

5. LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Depende del tipo de integración

Zonas de libre cambio

- Calendarios de desarmes: arancelario, normas técnicas, aduaneros, ...
- Listas de excepciones
- Mecanismos de salvaguarda

Profundización vs. ampliación