

ASOCIACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE (AEC)

RESUMEN EJECUTIVO SOBRE LOS FLUJOS DE COMERCIO EN LA REGIÓN AEC Y LAS OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO Y LA INVERSIÓN

La AEC se creó para profundizar la cooperación y la integración entre los países de la zona del Caribe. El establecimiento de esta amplia agrupación se desprendió del reconocimiento de los mayores beneficios que se podrían derivar de un comercio, inversión y cooperación funcional, incluyendo áreas tales como el turismo, transporte, el intercambio cultural y la gestión medioambiental, entre otras.

El comercio se reconoce como un motor importante de crecimiento en los Estados Miembros de la Asociación de Estados del Caribe (AEC). De hecho, las dimensiones relativamente pequeñas y las estructuras de producción bastante poco diversificadas en la mayoría de las naciones significan que los países miembros se apoyan tremendamente en el comercio. Las exportaciones resultan esenciales para generar divisas y las importaciones contribuyen a la inversión y el consumo interno. La AEC ha estado trabajando activamente a través de proyectos y otras iniciativas para ayudar a elevar la cantidad y la calidad de los bienes y servicios que se comercian entre los países de la región como un catalizador para el crecimiento, el empleo y una mayor integración.

Se ha destacado que en 1997, solo dos años después de su instauración, las naciones de la AEC representaban "una población de 220 millones de habitantes, lo cual constituía el 45.3% de la población de América Latina y el Caribe (LAC), generando más de 694 billones de dólares de producto interno bruto, lo cual representó más de un tercio (34.3%) del que se generó en todo el subcontinente". (ACS Obstacles to Trade Study, 1999 (Estudio sobre los Obstáculos para el Comercio en la AEC, 1999)).

La comunidad de la AEC sigue siendo hoy en día un mercado importante para el desarrollo de oportunidades en materia de comercio e inversión que redundarán en beneficios aún mayores para los países de la región. Aunque se originó esencialmente como un acuerdo de cooperación, la AEC ha venido enfocándose en otras áreas de integración a fin de profundizar los beneficios para la sub-región. Un elemento fundamental clave de este mandato más profundo es la

facilitación de medidas encaminadas a incrementar la calidad y la cantidad de los bienes y servicios comerciados, así como la inversión, en el Gran Caribe. Esto se

considera esencial para aumentar el empleo, elevar los niveles de vida, reducir las desigualdades y promover la cohesión social en la región.

Exportaciones Intra-AEC

Con respecto a las exportaciones intra-AEC, el estudio reveló que al tomar en cuenta la importancia de las dimensiones, la demanda del mercado y la capacidad de importación, el Grupo de los Tres (G-3) fue el mercado dominante en cuanto a las exportaciones de la AEC durante el periodo (2000-2009). El promedio de exportaciones de esta agrupación casi se triplicó de US\$4.792 millones en el 2000 a US\$14.84 millones en el 2009, cuya mayoría provino de Venezuela.

En el caso de América Central, las exportaciones crecieron en un promedio de un nueve por ciento (9%) durante la década, casi duplicando de US\$6.87 millones en el 2000 a US\$13.351 millones en el 2009. Esto reflejó un crecimiento de dos dígitos en las exportaciones de la región hacia países de la agrupación, excepto Panamá¹ (Grupo No agrupado), Guatemala y El Salvador.

Mientras tanto, si bien las exportaciones procedentes de CARICOM fueron menores que en otras regiones, excepto los Estados Miembros Asociados, estas se expandieron a una tasa de promedio anual de casi un catorce por ciento (14%), de US\$3.291 millones en el 2000 a US\$7.289 millones en el 2009. La mayoría de las exportaciones desde CARICOM procedieron de las economías más grandes: Jamaica, Trinidad y Tobago y Las Bahamas. Las exportaciones de los países no agrupados manifestaron igualmente un crecimiento dinámico de un 17.6%, elevando sus exportaciones de US\$3.92 millones en el 2000 a US\$7.773 millones en el 2009.

Para los Países Miembros de la Asociación, las exportaciones intra-AEC representaron un 7.2% de su total de exportaciones al resto del mundo en el 2000 y esto aumentó a un 10.8% en el 2009. Ello indica que las exportaciones intra-regionales han venido creciendo en importancia para la sub-región, aunque no lo suficiente como para representar una diferencia significativa para la estructura y la orientación del comercio.

¹ La República de Panamá esta identificada como Centroamérica en los datos y estadísticas examinadas (Págs. 57, 62, 65), aunque es clasificado dentro de la AEC como Grupo No Agrupado.

Importaciones Intra-AEC

Dentro de la Asociación el estudio mostró que las importaciones intra-AEC se ampliaron de US\$22.396 millones en el 2000 a US\$42.231 millones en el 2009. El sesenta por ciento (60%) de las importaciones dentro de la sub-región

corresponde a los países del G-3, cuyas importaciones con respecto a la AEC promediaron un sesenta por ciento (60%) del total para la agrupación desde el 2000 al 2009. Le siguió América Central, donde sus importaciones representaron un promedio de una cuarta parte (25%) durante el periodo, al tiempo que CARICOM, los países no agrupados y los Miembros Asociados constituyeron el diez por ciento (10%), el siete por ciento (7%) y el cinco por ciento (5%), respectivamente.

Las importaciones Intra-AEC promediaron solo un 9.7% del total de importaciones de la Asociación procedentes del resto del orbe, lo cual subraya las pequeñas dimensiones del comercio de mercancías a escala intra-regional.

El nivel de la composición del producto del comercio constituye una medida de la calidad de la especialización de los países en la región. En 1999, la mayoría de las exportaciones intra-AEC consistía en otros bienes manufacturados, incluyendo combustibles y productos químicos. Otros bienes manufacturados representaron un 26.3% del total de exportaciones en ese año, mientras que el combustible constituyó un 26.2% y los químicos un 15.5%.

Las exportaciones de servicios de la AEC al resto del mundo se ampliaron en un once por ciento (11%) entre el 2000 y el 2009, elevándose de US\$39.017 millones a US\$62.835 millones. El G-3 se alzó también como el principal exportador de servicios desde la región, influenciado en parte por el turismo y otros servicios en México, y el transporte y otros tipos de servicios en Colombia y Venezuela.

La exportación de servicios por América Central marcó un promedio de crecimiento bastante fuerte de un 14.2%, elevándola de una base baja de US\$6.229 millones en el 2000 a US\$13.382 millones en el 2009. Panamá² (Grupo No agrupado), Costa Rica y Guatemala dominaron las exportaciones de servicios desde Centroamérica. Como un reflejo de su relativa especialización, las

² La República de Panamá esta identificada como Centroamérica en los datos y estadísticas examinadas (Págs. 57, 62, 65), aunque es clasificado dentro de la AEC como Grupo No Agrupado.

Fecha de la última actualización: el 30 de enero de 2012

exportaciones de servicios de CARICOM representaron un dieciséis por ciento (16%) del total correspondiente a la AEC. Las Bahamas y Jamaica, en conjunto,

constituyeron más de la mitad de la porción de CARICOM, lo cual recalca la importancia de las exportaciones en el terreno del turismo en estos dos países.

El comercio dentro de la AEC se ha visto afectado por una serie de factores que influyen en el entorno comercial. Se ha resaltado que estos retos incluyen problemáticas que van desde la facilitación comercial, el acceso a la información sobre política comercial, hasta las medidas que prevalecen dentro de cada Estado.

Transporte y Logística

La logística se refiere a una serie de acciones que incluyen el transporte, la consolidación de la carga, el almacenaje, despacho en la frontera y distribución del producto dentro del país, así como los sistemas de pago, todo lo cual facilita el comercio (Arvis et. al., 2007). El costo, la eficiencia y la productividad del transporte y los sistemas logísticos constituyen indicadores importantes de la rentabilidad del comercio. Pese a algunas medidas para mejorar, los Países Miembros de la AEC están por debajo de muchas naciones en Asia y países desarrollados en cuanto al suministro y calidad de los servicios de transporte y logísticos.

Política Comercial en la AEC

La política y la estrategia comercial en la AEC han evolucionado para incluir un énfasis en el crecimiento regido por la exportación en el contexto de un regionalismo abierto. Durante la última década, los países se han concentrado en completar del proceso de liberalización comercial, al tiempo que se mantienen las garantías adecuadas, desarrollando regímenes de tasa de cambio más competitivos y profundizando su capacidad para el comercio.

Acceso a la Información

Se ha reconocido que entre los obstáculos más fundamentales para el comercio, experimentados por entidades económicas de los Estados Miembros y Miembros Asociados, está la falta de conocimiento sobre las regulaciones y los procesos para alcanzar sus objetivos comerciales.

El Estudio trata de ofrecer recomendaciones que podrían ayudar a intensificar el comercio entre los Estados Miembros, y presentar al propio tiempo otras oportunidades y perspectivas que puedan ser consideradas como viables para nuevas áreas de comercio e inversión en la región del Gran Caribe.

Las áreas para una posible inversión y un mayor comercio entre sectores representan sectores emergentes, los mercados sin explotar y el espíritu innovador presente en cada País Miembro de la región de la AEC. Están también los beneficios que se pueden cosechar a partir de las políticas reformadas y los enfoques estratégicos en pos de un desarrollo sostenible y un crecimiento económico viable.

La AEC debe ser considerada como un facilitador del comercio intra-regional en apoyo al desarrollo de la región. En este contexto debe seguirse el trabajo en las iniciativas encaminadas a dismantelar las barreras y obstáculos para el comercio intra-regional y mejorar las posibilidades para el transporte, entre otros.

La eficiencia portuaria y aduanal también es fundamental para intensificar el comercio intra-AEC. En la actualidad muchos puertos carecen del equipamiento adecuado para manejar grandes volúmenes de carga y los procedimientos aduaneros con frecuencia son burocráticos y engorrosos.

Se pueden consolidar nuevas líneas de cooperación e intercambio, como la inversión extranjera intra-regional. Ello llama al perfeccionamiento de las técnicas y a técnicas innovadoras dentro de los actuales mecanismos de promoción de la exportación.

La AEC tiene que crear estrategias conjuntas para promover la exportación de servicios. El comercio global de la región radica en los servicios, fundamentalmente el turismo, el cual constituye una fuente importante de desarrollo. Hay una serie de otras áreas de servicio que son nichos que están adquiriendo importancia y representan un alejamiento de la idea tradicional de la economía de servicios hacia terrenos en los que la innovación y la creatividad se han convertido en consignas.

El desarrollo de las industrias creativas, así como otros productos especializados, son también áreas críticas donde la capacidad existente en la región puede ser aprovechada y explotada en beneficio de los Países Miembros.