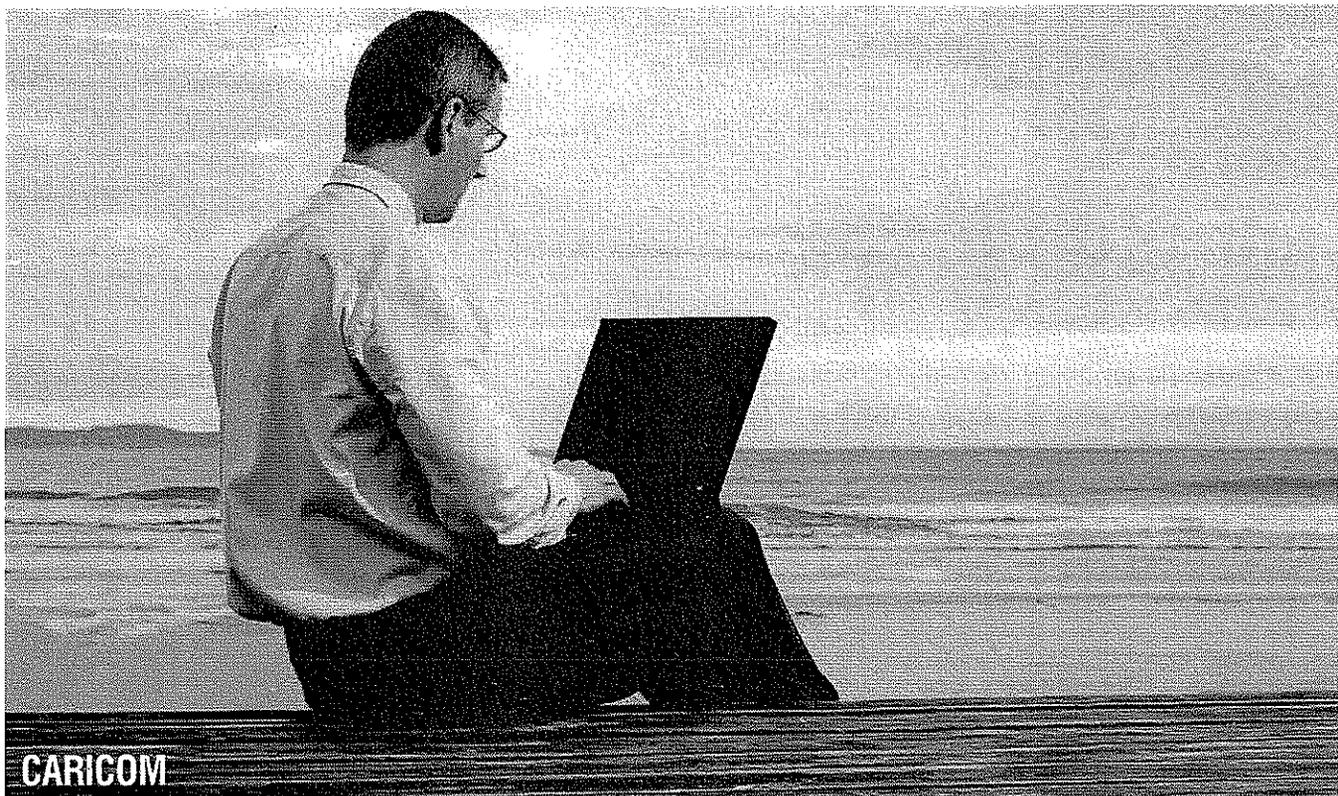


3



## LA PRÓXIMA FRONTERA

Las economías centroamericanas y las caribeñas tienen aún mucho espacio para crecer en materia de relaciones bilaterales. El área CA-Caricom podría evolucionar hacia un nuevo bloque de 20 países y 50 millones de consumidores.

### CÉSAR GONZÁLEZ

Centroamérica y el Caribe son regiones vecinas, con muchas similitudes. A pesar de la cercanía, la relación comercial entre ambas está lejos de llegar a un tope. Quedan muchas oportunidades en el mercado caribeño que pueden resultar estratégicamente convenientes para los países centroamericanos, y viceversa.

Por un lado, Centroamérica representa un mercado de 42 millones de consumidores, el cual garantiza economías de escala para los empresarios de The Caribbean Community (Caricom), que cuentan con un mercado de seis millones de per-

sonas, sin incluir Haití, con diez millones.

Los caribeños ya han tenido éxito posicionando sus productos de muy buena manera en los Estados Unidos, Asia, y Europa.

Por otro lado, el Caricom representa para los centroamericanos la oportunidad de acceder a países considerados como fuertes consumidores de alimentos y preparaciones, y una posibilidad de ingreso a la Eurozona.

Atrás han quedado las viejas rencillas que hace años se dieron entre bloques comerciales por el tema del banano y su

acceso al mercado europeo.

Hoy, nuevas reglas comerciales rigen el intercambio de bienes y servicios entre regiones, y la posibilidad de un acuerdo comercial entre Europa y Centroamérica llega a nivelar las condiciones de mercado, a limar asperezas y establecer nuevas oportunidades para construir puentes comerciales y de cooperación entre regiones.

### PUENTES

No cabe duda de que para establecer nuevos acercamientos, la labor del Estado es fundamental. Más aún, cuando dentro de los bloques comerciales todavía hay procesos que necesitan consolidarse. Ambos bloques impulsan su proceso de integración a su ritmo y con sus desafíos y dificultades específicas.

“Sin embargo, las realidades geográficas y globales están obligando a los empresarios a buscar oportunidades regionales sin esperar necesariamente a que los gobiernos definan una política comercial y económica acorde con estas nuevas realidades entre el Caribe y Centroamérica.” afirmó Luis Fernando Andrade, secretario general de la Asociación de Estados del Caribe, AEC.

Andrade es uno de los principales artí-

fices de los acercamientos empresariales y diplomáticos entre el istmo y los países caribeños. “Por supuesto que en la medida en que los procesos de integración se consoliden, en esa medida también se incrementarán las oportunidades comerciales y de inversión”, afirmó.

Agregó que “en la medida en que se dé

regiones, para mostrarnos ante el mundo como una zona con mucho mayor peso.

“Si sumamos posiciones, somos 20 países. Eso sería la conformación de un nuevo bloque. Europa lo logró con una multiplicidad de idiomas y de culturas. En el pasado, había una disputa entre Centroamérica y los países del Caricom

deben alejarse de su zona de confort y explorar las posibilidades que les ofrece América Latina.

“Tras consultar con los principales asociados clave del sector privado, nosotros creemos que Centroamérica debe ser la siguiente frontera para nuestros exportadores. Ambos, el Ministerio de Asuntos Exteriores y el de Comercio se han comprometido a desarrollar lazos comerciales y económicos más estrechos con esa región, y estoy segura de que más acuerdos comerciales se firmarán con otros países centroamericanos muy pronto”, expresó.

Antes, en una conferencia llevada a cabo en Puerto España en octubre del 2010, empresarios caribeños y centroamericanos hicieron patente su interés de lograr acercamientos entre ambas regiones.

El marco fue la conferencia “Conectando el Caribe y Centroamérica, explorar y aprovechar nuevas oportunidades”.

El evento, organizado por la Cámara de Industria y Comercio de Trinidad y Tobago, la AEC y la Cámara de Industria de Guatemala, congregó a representantes de empresas centroamericanas que ya están en los mercados del Caricom, como CabCorp, Industrias La Popular y Almacenes Simán, las cuales exploraron oportunidades con representantes de los grupos económicos más fuertes de Trinidad y Tobago, con operaciones importantes en el mercado del Caricom.

“Es preciso destacar que Trinidad y Tobago es la economía más fuerte de esta región”, expresó Andrade.

El 22 de febrero del 2011, en Puerto España también se llevó a cabo una reunión ordinaria de los jefes de Estado y representantes de países miembros del Sistema de Integración Centroamericana, donde Andrade representó a la AEC.

Se obtuvieron compromisos para impulsar las relaciones comerciales, poner mayor atención al fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales entre ambos bloques, y promover la conectividad por las vías terrestres y marinas.

## COSTA RICA: EXPERIENCIAS

Costa Rica tiene desde el 2005 un tratado de libre comercio con 12 naciones del Caribe. Sin embargo, a la fecha solamente tres naciones caribeñas han implementado el acuerdo.



EL SECRETARIO GENERAL DE LA AEC, LUIS FERNANDO ANDRADE, SALUDA AL SECRETARIO GENERAL DE CARICOM, EDWIN CARRINGTON.

## El Caricom representa para los centroamericanos la oportunidad de acceder a países considerados como fuertes consumidores de alimentos y una posibilidad de ingreso a la Eurozona.

una mayor participación gubernamental al más alto nivel técnico y político, se podrán abordar con la mayor efectividad los desafíos en materia de facilitación del comercio y avanzar en las negociaciones de un acuerdo de libre comercio birregional”.

El secretario de la AEC ve posibilidades mucho más amplias que detonar el intercambio comercial entre ambos bloques. Se atreve a soñar con un bloque comercial mayor que integre a las dos

por el tema del banano. Pero eso desapareció con el acuerdo firmado entre los europeos y el Caricom. Europa también está en proceso de firmar un convenio con Centroamérica. Eso iguala las condiciones, y nos hace volver a verlos como regiones”, sostuvo Andrade.

## INTERÉS MUTUO

La primera ministra de Trinidad y Tobago, Kamla Persad-Bissessar, afirmó en enero que los empresarios caribeños

“El Caribe es un mercado natural para la pequeña y mediana empresa costarricense, sobre todo para la parte agrícola. Hay que hacer un esfuerzo importante no solo para implementar los acuerdos, sino para fortalecer estrategias público-privadas. Lo que ha hecho la Promotora de Comercio Exterior es valioso, pero hace falta que se involucre más la Cancillería, porque hay cosas que hacen difícil el ingreso al mercado caribeño”, afirmó el vicepresidente ejecutivo de la Cámara de Exportadores de Costa Rica, Sergio Navas.

diplomáticos necesarios para que dicho acuerdo sea tan efectivo como puede serlo”, aseguró.

A pesar de estas trabas, 266 empresas costarricenses exportaron, en el 2009, más de 962 tipos de productos al Caribe, según datos del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica.

De acuerdo con la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (Sieca), el istmo exportó, en el 2009, US\$314,2 millones al Caribe. Guatemala reportó exportaciones por US\$83 millones a dicha región, mientras que Costa Rica US\$55,9 millones.

No obstante, Comex apunta, con base en datos recabados en puertos, que el intercambio es mayor. Solo Costa Rica exportó al Caribe US\$427 millones en el 2009, informa la entidad.

Para que la experiencia costarricense se repita en términos de buenos resultados comerciales en el resto de países del istmo, es preciso trabajar en una serie de factores relevantes y aprovechar oportunidades latentes, describió Andrade.

“Hace falta un mayor desarrollo de centros logísticos para disminuir los costos por distribución. También es necesario reforzar la conectividad aérea, aunque ya se ha ido mejorando. Por ejemplo, Copa ya

vuela a Dominicana, Trinidad y Tobago, Aruba, Jamaica, y piensa seguir ampliando sus conexiones en la región”, expuso el funcionario.

## PUERTA A LA EUROZONA

Otra posibilidad interesante la abre el hecho de que Europa tiene eurozonas en el Caribe, ubicadas en las islas pequeñas del Caricom.

“Si Martinica y Guadalupe se pudieran desarrollar como una plataforma de negocios, nos podrían facilitar la entrada al mercado europeo a través de una zona euro, pero se requiere infraestructura portuaria y aeroportuaria. Si se visualizara

una estrategia sobre cómo mejorar cruceros y ferris, conectividad y líneas aéreas, se facilitaría el comercio y las relaciones entre los países”, manifestó Andrade.

Otro sector donde Centroamérica y el Caribe podrían unificar esfuerzos es en el desarrollo de cruceros. Andrade precisó que, actualmente, se trabaja en la conformación de la Asociación de Destinos de Cruceros en el Caribe, mientras que Centroamérica se fortalece como destino para estos navíos.

“Lo que queremos es sentar en una sola mesa a los interesados en el tema de cruceros en Centroamérica y el Caribe, para comenzar a desarrollar lazos e intercambio de mejores prácticas. Este tema del turismo también nos puede ayudar a generar un mejor acercamiento”, expresó Andrade.

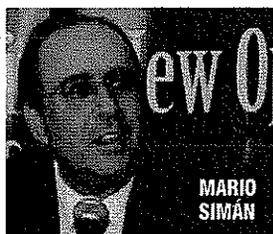
Por lo pronto, las señales son buenas. Los empresarios centroamericanos han invertido en el Caribe y viceversa.

“La inversión requiere de un compromiso, de un nivel mayor de involucramiento en las operaciones, de trasladar experiencia tecnológica, recurso humano, tratar con legislaciones distintas, cumplir con todos los requerimientos fiscales, contables y gerenciales de otra región, de otra forma de actuar. Entonces una inversión refleja el avance de lo que podría hacerse en materia de vincular a dos regiones”, destacó Andrade.

En los últimos dos o tres años, apuntó, empresarios con operaciones en Centroamérica “decidieron llegar al Caribe a invertir cantidades muy grandes, como el grupo Simán de El Salvador y CabCorp, estos dos grupos han dado la pauta de que sí se puede invertir con certeza”, dijo Andrade.

Explicó que para las grandes empresas centroamericanas “hay un momento en que los mercados quedan al tope, sobre todo los pequeños, ya no hay capacidad de expansión. Y lo que representa el mercado del Caribe es precisamente una mayor facilidad que ir a competir a México con las grandes empresas o hacia el sur, con compañías más grandes en escala”.

Por ahora, los acercamientos de empresarios caribeños y centroamericanos “apuntan a crear condiciones de confianza y mayor intercambio personal entre empresarios de ambas regiones”, concluyó Andrade. ■



MARIO SIMÁN



LUIS MIGUEL CASTILLO



JUAN ANTONIO BUSTO

## Centroamericanos en el Caribe

Algunos empresarios centroamericanos que concurrieron, a finales del 2010, al encuentro con empresarios caribeños en Puerto España: Federico Kong (director de Industrias La Popular, Guatemala); Luis Miguel Castillo (vicepresidente de CabCorp, Guatemala); Juan Antonio Busto (director de Industrias Licoreras de Guatemala); Mario Simán Castillo (presidente de Almacenes Simán, El Salvador); Ernesto Arias (gerente de exportaciones para el Caribe, Dos Pinos, Costa Rica); Javier Arguedas (gerente comercial Costa Rican Food Group) y Federico Zimmeri (director de Industria Textil S.A. Guatemala).

Miguel Miranda, gerente de Mondaisa, empresa costarricense que se dedica a la producción de té, bebidas e infusiones, afirmó que la iniciativa de acercamiento de los empresarios caribeños hacia Centroamérica es sumamente valiosa porque genera nuevas sinergias de negocios.

“Nosotros, para llegar al Caribe, tenemos que triangular las cargas ya sea vía Miami o vía Panamá”, afirmó.

Miranda expresó que las trabas que no permiten el desarrollo de las relaciones comerciales de manera más ágil son más políticas que comerciales.

“Aprobamos el tratado, pero no seguimos con esa inercia de abrir los espacios