

# INFORME **INTEGRAR**

INSTITUTO DE INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA  
IIL-FCJS-UNLP

CALLE 10 Nº 1074 – (1900) LA PLATA – REPÚBLICA ARGENTINA  
TEL/FAX: 54-0221-421-3202  
E-MAIL [integra@netverk.com.ar](mailto:integra@netverk.com.ar)  
[www.iil.org.ar](http://www.iil.org.ar)

**Nº 63 – OCTUBRE DE 2010**

## SUMARIO

- **EL RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES ARGENTINO EN VISTAS AL DESARROLLO NACIONAL, LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA REGIONAL Y SU INSERCIÓN INTERNACIONAL**
- **PUBLICACIONES**
- **INFORMACIÓN INSTITUCIONAL**
- **NOVEDADES: PRESENTACIÓN DE LIBRO**

## **● EL RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES ARGENTINO EN VISTAS AL DESARROLLO NACIONAL, LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA REGIONAL Y SU INSERCIÓN INTERNACIONAL**

**LAUTARO RAMÍREZ - GABRIELA GALELLA \***  
ABOGADOS

### **1. INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo tiene por finalidad abordar el Régimen de Promoción de Exportaciones de la República Argentina y su importancia en relación con el incremento de las exportaciones, además de su relacionamiento comercial con los demás países del globo. Sobre el particular, debe destacarse que estos regímenes en pos del fomento del comercio exterior tienen –implícita o explícitamente- la característica de ser estratégicos, ya que de los beneficios establecidos en sus normas, dependerá, en buena medida, la consecución de los objetivos estratégicos que con su sanción se han buscado.

Desde esta perspectiva, con este trabajo se pretende analizar de modo exegético-dogmático la ley argentina 23.101 de promoción de las exportaciones, con el objeto de poder observar y estudiar los diferentes beneficios que reciben las empresas nacionales para poder ubicar sus productos en el mercado internacional. Empero, debe recordarse que la Argentina se encuentra inmersa dentro de un proceso integrador plurilateral, denominado MERCOSUR, a través del cual se ha asociado a Brasil, Uruguay y Paraguay para extender su mercado. En este sentido, es menester comparar el régimen de promoción promovido por nuestro país con su par brasileño a efectos de determinar las semejanzas y diferencias que los mismos ofrecen en pos de su intercambio recíproco, más allá de las concesiones arancelarias otorgadas en el Tratado de Asunción de 1991, en el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) Nº 18 y particularmente en el ACE Nº 14, los cuales no pueden dejar de ser mencionados en la temática abordada. Lo anterior trae aparejado el análisis de la promoción de las exportaciones fomentadas asimismo desde el MERCOSUR.

Realizando un análisis de las exportaciones argentinas, puede observarse una tendencia histórica de caída, en referencia a las exportaciones mundiales, situación que se ha generado por la implementación de políticas deficitarias, relacionadas con las necesidades de los gobiernos de turno. El desarrollo del comercio exterior requiere un compromiso mayor, generando políticas de mayor competitividad.

---

\*Trabajo realizado en el marco de la Maestría en Integración Latinoamericana del Instituto de Integración Latinoamericana, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata.

Aunado a lo anterior, lo expuesto también debe analizarse a la luz, no solo de la normativa que rige el comercio internacional, la cual ha tomado entidad a partir de la entrada en vigencia el Acuerdo de Marrakech al culminar la Ronda Uruguay que dio origen a la Organización Mundial de Comercio (OMC), organismo multilateral que establece normas reguladoras del comercio mundial a las cuales los países miembros deben ajustar sus conductas, y también, al amparo de lo establecido en los Objetivos del Desarrollo del Milenio (ODM) pregonado en el ámbito de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que pretende el desarrollo de los países dispersos a lo largo y a lo ancho del planeta.

En suma, tomaremos el Régimen de Promoción de Exportaciones de la Argentina como puntapié inicial para estudiar sus vinculaciones, y su importancia, en lo que atañe al desarrollo nacional, a la integración económica regional y a su inserción internacional.

## **2. LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES Y LA INSERCIÓN INTERNACIONAL**

Harto conocido es que desde el inicio de la década del noventa, se ha vuelto a los ideales neoliberales, los cuales no hacen más que fomentar el libre comercio con una mínima intervención estatal en cuestiones, en parte ajenas a él. Sin embargo, el fomento y el incremento del volumen de exportaciones le interesa sobremanera, toda vez que se generan así no solo ingresos al fisco nacional sino que además fomentan la producción interna de mercancías y con ello tienden a la creación y consolidación de puestos de trabajo. Dentro de este contexto, la década de las noventa posterior al Consenso de Washington ha demostrado la necesidad de una apertura comercial a través de diferentes caminos.

Desde esta perspectiva nuestro país no estuvo ajeno a aquel contexto y comenzó la última década del siglo XX asociándose a Brasil, Uruguay y Paraguay, a través del dominado Tratado de Asunción de 1991 (TA), para ampliar su mercado e incrementar el volumen de exportaciones, buscándose con ello crear comercio entre los miembros del nuevo bloque, a través de la constitución de un mercado común<sup>1</sup>. En ese sentido podemos decir que el paradigma de aquel proceso de integración latinoamericano es el

---

<sup>1</sup> Desde ésta perspectiva, es pacífica la doctrina que sostiene que el proceso de integración del MERCOSUR se encuentra en un grado de integración compatible con la unión aduanera, aunque con algunas de sus variables por debajo de la línea exigida para poder dar por alcanzada esa etapa, por lo que son contestes los autores al sostener que el MERCOSUR se presenta como una “unión aduanera imperfecta”. Este déficit se debe, en parte, a las siguientes causas: en primer lugar, dentro del bloque no se ha desgravado aún el total de mercancías comprendidas en el Nomenclador Común del MERCOSUR; tampoco se ha llegado a la libre circulación de factores de la producción entre los miembros; en tercer lugar sólo se ha establecido un arancel externo común para determinados productos; en cuarto lugar, no pueden hallarse antecedentes en la elaboración de políticas comunes en pos del objetivo. Condiciones, todas las ellas necesarias para arribar, o que se instrumentan a partir, del tan ansiado mercado común. Véase Mellado Noemí B. (editora) (2010), “Gobernabilidad e instituciones en la integración regional”, Editorial Lerner; Córdoba, Argentina.

neoliberal, dentro de las corrientes económicas y desarrollistas de principios de la década de los noventa, basadas en gobiernos constitucionales latinoamericanos alineados con Estados Unidos (EE.UU.), y en cuanto a las corrientes de la CEPAL en la corriente del “*regionalismo abierto*”. Es dentro de ese contexto que nace el proceso de integración latinoamericana, en particular el MERCOSUR<sup>2</sup>. Importa destacar que los procesos de integración regional tuvieron desde esa época un auge que hasta la actualidad no ha cesado<sup>3</sup>. Dentro de este esquema, lo anterior debe observarse a mayor escala y ya dentro del organismo multilateral, también fruto de aquellas corrientes intelectuales comercialistas de la época, que nacieron luego de la última Ronda Uruguay del GATT, y que fueron origen de la OMC.

Este modo de asociación contractual entre Estados soberanos, si bien establece preferencias para los intercambios comerciales ha demostrado que no basta el mero hecho de asociarse y otorgarse preferencias, sino que además se vuelven necesarias renovadas políticas de promoción dentro de los propios esquemas de integración de los cuales forman parte los Estados. Empero, los procesos de integración tienden a suplir las políticas de promoción por los beneficios que otorgan a sus miembros en cuanto a los intercambios comerciales.

Conforme a lo anterior, nuestro país se ha asociado, primeramente en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) que busca la constitución de un mercado común a largo plazo<sup>4</sup>; dentro de este esquema a su vez se ha vinculado contractualmente con los países limítrofes orientales a través del TA –inscripto en la ALADI como ACE 18- y a la OMC. Este cúmulo de acuerdos y normas, no pretenden más que lograr incrementar las exportaciones –e importaciones- argentinas para con el resto del mundo, otorgando reducciones arancelarias –incluso su eliminación- y reduciendo las medidas para arancelarias a cambio de reciprocidad en los intercambios. De ello se desprende que las tendencias imperantes –previo a la crisis financiera que tuvo origen en EE.UU. a finales del año 2009-, se redimieran ante la prédica de la exacerbación del libre comercio.

Lo anterior tiene por fundamento dar seguridad jurídica a los Estados que deseen mantener relaciones de intercambio estables y transparentes, como también lograr la inserción de los países en el plano internacional a través del establecimiento de sus productos nacionales en el mercado externo. Si bien los acuerdos comerciales vigentes cumplen, en buena medida con esos objetivos, lo cierto es que ello no basta para que las mercancías producidas en los diferentes países sean conocidas, y mucho menos generen nuevas necesidades ante los consumidores.

---

<sup>2</sup> Ramírez, Lautaro M. (2009), “El ordenamiento jurídico del MERCOSUR a propósito de las fuentes y la jerarquía normativa”, en Informe Integrar Nº 57, Instituto de Integración Latinoamericana, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, UNLP. Provincia de Buenos Aires, La Plata, octubre. p.2

<sup>3</sup> De los casi 140 miembros de la OMC sólo Japón y Corea del Sur, no son signatarios de por lo menos un acuerdo preferencial.

<sup>4</sup> El Tratado de Montevideo de 1980, en su artículo 1 expresamente sostiene: “Por el presente Tratado las Partes Contratantes prosiguen el proceso de integración [...] dicho proceso tendrá como objetivo a largo plazo el establecimiento, en forma gradual y progresiva, de un mercado común latinoamericano”.

En razón de lo anterior, las políticas de promoción de exportaciones vinieron a complementar lo establecido en los acuerdos de integración regional y hasta los principios de la propia OMC, en pos de llevar mayor cantidad y mejores mercancías al resto de los Estados para lograr así una mayor competencia y un mejor libre comercio.

Sin embargo, nuestro país parece haber iniciado este nuevo reverdecer comercial con el pie izquierdo toda vez que ingresa a la década de los años noventa con una ley que ya había perdido los ideales y los objetivos de su vigencia, al modificarse el contexto en el cual había sido sancionada. Desde ésta perspectiva, la Argentina cuenta aun hoy con una ley de promoción de exportaciones que nació a mediados de la década de los años ochenta –y de la cual nos ocupamos más adelante-, donde las tendencias en materia comercial tenían objetivos más ortodoxos y dentro de un contexto internacional que poco tiene en común -luego de la caída del Muro de Berlín en el año 1989- con las que imperan en la actualidad.

Pese a lo anterior, la ley nacional de promoción de las exportaciones nació con el objeto de dar respuesta a problemas específicos y puntuales con una clara orientación “*mercado-internalista*”. No resulta extraño que los mecanismos de promoción a las exportaciones de productos industriales se implementaran tardíamente y en consonancia con los primeros síntomas de agotamiento global y de la aparición de cierta saturación en el mercado local para las producciones nacionales<sup>5</sup>. Ello significó que el sistema de promoción de exportaciones se constituyera sobre la base de una multiplicidad de mecanismos que operan simultáneamente. En ese sentido, puede destacarse que durante varias décadas más que un sistema en sí, se trató de un conjunto desarticulado de mecanismos de promoción administrados por distintos estamentos de la administración pública<sup>6</sup>.

Empero, el cambio de paradigma que hizo de bisagra entre las corrientes propias de la década de los años ochenta y principios de la década de los noventa, no conmovió ni llevó a una reforma de la ley que previera las nuevas condiciones en las cuales se insertaría nuestro país.

Pese a ello, el mismo cuerpo normativo –con regulaciones particulares a través de los diversos ministerios que conforman el Poder Ejecutivo Nacional- sigue siendo utilizado actualmente para fomentar las exportaciones nacionales, obedeciendo de ese modo el modelo de integración internacional dominante. Salvando lo anteriormente sostenido, lo cierto es que nuestro país para fomentar las exportaciones debe asimismo respetar los compromisos asumidos con sus pares –a nivel regional- y con el organismo multilateral de comercio –a nivel mundial-.

---

<sup>5</sup> CEPAL (1993), “El comercio internacional de manufacturas de la Argentina 1974-1990. Políticas comerciales, cambios estructurales y nuevas formas de inserción internacional”. Documento de Trabajo N°51 de Comisión Económica para América Latina y el Caribe. LC/BUE/L 133. Agosto. p.76.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

Sostenido lo anterior, podemos detenernos en el análisis de la “*promoción de exportaciones*” como objeto de análisis. ¿Qué significa promover las ventas de bienes o servicios al exterior? ¿Qué importancia y efectos tienen estas medidas? ¿Cuál es el rol del Estado en esta materia? A estas cuestiones nos dedicamos a continuación.

En primer lugar debe sostenerse que este régimen no implica de por sí el incremento de ventas de las manufacturas de las industrias nacionales en el concierto internacional; sí, en cambio, favorece a que los productos de origen argentino –como las empresas, tanto pequeñas como medianas- se hagan conocer en otros países, ya sea en ámbitos empresariales como estatales, mayoristas y minoristas. Es decir, presentarse o consolidar posiciones ante los actores de ese nuevo mercado en el que desean insertar sus producciones. Para la consecución de esos fines, diversas técnicas de promoción son llevadas adelante por el empresariado nacional, tanto por sí mismo, como a través de las políticas de fomento del Estado nacional. Dentro de esas políticas pueden mencionarse entre otras: i) la venta personal<sup>7</sup>; ii) la promoción de ventas<sup>8</sup> que a su vez puede incluir la documentación promocional<sup>9</sup>, las muestras o demostraciones de productos<sup>10</sup> y las revistas de empresas<sup>11</sup>; iii) las misiones comerciales<sup>12</sup>; iv) las ferias y exposiciones<sup>13</sup>; y la participación como *sponsors* en seminarios, conferencias así como también a través del patrocinio y mecenazgo<sup>14</sup>, entre otros. Sin perjuicio de que puedan existir muchas otras modalidades para llevar

---

<sup>7</sup> La venta personalizada en el comercio internacional tiene mayor importancia que en el comercio doméstico. Unos vendedores bien seleccionados, adiestrados y motivados pueden influir decisivamente en el volumen de ventas de la empresa, teniendo en cuenta, sobre todo, que para determinados productos es esencial el contacto personal (ej. productos industriales).

<sup>8</sup> La promoción de ventas contiene todas aquellas actividades que refuerzan la venta personal y la publicidad. Dentro de esta categoría el exportador deberá elegir aquellas que se adapten mejor a sus productos, al mercado al que van dirigidos, al objetivo de la empresa de cada mercado y a la inversión en que la empresa puede incurrir.

<sup>9</sup> El catálogo, folleto y fichas de productos son, en la mayoría de los casos, herramientas de promoción efectivas para el propio vendedor.

<sup>10</sup> Una muestra ofrece una idea sobre las características que no puede ofrecer con tanta exactitud ninguna otra forma de promoción de ventas.

<sup>11</sup> Algunas empresas utilizan como apoyo para la promoción de sus productos y de la propia empresa la publicación de revistas en las que aparecen artículos de interés al que van dirigidas. Este público puede ser su propia planta, distribuidores, agentes o clientes finales.

<sup>12</sup> Se trata de visitas de promoción realizadas por las empresas a clientes potenciales en otros mercados, utilizándose sobre todo cuantas firmas exportadoras acuden a un mercado por primera vez. Son visitas personales que contribuyen al mejor conocimiento de las necesidades y requerimientos de los clientes.

<sup>13</sup> Es una de las formas de promoción que más resultados ofrecen a las empresas exportadoras, especialmente si se trata de productos industriales. El número de las ferias es cada vez mayor en todo el mundo, en especial por las ventajas que esta modalidad ofrece: a) contacto personal con compradores potenciales; b) contacto con agentes /distribuidores potenciales; c) conocimiento de la competencia, y d) conocimiento general del mercado, y en concreto, de su sector.

<sup>14</sup> La participación, organización y patrocinio de seminarios y conferencias es una vía de promoción relativamente nueva. Se trata de una forma de promoción directa, especialmente efectiva para el caso de ciertos productos industriales y servicios. El patrocinio, asimismo, en diversos acontecimientos socio-culturales es actualmente habitual dentro de ciertas empresas de gran estructura o estructura internacional.

productos nacionales a mercados internacionales, tales como el uso del correo electrónico, la publicidad televisiva e incluso la publicidad a través de CD interactivos; lo cierto es que las menciones anteriores, son aquellas que involucran principalmente el interés del empresariado privado.

Frente a esta situación, al Estado también le interesa la expansión de las mercancías que se producen fronteras adentro ya que el incremento de las exportaciones tenderá a incrementar el volumen de importaciones –si es que se pretende conservar el equilibrio de la balanza comercial- y con ello consolidar sus polos industriales. De ser ese equilibrio constante, implícitamente llevará al desarrollo nacional a través de la redistribución que haga el mismo de los recursos que obtenga de esta operatoria del comercio exterior.

De lo anterior se desprende que versará en la estrategia que el Estado desee emplear para posicionar sus productos –o marcas- en otros países. Es estratégico el régimen de promoción ya que por su intermedio es el propio Estado quien determina qué productos desea que compitan en el mercado mundial y cuáles no, como también qué ayudas, beneficios o medidas tomará en relación con las diversas ramas de las industrias para llevar adelante su cometido, o incluso en la exportaciones de bienes primarios o del sector servicios.

Sobre el particular, tal como puede observarse, el interés tanto estatal como de las empresas en poder ubicar las mercancías producidas por éstas en el territorio de un país, en el concierto internacional converge. Debido a ello puede sostenerse que el incremento de las exportaciones es de tal entidad que puede ser encasillado dentro de la categoría de “*bien público*”.

En razón de lo anterior, estamos, entonces, en condiciones de sostener que las actividades de promoción de las exportaciones son articuladas por entidades públicas, privadas o mixtas como en el caso de la Argentina a través de la Fundación EXPORTAR, para ayudar a las empresas a introducirse y desarrollarse en los mercados internacionales<sup>15</sup>.

Como corolario del presente acápite podemos afirmar que la promoción de exportaciones, debe ser entendida como una ayuda externa a las empresas para iniciarse o desarrollarse en los mercados exteriores<sup>16</sup>, la cual puede versar en diferentes medidas o ayudas para reducir las cargas tributarias que pesan sobre el exportador, acceso a créditos blandos y facilidades de pago, como también diversos instrumentos que serán analizados en el próximo acápite y que se encuentran contemplados en la ley 23.101, norma medular de nuestro régimen nacional de promoción de exportaciones.

---

<sup>15</sup> Calderón García Haydee y Fayos Gardo Teresa (2002): “La medición de los resultados de la promoción de las exportaciones: dificultad y necesidad” En Boletín Económico de ICE -Información Comercial Española- N°2746, Noviembre. p.1.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

### **3. SISTEMA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES EN LA REPÚBLICA ARGENTINA**

La Ley 23.101 de Promoción de Exportaciones de la República Argentina<sup>17</sup>, busca establecer la instrumentación de una política comercial de exportación, procurando insertar al país en la economía internacional de distintas maneras.

Todos los países cuentan con determinado tipo de mecanismo para lograr promocionar las exportaciones. Argentina por medio de esta ley, establece diversos instrumentos de promoción. Entre ellos encontramos la promoción de exportaciones de economías regionales, el seguro de crédito a la exportación, la subvención de fletes internacionales, la constitución de consorcios y cooperativas de exportación, la constitución de compañías de comercialización internacional. A este mecanismo se le han sumado otros con carácter específico como los programas especiales de exportaciones -PEEX- o aquellos relacionados con los sistemas de promoción de inversión externa.

Atento a lo expuesto, debe señalarse que el sistema de promoción de exportaciones se constituyó sobre múltiples mecanismos que han operado simultáneamente. A ello debe sumarse que la numerosa cantidad de organismos que conforman el marco institucional no facilita el control de gestión. Al respecto se ha sostenido que “históricamente el sistema de promoción de exportaciones se conformó sobre la base de una amplia gama de mecanismos superpuestos -en lo referido a los sectores que beneficia- y que, a su vez, dependen de distintos estamentos del gobierno. A menudo, su real funcionalidad depende de las posibilidades financieras del gobierno central, no siendo extraño que su aplicabilidad se haya relacionado estrechamente con los niveles que -intervenciones más o menos explícitas del mercado mediante- tenga el tipo de cambio”<sup>18</sup>.

La Ley 23.101 enuncia mecanismos tributarios, los reintegros, el reembolso, el draw-back. Establece asimismo, beneficios arancelarios, aduaneros, impositivos, financieros, a los cuales, se han ido sumando otros mecanismos como el reembolso de bonos patagónicos y los beneficios extra frontera, entre otros.

Debe señalarse también que a partir de los años noventa comienza a advertirse la aparición de mecanismos no arancelarios, relacionados con cuestiones sanitarias, financieras, culturales, etcétera.

Entre los objetivos de la promoción de exportaciones, cabe destacar la búsqueda de expansión de las exportaciones argentinas de bienes y servicios en el marco de una política permanente y estable; la diversificación de la oferta de bienes y servicios destinados a los mercados del exterior, favoreciendo el crecimiento de las

---

<sup>17</sup> Sancionada el 28 de septiembre de 1984 y publicada en el BO. el 2 de noviembre de 1984.

<sup>18</sup> CEPAL -Comisión Económica para América Latina y El Caribe- (1993), “El comercio internacional de manufacturas de la Argentina 1974-1990. Políticas comerciales, cambios estructurales y nuevas formas de inserción internacional”. Documento de Trabajo N° 51. LC/BUE/L 133. Agosto, p. 77.



exportaciones con mayor valor agregado y de aquellas para las cuales el acceso al mercado externo les posibilite alcanzar niveles decrecientes de costos, procurando una mayor utilización de materias primas, tecnología local y auspiciando la incorporación de las empresas de capital nacional, especialmente las pequeñas y medianas, al mercado internacional; ampliar y profundizar la presencia de la República Argentina en los mercados internacionales; facilitar al fabricante o al exportador el acceso a los insumos, bienes de capital necesarios para sostener el ritmo de la actividad exportadora; asegurar que los beneficios derivados del comercio exterior alcancen a las economías regionales y a las provincias; impulsar la integración y la cooperación económica y financiera, preferentemente con los países latinoamericanos<sup>19</sup>.

Con referencia a la exportación de bienes y servicios, se establecen distintos **mecanismos tributarios**, los cuales generan la obligación de devolver aquello que se ha pagado durante el proceso de producción. La idea central, en este caso, es la devolución de los diversos impuestos incluidos en el costo de los productos cuya devolución permite a los exportadores competir en igualdad de condiciones en los mercados internacionales.<sup>20</sup> Así, por ejemplo, encontramos el impuesto al valor agregado; ingresos brutos; el impuesto a las ganancias, en el cual, la devolución no funciona sobre la exportación sino sobre la actividad global del exportador.

**Reembolso impositivo:** consiste en la restitución total o parcial, de aquellos importes pagados en concepto de un impuesto nacional, como los que pudiesen haber sido pagados como tributo por la previa importación para uso y/o consumo oneroso de toda o parte de la mercadería que se exportase a título oneroso o por los servicios prestados en relación a la mercadería<sup>21</sup>.

**Reintegro impositivo:** es la restitución total o parcial de los importes pagados en concepto de tributos interiores, en todas las etapas de la producción y comercialización, por los bienes y servicios que se exportaren para uso y/o consumo a título oneroso y por los servicios que se hubieran prestado<sup>22</sup>.

**Reembolso por cuestiones patagónicas:** se establece un reembolso adicional a las exportaciones realizadas por los puertos que se encuentran entre San Antonio Este y el puerto de Ushuaia. El reembolso se aplica sólo a la exportación de mercaderías originarias que se exportan en estado natural o manufacturadas en establecimientos industriales de la misma región con insumos no originarios de ésta, ubicadas al sur del río Colorado, siempre que se genere un cambio en la posición arancelaria y que dicha mercadería resulte de un proceso industrial y no de una simple etapa de armado. El reembolso se aplica también para las mercaderías de la provincia de Neuquén, embarcadas en los mismos puertos, aun cuando cumplido el embarque se realice por aduanas secas, siempre que se carguen en un buque con destino al exterior o buque

---

<sup>19</sup> Art. 1, ley 23.101.

<sup>20</sup> Op. Cit., CEPAL... Documento de Trabajo N°51, p. 80.

<sup>21</sup> Art. 9 inc. a, Ley 23.101.

<sup>22</sup> Art. 9 inc. b, Ley 23.101.

mercante de cabotaje para trasbordar en cualquier puerto nacional con destino al exterior<sup>23</sup>.

**Draw-back:** es un beneficio promocional a la exportación, y su finalidad es otorgar la restitución de los derechos de importación, tasa de estadística y el impuesto al valor agregado, que gravaron los insumos importados, utilizados posteriormente en la elaboración de un producto exportable. Este mecanismo se aplica para productos importados que van a ser parte o insumos de otro producto total. El Poder Ejecutivo se encuentra facultado para establecer qué mercaderías pueden acogerse al régimen, fijando los plazos para la reexportación y las condiciones para gozar del beneficio. Este beneficio consta de tres etapas: la tipificación, la verificación y la liquidación. Se disponen asimismo mecanismos aduaneros, se refieren a cuestiones que tienen que ver con el no pago de derechos arancelarios.

**Admisión de derechos arancelarios:** su objetivo es eliminar aranceles y demás tributos que gravan a la importación para consumo, de los insumos o materiales que estén contenidos en un producto que se va a exportar. Se pueden importar temporalmente aquellas mercaderías que después de un proceso de transformación formen parte de un nuevo producto, el cual se exportará, como así también podrán importarse aquellos elementos auxiliares de la práctica comercial habitual, siempre que se exporten con las respectivas mercaderías. Se encuentran beneficiados los importadores y exportadores inscriptos que serán los usuarios directos de estas mercaderías<sup>24</sup>.

**Importación de líneas productivas usadas:** es un incentivo promocional por tiempo determinado, se otorga por medio de él una rebaja en los derechos de importación y la exención del pago de la tasa de comprobación de destino de los bienes usados que formen parte de líneas completas y autónomas y que integren los proyectos de la normativa vigente. Los bienes importados deben ser imprescindibles para el proceso productivo. Serán beneficiarias las empresas nacionales o extranjeras radicadas en el país, que produzcan bienes tangibles. Comprende bienes usados que integren una línea completa y autónoma y no estén comprendidos en la Ley de Residuos Peligrosos<sup>25</sup>, la Ley de Componentes Químicos<sup>26</sup> y en otra normativa vigente<sup>27</sup>. Se encuentra dirigido a alentar las inversiones con el fin de aumentar la competitividad de los productos industrializados y generar nuevos puestos de trabajo.

En relación a los **mecanismos financieros**, la Ley de Promoción de Exportaciones prevé estos mecanismos<sup>28</sup>. *“El objetivo de estos mecanismos es, por un lado, generar una corriente de financiación a la actividad exportadora (incluyendo su producción*

---

<sup>23</sup> Ley 23.018 y su modificación 24.490.

<sup>24</sup> Art. 7 de la Ley 23.101, Normativa Decreto 2284/91 y Decreto 1439/96.

<sup>25</sup> Ley Nacional 24.051.

<sup>26</sup> Ley Nacional 24.040.

<sup>27</sup> Resolución Ministerio de Economía Nº 511/2000 del 29 de junio de 2000.

<sup>28</sup> Art. 9 incs. c y d, Ley 23.101.

*local) y, por otro, adecuar (y/o incentivar), los costos locales a los parámetros internacionales a fin de tornar competitivas a las colocaciones argentinas de manufacturas. En su conjunto operan a tres niveles distintos: financiación para la producción local (previa a la exportación), para financiar la venta externa y para financiar a los compradores externos en operaciones de envergadura y largo plazo*<sup>29</sup>.

**Prefinanciación:** consiste en el apoyo crediticio de la producción o comercialización de las operaciones de exportaciones de bienes y servicios, sin que esto afecte las líneas crediticias ordinarias del exportador. Se produce aquí un adelanto, como contrapartida se debe utilizar una carta de crédito irrevocable, estos préstamos se realizan en moneda local y se calcula una tasa de interés del 1% anual sobre el capital ajustado.

**Financiación:** en este caso puede existir o no una carta de crédito irrevocable, se financia al exportador desde el momento en que embarca su mercadería hasta que cobra la exportación. Constituye una operación internacional, expresada en dólares y tiene un interés no mayor al 6,5%. Los plazos de financiación son mayores que en la pre-financiación.

**Post-financiación:** se otorgan para financiar los cobros de exportaciones, se dan en condiciones especiales y montos relacionados con el valor FOB, de los bienes y servicios exportados, con el fin de asegurar la continuidad de las exportaciones. Son otorgados en moneda local a un plazo de 180 días ajustándose a la tasa de interés específica.

Con referencia a los **beneficios extra frontera**, podemos establecer que son beneficios que el Estado otorga para poder exportar. No se relaciona con establecer cómo se financia un proceso productivo sino que se refiere a cómo va a ser pagada. Esto se encuentra instrumentado por la Cámara de Comercio Internacional.

Entre ellos debe señalarse el **Sistema Generalizado de Preferencias**, que consiste en el otorgamiento por parte de los países desarrollados de una reducción o eliminación, para determinados productos provenientes de países en vías de desarrollo, de los derechos de importación. Su finalidad es lograr el incremento de las corrientes comerciales entre países en desarrollo y reducir las restricciones no tarifarias que pudiesen existir entre los países participantes. Para determinar cuáles son los productos que gozan de este beneficio, los países desarrollados los incluyen en listas positivas. Se requiere una declaración jurada del exportador, distintos formularios y el permiso de embarque, si no hay embarque, se emite copia del conocimiento de embarque.

Otro mecanismo encontrado es aquel que se refiere a los incentivos de las exportaciones de plantas "**llave en mano**" que incluye equipos, gastos de montajes, ingeniería, consultoría. Su objetivo es incentivar indirectamente la exportación de elementos tecnológicos y organizacionales. Mientras que con el objetivo de impulsar

---

<sup>29</sup> Op. Cit., CEPAL... Documento de Trabajo N°51. Agosto, p. 78.

las exportaciones industriales, se generaron distintos mecanismos para favorecer las condiciones de operatividad de aquellas empresas que se dedicaban a las exportaciones, constituyendo los Fondos de Promoción de las Exportaciones, así por ejemplo, el Fondo de Promoción de la Exportación Lechera.

En relación con el **Seguro de Crédito a la Exportación** podemos agregar que es un mecanismo para proteger al vendedor ante el riesgo de insolvencia del comprador de otro país<sup>30</sup>. La autoridad de aplicación es el Banco BICE por cuenta y orden del Estado nacional. En este contrato, el asegurador no toma todo el riesgo de la operación, esto genera una mayor precaución del exportador al momento de seleccionar su comprador. Para obtener este seguro, debe completarse su solicitud en una compañía aseguradora, la cual investiga las cualidades del importador, determinando su capacidad futura de pago y su situación económica y financiera.

En relación con los riesgos extraordinarios la ley enuncia la creación de un sistema instituido por cuenta del Estado nacional, denominado “Seguro de Crédito a la Exportación”, entendiéndose por riesgo extraordinario el resultante de catástrofes o consecuencias políticas, como así también cualquier otro riesgo que pueda afectar el cobro de los créditos derivados de operaciones de exportación que no sean cubiertos por entidades nacionales constituidas en el país<sup>31</sup>.

El exportador consigue por medio de este contrato, protección ante el riesgo de incobrabilidad. En muchos países la financiación de exportaciones requiere obligatoriamente este tipo de contrato. La póliza de Seguro de Crédito a la Exportación, puede constituir una desventaja para el exportador pues sus valores son en dólares y se exige un desembolso al momento de retirarla.

En el caso que se produzcan riesgos extraordinarios o políticos la aseguradora actúa por cuenta del Estado nacional, pues se utiliza como un mecanismo para mejorar la competitividad en el mercado internacional; mientras que en relación con los gastos comerciales u ordinarios, ellos corren por cuenta de las aseguradoras. En relación con los riesgos comerciales ellos se refieren a la imposibilidad de cobrar el crédito otorgado, como resultado de la insolvencia o mora del comprador, esta última se establecerá trascurridos seis meses de su vencimiento o de sus prórrogas; en cuanto a los riesgos extraordinarios se encuentran cubiertos los desastres naturales catastróficos, las guerras civiles o internacionales, revoluciones, sublevaciones, confiscaciones, expropiaciones, prohibición de importar o exportar no imputable al comprador, dificultad en la transferencia de las divisas.

Son susceptibles de cobertura las exportaciones de bienes y/o servicios, admitiéndose la cobertura a los materiales y servicios extranjeros incorporados a la exportación y los

---

<sup>30</sup> Se rige por la ley 20.299 y los Decretos 3145/73, 1803/94 y el Convenio de Administración entre la ex Secretaría de Comercio e Inversiones y el BICE.

<sup>31</sup> Art. 17, Ley 23.101.

gastos locales en relación con la exportación y finanzas desde Argentina; el proceso de producción de bienes destinados a la exportación; las exportaciones de obras.

En relación con la indemnización, su importe se constituirá por la diferencia entre el monto de los vencimientos impagos más los gastos contenciosos y precontenciosos netos de los importes cobrados por el asegurado hasta la fecha del reclamo. A la pérdida neta se le aplica el porcentual de la cobertura y se establece el monto de la indemnización. Luego del pago de esta última, se continúa por parte de la aseguradora la gestión de recupero de lo adeudado subrogándose en los derechos del asegurado.

A modo de conclusión en relación con los mecanismos específicos desarrollados en la República Argentina, puede señalarse que, en el contexto de la crisis de la deuda externa, el orden internacional se encontró restringido para las exportaciones argentinas, llevando a la política de promoción de las exportaciones a implementar en un primer momento mecanismos de expansión durante períodos relativamente largos y hacer uso de la post financiación, pasando ulteriormente a la utilización de reembolsos y reembolsos adicionales, hechos que posteriormente fueron dejados de lado ante la gran crisis inflacionaria que se desarrolló en el país, a fines de la década de los años 80.

Posteriormente durante los primeros años de la década de los años 90, se restablecieron los reembolsos y la devolución de los impuestos en efectivo, sin embargo las nuevas reestructuraciones no implementaron una verdadera política de promoción de las exportaciones. “Por un lado, la imposibilidad financiera del Estado de hacer frente a los compromisos devino en su no pago; sin embargo ante las necesidades de contar con un saldo positivo en la balanza comercial estos desequilibrios fueron ajustados directamente con devaluaciones cambiarias que llevaron a la posterior liberación del mercado. O sea que el Estado resignó en gran medida, junto con el tipo de cambio, un instrumento de política económica -como el mecanismo de promoción- ante la gravedad de la crisis fiscal que lo acosaba”<sup>32</sup>.

Desde el año 2002 las exportaciones argentinas han demostrado un aumento de un 70%; hacia fines de 2006 es necesario señalar que esta situación se vio favorecida por el tipo de cambio estable, la mejora de los precios internacionales de los productos de exportación argentinos, la diversificación de los mercados posterior a la devaluación de Brasil y la mejora en los términos del intercambio.

Sin embargo en comparación con la economía mundial debe indicarse que “Al comparar las fluctuaciones del tipo de cambio real con la participación de las exportaciones argentinas en las ventas externas mundiales, sugiere que un tipo de cambio competitivo y estable es una condición necesaria pero no suficiente para un salto exportador sustentable. De hecho, la participación argentina en las exportaciones mundiales aumentó en forma significativa durante la década de los noventa -hasta 1998- con un tipo de cambio apreciado. En contraste, a pesar de la importante

---

<sup>32</sup> Op. Cit., CEPAL...Documento de Trabajo N°51 LC/BUE/L 133. Agosto, p. 85.

depreciación del peso desde 2001, las exportaciones argentinas no han podido aumentar su peso en el comercio mundial”<sup>33</sup>.

### **3.1. LAS PYMES EN LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

Muchas economías incorporan a las pequeñas y medianas empresas (pymes), en relación con el comercio de las exportaciones. La necesidad de generar recursos externos, se ha ampliado en numerosos casos, debido al vasto endeudamiento de las economías latinoamericanas durante el desarrollo de la crisis de la deuda externa.

Uno de los inconvenientes que presentan las pymes, se desenvuelve en torno a la instalación de los productos en el mercado internacional, pues generalmente ellas no son productoras ni exportadoras de *commodities*. Para que estas exportaciones sean beneficiosas, se requiere un tipo de cambio efectivo, políticas que favorezcan la exportación de valor agregado, con la finalidad de producir un desarrollo tecnológico y generar mayores puestos de empleo.

Debe señalarse que la apertura de las pymes al comercio de exportación, en el proceso de integración latinoamericana, fue impulsada inicialmente desde la ALADI. La existencia de integración en relación con economías de los Estados parte, permiten la inserción de las pymes en el comercio internacional, dentro de un contexto más beneficioso, generando posibilidades para la presentación de distintos proyectos.

Se requiere por lo tanto, para un progreso favorable, instaurar la estabilidad de las normas y la compatibilidad de las normas nacionales con la normativa del MERCOSUR, de la ALADI, de la OMC, etc. Esto genera asimismo, seguridad jurídica, principio que no puede ser dejado de lado para lograr la existencia de un verdadero derecho de la integración; y que se relaciona con la eliminación de cualquier “zona gris” dentro de un esquema de integración, evitando dificultades con las exportaciones. La necesidad de una estabilidad normativa a largo plazo, con el fin de evitar dificultades, se relaciona con la eliminación de la inestabilidad.

En referencia a Argentina, puede establecerse que la ley de promoción de exportaciones entiende que las exportaciones constituyen políticas centrales del Estado. En cuanto a la administración de los mecanismos e instrumentos exportadores, existe cierta superposición referente a la estructura nacional y a las provinciales, se requiere allí entonces una puntualización de las funciones y de las políticas exportadoras que corresponden a cada autoridad.

La políticas pyme que pueden señalarse dentro de Argentina se refieren a: la capacitación en materia exportadora, llevada a cabo por la Secretaría de Pequeña y

---

<sup>33</sup> Castro Lucio (2007), “Notas para una estrategia de desarrollo vinculada a la promoción de las exportaciones”, Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), Documento de Trabajo: 2007/1, febrero, p. 15.

Mediana Empresa, que consta de un Régimen de Crédito Fiscal para Capacitación; la Fundación Exportar, que es la encargada de proveer información y asistencia a los exportadores, definiendo también qué ferias y misiones comerciales gozarán de asistencia estatal; la adaptación y el desarrollo de productos con fines exportadores; la consolidación de oferta exportable, la cual se realiza a través de consorcios de exportación, y el financiamiento de las exportaciones a través del Banco de Inversión y Comercio Exterior.

Las pymes han ido incrementando el uso de tecnologías, en relación con la demanda específica y al cierre de las operaciones.

#### **4. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES EN BRASIL, ANTECEDENTES Y SISTEMA ACTUAL**

Las políticas de exportación en la República Federativa de Brasil, fueron evolucionando de acuerdo con las capacidades industriales, desarrolladas en el vecino país, específicamente en relación con las inversiones productivas y las características sectoriales.

Desde mediados de los años 60, las exportaciones manifestaron variaciones haciendo uso del draw-back y creando organismos como la Cartera de Comercio Exterior de Brasil (CACEX), la cual llevó a cabo una política de coordinación del comercio exterior, y logró una mejor comunicación entre el Gobierno Federal y los sectores privados.

El desarrollo positivo de las exportaciones generó un aumento significativo por el crecimiento de los valores exportados y por la diversificación llevada a cabo. Se utilizó una política cambiaria favorable a las ventas externas, estructurando una política brasileña de exportaciones. Sin embargo, la crisis financiera de la década de los '80, llevó al Estado a desactivar políticas de financiación a las exportaciones generando una pérdida de competitividad, "algunos de los principales factores que explican el colapso de esta política son: el elevado costo fiscal, la no observancia de las disciplinas comerciales multilaterales y sobre todo el agotamiento del modelo de desarrollo dentro cual fuera concebida la política de exportaciones"<sup>34</sup>.

Brasil desde 1970 hasta 1980, contó con políticas de apoyo a las ventas externas, pero sufrió cambios en el sector industrial y agrícola. Desde los años 90, la utilización del Plan Real generó una ampliación del mercado doméstico, en función de la transferencia de ingresos a los sectores más pobres, generando menor inflación y la reactivación del consumo. Crecieron los bienes de capital mecánicos, las exportaciones de madera y de muebles, como así también las de azúcar, productos farmacéuticos y de perfumería. "Entre 1990 y 1993, hubo una redistribución de las exportaciones por los mercados de destino con el crecimiento de la participación de MERCOSUR y ALADI. La pauta se desplazó discretamente hacia productos y sectores

---

<sup>34</sup> Da Motta Veiga Pedro (1998), "Políticas de apoyo a las exportaciones en Brasil: antecedentes, sistema actual y principales tendencias", en Integración y Comercio Nº 4-5, p. 101.

de mayor dinamismo; en términos internos se instrumentó la participación de manufacturados en las exportaciones totales y se esbozó un proceso de desconcentración de las exportaciones, en términos empresariales<sup>35</sup>.

Las alternativas más significativas de las exportaciones brasileñas se relacionan con la activación que generaron los procesos de integración, dando importancia significativa a los mercados de ALADI y los del MERCOSUR, específicamente en este último debido al impulso inicial generado desde los Estados parte.

Posteriormente, en relación con el financiamiento, el crédito se estableció gradualmente, en una primera instancia con un modelo de preembarque y luego con un modelo de post embarque. Asimismo, se reglamentó un Programa de Financiamiento de las Exportaciones, se implantó un Sistema Integrado de Comercio Exterior para facilitar la información y el registro de exportadores. Sin embargo durante esta época el objetivo principal se centró en la reducción de la inflación.

Ante el mejoramiento de la situación inflacionaria tuvo lugar la creación de una Cámara de Comercio Exterior, la cual fijaría la política del financiamiento y del sistema de crédito, la desregulación del comercio exterior y las políticas sobre concesiones de áreas de libre comercio. Esta Cámara generó un foro de discusión, actuando como coordinadora de la política de comercio exterior. Se estableció asimismo un Programa de Financiamiento de las Exportaciones, previendo el financiamiento a las exportaciones de bienes y servicios y la ecualización de tasas de interés; estos mecanismos fueron reglamentados.

Dio lugar también por parte del Banco Central, al prepago de las exportaciones, otorgando un pago anticipado con recursos originarios de importadores y otras formas de financiamiento. Las tasas de interés fueron pactadas entre las partes. Se han dado contratos de concesión de créditos de las exportaciones, en donde el exportador transfiere los derechos de venta al inversor y cobra los reales equivalentes en moneda extranjera, se conoce como Export Notes.

Brasil cuenta también con un seguro de crédito y mecanismo de garantía de las exportaciones, similar al argentino, donde se contemplan los riesgos extraordinarios y comerciales.

Actualmente la promoción de las exportaciones en Brasil está a cargo de las Secretaria de Comercio Exterior y del Departamento de Promoción Comercial.

Se han desarrollado en Brasil también políticas de apoyo a la pequeña y mediana empresa, haciendo hincapié en las exportaciones y otorgando instrumentos de garantía.

---

<sup>35</sup> *Ibidem.* p. 104.



## 5. LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES EN EL MERCOSUR

Conociendo el modo en que la Argentina y el Brasil promocionan sus exportaciones, y los mecanismos legalmente regulados a esos fines, restaría ahora adentrarnos en el análisis de esta problemática en el MERCOSUR como bloque único de comercio.

Desde esta perspectiva, en primer lugar debe destacarse que este esquema de integración si bien carece de políticas tendientes a la promoción de exportaciones conjunta, en cambio cuenta con programas específicos para fomentar la creación y consolidación de las pymes nacionales de cada uno de los Estados miembros. En ese sentido, pueden mencionarse los programas de financiación promovidas por el Fondo de Convergencia Estructural del MERCOSUR (FOCEM), como las facilidades impositivas dadas por los Estados miembros del TA a las que nacen dentro de sus territorios.

Por otra parte, cabe destacar que el mismo proceso de integración, a través de las reducciones –y eliminaciones- arancelarias, no hace más que fomentar el movimiento de mercancías originadas en los países miembros para ser adquiridas por sus pares. Además de los beneficios otorgados a través de los acuerdos que dan origen al proceso de integración, complementan a aquellos la utilización de diversos mecanismos para fomentar exportaciones entre ellos. Si bien a esto ya nos hemos referido *supra*, corresponde mencionar que, pese a los programas particulares que existen en relación con las pymes, lo cierto es que el proceso ha estado, está y previsiblemente estará atravesado por vicisitudes derivadas tanto de la arquitectura de su construcción como del contexto internacional.

Sin embargo, la integración de economías entre las que no existen diferencias muy acentuadas en sus niveles de desarrollo como las del MERCOSUR, ha demostrado ser un buen banco de pruebas para la apertura de muchas pymes al comercio de exportación, profundizando el proceso iniciado por ALADI en este sentido. Estos procesos de integración acreditan indudables ventajas frente a los procesos de apertura multilateral y, corregidos que fueren los errores y las omisiones que se verifican en su construcción, permiten que el proceso de inserción en el comercio internacional de las pymes se realice al abrigo de condiciones de contexto más favorables para la internacionalización progresiva de este segmento de la producción, los servicios y el comercio<sup>36</sup>.

A mayor abundamiento, cabe destacarse que la conformación de este tipo de bloques permite potenciar un aspecto sumamente relevante en la inserción de las pymes en el comercio internacional: la capacidad de negociación frente a terceros países y bloques y la propia OMC. El retraso en este terreno también es significativo, pero alberga una potencialidad significativa si los países miembros de la unión aduanera –imperfecta- toman seriamente en consideración el importante conglomerado pymes que se expresa

---

<sup>36</sup> Conclusiones del “I Seminario Promoción de Exportaciones PyME”, organizado y realizado en la ALADI, el 10 de septiembre de 2001. p. 4.

en su interior. Ello aunado a que en el MERCOSUR las empresas transnacionales tendieron a especializarse en algunas líneas de productos, complementándose con otras filiales ubicadas principalmente dentro de los Estados que lo conforman<sup>37</sup>. Esto está lejos de reflejar la realidad de las pymes que solo han accedido marginalmente a las ventajas de pertenecer al bloque, por lo que —hasta ahora— la distribución de beneficios generados por el proceso de integración es claramente desigual según el tamaño de las empresas<sup>38</sup>.

Conforme a lo anterior, resta aun considerar una de las problemáticas que hacen a las exportaciones, que si bien se encuentra aparejada con la promoción, se vincula estrechamente al caso del transporte de mercancías al conclave de destino, por diferentes vías. Desde este punto de vista, puede resaltarse que más allá de la eficacia de los instrumentos de promoción de exportaciones, es la imposibilidad de reducir los obstáculos que enfrentan las exportaciones, que impiden el crecimiento del volumen exportable, ya que por muy eficiente que sea un sistema de promoción de exportaciones, los obstáculos que encarecen las exportaciones siguen siendo mayores; a estos impedimentos de infraestructura la doctrina los denomina como “costo-país”<sup>39</sup>.

Así, los exportadores chilenos, verbigracia, se enfrentan a menores obstáculos que las empresas de la mayoría de los otros países de la región. Sin embargo, si hay deficiencias de infraestructura ellas representan un obstáculo para las empresas que exportan desde las regiones, en particular las que están más alejadas de los centros urbanos. Entretanto, las empresas manufactureras que exporten por tierra al MERCOSUR tienen dificultades debido al corte de los cruces de la cordillera durante el invierno. La red de caminos y carreteras no ha crecido al mismo ritmo que las exportaciones, lo que ha resultado en cuellos de botella<sup>40</sup>.

Esta misma situación se observa que ocurre en los puertos, los cuales no han continuado transformándose al ritmo necesario para responder a las necesidades de las empresas exportadoras. Por ejemplo, los puertos de Valparaíso y San Antonio —así como el acceso a las instalaciones portuarias— prácticamente colapsan en las épocas de cosecha, momento en el cual tiene una importancia crucial enviar rápidamente grandes volúmenes de fruta al exterior. Las dificultades de infraestructura acarrearán un

---

<sup>37</sup> Algunos autores destacan la mayor productividad, los superiores volúmenes de comercio y la mayor capacidad de innovación de las filiales de empresas transnacionales comparadas con las empresas locales. Véase Chudnovsky Daniel y Andrés López (2007), “Inversión extranjera directa y desarrollo: la experiencia del MERCOSUR”, Revista de la CEPAL, Nº 92 (LC/G.2339-P), Santiago de Chile, agosto. Citado por Bekerman Marta y Rikap Cecilia (2010), “Integración regional y diversificación de exportaciones en el MERCOSUR: el caso de Argentina y Brasil”, en *Revista CEPAL* Nº 100, Abril, p. 176.

<sup>38</sup> Este no es un fenómeno que se limite a las exportaciones dentro del MERCOSUR, sino que refleja una tendencia general. En un estudio de FUNCEX (2005) se observa que, entre 1998 y 2004, el 75% del crecimiento de las ventas externas brasileñas se debió a grandes empresas que ya estaban participando del comercio exterior.

<sup>39</sup> Macario Carla (1998), “Chile: de las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad”, En *Integración & Comercio* Nº 4-5, Vol. 2, BID-INTAL, p.135.

<sup>40</sup> *Ibidem*.

aumento de los costos para las empresas. Sin embargo, es difícil que el gobierno cubra la totalidad de las inversiones necesarias para mejorar el funcionamiento de los puertos. A raíz de esto, está en marcha un proceso de incorporación del sector privado en el manejo de los puertos – a través del a figura jurídica de los consorcios-, con el fin de permitir un mayor nivel se inserción.

Lo hasta aquí expuesto nos permite afirmar que si bien no existe una política común en lo que atañe a la promoción de exportaciones desde el propio MERCOSUR, lo cierto es que existen programas puntuales con esos objetivos, sin perjuicio de lo cual el mayor limitante para el incremento de las exportaciones sigue siendo el déficit en infraestructura que ofrece el mismo bloque.

## **6. COMPATIBILIDAD DEL RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES DE ARGENTINA CON LOS COMPROMISOS INTERNACIONALES ASUMIDOS**

El régimen de promoción de Argentina bajo análisis, sin embargo no se agota en las consideraciones anteriormente realizadas, sino que además se vincula con otros ordenamientos jurídicos y compromisos asumidos con organismos internacionales. Así, las medidas tomadas para el fomento de las ventas en mercados extranjeros, encuentran por un lado las limitaciones establecidas por la OMC, en particular en el *Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias*; y por el otro deben cubrir lo establecido en los Objetivos del Desarrollo del Milenio pregonados por la Asamblea de la ONU en el año 2000. Ambas circunstancias deben ser analizadas con el objeto de poder discernir si la Argentina cumple, conforme a su régimen de promoción de exportaciones vigente, con sus obligaciones internacionales.

### **6.1. EL ACUERDO DE SUBVENCIONES Y MEDIDAS COMPENSATORIAS DE LA OMC**

Habiendo observado como opera la promoción de exportaciones entre los miembros del MERCOSUR, en especial en comparación con Brasil y dentro del propio bloque, es menester ahora adentrarnos en el estudio de la compatibilización que tiene el fomento a las exportaciones frente a la OMC y a las normas que rigen el comercio internacional.

Como ya lo sostuvimos anteriormente, el modelo neoliberal en materia comercial imperante en la década de los noventa creó las condiciones necesarias para que naciera la OMC, única institución con personería jurídica internacional que regula y tiende a la concreción del libre comercio mundial.

Empero, para arribar a ese fin, los Estados han renunciado a aplicar ciertas medidas u adoptar determinados comportamientos en aras de no contradecir con dicha actitud las normas de la OMC. En otras palabras, con el Acuerdo de la Ronda Uruguay y la creación del organismo multilateral de comercio, los países que se adhieren deben adaptar su actividad de promoción de exportaciones a un conjunto de reglas emitidas

por la citada organización. Estas reglas están dirigidas a aumentar el papel del mercado en la asignación de la inversión y su distribución geográfica mundial, así como a disminuir el papel de las políticas promocionales del sector público<sup>41</sup>.

El marco normativo creado a raíz de los acuerdos de integración –ALADI/MERCOSUR- junto con las de la OMC determinan el ámbito de acción que tienen los organismos –públicos, privados o mixtos- para promover las exportaciones dentro de cada uno de los países. Desde esta perspectiva existe un acuerdo particular que si bien no se dedica a regular los regímenes de promoción de exportaciones, tangencialmente abarca algunos instrumentos que son utilizados con esos fines. El Acuerdo al que nos referimos es el *Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias* que forma parte del Acuerdo de la Ronda Uruguay, y que prevé prohibiciones para los Estados de aplicar subvenciones a las exportaciones, una de las modalidades que tienen los Estados para fomentar las exportaciones.

Puede decirse que este Acuerdo tiene una doble función: por un lado, somete a disciplina la utilización de subvenciones y por el otro, reglamenta las medidas que los países puedan adoptar para contrarrestar los efectos de las subvenciones. En él se dispone que un país puede recurrir al Órgano de Solución de Diferencias de la OMC para tratar de lograr la supresión de la subvención o la eliminación de sus efectos desfavorables, o que el país puede iniciar su propia investigación y aplicar finalmente derechos adicionales -“*derechos compensatorios*”- a las importaciones subvencionadas que se concluya causan un perjuicio a los productores nacionales<sup>42</sup>.

Si bien nuestra intención no es abordar en sí mismo el régimen que prevé la OMC en esta temática, pretendemos observar si la ley 23.101 se ajusta a lo establecido en aquel Acuerdo. Desde ésta perspectiva y ante las libertades que en esta materia establece el mismo, la doctrina ha sostenido que sin perjuicio de las prohibiciones que prevé el Acuerdo, ello no significa que los subsidios estén excluidos por completo. Más específicamente hay espacio para tres alternativas. En primer lugar, hay una cierta libertad para conceder apoyo directo. El Acuerdo no prohíbe, verbigracia, el reembolso de impuestos indirectos, tanto para el producto exportado directamente como para los insumos y componentes empleados en la fabricación del producto final, incluyendo la energía, el combustible, el petróleo y los catalizadores. De tal manera es legítimo cualquier mecanismo que ponga a los exportadores nacionales en pie de igualdad con los competidores internacionales. En la misma tesitura, se pueden otorgar créditos a las exportaciones de manera tal que los exportadores tengan acceso a las tasas de interés internacionales e incluso permitir un margen de subsidio siguiendo los lineamientos del Acuerdo pertinente de la OCDE<sup>43</sup>. También es posible otorgar crédito

---

<sup>41</sup> Ballestero Florencio (1998): “¿Promoción de exportaciones, del comercio exterior, o de la competitividad internacional de la producción?: El papel de la banca internacional de desarrollo”, En: *Integración y Comercio*, Nº 4-5, Vol. 2, BID-INTAL, Buenos Aires. p. 57.

<sup>42</sup> Véase [http://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/agrm8\\_s.htm#subsidies](http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm8_s.htm#subsidies) consultado el 5/7/2010.

<sup>43</sup> El Acuerdo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) relativo a las ayudas económicas a la agricultura, incluye la definición de subvención denominada “equivalente en

preembarque y post-embarque a tasas de interés equivalentes a las internacionales y fijar un sistema de seguros o garantías a préstamo<sup>44</sup>.

En segundo lugar, el Acuerdo incluye otras medidas que benefician a países en desarrollo, al concederles trato especial y diferenciado<sup>45</sup>. En este caso, para que un país de estas características pueda beneficiarse de esta cláusula, el nivel de subsidios que otorgue no deberá sobrepasar el 2% del valor unitario del producto<sup>46</sup>. De esta manera, asimismo, se pueden subsidiar actividades con externalidades siempre que las transferencias fiscales no se otorguen únicamente a algunas industrias y empresas y los productos comprendidos no estén específicamente dirigidos a la exportación. Esto implica que los subsidios están permitidos para actividades cruciales para mejorar la competitividad, es decir, una actividad que cualquier empresa que busque ganar acceso a los mercados externos debe emprender, ya sea para aumentar su capacidad tecnológica como para mejorar sus conocimientos sobre los mercados a las cuales apunta. Abundan importantes fallas de mercado, por ejemplo, en el área de la difusión de la información acerca de las preferencias de los consumidores extranjeros, los canales de comercialización, los cambios de diseño, el cumplimiento de normas técnicas, el etiquetado ambiental y los requerimientos de calidad. No hay restricción para estudios de mercado ni para toda la variedad de programas de información de mercado costeados con fondos públicos que llevan a cabo las agencias de promoción de exportaciones. Con respecto a este tema, hay importantes oportunidades para explorar. Esto ya se está haciendo dentro de la región no solo en la Argentina a través de la fundación EXPORTAR, sino también en Chile a través del PROCHILE y el PROEXPORT en Colombia<sup>47</sup>. La misma situación comprende, en segundo lugar, a la capacitación –y a la recapitación–.

En tercer lugar, también se pueden conceder subsidios para fomentar el desarrollo de las regiones desfavorecidas siempre que en las industrias se movilicen con las normas ambientales, y siempre que los subsidios sean transparentes y cumplan con los requisitos de notificación. En tal caso los subsidios no deberán sobrepasar del 20% del costo de hacer los ajustes necesarios, y deberán otorgarse como caso único y excepcional. Todos estos subsidios –investigación y desarrollo, capacitación, promoción regional y cumplimiento ambiental y técnico– son no recurribles si se llevan a cabo según las normas<sup>48</sup>.

---

subvenciones al productor” (ESP), que utiliza para medir las ayudas a los productores agrícolas.

<sup>44</sup> Tussie Diana y Lengyel Miguel (1998), “Compromisos en la Organización Mundial de Comercio sobre promoción de exportaciones”, En *Integración & Comercio* N°2, BID-INTAL, Buenos Aires, p.82.

<sup>45</sup> Se conceden salvaguardias para los exportadores pequeños o incipientes tales como la cláusula de minimis utilizada por primera vez en el TLCAN y ahora incluida en la OMC. Según la cláusula de minimis (art. 29.9), se pondrá fin a cualquier investigación relacionada con la aplicación de un derecho compensatorio contra un país en desarrollo si el subsidio involucrado es insignificante.

<sup>46</sup> Tussie Diana y Lengyel Miguel (1998), ob. cit., p. 83.

<sup>47</sup> CEPAL -Comisión Económica para América Latina y El Caribe- (1995): “El papel de las chancillerías latinoamericanas en la promoción y el desarrollo de las relaciones comerciales entre América Latina y la Unión Europea”. LC/R.1526; Santiago, Chile.

<sup>48</sup> El Acuerdo prevé la posibilidad que los Estados miembros de la OMC recurran las subvenciones aplicadas en los diferentes países, sin embargo en los casos sub examine las medidas se encuentran

Empero, las autorizaciones conferidas por el Acuerdo no se traducen siempre en una mejora general del acceso a los mercados y del comportamiento del exportador. Dentro de la región por ejemplo, mientras en Brasil y México mejoró el volumen de intercambios, no sucedió lo mismo en el caso de Argentina<sup>49</sup>.

Sin embargo -y pese al relativo margen de maniobra que permite el Acuerdo-, debe destacarse que los países en desarrollo –como la Argentina- necesitan repensar la adopción de nuevas opciones en, por lo menos, cinco áreas de actividad. Tres de ellas –investigación y desarrollo, capacitación y cumplimiento de normas técnicas- son aquellas en las cuales la aplicación de subsidios se considera no recurrible de acuerdo con las disposiciones de la OMC. Las otras dos son el sostenimiento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas -pymes- y la asistencia financiera, que también pueden hacerse compatibles con la OMC.

#### **CUADRO I. SÍNTESIS DEL ACUERDO SOBRE SUBVENCIONES Y MEDIDAS COMPENSATORIAS DE LA OMC**

<p>La estructura que presentan las cláusulas del Acuerdo puede agruparse según lo que los países no podrán hacer; lo que podrán hacer; la integración regional; las restricciones a lo que los países podrán hacer; y la protección otorgada a lo que los países podrían hacer, así:</p> <p><b>1. LOS PAÍSES NO PODRÁN:</b> 1. Promover sus exportaciones exigiendo a la inversión extranjera (reglas TRIMS) (i) un mínimo de contenido en las exportaciones de las empresas; y (ii) ligando la capacidad de importar de la empresa al valor de sus exportaciones. 2. Subsidiar el valor de insumos nacionales incluidos en las exportaciones-.</p> <p><b>2. LOS PAÍSES PODRÁN:</b> 1. Promocionar las actividades productivas en forma horizontal por medio de subsidios, lo cual implica que no podrán otorgar subsidios específicos a una industria o actividad productiva selectivamente. Los países deberán ajustar sus actividades de promoción de exportaciones dentro de esquemas horizontales tales como la promoción del empleo, de las empresas pequeñas y medianas, y de las tareas de investigación y desarrollo. 2. Promocionar actividades específicas por medio de subsidios, si están ligados a (i) promover la investigación y desarrollo industrial; (ii) promocionar la actividad económica de áreas geográficas subprivilegiadas; y (iii) promocionar programas de mejoramiento del medio ambiente. 3. Otorgar subsidios a las tasas de interés de los créditos a la exportación, estos subsidios no estarían prohibidos por las reglas de la OMC.</p> <p><b>3. LA INTEGRACIÓN REGIONAL Y LO QUE PAÍSES PODRÁN , HACER:</b> En los esquemas de integración constituidos por países pequeños, para hacer un uso eficiente de las</p>	<p>Posibilidades de promoción otorgadas por las reglas de la OMC se requeriría, muy probablemente, organizar entidades de promoción del comercio exterior a nivel subregional, constituyendo grupos de trabajo específicos subregionales; en cambio, en los casos de esquemas de integración regional constituidos por países desarrollados, probablemente las entidades de promoción serían de nivel nacional, pero su actividad conjunta podría facilitar la eficiencia subregional en su esfuerzo de promoción del comercio internacional para promover el crecimiento.</p> <p><b>4. RESTRICCIONES A LO QUE LOS PAÍSES PODRÁN HACER:</b> 1. Muchas decisiones de promoción adoptadas por los países, pueden ser cuestionadas por otros países. El sistema de la OMC prevé dentro de su estructura institucional la posibilidad de formular cuestionamientos, buscándose con ello una decisión a favor o en contra de la OMC. 2. Las normas del Acuerdo restringen cuantitativamente el monto de los subsidios permitidos.</p> <p><b>5. PROTECCIÓN A LO QUE LOS PAÍSES PUEDEN HACER:</b> Las reglas de la OMC protegen las actividades de promoción permitidas por ella. En ese sentido el uso de tarifas compensatorias - <i>countervailing duties</i> - está restringida pues: (i) para abrir una investigación que pueda conducir a la imposición de tarifas compensatorias, el país tiene que demostrar una relación causal entre la importación y los efectos sobre la producción nacional; y (ii) aun cuando la investigación se haya abierto, el país exportador puede recurrir al Órgano de Solución de Diferencias de la OMC pidiendo detener la investigación, lo que tendrá lugar de demostrarse que el monto del subsidio no supera cierto porcentaje del valor ad valorem del producto.</p>
--	--

**Fuente:** Elaboración propia en base a *Ballestero, (1998)*.

permitidas, con lo cual no pueden ser objeto de recurso ante el Órgano de Solución de Diferencias de la OMC.

<sup>49</sup> Nogues J. (1989), "Latin America's Experience with Export Subsidies". Documentos de Trabajo N°182. Banco Mundial.

Sin perjuicio de lo anteriormente expuesto, resta considerar de manera particularizada si el régimen de promoción de exportaciones utilizados tanto por la Argentina como del Brasil, a los cuales si bien nos hemos referido anteriormente, se adecuan a las normas del Acuerdo de Subsidiros de la OMC. En ese sentido puede observarse el cuadro II.

**CUADRO II. COMPATIBILIDAD DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES ASUMIDOS EN LA RONDA URUGUAY**

Medida de Promoción de Exportaciones	ARGENTINA	BRASIL	
Incentivos impositivos	Exención de impuestos internos i	NR	
Incentivos fiscales	Exención de contribuciones sociales i	P	
	Reintegro/reembolso ii	NR	
	Reintegro/reembolso ii	NR	
	Drawback iii	NR	
	Drawback iii	NR	
	Admisión temporaria	NR	
Reembolsos con fines específicos:			
	a) Puertos Patagónicos iv i	D	
	b) Minería en Salta, Jujuy y Catamarca	D	
	c) Fondo especial del tabaco v	P	
Incentivos Aduaneros	Se aplican a la reimportación, muestras, envíos de partes y piezas en garantía, envíos en consignación, seguro de caución aduanera.	NR	
Incentivos crediticios	Prefinanciación, financiación	NR	
		Líneas de financiamiento del BNDES	NR
		Líneas de financiamiento del PROEX vi	NR
		Línea de equalización de tasa de financiamiento del PROEX vii	R
Seguro de crédito a las exportaciones	NR	Seguro de crédito a las exportaciones	NR
		Fondo de garantía para la promoción de la competitividad viii	NR
Zonas francas		NR	
Desarrollo científico-tecnológico	Incluye el Sistema Nacional de Innovación y el Fondo Tecnológico Argentino	NR	

REF: (NR) subsidios no recurribles; (R) subsidios recurribles; (P) subsidios prohibidos; (D) subsidios discutidos.

Nota: I. El art.1.1 a) 1 ii) establece "De conformidad con las disposiciones del artículo XVI del GATT de 1994 (nota al artículo XVI) y las disposiciones de los anexos I a III del presente Acuerdo, no se considerarán subsidios la exoneración, a favor de un producto exportado, de los derechos o impuestos que gravan el producto similar cuando éste se destine al consumo interno, ni la remisión de estos derechos o impuestos en un importe que no exceda de los totales adeudados o abonados". Por esto la exoneración no constituye un subsidio recurrible.

ii. Constituye una exención parcial o total de los impuestos considerados como contribución social, esta exención es incompatible con la normativa de la OMC.

iii. Reglamentado por el decreto 1011/91, se reembolsa el equivalente a la incidencia que tuvieron en el valor de exportación los impuestos indirectos sobre los bienes y servicios utilizados en el proceso de producción. De acuerdo a la normativa de la OMC el reintegro no será recurrible cuando el monto reintegrado no sea superior al monto que hubiese correspondido pagar si el bien se hubiera destinado al mercado interno.

iv. Es la exención de impuestos indirectos sobre los bienes exportados beneficiando a los bienes manufacturados, primarios y semifabricados.

v. Nota artículo 1. 1 a) 1 ii).

vi. Consiste en un régimen de admisión temporaria de mercadería, para integración de materias primas, insumos y partes y

componentes que no son exportados.

viii. Creados por la Ley 23108, el Acuerdo del GATT establece que el solo hecho de que un subsidio sea dado a una empresa que exporta no lo hace caer automáticamente en la categoría de prohibido en el sentido del Art. 3.1 a).

viii. Este Fondo es un subsidio prohibido para el que se han establecido condiciones y términos de desmantelamiento en la OMC.

ix. Se trata de una línea de financiamiento para bienes manufacturados y servicios.

x. Por medio de él se busca reducir la tasa de financiamiento de operaciones realizadas con líneas de crédito privadas y con las líneas de crédito públicas. La reducción va aumentando con el plazo de amortización y el tipo de producto favorecido por el incentivo llegando hasta un 3,8%.

xi. Fondo de aval creado con recursos del Tesoro y girado por el BNDES para garantizar parcialmente el financiamiento de las exportaciones de pequeñas y medianas empresas.

**Fuente:** Elaboración propia en base a *Ballestero, (1998)*.

## **6.2. OBJETIVOS DEL DESARROLLO DEL MILENIO DE LA ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS**

Íntimamente vinculado con la promoción de exportaciones se encuentran los Objetivos del Milenio (ODM) desarrollados por la ONU. Desde ésta perspectiva cabe recordar que la *Declaración del Milenio* fue aprobada por 189 países y firmada por 147 Jefes de Estado y de Gobierno en la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas celebrada en septiembre de 2000. Los ODM, ocho ambiciosos objetivos que se intenta alcanzar para 2015, se basan directamente en las actividades y metas incluidas en la Declaración del Milenio<sup>50</sup>.

De esos ocho objetivos, nos detendremos en el octavo que es el que interesa a los fines de la promoción comercial, y es el relativo al fomento de una alianza mundial para el desarrollo, dentro del cual se incluyen dos metas: por un lado, desarrollar aún más un sistema comercial y financiero abierto, basado en normas, previsible y no discriminatorio, incluyéndose el compromiso de lograr una buena gestión de los asuntos públicos, el desarrollo y la reducción de la pobreza, en los planos nacional e internacional (objetivo 8A), y por el otro, atender a las necesidades especiales de los países menos adelantados, lo cual involucra, asimismo, el acceso libre de aranceles y cupos de las exportaciones de los países menos adelantados; el programa mejorado de alivio de la deuda de los países pobres muy endeudados (PPME) y la cancelación de la deuda bilateral oficial, y la concesión de una asistencia oficial para el desarrollo más generosa a los países que hayan expresado su determinación de reducir la pobreza (objetivo 8B). Este último en particular es el que se vincula más estrechamente a la promoción de exportaciones. En especial a partir de la proporción de la “ayuda al oficial al desarrollo” (AOD) destinada a fomentar la capacidad comercial de los países de menor desarrollo relativo<sup>51</sup>.

<sup>50</sup> Los ocho objetivos pueden sintetizarse de la siguiente manera: 1. Erradicar la pobreza y el hambre; 2. lograr la enseñanza primaria universal; 3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer; 4. Reducir la mortalidad infantil; 5. Mejorar la salud materna; 6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades; 7. Garantizar el sustento al medio ambiente; y 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo. Cada uno de ellos a su vez contienen diversas variables. Estos ocho objetivos, a su vez incluyen 21 metas cuantificables que se supervisan mediante 60 indicadores.

<sup>51</sup> CEPAL (2010) “La inserción internacional de América latina y el Caribe y el financiamiento del desarrollo”. 2010-495-ODM-Capítulo VIII. Colección Documentos de la CEPAL. p.24.



Conforme a lo anterior, se debe resaltar que dentro de los ODM, la estrategia de internacionalización de la producción y la cooperación regional pretende ser más profunda, ya que actualmente ésta se extiende más allá de los precios bajos, comprendiendo también infraestructuras adecuadas, sistemas de transporte eficientes, conectividad en telecomunicaciones y procedimientos aduaneros ágiles, entre otros elementos. Para ello, es necesario fortalecer las instituciones relacionadas con la logística del comercio, armonizar las normas y reglamentos en el ámbito regional y multilateral, y mejorar la creación de capacidades, sobre todo en beneficio de los pequeños y medianos exportadores<sup>52</sup>.

Orientar la cooperación regional y la ayuda para el comercio hacia estos temas fortalecería las posibilidades del comercio intrarregional, lo que, a su vez, podría generar un espacio más compatible con avances en la propia integración comercial. De allí la importancia de realizar esfuerzos de cooperación regional y subregional para avanzar en la innovación e internacionalización de empresas, desafíos ambos que requieren una dimensión crítica de escala que —con pocas excepciones— tiende a exceder el tamaño de los mercados nacionales de la región<sup>53</sup>.

Y qué mejor que este contexto para que sean los propios gobiernos comprometidos con los ODM quienes fomenten sus exportaciones para la consecución de los fines propuestos, realizando alianzas publico-privadas que permitan definir objetivos de común acuerdo y trabajar mancomunadamente en su concreción, emulando así —con las adaptaciones necesarias a las distintas realidades nacionales— las experiencias de diversos países de Europa, Asia y Oceanía que han logrado una inserción exitosa en la economía mundial<sup>54</sup>.

A raíz de lo anterior, serán entonces no solo los Estados individualmente considerados —junto al sector privado— quienes deban fomentar las exportaciones, sino que dicha tarea deberá ser también asumida —total o conjuntamente— por los procesos de integración de los que forman parte, en nuestro caso el MERCOSUR, bajo la forma de cooperación regional. Las razones del fomento de las exportaciones de manera regional se deben a que la competitividad internacional incorpora elementos que son crecientemente regionales (o subregionales) más que nacionales.

De esta manera el fomento regional a las exportaciones, como el incremento del comercio interregional e intrarregional contribuiría a la diversificación productiva al ser más intensivo en manufacturas, aportar un mayor valor agregado y contenido de conocimiento que el comercio con el resto del mundo; es más amigable con las pymes —y, por lo tanto, con el empleo—; se enlaza estrechamente con los flujos intrarregionales de inversión y de comercio de servicios, y permite generar economías de escala y aprendizaje que lo convierten en una potencial plataforma para abordar mercados más exigentes.

---

<sup>52</sup> *Ibidem.*

<sup>53</sup> CEPAL (2010). *Op. Cit.* P.25.

<sup>54</sup> *Ídem.*

Sin embargo, si bien el MERCOSUR carece de armonización en políticas de exportaciones como también heterogéneos procedimientos a esos fines, nada impide que el ODM en el año 2015 pueda ser alcanzado. Empero para ello, será menester como paso previo a que arribe a la constitución del mercado común ya que es este grado donde surge la coordinación de políticas comerciales –según la teoría clásica de los procesos de integración- y no en el grado en el que actualmente se encuentra el bloque del Cono Sur.

## 7. CONCLUSIONES

Lo sostenido a lo largo del presente trabajo, nos lleva a reflexiones en diversas cuestiones que atañen a la promoción de exportaciones, y atento a la gran cantidad de temáticas que se vinculan con aquella, no podemos más que realizar unas someras reflexiones finales, en atención a lo vasto del campo que ofrece el fomento de las exportaciones, y de esta manera podemos mencionar las siguientes conclusiones:

- La promoción de exportaciones es un mecanismo esencial para dar a conocer los productos nacionales en el mercado mundial; el conocimiento de los mismos genera nuevas necesidades por parte de los consumidores, incrementa las ventas nacionales y con ello se posibilita el incremento de las importaciones a fin de equilibrar la balanza comercial, y ello grosso modo es uno de los efectos que ofrece el incremento de las exportaciones nacionales.
- La promoción no es más que un medio para lograr incrementar las exportaciones de aquellas micro, medianas o grandes empresas con el objeto de posicionar manufacturas –o productos primarios- en nuevos mercados. Ello coincide con las tendencias propias de los años noventa donde la inserción de las empresas en el amplio campo del comercio internacional pasaron a estar en la vanguardia del paradigma económico-productivo, tras la retracción del Estado y el auge privatizador.
- Por la importancia que presenta el incremento de las exportaciones, es conteste la doctrina en afirmar que los regimenes de promoción, presentan la característica de ser un *bien público*, ya que la internacionalización se considera una prioridad y una necesidad en la mayoría de los países en desarrollo, tal como la Argentina.
- El sistema de promoción de las exportaciones, se desarrolló sobre la base del modelo industrial argentino; en él se priorizaron las ventas externas de bienes industriales y posteriormente se implementaron los mecanismos promocionales a través de los años. Ante la crisis inflacionaria, la intervención del Estado en el mercado cambiario fue aumentando. Se observa entonces que la funcionalidad de estos mecanismos estuvo restringido siempre por las políticas implementadas por el Estado en cada período.
- El sostenido desarrollo de las exportaciones en Brasil desde mediados de la década de los años 80 generó un aumento de los valores exportados y como se

ha señalado una gran diversificación. Al igual que Argentina este país ante las crisis inflacionarias debió generar cambios en relación con las políticas de promoción de las exportaciones, presentando actualmente numerosos mecanismos promocionales, tributarios y financieros,

- Si bien no se encuentran antecedentes de promoción de exportaciones en el contexto del proceso de integración del MERCOSUR, lo cierto es que tanto las preferencias otorgadas a las mercancías de los cuatro Estados que lo conforman en el TA –ACE 18- como las políticas financieras y comerciales dirigidas a las pymes tienen por objeto el incremento de las exportaciones entre ellos.
- A pesar de existir ciertos programas de promoción, sin existir una única dirección en ese sentido dentro del MERCOSUR, lo cierto es que sería más conveniente encontrar solución a los problemas que encuentran las exportaciones en cuanto a la infraestructura física que aún se presenta como un obstáculo al comercio entre los socios.
- En relación con la promoción de exportaciones argentinas, es conteste la doctrina en afirmar que las mismas se ajustan a lo normado en el Acuerdo de Subsidios y Medidas Compensatorias de la OMC, dándose con ello cumplimiento a las obligaciones asumidas en esta materia ante el organismo de comercio multilateral.
- Es necesario que nuestro país repiense la adopción de nuevas opciones en lo que hace al régimen de promoción, por lo menos, en cinco áreas que se encuentran dentro de aquella actividad: i) investigación y desarrollo, ii) capacitación; iii) cumplimiento de normas técnicas; iv) sostenimiento de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas; y v) la asistencia financiera. Todo lo cual es compatible con las normas de la OMC.
- La promoción de exportaciones se encuentra estrechamente vinculada con los ODM pregonadas por la ONU. En ese sentido más comercio llevado a cabo a través de la cooperación entre los distintos Estados junto a los procesos de integración de los que forman parte, redundará en mayores beneficios debido a la redistribución interna que deberán hacer los Estados en razón del incremento de las ganancias obtenidas por medio de aumento del volumen comercializable. Con ello asimismo se pretende alcanzar un grado de comercio más justo y más competitivo, a través de las transferencias de tecnología hacia los países menos desarrollados.

Como conclusión final, podemos destacar que las normas nacionales de promoción de exportaciones encuentran sustento en las políticas imperantes a fines de la década de los ochenta, previendo mecanismos clásico-ortodoxos para la consecución de sus fines. Sin embargo, se hace imperiosa la inversión en desarrollo tecnológico en nuestro país como también en modalidades que se ajusten a las necesidades de los productores nacionales para el fomento de sus productos. En ese sentido debe destacarse que la intervención del Estado para aprovechar al máximo los beneficios de

la inversión en compra y adaptación de la tecnología externa si bien está justificada, no es suficiente, ya que debería ser producida en nuestro país y con ello poder competir con productos de otros Estados. Desde esta perspectiva, actualmente las condiciones están dadas, y dependerá de la voluntad del Estado y del empresariado nacional optar por uno u otro modelo de inserción internacional. ■

## 8. BIBLIOGRAFÍA

BALLESTERO Florencio (1998), “¿Promoción de exportaciones, del comercio exterior, o de la competitividad internacional de la producción?: El papel de la banca internacional de desarrollo”, En: *Integración y Comercio*, BID INTAL, Vol. 2, No. 4-5; Buenos Aires.

BEKERMAN Marta y RIKAP Cecilia (2010), “Integración regional y diversificación de exportaciones en el MERCOSUR: el caso de Argentina y Brasil”, En Revista CEPAL N° 100, Abril.

CALDERÓN GARCÍA Haydee y FAYOS GARDO Teresa (2002), “La medición de los resultados de la promoción de las exportaciones: dificultad y necesidad” En Boletín Económico de ICE -Información Comercial Española- N°2746, Noviembre.

CASTRO Lucio (2007), “Notas para una estrategia de desarrollo vinculada a la promoción de las exportaciones”, Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), Documento de Trabajo: 2007/1, febrero en <http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2008/01170.pdf>

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y El Caribe) (1993), “*El Comercio Internacional de manufacturas de la Argentina 1974-1990. Políticas Comerciales, cambios estructurales y nuevas formas de inserción internacional*”. Documento de Trabajo N°51 de Comisión Económica para América Latina y el Caribe. LC/BUE/L 133. Agosto.

(1995), “El papel de las chancillerías Latinoamericanas en la Promoción y el Desarrollo de las Relaciones Comerciales entre América Latina y la Unión Europea”. LC/R.1526; Santiago, Chile.

(2010), “La inserción internacional de América latina y el Caribe y el financiamiento del desarrollo”. 2010-495-ODM-Capítulo VIII. Colección Documentos de la CEPAL.

DA MOTTA Veiga Pedro (1998), “Políticas de apoyo a las exportaciones en Brasil: antecedentes, sistema actual y principales tendencias”, en *Integración y Comercio*, BID/INTAL Vol. 2. N° 4-5.

FERRARI WOLFENSON Gustavo (2001), “Estudio sobre la promoción de exportaciones en Argentina y su imperiosa necesidad de encontrar un mecanismo simple, transparente y eficiente”, Ed. Fundación Novum Millenium; Buenos Aires.

GATTO Federico (1996), “Modalidades Asociativas y los limites de la firme PyME en un contexto económico competitivo y abierto”. Seminario Internacional: Nuevo Rol de la Asociatividad Empresarial en el Fomento Productivo. CEPAL.

MACARIO Carla (1998), “Chile: de las políticas de subsidio a las exportaciones, a las políticas de desarrollo de la competitividad”, en *Integración y Comercio*, N° 4-5, BID-INTAL.

MARTÍN MARTÍN Miguel Ángel y MARTÍNEZ GORMAZ Ricardo (2009), “Manual Práctico de Comercio Exterior. Para saber cómo vender en el exterior”. Ed. FC. Editorial; Madrid, España.

NOGUES J. (1989), "Latin America's Experience with Export Subsidies". Documentos de Trabajo Nº 182. Banco Mundial.

OCDE -Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- (2005), "Annual Report 2005". OECD Publications; Paris, Francia.

OMC -Organización Mundial de Comercio- (2006), "Informe sobre el comercio mundial 2006". Publicaciones de la OMC; Ginebra.

RAMIREZ Lautaro M. y MIRANDA Juan I. (2010), "Comercio y gobernabilidad en el MERCOSUR. Atomización del régimen jurídico de las relaciones comerciales entre los miembros del MERCOSUR. ¿Simple intención o mera distracción?, en: Mellado Noemí B. (editora), *Gobernabilidad e instituciones en la Integración Regional*, Editorial Lerner; Córdoba, Argentina.

RAMÍREZ Lautaro M. (2009), "El ordenamiento jurídico del MERCOSUR a propósito de las fuentes y la jerarquía normativa". En *Boletín Informe Integrar* Nº 57, Instituto de Integración Latinoamericana, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, UNLP; Buenos Aires, La Plata, octubre.

TOSI Jorge Luis (1999): "Comercio internacional y MERCOSUR", Ed. La Rocca; Buenos Aires.

TUSSIE Diana y LENGYEL Miguel (1998), "Compromisos en la Organización Mundial de Comercio sobre promoción de exportaciones", En *Integración y Comercio* Nº 2.

## PUBLICACIONES

**NEGRO, SANDRA, DIRECTORA (2010), DERECHO DE LA INTEGRACIÓN. MANUAL; BUENOS AIRES, EURO EDITORES SRL; 290 PP.**

Este libro contiene trabajos de varios autores que ejercen la docencia en universidades en las que dictan disciplinas relativas al derecho de la integración. En tal sentido, esta circunstancia explica el criterio didáctico con que han sido encaradas sus contribuciones. El volumen dedica la primera parte a cuestiones generales y la segunda a diversos procesos de integración de América -del Sur y Central-, el Caribe, Asia y Europa.

- La parte general consta de tres capítulos en los que se exponen nociones de integración y la caracterización de los esquemas de integración.

- En el primer capítulo, **Susana Czar de Zalduendo** introduce el concepto de integración. Parte de la definición del diccionario y aclara que su análisis se refiere a la integración en el ámbito de las ciencias sociales y más específicamente al de las relaciones internacionales, área en la que los actores pueden desarrollar acciones de conflicto y de cooperación. La integración se sitúa entre estas últimas, pues las decisiones adoptadas por los Estados al asociarse se orientan a lograr, mediante la colaboración, objetivos deseables para los participantes. Es decir que los Estados se asocian voluntariamente para alcanzar determinados fines y crear entre ellos una relación de interdependencia. Vistos los aspectos que comprende la integración es posible referirse a la integración política, social o económica. Es esta última la que es especialmente desarrollada.

Revisadas diversas teorías sobre integración, se encara el nuevo regionalismo, contextualizado en los rasgos de la globalización, y del que se destacan sus características. Entre ellas cabe señalar la liberación comercial amplia, la integración de mercados, la incorporación de materias diferentes de las del comercio y la baja institucionalización.

- La misma autora desarrolla en el segundo capítulo la distinción entre derecho internacional y derecho de la integración. Prosigue con las fuentes del derecho de la integración, tanto del originario y como del derivado. Respecto de los elementos que abarca el derecho de la integración, se consideran la institucionalidad de los esquemas, el ordenamiento jurídico que regula su funcionamiento y la solución de controversias derivadas de dicho funcionamiento. Ya que en los capítulos de la segunda parte se consideran los distintos esquemas de integración y sus respectivos ordenamientos jurídicos, aquí el examen se centra en la estructura institucional y en el sistema de solución de controversias que siendo jurisdiccional admite ser judicial o arbitral.

- **Sandra Negro** estudia la caracterización y clasificación de los esquemas de integración. Así las mismas denominaciones con las que se distingue el fenómeno de la integración, se fundan en las dimensiones a las que se atribuye mayor relevancia: bloque económico regional,

aspectos económico-comerciales; esquema de integración regional, aspectos jurídico-institucionales; proceso de integración regional, aspectos histórico-políticos.

De los elementos que caracterizan a los esquemas de integración se explican, entre otros:

- ✓ base fundacional: tratado entre dos o más Estados;
- ✓ fines: objetivo común o conjunto de objetivos comunes;
- ✓ condiciones: nexos geográficos, sociales, culturales, económicos, políticos;
- ✓ delegación de competencias: competencias delegadas, reservadas y compartidas;
- ✓ gradualidad: etapas para el logro de los fines o fase dinámica del construcción del proceso;
- ✓ flexibilidad y dinámica: superación de los conflictos derivados de la adaptación y logro de los objetivos comunes;
- ✓ intereses comunes: respeto de las necesidades y aspiraciones propias de cada Estado;
- ✓ influencia de las decisiones estatales: decisiones políticas gubernamentales nacionales en el proceso de integración;
- ✓ legitimidad: iniciativa gubernamental y participación ciudadana.

Otro tema abordado es el de la supranacionalidad. Señala la autora que pese a su empleo para indicar la preeminencia de los intereses comunitarios respecto de los intereses de los miembros del esquema, cabe distinguirla -por sus diferentes alcances- de la supraestatalidad.

Este capítulo se completa con la clasificación de los esquemas de integración conforme a la delegación de competencias –cooperación intergubernamental, federalismo, funcionalismo- o a la posibilidad de participación ciudadana –verticalismo (rígido, moderado, atenuado), horizontal-.

- La parte especial está dedicada a la descripción y análisis de seis esquemas de integración.

■ **Luciana B. Scotti** inicia su colaboración con una revisión de los movimientos de integración de la segunda mitad del siglo XX, considerando a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Prosigue desarrollando diversos aspectos del MERCOSUR. Considera los antecedentes y orígenes de este bloque, su evolución económico-comercial y política, la relación MERCOSUR-ALADI y el nexo con el GATT. Respecto de la dimensión jurídico-institucional del MERCOSUR, se analiza la estructura de sus órganos y su carácter intergubernamental, así como el procedimiento de toma de decisiones. Otra cuestión de interés es la relativa a la incorporación de las normas, y para ello se explica la relación entre derecho internacional, derecho de la integración y derecho interno, cuestión estrechamente vinculada con las disposiciones constitucionales de los socios. Este tema remite a la legislación comparada en relación con lo estatuido en las Constituciones de los miembros del esquema. Para exponer el sistema de solución de controversias, se describe tal como lo plasmaron los distintos instrumentos que lo regularon: Protocolos de Brasilia (1991), Ouro Preto (1994), y el vigente desde 2004 Protocolo de Olivos. Se refiere la evolución del procedimiento conforme al cual en las distintas etapas se superaron los diferendos.

■ En el quinto capítulo, **Martín Mollard** examina la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Se presentan los antecedentes que tanto por iniciativa de la ONU, y en especial por acción de la CEPAL fueron el impulso para dar nacimiento a diferentes procesos de integración En cuanto a

la CAN, se la considera desde su creación a partir de la suscripción del Acuerdo de Cartagena en 1969, y se reseñan también las principales modificaciones introducidas en ese Acuerdo por distintos instrumentos: Protocolo de Quito (1988), Protocolo de Trujillo (1997), Protocolo de Cochabamba (1999), Protocolo de Sucre (2003). Se describe la estructura institucional del Sistema Andino de Integración, es decir sus órganos, funciones, y vías de toma de decisiones.

Es de particular interés lo relativo al sistema de solución de diferendos de este esquema que está a cargo de la Secretaría General –órgano ejecutivo- y el Tribunal de Justicia –órgano judicial-. Es en relación con este último que queda establecida una notable distinción respecto del sistema adoptado en el MERCOSUR que es arbitral -tribunales ad hoc y Tribunal Permanente de Revisión-. Esta disparidad determina características distintivas, como, entre otras, la opción de foro admitida en el bloque sureño y expresamente excluida en el andino, y también en lo que respecta a opiniones consultivas (no obligatorias ni vinculantes en el MERCOSUR) e interpretación prejudicial (obligatorias en la CAN).

■ El Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y el Subsistema de Integración Económica Centroamericana (SIECA) son analizados por **Gonzalo Álvarez**. En Centroamérica las miras de unión se remontan al siglo XIX cuando los territorios de la Capitanía General de Guatemala de la época colonial se independizan, y a partir de la independencia de España en 1821 y de México en 1824, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica sancionan una Constitución federal vigente hasta 1840 y configuraron las Provincias Unidas de Centroamérica. Guerras civiles provocaron la ruptura de esta unión y así se conformaron los Estados nacionales de esa región. Ya en el siglo XX, en 1951 se suscribió la Carta de San Salvador, constitutiva de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA). En 1960 se firmó el Tratado de Managua por el se creó el Mercado Común Centroamericano (MCCA), al que se incorpora en 1962 Costa Rica. En ese mismo año se rubricó una nueva Carta de la ODECA, que dio lugar a la creación del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y se promulga un Código Aduanero del esquema. En 1991, se firmó el Protocolo de Tegucigalpa, para remplazar la Carta de la ODECA e instituir el Sistema de Integración Centroamericana (SICA). En 1993, mediante el Protocolo de Guatemala, en el ámbito del SICA se creó el Subsistema de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Es así que el SIECA, proceso de integración económica, es un subsistema del SICA, proceso de integración política. Los Estados miembros del SICA son Guatemala, Belice, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Costa Rica y Panamá, y es Estado asociado la República Dominicana. Son miembros del SIECA los cinco países del istmo centroamericano.

En cuanto a la estructura institucional del esquema, SICA está constituido por órganos –Reunión de Presidentes, órgano supremo; Consejo de Ministros, de diversas áreas; Comité Ejecutivo, que junto con la Secretaría General, es un órgano permanente del sistema; la Reunión de Vicepresidentes, con funciones de asesoría y consulta; Parlamento Centroamericano, Corte Centroamericana de Justicia, Comité Consultivo, representativo de la sociedad civil, que abarca sectores empresariales, laborales y académicos; asesora a la Secretaría General en política de integración en las áreas que representan. Un conjunto de instituciones completan esta estructura.

SIECA cuenta con los siguientes órganos: Consejo de Ministros de Integración Económica, Consejo Intersectorial de Ministros de Integración Económica, Consejo Sectorial de Ministros de Integración Económica y Comité Ejecutivo de Integración Económica. Los órganos técnico-administrativos son: Secretaría de Integración Económica Centroamericana, Secretaría del Consejo Agropecuario Centroamericano, Secretaría del Consejo Monetario Centroamericano y



Secretaría de Integración Turística Centroamericana. Las instituciones de SIECA son: Banco Centroamericano de Integración Económica, Instituto Centroamericano de Administración Pública y Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial. Cabe mencionar también al Consejo Consultivo de Integración Económica, órgano de participación de la sociedad civil en el proceso de integración económica.

Esta sección se completa con la exposición del sistema de solución de controversias, que abarca lo relativo a la Corte Centroamericana de Justicia, sus competencias y sus decisiones.

■ La Comunidad del Caribe –CARICOM- es analizada por **Alfredo López Bravo**. Los orígenes de este bloque regional se relacionan con territorios coloniales que a partir de la década de 1960 se independizan de sus respectivas metrópolis. Ya en 1958 el ideal integracionista determina que en el Caribe se haya creado la Federación de las Indias Occidentales (Federation of West Indies). Su existencia fue breve porque, a causa de desentendimientos y desaciertos, solo subsistió hasta 1962. En 1968 se creó la Asociación de Libre Comercio del Caribe (Caribbean Free Trade Association: CARIFTA). Y en 1973, mediante el Tratado de Chaguaramas, se constituyó la Comunidad del Caribe (Caribbean Community: CARICOM). Este instrumento fue modificado en la década de 1990 para profundizar y ampliar el proceso de integración por lo que se constituyó la Unión Económica y Mercado Único (Common Single Market and Economy –CSME-). Todas las enmiendas introducidas en el Tratado de Chaguaramas fueron sintetizadas en 2002 en el Protocolo Revisado de este Tratado. Son miembros de CARICOM: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Montserrat, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Surinam, y Trinidad y Tobago. Se trata de un esquema de integración con gran número de Estados miembros, y pequeño en términos económicos, demográficos y de extensión territorial. Los objetivos de CARICOM se basan en tres pilares: un mercado común, el fortalecimiento exterior de CARICOM y cooperación funcional en educación, medio ambiente, comunicación, ciencia y tecnología, y meteorología.

La estructura institucional comprende dos órganos principales, a los que asisten cuatro órganos accesorios. Los dos órganos principales son:

- Conferencia de Jefes de Gobierno. Órgano político encargado de definir la política y relaciones externas de la Comunidad.
- Consejo Común de Ministros. Tiene a su cargo las cuestiones relativas a la dirección del mercado único.

Los dos órganos citados reciben asistencia de:

- Consejo de Ministros de Finanzas y Planificación,
- Consejo de Ministros de Comercio y Desarrollo Económico,
- Consejo de Ministros de Relaciones Comunitarias,
- Consejo de Ministros de Desarrollo Humano y Social.

También integran la estructura institucional entidades encargadas de cuestiones, legales, presupuestarias, financieras, mercado de capitales, compuesto por los presidentes de los bancos centrales de los países miembros. Cabe mencionar también a la Secretaría General, de actuación permanente, que representa externamente al bloque. Al frente de la Secretaría está un Secretario General elegido por la Conferencia a recomendación del Consejo; permanece en el ejercicio de su cargo durante cinco años y puede ser reelecto.

Respecto del mecanismo de solución de controversias, comienza a actuar en 2005 la Corte de Justicia del Caribe con jurisdicción originaria para interpretar y aplicar el Tratado de Chaguaramas y sus protocolos, competencia exclusiva para emitir opiniones consultivas, y órgano de apelación de juicios civiles y penales.

El relacionamiento externo le compete a la Comunidad en el área económica y comercial. Ello no impide que los socios negocien con terceros países, pero los acuerdos así concertados se deben someter a la certificación de la Secretaría General antes de su conclusión para determinar su compatibilidad con la normativa de la Comunidad. Tal exigencia se funda en que la Comunidad es un sujeto con personalidad jurídica, con capacidad para firmar acuerdos con otros Estados y organismos internacionales. Por regla general, se designa un órgano o institución para negociar el acuerdo que debe ser suscripto por el Secretario General.

■ María Fernanda Fernández Vila encara las experiencias de integración en Asia. Reseñados los distintos esquemas de integración de ese continente, de ellos se señala sus diferencias por cuanto se deben tomar en consideración la diversidad de regiones y el distinto grado de desarrollo económico. El análisis se centra en la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) y Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC).

- ASEAN: Creada en 1967 por Indonesia, Malasia, Singapur, Filipinas, y Tailandia. A estos países se sumaron Brunei (1984), Vietnam (1995), Laos y Myanmar (1997), y Camboya (1999). El documento ASEAN-Visión 2020, firmado en 1997, contiene el enfoque compartido de los líderes de la agrupación de convertirla en una zona de paz, estabilidad y prosperidad, de naciones unidas con el objetivo de alcanzar un desarrollo dinámico y una comunidad que se preocupa por sus diferentes pueblos. En 2003 se decidió que ASEAN se cimentara en tres pilares: comunidad de seguridad, comunidad económica y comunidad sociocultural.

- APEC. Fue constituida en 1989 y forman parte de ella Australia, Brunei, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, Rusia, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam. Es un foro destinado a facilitar el crecimiento económico, la cooperación, el comercio y las inversiones en la región. Esta agrupación intergubernamental opera sobre la base de compromisos no vinculantes, diálogo abierto y respeto equitativo para todas las opiniones de los participantes. APEC no actúa sujeta a obligaciones establecidas en acuerdos entre los Estados, las decisiones se toman por consenso y las obligaciones se asumen voluntariamente.

■ El volumen se cierra con el análisis del paradigmático esquema de integración que es la Unión Europea (UE), expuesto por **Sandra Negro**. En primer lugar se traza el camino que siguieron las Comunidades Europeas hasta constituir la Unión Europea. Esto significa remontarse a los primeros pasos dados ya, prácticamente, apenas finalizada la segunda guerra mundial (1947), por organizaciones europeístas. En esta actividad se destacaron tres tendencias. En 1948, se convocó a una reunión en La Haya en la que se perfilaron tres ideas para el futuro de Europa: la unionista, de los partidarios de constituir una confederación europea; la del federalismo -liderada por Altiero Spinelli-, que propugnaba una federación de Estados para garantizar una unificación duradera de Europa Occidental; la corriente funcionalista -cuya figura más destacada fue Jean Monnet-, que coincidía con los principios federalistas a los que proponía sumar una estrategia de desarrollo gradual, para realizar una paulatina transferencia de materias de soberanía nacional a las nuevas instituciones. Este modelo funcionalista, tipo de integración elegida, fue ratificado en una sentencia del Tribunal de

Justicia de las Comunidades Europeas (Costa c/ ENEL, sentencia del 15/7/1964), en la que se reconoció la personalidad jurídica de la Comunidad para ejercer derechos de soberanía.

Se exponen todos los instrumentos que dieron lugar a la evolución del proceso de integración. Se parte del primigenio Tratado de París (1951), por el que se crea la Comunidad Europea del Carbón y del Acero, los fundacionales Tratados de Roma (1957) que dan nacimiento a la Comunidad Económica Europea y la Comunidad Europea de la Energía Atómica, hasta llegar al Tratado de Lisboa, vigente a partir del 2010, que instituye la Unión Europea. Amén de todos los instrumentos que jalonan la evolución institucional del bloque, reveladores de su profundización, se analizan los demás cambios que dieron lugar a la creación de una moneda única, el euro, y las ampliaciones que elevaron, sucesivamente, el número de miembros de los seis originarios a los veintisiete actuales, a partir de 2007.

Se señalan los objetivos del proceso de integración, se describen los órganos de la estructura institucional, el modo de toma de decisiones, se distingue el derecho originario y el derivado, y el modo de elaboración de este último, el sistema de protección jurídica de la Unión Europea –es decir, la actividad desempeñada por su Tribunal de Justicia-. Asimismo, se considera el poder sancionatorio de la UE, respecto de los Estados miembros, y de las funciones de control y de imposición de sanciones a las empresas.

Este capítulo presenta una amplia visión de diversos aspectos de un bloque de casi seis décadas de existencia en su continuo desenvolvimiento y ayuda así a la comprensión de la diversificada trama institucional sobre la que se asienta.

En cinco anexos se agregan protocolos modificatorios del Acuerdo de Cartagena, protocolos relativos a los órganos de la CAN, un organigrama de SICA y SIECA, sentencias de la Corte Centroamericana de Justicia, y una cronología del proceso de la integración europea.

El panorama ofrecido por esta publicación permite acercarse a diversos esquemas de integración. De tal modo es posible establecer una comparación en lo que unos y otros pueden ser comparables, y establecer sus diferencias, tomando en cuenta sus propias características y las necesidades regionales y las particulares de sus participantes. Esto les ha exigido conjugar sus intereses a fin de sustentar la asociación con la que procuran afianzar su desarrollo y reforzar su posicionamiento en el área internacional. **A-G. ■**

## INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Se encuentra abierta la inscripción para el primer cuatrimestre de 2011 para las CARRERAS DE POSGRADO categorizadas por la CONEAU

- *Maestría en Integración Latinoamericana*
- *Especialización en Políticas de Integración*

**PARA INFORMES E INSCRIPCIÓN:** Lunes a Viernes en el horario de 8 a 14 horas en el Instituto de Integración Latinoamericana, calle 10 N° 1074, La Plata, Argentina.

**E-mail:** [integra@netverk.com.ar](mailto:integra@netverk.com.ar) ; Teléfono: 054-221-421-3202; **Web:** [www.iil.org.ar](http://www.iil.org.ar)



**NOVEDADES**



## **Seminario Internacional:**

# **“LOS CAMBIOS EN LA INFRAESTRUCTURA REGIONAL Y SUS IMPACTOS AMBIENTALES EN CLAVE DE MEJORAR LA GOBERNABILIDAD E INSTITUCIONALIDAD DEL MERCOSUR”**

**LUGAR: Sala Ing. Oscar J. Maggiolo, Edificio Central  
Universidad de la Republica Oriental del Uruguay.**

04/05 de Noviembre de 2010.

Av. 18 de Julio Nº 1824, Primer Piso  
Montevideo  
República Oriental del Uruguay.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES



UNIVERSIDAD  
Dr. José María Delgado

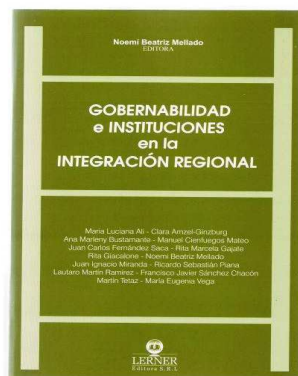


INSTITUTO DE INTEGRACIÓN LATINOAMERICANA

PRESENTACIÓN DEL LIBRO

# Gobernabilidad e Instituciones en la Integración Regional

MARTES 9 DE NOVIEMBRE - 18:00HS



**AUTORES:**

Noemí Mellado (Editora)

María Luciana Ali  
Clara Amzel-Ginzburg  
Ana Marleny Bustamente  
Manuel Cienfuegos Mateo  
Juan Carlos Fernández Saca  
Rita Marcela Gajate  
Rita Giacalone  
Noemí Beatriz Mellado  
Juan Ignacio Miranda  
Ricardo Sebastián Piana  
Lautaro Martín Ramírez  
Francisco Javier Sánchez Chacón  
Martín Tetaz  
María Eugenia Vega

**LUGAR:**

**Salón de los espejos, Edificio del Jockey, 2do piso**  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales / UNLP

**Organiza:**

Instituto de Integración Latinoamericana  
calle 10 Nº 1074 1º PISO - La Plata tel: 421-3202/ integra@jursoc.unlp.edu.ar



[www.jursoc.unlp.edu.ar](http://www.jursoc.unlp.edu.ar)



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad Nacional de La Plata



200 AÑOS  
BICENTENARIO  
ARGENTINO

<b>AUTORIDADES DEL IIL–UNLP</b>	<b>INFORME INTEGRAR</b>
<b>DIRECTORA</b> NOEMÍ MELLADO	<b>DIRECTORA EDITORA</b> NOEMÍ MELLADO
<b>SECRETARIO DE LA MAESTRÍA</b> MARCELO HALPERÍN	<b>DIRECTORA ASISTENTE Y COORDINADORA ACADÉMICA</b> CLARA AMZEL–GINZBURG
<b>SECRETARIO</b> JUAN IGNACIO MIRANDA	<b>EDICIÓN</b> MARÍA LUCIANA ALI

Esta publicación es propiedad del Instituto de Integración Latinoamericana de la Universidad Nacional de La Plata. Registro de la Propiedad Intelectual Nº 960.725. Hecho el depósito que marca la Ley 11723. Impreso en Argentina. Las notas publicadas en **Informe Integrar**, que expresan exclusivamente la opinión de sus autores, se pueden reproducir con indicación de la fuente.