

INFORME

# ÍNDICE DE VULNERABILIDAD COMERCIAL



CENTRO DE ESTUDIOS  
PARA EL DESARROLLO

# La inserción comercial y la necesidad de tender hacia un debate basado en preferencias comerciales

*Fundamentos del Índice CED de Vulnerabilidad Comercial<sup>1</sup>*

*Nicolás Albertoni<sup>2</sup>*

*Agustín Iturralde<sup>3</sup>*

*Ramiro Correa<sup>4</sup>*

## Introducción

Pocos temas generan acuerdo entre economistas y especialistas en relaciones internacionales como la importancia que tiene una adecuada inserción internacional para alcanzar el desarrollo de los países. Este acuerdo, que claro no es un consenso absoluto, gana aún más adeptos el análisis se refiere al caso de países pequeños. Desde la memorable obra de Adam Smith sobre la causa de la riqueza de las naciones, sabemos que el aumento de la productividad por trabajador es clave en la prosperidad del país y que las economías de escala juegan un rol determinante en esto. Si bien en los última década parece haber crecido una retorica a favor del proteccionismo, se puede decir que es ano ha sido la tendencia general de los últimos 30 años. Más bien la tendencia del comercio mundial ha tendido hacia la apertura del comercio.

Está claro que desde una mirada económica, los prejuicios mercantilistas siguen vivos y retrasan notablemente el desarrollo del país. Aún existen varios actores que sigue creyendo que la riqueza de un país está dada por exportar más de lo que se importa. Ni más ni menos ese es el argumento que hoy presenta el actual presidente de Estados Unidos, Donald Trump para justificar la guerra comercial con China. Llevando estos argumentos al mundo no desarrollado, también se encuentran actores que subestiman la importancia de la integración comercial a partir de ideas “pro industrialización” que fueron creadas en un mundo distinto en el que no existían las Cadenas Globales de Valor. Más allá que guste o no, las grandes empresas ya no realizan integralmente el proceso productivo en un único lugar, dividen el mismo en múltiples etapas que pueden ser realizadas en lugares muy lejanos entre sí. Así trabaja Google, Volkswagen y UPM; quedar fuera de estas cadenas globales de valor debido a una integración comercial deficitaria es un riesgo enorme para un país tan pequeño por es ni más ni menos que buscar ser despedidos de lo que se la ha llamado “la fábrica mundial”.

Es necesario entonces presentar con la mayor claridad posible los argumentos en favor de una estrategia de inserción internacional que permita un mayor desarrollo económico y social para el Uruguay. Naturalmente que los problemas del país exigen un enfoque más global, ya que no es solo en cuanto a la apertura comercial o a la inserción internacional que necesitamos encarar reformas profundas, pero el tema es suficientemente relevante para que desde el CED hayamos decidido realizar la presente investigación. Estamos convencidos que Uruguay necesita imperiosamente abrirse al mundo para que nuestros compatriotas y todos los extranjeros que lo deseen puedan desplegar su creatividad, su energía,

---

<sup>1</sup> Los autores agradecen los valioso aportes y comentarios recibidos por diversos especialistas. En especial, agradecemos al Emb. Guillermo Valles, al Ec. Andrés Rebolledo y al Lic. Manuel Martínez por sus valiosos comentarios y sugerencias para el desarrollo de este trabajo.

<sup>2</sup> Investigador Asociado de la Universidad Católica del Uruguay y doctorando en University of Southern California, Estados Unidos.

<sup>3</sup> Director Académico del Centro de Estudios para el Desarrollo y Magister en “Political Economy of Late Development” por la London School of Economics.

<sup>4</sup> Asistente de investigación en el Centro de Estudios para el Desarrollo y estudiante avanzado de la Licenciatura en Economía de la Universidad de la República.

su trabajo y su inteligencia sin tener que emigrar para lograr prosperar habremos cumplido nuestro objetivo.

### **¿Por qué comercian los países según la teoría clásica?**

El comercio internacional sirve para expandir las posibilidades de producción y de consumo y por tanto, como analizaremos, es fundamental para el desarrollo económico y social de cualquier sociedad, como lo demuestra sobradamente la teoría económica y toda la evidencia recogida a lo largo de la historia.

Muchas ideas mercantilistas siguen contaminando el lenguaje del comercio internacional e, incluso, algunos conceptos también. La idea de que las exportaciones son “buenas” mientras las importaciones son “malas”, que un saldo comercial con más exportaciones que importaciones es “favorable” mientras al revés es “desfavorable”, o que altas tarifas a la importación son una “protección” son buenos ejemplos. La irrupción de Donald Trump en la discusión pública global es probablemente el ejemplo más claro de cómo ciertos prejuicios mercantilistas, probadamente falsos, siguen estando presentes en buena parte del mundo. En este sentido, David Boaz (2015, p. 227) le pone sentido común a un tema tantas veces mal comprendido:

“El problema real puede ser un error económico fundamental: ver las exportaciones como buenas y las importaciones como malas. Vemos esta falacia en todas las discusiones sobre negociaciones comerciales. [...] El objetivo de la actividad económica es el consumo. Producimos para poder consumir. Vendemos para poder comprar. Y exportamos para pagar por lo que importamos. Para cada participante en el comercio internacional el objetivo es adquirir bienes de consumo tan baratos como sea posible. El beneficio del comercio es la importación; el costo es la exportación.”

Frédéric Bastiat (2009) por otra parte, señaló que una nación puede mejorar su balanza comercial cargando barcos con exportaciones, registrando su salida, y después hundirlos afuera de su mar territorial. Los bienes fueron exportados, ninguno se importó, y la balanza comercial es favorable. Claramente esa no sería una política sensata.

A pesar de que las teorías de comercio internacional se han vuelto mucho más ricas y complejas en las últimas décadas, la teoría tradicional sigue siendo muy útil para entender algunos de los canales específicos por los cuales nos beneficiamos del comercio internacional. En términos generales, como comprobaremos, se relacionan con las ganancias que tiene cualquier forma de extensión de los intercambios voluntarios, pero desde una óptica necesariamente nacional cuando analicemos las políticas relacionadas.

#### **1. La especialización**

El primer argumento a favor del libre comercio es el de la eficiencia a través de la especialización. Si en el mundo primara el libre comercio cada país se dedicaría a lo que hace relativamente mejor y el producto mundial sería el máximo alcanzable dadas las restricciones de factores productivos y tecnología disponibles. Esta idea bastante simple y básica sigue siendo la base de todas las teorías contemporáneas del comercio exterior y, en particular, de la teoría de las ventajas comparativas, como veremos.

#### **2. Las economías de escala**

Otro argumento importante en favor del libre comercio es que la especialización permite el desarrollo de economías de escala. Existen muchos mercados en que al aumentar la cantidad de producción

disminuye el costo medio, esto es, el costo por unidad producida y de esa forma se puede ofrecer el producto a un menor precio en beneficio de los consumidores.

Existe bastante acuerdo en que uno de las principales restricciones que enfrentó Uruguay a mediados del siglo XX cuando intentó desarrollar una industria basada en la sustitución de importaciones, fue la muy reducida escala del mercado interno local. Era, y es, muy difícil producir algunos productos competitivamente para una escala tan pequeña, lo que derivó en costos altos o bajas calidades perjudicando al conjunto de la sociedad.

### **3. La competencia ampliada**

La libre competencia, como ya hemos visto, beneficia a los consumidores. Al comparar los casos de la competencia perfecta frente al del monopolio la constatación es evidente. Si existe un gran número de empresas y ninguna es capaz de influir en el precio de mercado porque representa un porcentaje insignificante del mismo, tendrán que ofrecer el producto a ese precio, establecido por la oferta y la demanda. En cambio, un monopolio puede ofrecer una menor cantidad a un precio mayor para aumentar su beneficio porque no tiene que competir con nadie. La comparación entre las dos estructuras de mercado es nítida, en competencia se obtiene mayor cantidad del bien a un precio menor que en una situación de monopolio. La opción intermedia, un número reducido de empresas, lo que se denomina oligopolio, da como resultado situaciones más o menos cercanas a alguno de los dos extremos dependiendo de las características del mercado (número de empresas, barreras a la entrada, diferenciación del producto, entre otras).

### **4. La diversificación del riesgo**

Otro argumento a favor del libre comercio es la diversificación del riesgo. Si un país vive en la autarquía, una recesión evidentemente afecta a la totalidad de su producción. Si comienza a exportar parte de su producción a otro país se verá expuesto a las contingencias de su mercado interno y a las de aquel al que empezó a exportar, por lo que ha avanzado en cuanto a la diversificación del riesgo. Al menos en teoría, ante una recesión en uno de los dos mercados puede recurrir al otro en alguna medida lo que podría amortiguar los efectos del shock. En todo caso solo se vería afectado parcialmente. Si seguimos nuestro ejemplo al extremo podemos imaginar un país que comercia con todos los países del mundo. Si existe una crisis en un país o una región esto solo afectará un porcentaje limitado de nuestras exportaciones, de forma que el crecimiento no se verá afectado mayormente salvo, claro está, en el caso de una crisis global. Por las mismas razones es deseable también diversificar la cantidad de productos que se exportan.<sup>5</sup> En este sentido, Chile es un ejemplo de éxito de diversificación de exportaciones, como veremos luego, y Uruguay en 2002 un ejemplo del gran riesgo de concentrar las exportaciones en una región, en este caso, el Mercosur. Como expresó Celso Amorim (2011), el ex Canciller brasilero de Itamar Franco y de Luiz Inácio Lula da Silva, "En el comercio internacional, la monogamia no es una virtud, tienes que tener todas las parejas que puedas, porque cuanto más diversificado mejor".

### **5. Tamaño y apertura comercial**

¿Es importante el tamaño de un país (medido a través de su población) para su desempeño económico? Según una investigación de Andrew Rose (2006) para 200 países en un período que abarca más de 40 años no hay relación entre el ingreso por habitante y el tamaño de un país. Tampoco encuentra relación entre el tamaño e indicadores de inflación, salud, educación, calidad de las instituciones, entre otros. De hecho, la única relación que logra establecer Rose es entre el tamaño de un país y su grado de apertura.

---

<sup>5</sup> Gabriel Oddone (2011) señala que existe una relación inversa entre la diversificación por destino y por productos para nuestro país. Este es un desafío adicional al que hay que atender dadas las características específicas del Uruguay.

Que la única diferencia sea en el grado de apertura tiene sentido. Un país chico necesita estar más abierto, lo que le permite aprovechar las ventajas que explicamos antes (la especialización, la economía de escala, la competencia ampliada y la diversificación del riesgo). En definitiva, volvemos a encontrar qué “país pequeño debe ser país abierto”.

## **6. Las ventajas comparativas**

La idea fundamental que sustenta que con la libertad de comercio existen ganancias de eficiencia porque cada país se dedica a producir aquello para lo que es más apto fue desarrollada por David Ricardo a comienzos del siglo XIX, como vimos en el capítulo anterior. Este argumento no se basa en la simple especialización en lo que se es bueno, esas serían ventajas absolutas, sino en las ventajas comparativas. Esta teoría concluye que incluso un país que es más ineficiente que el resto en todo, obtiene ganancias de bienestar del intercambio comercial.

¿Cómo puede ser que si un país produce con menores costos que otro todos los bienes pueda resultar beneficiado por el comercio exterior? Supongamos que tenemos dos países, Uruguay y Argentina, que solo producen dos bienes, carne y trigo. Supongamos además que Argentina produce tanto el trigo como la carne a un menor costo que Uruguay, es decir, tiene ventajas absolutas en la producción de los dos bienes. ¿Quién se beneficia con el comercio? La teoría de las ventajas comparativas establece que ambos países se beneficiarán del intercambio comercial. Uruguay mejorara su bienestar si se especializa en aquello que tiene ventajas comparativas, es decir en aquello donde la diferencia de eficiencia con Argentina es menor, y comercia luego con Argentina. La conclusión más importante de nuestro análisis de las ventajas comparativas es que todos los países pueden salir ganando con el comercio internacional mediante la especialización en aquel bien en el que son competitivos en términos comparados. Este fue el gran aporte de David Ricardo a la ciencia económica y todas las teorías posteriores del comercio internacional se basan en su contribución y ninguna ha logrado rebatirla de forma absoluta.

### **El comercio en un mundo de Cadenas Globales de Valor**

Durante el siglo XX las ventajas y desventajas de la integración comercial global fueron discutidas intensamente. Más allá de que en promedio los países más libres y abiertos crecieron siempre más que los cerrados, también es cierto que la relación no fue siempre tan lineal. Existen ejemplos de países de países que desarrollaron un sector industrial significativo utilizando en algún momento estrategias proteccionistas. Esta realidad histórica de éxitos puntuales de algún tipo de proteccionismo ha generado mucha confusión y, más grave aún, cientos de experiencias negativas. La idea de que cerrarse es bueno ya que permite proteger la industria mientras esta crece y gana en eficiencia y productividad funcionó mucho menos de lo que fracasó, pero sobre todo funcionó en contextos específicos de un mundo que ya no existe.

El grueso de la producción mundial de alto valor agregado, se realiza en el marco de lo que se conoce como las cadenas globales de valor. Esto quiere decir que la mayoría de los productos que consumimos ya no se producen enteramente dentro de un mismo estado nación. La producción de un teléfono inteligente, de un auto o de una prenda de ropa suele estar dividida en muchas etapas que son realizadas en distintos países muy lejanos entre sí. El diseño de los productos, la producción de materias primas, la producción de los distintos componentes del producto, la comercialización, el servicio de post venta y muchas otras etapas del proceso se realizan en distintos lugares. Los países no se especializan más en un producto sino en etapas del proceso industrial. Esto puede ser más o menos simpático según las preferencias ideológicas de cada uno, pero nada bueno sale de desconocer la realidad y así es como funciona las grandes tendencias de la economía mundial actualmente.

Quedar por fuera de estas cadenas globales de valor es una amenaza cierta. Las empresas localizan las distintas etapas según la abundancia o escasez relativa de factores de cada lugar, pero no hay ningún

país imprescindible. El contar con una inserción comercial de baja calidad que, por ejemplo, no permite acceder a los mercados más relevantes con bajos aranceles complica mucho. Debemos dejar de ver al comercio como especialización en un tipo de bienes, y debemos comenzar a verlo como la especialización en distintas etapas del proceso productivo en el marco de cadenas globales de valor. En este contexto integrarse al mundo no es una opción, la única discusión es cómo nos integramos más provechosamente.

### **Economías pequeñas**

Hemos explicado por qué la integración comercial es hoy en día casi la único camino hacia el desarrollo. Los cambios en la forma de producción global dejan obsoleta las estrategias desarrollistas basadas en el proteccionismo a la industria. Estas ideas son válidas para cualquier país, pero se vuelven dramáticamente críticas cuando hablamos de países con un mercado tan reducido como Uruguay. La Industrialización por sustitución de importaciones (ISI) practicada en casi toda América Latina en el siglo pasado, fracasó más estrepitosamente donde la escala no permitía alcanzar niveles de producción óptimos ni la existencia de competencia interna significativa. En síntesis, el fracaso de la ISI uruguaya fue mucho más rotundo y estrepitoso que el de la brasilera cuyo análisis es más complejo. En resumen, además de que los cambios en la forma de producción dejan obsoleto los pocos argumentos significativos en favor de algún tipo de proteccionismo, cuando analizamos la realidad uruguaya este nunca fue una opción razonable. Por su reducida escala, las estrategias proteccionistas estaban condenadas a fracasar tal como la historia demuestra.

### **Lo que se ve y lo que no**

Si los beneficios del libre comercio son tan claros ¿Por qué se utilizan aranceles, cuotas, subsidios, etc.? Una respuesta satisfactoria la dio el economista francés Frederic Bastiat (2009) en su célebre artículo *Lo que se ve y lo que no se ve* y en la misma línea Henry Hazlitt (2011) en su libro *La economía en una lección*: Mientras que los efectos positivos del proteccionismo son visibles y sus beneficiarios claramente identificables, los efectos negativos simplemente no se ven. Los contribuyentes y los consumidores son quienes pagan la decisión de los planificadores sociales, pero el costo está repartido entre tres millones de personas por lo que el monto puede ser individualmente poco significativo. Pero la suma de las pérdidas individuales es muy significativa. El menor ingreso disponible que tiene un gran número de personas disminuye su demanda de bienes y servicios con lo que terminan perjudicadas todas las empresas del país. En resumen, lo que las sociedades pierden en su conjunto pierden producto del proteccionismo “es invisible a los ojos”.

Este tema también fue estudiado por el economista norteamericano Mancur Olson (1977) en su libro *The logic of collective action*. El argumento central es simple, las personas cuando son pocas y tienen un interés muy definido forman grupos de presión efectivos (el caso de la caña de azúcar sigue aplicando). Mientras que aquellos perjudicados son muchos, descoordinados y la pérdida que sufren es lo suficientemente pequeña para que no tengan incentivos económicos para agruparse. Debido a esto, el país en su conjunto pierde.

### **La globalización como amenaza o como oportunidad**

Antes de finalizar este apartado, no queremos dejar de mencionar la discusión de fondo que creemos subyace cuando hablamos de integración comercial: las oportunidades y amenazas que plantea la globalización. En general se discuten aspectos específicos positivos y negativos de este proceso, pero muchas veces lo que en realidad hay es una discusión macro entre quienes ven a la globalización como una oportunidad y quienes la ven como una amenaza. Se trata de una concepción valórica, que probablemente guarda relación con elementos más profundos de la persona, que tiene consecuencias en las reacciones que los individuos, las organizaciones y los países tienen frente a los profundos cambios que el mundo está experimentando.

Uno de los más prestigiosos economistas que se dedican al estudio del tema, Jagdish Bhagwati (2005), da una definición que es un buen punto de partida para saber de qué estamos hablando: “La globalización económica supone la integración de las economías nacionales en la economía internacional mediante el comercio, la inversión extranjera directa (por parte de las empresas), los flujos de capital a corto plazo, los flujos internacionales de trabajadores y recursos humanos en general, y los flujos de la tecnología”. Estos procesos, que existen hace siglos en algún grado, se han intensificado notablemente en las últimas décadas provocando cambios económicos, sociales y culturales enormes. Recientemente han aparecido importantes intelectuales a defender el progreso reciente provocado, entre otras cosas, por la globalización. Probablemente Steven Pinker (2011, 2018) es el ejemplo más difundido de trabajos argumentando las mejoras que la humanidad viene experimentando en las últimas décadas, pero hay otras fuentes muy importantes como la web liderada por Max Roser (Our World in data) o, anteriormente, el médico sueco Hans Roslin con su Fundación Gapminder. En resumen prestigiosos autores vienen documentando avances radicales en las condiciones de vida de la humanidad que parece claro guardan relación con la globalización.

Sin duda también han habido perdedores de la globalización. El mundo en el que vivimos es más diverso y con muchas más oportunidades, pero también es más inestable y cambiante. Naturalmente son los más educados quienes cuentan con más facilidad para adaptarse a los cambios. Es en los países más ricos donde encontramos algunos “perdedores de la globalización”. Luego de una evolución muy positiva durante el siglo XX, donde se habían alcanzado niveles inéditos de bienestar social, importantes sectores de trabajadores de baja calificación empezaron a sufrir pérdida de empleos y se encontraron con grandes dificultades para reinsertarse. Estos “perdedores de la globalización” en Francia o Estados Unidos por ejemplo, no tienen porque saber de las ganancias generales o de la baja de la pobreza en la India y su disconformidad ha dado lugar a inesperados movimientos políticos populistas.

En resumen, la globalización, junto con la tecnología y otras tendencias, está cambiando el mundo profundamente. Las ganancias generales son indudables, nunca antes un porcentaje tan bajo de la humanidad vivió en pobreza extrema, menos del 10% de la población mundial. Sin embargo también hay más incertidumbre e inestabilidad, no se puede perder de vista que algunos no han salido ganando de los cambios. Más allá de beneficios y amenazas, la globalización es un hecho y nada bueno sale de desconocer la realidad. Se puede discutir cual es la mejor forma de abordarla, expandir sus beneficios y limitar sus amenazas, pero darle la espalda parece una muy mala idea en el largo plazo. En especial para países pequeños sin ninguna capacidad de incidencia en las tendencias globales.

## **Índice CED de Vulnerabilidad Comercial (IVC)**

### ***Justificación***

Es buscando aportar nuevos elementos al marco conceptual antes mencionado que se justifica el **Índice CED de Vulnerabilidad Comercial (IVC) del CED**. Desde hace tiempo, en América Latina se discute sobre la importancia de una buena inserción comercial y de las virtudes que el comercio exterior dinámico tiene para los países. Uruguay no escapa a este debate. Esta realidad, que es especialmente crítica para las economías pequeñas, nos obliga a repensar nuestra inserción como país en clave del siglo XXI.

El Índice de Vulnerabilidad Comercial (IVC) busca llenar un vacío importante en el debate acerca de la política comercial. Tradicionalmente la medición de la vulnerabilidad o exposición de un país a través de su comercio exterior, se ha medido exclusivamente por la dispersión de sus mercados de exportación o la diversificación de sus productos exportados. Por ejemplo, el Índice Hirschman Herfindahl (IHH) es

el comúnmente utilizado para determinar la concentración de mercados y productos, y es una buena medida de la potencial exposición que los países en desarrollo han tenido a las volatilidades de precio de sus *commodities*.

Sin embargo, si el objetivo es medir la vulnerabilidad de una economía y abarcar realmente su competitividad y exposición, debe medirse no sólo a cuántos mercados accede, sino también cómo accede a estos. El IHH es fue medición adecuado para un mundo globalizado donde las condiciones de acceso eran generalizadas y prácticamente las mismas para todos los actores, un mundo en el cuál la cláusula de nación más favorecida era la regla y la discriminación arancelaria era menos a los niveles actuales. Todo lo contrario a lo que sucede hoy en día, donde la regla es la discriminación (hay 287 acuerdos comerciales en vigor) y más del 50% del comercio internacional se realiza bajo normas preferenciales. En consecuencia, lo importante para la competitividad de un país pasa en gran medida por no estar fuera del nuevo entramado de acuerdos comerciales que hoy existen en el mundo.

Este corolario es todavía más relevante para el caso de Uruguay, dado que la composición de su canasta exportadora se concentra mayoritariamente en productos agrícolas que, a diferencia de las manufacturas, todavía tienen aranceles altos, crestas arancelarias y progresividad arancelaria, que desde 1994, solo se ha liberalizado a través de acuerdos bilaterales o regionales, pero no en el ámbito multilateral. En otras palabras, el acceso preferencial es más relevante para los productos agrícolas.

En el caso de Uruguay, si bien el país tiene un índice HH moderadamente alto, puede verse que en términos de *performance* y sofisticación exportadora el país no ha progresado. La explicación del tipo de cambio real es parcialmente explicativa de éste fenómeno.

Comúnmente hablar de inserción comercial ha implicado debatir sobre la diversificación de mercados y productos. Un país que exporta pocos productos a pocos mercados es comúnmente considerado en una posición de vulnerabilidad, mientras que un país que exporta mayor cantidad de productos a un número más variado de destinos, es considerado un país con una “buena inserción externa”. Este criterio no está del todo obsoleto, la diversificación de productos y mercados sigue siendo muy importante en el debate sobre el comercio internacional de un país.<sup>6</sup> Sin embargo, ante la diversidad de acuerdos comerciales existentes hoy en el mundo, esta tradicional categorización ya no parece suficiente. Existen otros factores importantes que deben ser considerados cuando se busca calificar la calidad de la inserción internacional y en especial comercial de un país.

Desde el Centro de Estudios para el Desarrollo (CED) hemos venido trabajando los temas de inserción internacional como uno de los temas centrales de nuestra agenda de investigación. Fue en el marco de esta línea de investigación que se decidió elaborar un índice cuyo objetivo sea el de ayudar a entender de mejor modo la realidad de la inserción internacional de distintos países. El mismo busca aportar un enfoque que no ha sido adecuadamente atendido en la literatura existente, así como tampoco en el debate público sobre la inserción comercial.

### ***Descripción General***

---

<sup>6</sup> Además del Índice HH (Herfindahl Hirschmann) antes mencionado en este documento, existen otros índices que han sido de importancia para el debate sobre políticas públicas relacionadas al comercio. Ejemplo son el Índice “Trade Overlap” que mide el nivel de especialización en el comercio internacional de bienes dentro de un sector, en relación con el comercio internacional entre distintos sectores de la economía; el Índice de Theil, comúnmente utilizado como medida alternativa de diversificación al IHH al permitir medir la diversificación intra-sector. Quizá una gran debilidad de todas estas mediciones pase justamente por centrar el análisis en la diversificación y no necesariamente en el acceso. Es decir, a cuántos mercados y con qué productos, pero en el cómo accede a los mercados internacionales. Es sobre este tercer aspecto que el IVC busca contribuir.



Desde el CED consideramos que un entendimiento moderno y válido de la calidad de la inserción internacional no puede basarse solamente en la diversificación comercial de los países, como ocurre comúnmente cuando se debate sobre esta temática . Hoy en día se hace absolutamente necesario incorporar otros elementos para tener una idea clara sobre el estado de la inserción internacional de un país en la economía global. En diversas instancias, hemos insistido que un elemento central a incluir en el debate sobre la inserción del país, son las condiciones con las que se ingresa a los destinos comerciales. Es decir, cuáles son las preferencias comerciales que tienen las exportaciones de un país. Según este marco analista que proponemos, una inserción comercial tiene una mayor vulnerabilidad cuanto más aranceles se deben pagar para ingresar a los mercados destino. En estos casos, solo podrán ser exportados aquellos productos con importantes ventajas comparativas dificultando la diversificación comercial; los márgenes de ganancia de los productos exportados serán menores a los de competidores con preferencias arancelarias y por lo tanto muy sensibles a variaciones del precio. El Índice de Vulnerabilidad Comercial del CED intenta captar cómo varían estas características de la inserción internacional en el tiempo y entre países que guardan algunas características comparables.

El CED intenta medir el porcentaje de las exportaciones de un país que entran sin preferencias arancelarias de ningún tipo. Un país hipotético que realiza todas y cada una de sus exportaciones sin ninguna preferencia arancelaria tendría un IVC igual a 100. En caso contrario, un país donde todas y cada una de las exportaciones se realizan con preferencia arancelaria tendría un IVC de valor cero. Naturalmente estos dos casos ideales no existen en la práctica y es en algún lugar en el medio donde se ubican todos los países. Se trata de un primer esfuerzo por resumir ciertos aspectos de la inserción internacional de los países que entendemos relevante, procuramos persistir en nuestros esfuerzos incorporando aportes que recibamos tras el debate que, esperemos, genere el IVC.

### ***Limitaciones del índice***

El índice propuesto, al igual que cualquier modelo, es una simplificación que trata de captar algunos elementos muy importantes de una realidad más compleja. En particular cabe señalar cuatro debilidades que identificamos del presente índice:

1. La vulnerabilidad de una estrategia de inserción internacional no está dada solo por el acceso preferencial a los mercados de exportación. La diversificación de productos y mercados sigue siendo un elemento trascendente a atender y tomar como insumo cuando queremos entender la realidad de un país en particular. También lo es la ausencia de barreras no arancelarias para acceder a otros mercados. El IVC no pretende describir todas las características de la inserción internacional de un país, sino un aspecto que entendemos clave y que creemos lo será cada vez más en un mundo de cadenas globales de valor: el acceso preferencial a los mercados comerciales a través del no pago de aranceles.
2. Conectado con la primer debilidad, no es aconsejable comparar países que se encuentran en etapas de desarrollo y de inserción en la economía mundial, distintas. Hay casos de países que podrían tener un IVC relativamente bajo, pero que se explica por una dependencia muy directa con algún vecino con el que tiene un acuerdo. Si bien siempre es mejor contar con preferencias para exportar sea cual sea la diversificación de los mercados, no es razonable comparar únicamente el IVC en países con diferencias significativas en este sentido. Es por esto que dentro de la región entendimos oportuno comparar el desempeño de Uruguay con Chile y Argentina, pero no con otros países con los cuales la estructura productiva y exportadora ha presentado diferencias estructurales históricamente. Si sería pertinente en un futuro, ampliar los cálculos del IVC a otros países de la región comparando entre sí a aquellas economías que guarden razonables similitudes en sus etapas de desarrollo y estructuras exportadoras.
3. Otra limitante de este índice es que en muchos casos considera que existe una preferencia comercial del 100% para aquellos destinos con los que existe un acuerdo preferencial. Puede

sucedir que por ejemplo Uruguay tiene un acuerdo con México pero no todos los productos exportados entran con preferencia arancelaria y solo un determinado grupo de estos lo hace. En estos casos intentamos aproximarnos a un valor más exacto de la proporción de exportaciones que ingresan sin pagar aranceles, pero no siempre fue posible por lo que algunas veces se considera como si todos entran con preferencias (por tanto la variable X tomará valor de 0). En futuras ediciones del IVC se debería trabajar sobre la variable  $d_i$  para que esta se parezca más a una variable continua y no binaria. Con información de organismos gubernamentales como Uruguay XXI se puede ir perfeccionando la información sobre el verdadero porcentaje de exportaciones que se negocia con preferencias arancelarias. Si bien se avanzó en este sentido, queda trabajo por hacer.

4. Otra limitante identificada es que el IVC se basa solo en comercio de bienes y no de servicios.

### **Cálculo**

$$= \sum_{i=1}^n \left[ \frac{x_i}{X} * d_i \right] * 100$$

Donde  $x_i$  son las exportaciones al país  $i$  y  $X$  son las exportaciones totales al resto del mundo. El cociente de estas dos variables nos da el porcentaje de cada destino al que el país exporta sobre el total exportado. “ $d_i$ ” es una variable que en principio fue pensada binaria sobre la existencia o no de un acuerdo de preferencia comercial (APC) entre el país analizado y dichos destinos a los que el país exporta (esta variable tomará un valor de 0 cuando existe un acuerdo comercial, y un valor de 1 cuando no existe un acuerdo). Sin embargo en varios casos toma un valor intermedio, dado que sabemos que una parte de las exportaciones a un país entran libres y otras no. Este es el caso de países que están dentro del “Sistema General de Preferencias”<sup>7</sup> o de acuerdos de libre comercio que sabemos no desgravan el total de los intercambios comerciales. En caso de que estimemos que el 40% de las exportaciones al país  $i$  están exentas de aranceles,  $d_i$  tomará un valor de 0,6, en caso de que el 70% están exoneradas  $d_i$  valdrá 0,3.

### **Rango de valor: de 0 a 100 (porcentual)**

Valores cercanos a 100 indican una vulnerabilidad alta y valores cercanos a 0 una vulnerabilidad baja. Es decir, un IVC de 40 quiere decir que el 40% de las exportaciones del país analizado son a destinos con los que el país no tiene preferencia comercial y el 60% restante se dirige a destinos con los que el país sí tiene preferencia comercial.

En la presente publicación calculamos el Índice de Vulnerabilidad Comercial para 5 países en dos momentos del tiempo 2006 y 2017. Los países escogidos son: Australia, Argentina, Chile, Nueva Zelanda y Uruguay. Fueron seleccionados por tratarse de países con una estructura productiva relativamente parecida. Además se trata de economías que crecieron significativamente los últimos años aprovechándose de la expansión de nuevos mercados, principalmente China. Se compara el 2006 y 2017 dado que fue un período de buen crecimiento económico para los países citados.

---

<sup>7</sup> Contemplar el Sistema General de Preferencias (SGP): existen casos en los que Uruguay si bien no tiene un acuerdo tradicional de preferencia comercial (por ejemplo TLC) sí tiene acceso a determinados mercados mediante el SGP. Por ejemplo si bien Uruguay no tiene un acuerdo con Rusia, éste país otorga preferencias para aproximadamente 2.800 ítems de su nomenclatura en el marco del SGP. Los productos originarios de países en desarrollo, como Uruguay, cuentan con un margen de preferencia del 25% sobre los aranceles NMF. Uruguay también accede con preferencias en el marco del SGP a los mercados de Australia, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza y Turquía. En este caso nuestra variable X debería tomar un valor de 0.75 y no de 1. Porque en realidad el 25% entra con preferencia y el 75% no.

## Resultados

	Uruguay	Nueva Zelanda	Australia	Chile	Argentina
2006	57%	77%	83%	55%	66%
2017	59%	44%	39%	17%	65%

Los resultados, como se mencionó anteriormente, comparan el valor del IVC para 5 países en dos momentos del tiempo: 2006 y 2017; permitiendo ver cómo evolucionó o no la inserción comercial de estos países en los últimos 11 años. La razón por la que analizamos este período de tiempo, se debe a que durante el mismo, se concretaron en el mundo un número enorme de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales.

Como conclusión general podemos dividir los 5 países en dos grupos claros: aquellos que tuvieron una política agresiva en materia de concretar acuerdos y aquellos que básicamente conservan la situación de 2006 con variaciones poco significativas. En el primer grupo tenemos a los dos países de Oceanía y a Chile. Esta terna de países realizaron varios acuerdos trascendentes en ese período. En especial se destacan los avances en el acceso al mercado asiático. Es importante recordar que entre 2006 y 2013 el peso de varios países asiáticos en la economía mundial se incrementó muy significativamente y también lo hicieron las exportaciones de todos los países analizados a estos destinos. En el caso de los países rioplatenses se quedaron básicamente estancados, no logrando prácticamente ningún acuerdo con países que representan destinos significativos para sus exportaciones.

### *AUSTRALIA*



El avance más impresionante entre los países estudiados lo muestra Australia. Pasa de una vulnerabilidad comercial de casi el 83% en 2006 a menos del 28% en 2017. Esto significa que un 55% de las exportaciones australianas que en 2006 pagaban aranceles para ingresar en los mercados de destino, en 2017 ya no lo hacen. Esto implica a su vez que, una mayor parte del precio pagado por los consumidores es apropiado por el exportador, aumentando las ganancias a todos los actores que tomaron parte en el proceso productivo. Claramente los acuerdos alcanzados con China, Japón y Corea, sus tres principales mercados, explican la inmensa mayoría de las ganancias del IVC entre 2006 y 2017. Esto prueba que no se trata de firmar muchos acuerdos, sino de alcanzar aquellos que son estratégicos para el país. En el caso de Australia cabe destacar que tiene acuerdos comerciales con diez de sus principales quince mercados comerciales, en los que se incluyen los tres principales. Cuando se analiza la evolución de este proceso de apertura, se pueden observar, claramente, dos momentos: i) Previo a 2003 Australia tenía un único acuerdo comercial que era con su vecino neozelandés; y ii) a partir de 2003, con la firma de un acuerdo con Singapur se comienza un camino que se acelera en los últimos años y es coronado con el tratado firmado con su principal socio comercial, China, en diciembre de 2015. La sociedad australiana se convenció que las ganancias de abrirse al mundo superan largamente las amenazas y los indicadores macroeconómicos parecen darle la razón.

### *NUEVA ZELANDA*



La situación de Nueva Zelanda es muy similar a la de Australia, aunque levemente menos impresionante. Parte de una situación levemente más favorable a la de Australia, 76,56%, lo cual

probablemente se deba a la importancia que tenía el mercado australiano con el cual ya tenía un acuerdo comercial en 2006. Por un tema de escala, Australia era más significativo para Nueva Zelanda que viceversa. Entre 2006 y 2017 Nueva Zelanda avanza notablemente arribando a una vulnerabilidad comercial de menos del 44%. El acuerdo alcanzado con China, y en menor medida con Corea del Sur, explican las importantes ganancias. Para ejemplificar, en el supuesto de que Nueva Zelanda exporta lo mismo a China sin ningún acuerdo comercial, su vulnerabilidad comercial, medida por el IVC sería 22% mayor. La diferencia que Australia, respecto a Nueva Zelanda, presenta en su IVC, se podría explicar por los acuerdos alcanzados por Australia con Japón y Estados Unidos, cosa que Nueva Zelanda no ha logrado. Nueva Zelanda cuenta con acuerdos comerciales con 10 de sus quince principales destinos comerciales. Esto representa un muy buen volumen de acuerdos. Existe un gran consenso político y social de la importancia de abrirse al mundo dado el tamaño del país. La discusión sobre la inserción internacional se centra en cuál es la mejor forma de ser más competitivos y agregar mayor valor agregado a lo que Nueva Zelanda vende.

## ***CHILE***



El caso de Chile es algo distinto. Chile tenía ya en 2006 la vulnerabilidad comercial más baja dentro de los países comparados, la estrategia de apertura comercial al mundo había comenzado a fines de los 90. Tempranamente había cerrado acuerdos comerciales con Estados Unidos y China, sus dos principales mercados. Esto de todos modos lo dejaba con un IVC de 55% en 2006, dada su muy buena diversificación de destinos. En los 11 años considerados Chile cierra acuerdos con otros mercados importantes entre los que se destacan la Unión Europea, Japón, India y Perú. En esas condiciones Chile avanza aún más en la comparación del IVC 2017 quedando con la menor vulnerabilidad entre los comparados: 17%. Se trata claramente de un país con una estrategia clara y definida de inserción global aperturista que promueve básicamente todos los acuerdos comerciales posibles. Si consideramos los quince principales destinos comerciales de Chile podemos observar que existe algún tipo de acuerdo comercial con catorce de ellos, con la única excepción de Taiwán. Cuando se analiza el rol de los TLC en las exportaciones, y en particular en el patrón exportador de Chile, se visualiza claramente que los tratados lejos de perjudicar la diversificación de las exportaciones colaboran con ella. Si bien el peso del cobre y sus subproductos sigue siendo dominante en las exportaciones del país trasandino, en las últimas décadas aparecen otros productos que aumentaron significativamente su peso absoluto (Meller, 2012). Los acuerdos permiten a Chile exportar cantidades muy significativas de frutas, mariscos y vinos entre otros productos. Si bien la diversificación productiva tiene un importante camino pendiente, la situación sería aún peor en este sentido sin una política de apertura comercial.

## ***ARGENTINA***



La estimación del IVC de Argentina para 2006 es, básicamente, exactamente igual que la de 2017. En términos generales, esto habla de una estrategia de inserción internacional extremadamente estática que no logró acceso a casi ningún mercado significativo en esos 11 años. Este aparente congelamiento de la vulnerabilidad comercial argentina esconde dos leves tendencias contradictorias. Por un lado, la pérdida de peso relativo de las exportaciones a países de la región (Mercosur y socios) lo que deteriora el resultado final ya que estos países con los que si se tiene acuerdos comerciales representan una proporción menor del total de las exportaciones en 2017 respecto a 2006. Por otro lado, el único acuerdo significativo alcanzado por el MERCOSUR en estos años fue con India, este fue el país receptor del 3,5% de las exportaciones argentinas en 2017, por lo que su relevancia logró compensar las

pérdidas en el IVC que hubieran causado la reducción del peso relativo de la región. En cualquier caso, la situación de Argentina es por demás preocupante en materia de inserción internacional. Es absolutamente necesario lograr un mejor acceso para sus exportaciones que le permita obtener ganancias mayores a las actuales. Para ello, es importante la integración en más cadenas productivas y que los sectores con menores ventajas comparativas puedan exportar. De los veinte principales socios comerciales de la Argentina, solo seis cuentan con un acuerdo preferencial.

## ***URUGUAY***



Como en muchos otros aspectos, Uruguay muestra una tendencia general similar a la de Argentina. En este caso, algo menos dramática. En estos 11 años, Uruguay no tuvo una estrategia de inserción comercial con nuevos mercados clara. Solamente logró concretar muy pocos acuerdos que resultaron poco significativos como mercados de destino de nuestras exportaciones. El IVC, entre 2006 y 2017, varía en forma muy leve. Al igual que en el caso de Argentina, la pérdida del peso de los mercados regionales, deterioran el valor del índice. Los mercados argentinos y brasileños siguen siendo muy importantes receptores de las exportaciones uruguayas pero la gran noticia de los últimos años ha sido la irrupción de China como el principal destino comercial. Con este mercado asiático no hay ningún tipo de acuerdo comercial, por lo que el aumento de su peso relativo deteriora el valor del IVC y la caída del peso del MERCOSUR incide en el mismo sentido. También existieron algunos elementos que colaboraron con reducir la vulnerabilidad comercial del país, los pocos acuerdos alcanzados por el MERCOSUR con la India e Israel son ejemplo de esto. Otro factor importante ha sido el aumento del peso de México como destino de las exportaciones, fruto del TLC que se había firmado en 2003. De los veinte principales socios comerciales de Uruguay, solamente con ocho se tiene acuerdo.

### ***Índice de Vulnerabilidad Comercial ponderado***

Este segundo cálculo del índice incluye una variante adicional al IVC. Se trata de un intento de aportar más información aún sobre los mercados destinos y sus políticas comerciales. Esta ponderación considera aquellos casos en los que Uruguay no tiene un acuerdo preferencial pero sus principales competidores<sup>8</sup> sí tienen. Parece claro pensar que no es lo mismo no contar con un acuerdo de preferencia comercial con países con los que nuestros competidores sí tienen un acuerdo concretado. En casos, resulta evidente pensar que Uruguay será más “vulnerable” aún porque no se encuentra en las mismas condiciones de acceso que sus competidores.

En este sentido el IVC ponderado incorpora nueva información sobre los países destinos y sus vínculo comercial con competidores directos del país para el cual se esté mediando el IVC. En resumen, hacemos esta ponderación penalizando en mayor medida la falta de acuerdos comerciales con países que si tienen acuerdos comerciales con nuestros competidores.

En términos prácticos, consideramos Uruguay, Argentina, Australia y Nueva Zelanda como países asimilables en cuanto a su patrones exportadores. El IVC antes presentado, se basa en la sumatoria de la proporción de exportaciones a cada país multiplicada por 1 si no hay acuerdo de preferencia comercial y por 0 en caso de que si lo haya. De este modo llegamos a una cifra entre 0 y 1 que sería asimilable a la cantidad de exportaciones que se realizan sin preferencia comercial alguna. En la variante ponderada multiplicamos por 2 en los casos que no hay acuerdo pero que que sí existe un acuerdo con al menos

---

<sup>8</sup> Para los efectos de este análisis se consideró como competidores directos de Uruguay a Argentina, Australia y Zelanda.

uno de los competidores mencionados. De este modo se penaliza especialmente la falta de acuerdo con mercados que si avanzan en liberalización de preferencias con competidores en el mercados internacional.

De alguna forma, en términos técnicos, este aparatado que incluye la ponderación busca ser, de alguna manera, un análisis de control y robustecida de nuestra análisis central sobre el IVC. Esto lo hacemos sumando la variable de competencia internacional a nuestro análisis. Los resultados del IVC ponderado son consistentes con lo hallado previamente, incluso se aumenta la diferencia entre Uruguay y sus competidores.

Concretamente, el IVC ponderado de 2017 obtenido para Uruguay aumentó significativamente con respecto al IVC neto alcanzando un nivel de 0,90 (el IVC neto era 0,59 para 2017). La principal explicación de este crecimiento es la significativa penalización que el IVC ponderado uruguayo recibe por no tener acuerdos con EEUU y China países con los que Australia y/o Nueva Zelanda sí tienen. En el caso de Nueva Zelanda la evolución es mucho más moderada y pasa de un IVC neto de 0,44 a 0,61. El deterioro en este caso, si bien no es tan dramático como el de Uruguay, es significativo y causado principalmente por la ausencia de tratados comerciales con EEUU y Japón, mercados con los que Nueva Zelanda sí tiene acuerdos. Finalmente, el caso de Australia es bastante clarificador en cuanto a su poca diferencia entre el IVC neto y el IVC ponderado que solo se mueve de 0,39 a 0,44. Este leve deterioro de solo 5 puntos se debe básicamente a la carencia de un acuerdo comercial con Hong Kong, el cual es un mercado importante para los países oceánicos y Nueva Zelanda sí cuenta con un acuerdo comercial.

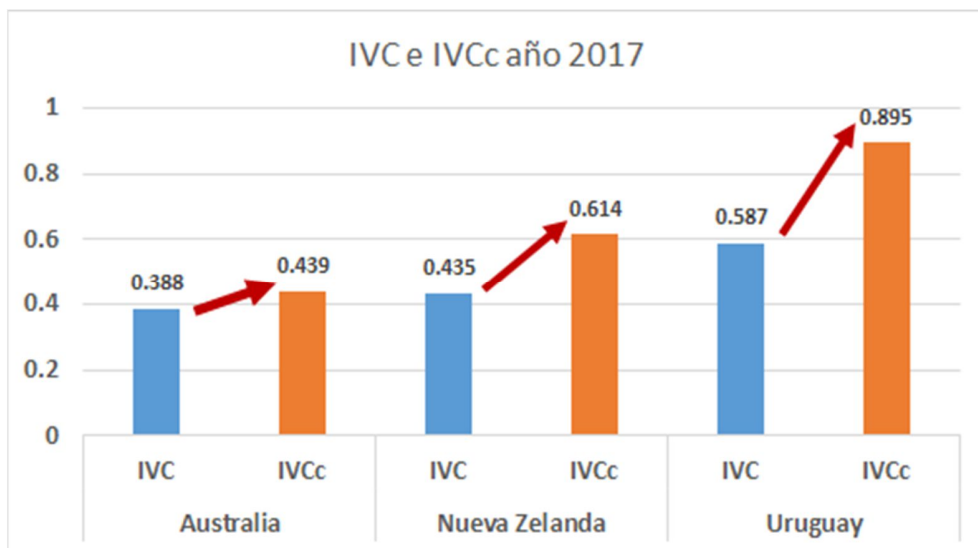
En resumen, el IVC ponderado toma el IVC neto y aplica una penalización a quienes no cuentan con preferencias comerciales con mercados que si cuentan con acuerdos con algunos de sus competidores directos en el mercado internacional. Los resultados van en la misma línea que los obtenidos para el IVC neto por lo que reafirman las conclusiones obtenidas inicialmente. Uruguay, que ya había obtenido el peor resultado de los tres países analizados en el IVC, prueba estar especialmente retrasado cuando se considera los acuerdos alcanzados con países que así han avanzado en acuerdos preferenciales con competidores de nuestro país. Se reafirma la idea de que Uruguay está muy atrasado en su agenda de inserción internacional y el IVC ponderado lo penaliza con 31 puntos menos que el IVC neto. Nueva Zelanda también sufre una penalización importante, pero mucho menor que la uruguayana, retrocediendo 16 puntos entre el IVC neto y ponderado. Finalmente Australia parece tener una performance positiva en materia de inserción comercial incluso cuando se lo compara con sus competidores a nivel internacional, la única excepción es su vínculo con Hong Kong en el que Nueva Zelanda le lleva ventaja.

¿Qué podría aportar en términos de política publica este IVC ponderado? Lo que se desprende de esta ponderación es que de existir la decisión política de avanzar en ampliar la red de acuerdos comerciales parecería necesario que se avance primero con acuerdos con los que nuestros competidores sí tienen acuerdos de preferencias. Esto haría que un país como Uruguay se encuentre al menos en similares condiciones preferenciales al momento de acceder a esos mercados. De lo contrario, se encuentra comparativamente muy en desventaja al momento de acceder a dichos destinos.<sup>9</sup> En otras palabras, se

---

<sup>9</sup> Es claro que no basta con mejorar preferencias comerciales para ser más competitivos en los destinos internacionales. También hay factores de economía doméstica que pueden afectar dicha competitividad, por ejemplo, infraestructura, costos de energía, etc. Estos factores no son incluidos en este análisis comparativos. Asimismo, entendemos que en comercio internacional, un mejor acceso preferencial es fundamental para diferenciarse de los competidores y esta variable sí es contemplada por la ponderación realizada.

podría decir que a mayor diferencia encontrada entre el IVC y el IVC ponderado mayor es la ventana de oportunidad de concretar acuerdos de preferencia comercial.



### Conclusiones

El índice presentado estima la vulnerabilidad comercial de cinco economías que poseen características comparables, ya sea por su escala económica o por su matriz productiva similar. Se entiende vulnerabilidad como la proporción de exportaciones que se realizan sin preferencias arancelarias. En los últimos tiempos, importantes actores políticos de todos los partidos políticos del Uruguay, han insistido en la relevancia de alcanzar un mejor acceso comercial en los mercados de destino de nuestras exportaciones, como condición necesaria para un crecimiento económico sostenible. Como mencionamos un acceso en mejores condiciones a los mercados de exportación permite: más estabilidad en el acceso a los mercados que dejan de depender de pequeñas variaciones de precios, mayores ganancias para las empresas exportadoras, posibles exportaciones de productos con menores ventajas comparativas y, lo que hoy en día es muy importante, la integración a cadenas globales de valor.

El IVC nos brinda un instrumento para cuantificar la forma en la que se integran ciertos países con el exterior. De los datos obtenidos aparecen claramente algunas conclusiones:

1. Al comparar los cinco países elegidos, tradicionalmente agro exportadores, se pueden observar dos tipos de estrategia comercial diferentes. En los últimos 11 años Chile, Australia y Nueva Zelanda tomaron una actitud muy activa en la concreción de tratados comerciales con mercados relevantes. Uruguay y Argentina concretaron muy pocos acuerdos y su principal acuerdo comercial sigue siendo el MERCOSUR. Esto tiene como consecuencia una reducción significativa de la vulnerabilidad de comercial de los primeros tres países y un estancamiento de los otros dos.
2. El período evaluado (2006-2017) de crecimiento de las economías emergentes, beneficiadas con los buenos precios internacionales de los principales productos exportados por los países elegidos para el estudio. El mercado asiático, China en particular, cobró una gran relevancia por lo que quienes concretaron acuerdos con estos mercados redujeron significativamente su vulnerabilidad comercial. El factor decisivo en reducir la vulnerabilidad comercial no es la cantidad de acuerdos logrados, sino el hacerlo con mercados estratégicos.
3. El caso de Chile es quizás el más emblemático en su apertura económica. En el 2006, año utilizado como línea de base, Chile ya había iniciado una política comercial de apertura

agresiva y contaba con TLC con EEUU y China. Pero en el período analizado refuerza la estrategia alcanzando acuerdos con la UE e India entre otros. Otros estudios realizados muestran como la desgravación de las exportaciones a estos mercados permitió una diversificación de los productos exportados abandonando la exclusividad de los productos con grandes ventajas comparativas, como el cobre (DGREI, 2011).

4. Para el caso de Uruguay se vuelve realmente preocupante la desventaja que enfrentan nuestras empresas a la hora de exportar a los grandes mercados asiáticos emergentes. La lana y carne neozelandesa ingresan a China con arancel 0% mientras que productos de origen uruguayo pagan tasas que oscilan alrededor del 20%.
5. Estimaciones del Ministerio de Economía y Finanzas, establecen el costo arancelario total pago por nuestros exportadores, en U\$S 250 millones de dólares, en 2016. Buena parte de nuestras exportaciones cargan con un alto costo adicional en comparación a algunos de los competidores considerados.
6. Más allá de las ventajas específicas mencionadas, no debemos perder de vista que existen otros beneficios de la integración menos tangibles pero igual o más importantes. Someterse a disciplinas más duras que las del MERCOSUR también implica ganancias de productividad, convergencias regulatorias, mejores normas de defensa de la competencia y, eventualmente, más inversión productiva dados estas mejoras. La globalización abre un set de oportunidades con muchos más beneficios que pérdidas potenciales, defender esta línea es también un asunto de valores y visión.



## Anexo de acuerdos por país

### Chile:

1- TLC Chile-Australia: El acuerdo fue firmado el 30 de julio del 2008 y entra en vigencia el 6 de marzo del 2009. El 100% de los productos chilenos ingresan sin aranceles al mercado Australiano.

2- TLC Chile-Canadá: El acuerdo fue firmado el 5 de diciembre del 1996 y entró en vigor el 5 de julio de 1997. Actualmente el 98,7% de los productos chilenos entran al mercado canadiense sin pagar aranceles.

3- TLC Chile-Centroamérica: este acuerdo incluye a Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, y Nicaragua. El acuerdo entra en vigor el 14 de febrero del 2002, el 1 de Junio del 2002, el 19 de julio del 2008, el 23 de marzo del 2010 y el 19 de octubre del 2012 respectivamente para cada país.

4- TLC Chile-China: El acuerdo entra en vigencia el 1 de Octubre del 2006. Actualmente el 97,2% de los productos chilenos ingresan sin pagar aranceles al mercado chino.

5- TLC Chile-Colombia: El acuerdo se firma el 6 de diciembre de 1993 y entra en vigencia el 27 de abril de 1994. Desde el año 2012 el 100% de los productos Chilenos entran al mercado Colombiano sin pagar aranceles.

6-TLC Chile-Corea del Sur: El acuerdo se firma el 15 de febrero del 2003 y entra en vigencia el 1 de abril del 2004. En la actualidad casi el 100% de los productos chilenos no pagan arancel para ingresar al mercado coreano.

7- TLC Chile-EFTA: La asociación europea de libre comercio (EFTA por sus siglas en inglés) está compuesta por Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza. El acuerdo fue firmado el 26 de junio del 2003 y entró en vigor el 1 de diciembre del 2004. Actualmente el 90% de los productos chilenos ingresan con arancel cero al bloque.

8- TLC Chile-Estados Unidos: El acuerdo fue firmado el 6 de junio del 2003 y entró en vigencia el 1 de enero del 2004. Desde el 2015 el total de los productos chilenos ingresan al mercado americano sin aranceles.

9-TLC Chile-Hong Kong: El acuerdo fue firmado el 7 de setiembre del 2012 y entra en vigencia el 29 de noviembre del 2014.

10-TLC Chile-Malasia: El acuerdo entra en vigor el 18 de abril del 2012.

11-TLC Chile-México: El acuerdo se firma el 17 de abril de 1998 y entra en vigencia el 31 de julio de 1999. En la actualidad el 98,3% de los productos chilenos entran al mercado Mexicano sin pagar aranceles.

12-TLC Chile-Panamá: El acuerdo se firma el 27 de junio del 2006 y entra en vigor el 7 de marzo del 2008. En la actualidad el 93% de los productos chilenos ingresan sin arancel al mercado panameño.

13-TLC Chile-Tailandia: El acuerdo entra en vigor el 5 de noviembre del 2015. Actualmente cerca del 93% de los productos chilenos ingresan con arancel cero al mercado tailandés.

14-TLC Chile-Turquía: El acuerdo se firma el 14 de Julio del 2009 y entra en vigencia el 1 de Marzo del 2011. En la actualidad el 83% de los productos chilenos entran con arancel cero al mercado turco.

15-TLC Chile-Vietnam: El acuerdo entra en vigencia el 1 de enero del 2014. En la actualidad el 90% de los productos chilenos ingresan con arancel cero a Vietnam.

16-Acuerdo de complementación económica Chile-Bolivia: El acuerdo se firma el 6 de abril de 1993 y entra en vigencia el mismo día. Chile otorga desgravación total al 100% de los productos importados de origen Boliviano.

17-Acuerdo de complementación económica Chile-Cuba: El acuerdo se firma el 20 de diciembre de 1999 y entra en vigencia el 28 de agosto del 2008. En la actualidad más de 1700 productos chilenos ingresan sin pagar arancel al mercado cubano.

18-Acuerdo de complementación económica Chile-Ecuador: El acuerdo se firma el 20 de diciembre de 1994 y entra en vigencia el 1 de enero de 1995. Desde el 1 de enero del 2000 el 96,6% de los productos del comercio bilateral están libres de aranceles.

19-Acuerdo de asociación económica estratégica Chile-Japón: El acuerdo fue firmado el 27 de marzo del 2007 y entró en vigencia en setiembre del mismo año. Desde la entrada en vigencia del acuerdo el 60% de las exportaciones chilenas ingresan con arancel cero al mercado japonés.

20-Acuerdo de complementación económica Chile-Mercosur: El acuerdo se firmó el 25 de julio de 1996 y entró en vigencia el 1 de octubre del mismo año. En la actualidad casi la totalidad de los productos chilenos ingresan con arancel cero al Mercosur.

21-Acuerdo de asociación económica Chile-P4: El P4 está compuesto por Nueva Zelanda, Singapur, Brunei Darussalam y el propio Chile. El acuerdo se firma el 18 de julio del 2006 y entra en vigencia el 8 de noviembre del 2006. En la actualidad los productos chilenos ingresan sin arancel a los 3 países mencionados.

22-Acuerdo de complementación económica Chile-Perú: El acuerdo entra en vigencia el 1 de julio de 1998. A partir del 1 de marzo del 2009 se profundiza el acuerdo transformándose en un Tratado de Libre Comercio. En la actualidad el 100% del comercio bilateral se encuentra libre de aranceles.

23-Acuerdo de complementación económica Chile-Unión Europea: El acuerdo se firma el 18 de noviembre del 2002 y entra en vigencia el 1 de febrero del 2003.

24-Acuerdo de complementación económica Chile-Venezuela: El acuerdo entra en vigencia el 1 de julio de 1993. En la actualidad el 96,4% de los productos están librados de aranceles.

25-Acuerdo comercial Alianza del Pacífico: Los países miembros son Chile, Perú, Colombia y México. El acuerdo fue suscrito el 10 de febrero del 2014. Desde el comienzo el 92% de los bienes comerciales circulan sin pagar aranceles, se espera llegar a un 100% en el 2030.

## **Uruguay:**

1- Mercosur: El Mercosur es fundado con la firma del tratado de Asunción el 26 de Marzo de 1991, los países fundadores son Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En la actualidad se ha incorporado a la República Bolivariana de Venezuela y al Estado Plurinacional de Bolivia, este último aún en proceso de ratificación parlamentaria. El acuerdo establece arancel cero para todos los bienes entre los países socios existiendo listas de excepciones.

2-Acuerdo de libre comercio Mercosur-Chile: por medio del Mercosur Uruguay accede con preferencias al mercado chileno. El acuerdo entra en vigencia en octubre de 1996. Actualmente la

totalidad de las exportaciones uruguayas (salvo las que están en las listas de excepciones) ingresan con 100% de preferencia arancelaria a Chile.

3- Acuerdo de libre comercio Mercosur-Colombia, Ecuador y Venezuela: El acuerdo entra en vigencia en el año 2005. El 93% de las exportaciones de Uruguay a Colombia entran con arancel cero. Para el caso de Ecuador el 90% de las exportaciones ingresan con arancel cero. Por último para el caso de Venezuela, desde su ingreso pleno al Mercosur se ingresa con arancel cero en el 100% de las exportaciones.

4-Acuerdo de libre comercio Mercosur-Perú: El acuerdo entra en vigencia en el año 2006. En la actualidad el 100% de las exportaciones uruguayas que no estén en listas de excepciones ingresan con arancel cero al mercado peruano.

5-Acuerdo de libre comercio Mercosur-Cuba: El acuerdo entra en vigencia en el año 2008. Actualmente Uruguay accede libre de aranceles al 32% del universo arancelario del acuerdo.

6-Acuerdo preferencial de comercio Mercosur-India: El acuerdo entra en vigencia el 1 de junio del 2009. Las preferencias actualmente otorgan márgenes de entre 10% y 20% para nuestro país.

7-Acuerdo de libre comercio Mercosur-Israel: El acuerdo se firma en diciembre del 2007 y entra en vigencia en diciembre del 2009. En la actualidad aproximadamente el 96% del universo arancelario cuenta con 100% de preferencia arancelaria.

8- Acuerdo preferencial comercial Mercosur-Unión aduanera de África del Sur (SACU): El acuerdo entra en vigencia el 1 de abril del 2016. Actualmente el 45% del universo arancelario ingresa con 100% de preferencia a este mercado.

9- TLC Mercosur-Egipto: El acuerdo fue firmado el 2 de agosto del 2010 y entra en vigencia el 1 de setiembre del 2017. En la actualidad el 25% del universo arancelario tiene 100% de preferencia.

10- Acuerdo bilateral de libre comercio Uruguay-México: El acuerdo se firma en noviembre del 2003 y entra en vigencia en julio del 2004. En la actualidad casi la totalidad de los productos uruguayos ingresan con preferencias al mercado mexicano.

11-TLC Uruguay-Chile: El acuerdo se firma en octubre del 2016 y aún no ha entrado en vigor ya que resta la ratificación parlamentaria en Uruguay.

Sistema generalizado de preferencias para Uruguay:

Uruguay se beneficia del esquema del sistema generalizado de preferencias por el cual ciertos países desarrollados otorgan preferencias comerciales sin reciprocidad a países en vías de desarrollo. Gracias a este mecanismo Uruguay ingresa con preferencias a los siguientes mercados: Japón, Rusia, Australia, Nueva Zelanda, Noruega, Suiza y Turquía.

### **Argentina:**

1- Mercosur: El Mercosur es fundado con la firma del tratado de Asunción el 26 de Marzo de 1991, los países fundadores son Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En la actualidad se ha incorporado a la República Bolivariana de Venezuela y al Estado Plurinacional de Bolivia, este último aún en proceso de ratificación parlamentaria. El acuerdo establece arancel cero para todos los bienes entre los países socios existiendo listas de excepciones

En su totalidad, los acuerdos de preferencia comercial con los que cuenta Argentina son en el marco del Mercosur (acuerdos comerciales con, Chile, Colombia, Ecuador, Venezuela, Perú, Cuba, India, Israel, Unión aduanera de África del Sur (SACU) y Egipto. Por mayor información sobre estos y otros acuerdos se recomienda visitar: < [http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGAgreements\\_e.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/ARG/ARGAgreements_e.asp)>

## Bibliografía

- **Amorim, Celso** (2011). Conferencia en la Asociación de las Américas en Nueva York. <https://www.panamaamerica.com.pa/node/684801>
- **Albertoni, Nicolas** (2017). “Por qué creo que nuestra inserción no avanza”, Diario El Observador <<https://www.elobservador.com.uy/por-que-creo-que-nuestra-insercion-no-avanza-n1091843>>.
- **Bastiat, Frédéric** (1859). *Sofismas economicos*. Madrid: Imprenta de Manuel Galiano. Consultado el 13 de mayo de 2012.
- **Bastiat, Frédéric** (2009). Francisco Cabrillo, ed. *Obras escogidas* (2ª edición). Madrid: Unión Editorial.
- **Bhagwati, Jagdish** (2005). En defensa de la globalización, Debate, Barcelona, 2005, pp. 19 y 20.
- **David Boaz**, The Libertarian Mind, Simon & Schuster, New York, 2015.
- **Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales** (2009) Chile: 20 años de negociaciones comerciales. Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. Santiago, Chile.
- **Hazlitt, Henry** (2011). *La economía en una lección*. Laissez faire!. Madrid: Unión Editorial.
- **Meller, Patricio; Moser, Rodrigo** (2012). “Rol De Los TLCs y el Patrón Exportador Chileno” Documento preparado para la Conferencia Internacional CAF-CIEPLAN Análisis de las Relaciones Económicas Chileno-Asiáticas. Lecciones para América Latina. Santiago, Chile, 29 de marzo, 2012.
- **Oddone, Gabriel** (2011). Restricciones para sostener el crecimiento: Lecciones y desafíos de las políticas públicas, en Rodrigo Arocena y Gerardo Caetano, La aventura uruguaya. El país y el mundo, Debate, p. 76.
- **Olson, Mancur** (1977). *The logic of collective action*.
- **Pinker, Steven** (2018). *Enlightment Now. The Case for Reason, Science, Humanism and Progress*. New York: Viking.
- **Pinker, Steven** (2011). The better angels of our nature. Vikings Books.
- **Rose, Andrew (2006)**. Size really doesn't matter: in search of a national scale effect, NBER, working paper N° 12191.
- **Roser, Max**. Our World in data
- **Rosslin, Hans**. Gapminder.



El **Centro de Estudios para el Desarrollo** es un centro de estudios e investigación privado e independiente de todo grupo político, religioso y empresarial que dedicado a la promoción del desarrollo humano desde un enfoque que privilegia los principios de una sociedad libre.

Su misión es estudiar la realidad política, económica y social del Uruguay para incidir eficientemente en la toma de decisiones de políticas públicas en forma científica y cuantificable a través de investigaciones de excelencia académica, instancias de formación y programas de interacción social que sustenten los valores de la Libertad.

Centro de Estudios para el Desarrollo  
Palacio Salvo - Plaza Independencia 848, 1er piso - 11100 Montevideo - Uruguay  
[www.ced.uy](http://www.ced.uy) / [info@ced.uy](mailto:info@ced.uy) / [@ced\\_uy](https://twitter.com/ced_uy)