

Nº 1 - Enero 2005

# contenido

INFORME SOBRE NUESTRA TAPA	<b>2</b>
EDITORIAL	<b>3</b>
DIVERSIFICACION DE LOS MERCADOS DE DESTINO, por Embajador Gastón Lasarte	<b>4</b>
COMERCIO Y COMPETITIVIDAD, por Alfredo Raggio Lafone	<b>6</b>
BASES PARA UNA POLÍTICA DE INSERCIÓN COMERCIAL EXTERNA, por Dr. Luis Almagro Lemes	<b>8</b>
LUCHA CONTRA EL HAMBRE Y LA POBREZA, por Lic. Noelia Martínez y Lic. Flavia Pisano	<b>11</b>
EL ARCHIVO HISTÓRICO DIPLOMÁTICO, por Sr. Alvaro Corbacho Casas	<b>14</b>
LA FUNCION CONSULAR Y LA EMIGRACIÓN, II parte, por Dr. Luis Sica Bergara	<b>16</b>
URUGUAY Y LAS NEGOCIACIONES SOBRE COMERCIO DE SERVICIOS EN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC), por Dr. Hugo Cayrús Maurin	<b>18</b>
URUGUAY EN EL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE LOS ESTADOS UNIDOS, por Lic. Alejandro Garófali	<b>24</b>
HACIA UNA POLÍTICA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL, por Emb. Diego Zorrilla de San Martín	<b>28</b>
PLAN DE PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES, AÑO 2005 por Dalia Paseyro	<b>30</b>
NOTICIAS	<b>33</b>
SABIA USTED QUE...	<b>34</b>
ASISTENCIA AL COMPATRIOTA	<b>35</b>
176 AÑOS DE LA CANCELLERÍA, por Lic. Alberto Guani	<b>36</b>

## MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Listado telefónico de líneas urbanas que pueden resultar de utilidad

Secretaría Señor Ministro 9022132/3  
9023326 / 9028202 / 9021349(fax)  
Subsecretaría 9020340 / 9020441 / 9022135(fax)  
Dir. Gral. de Secretaría 9022134/ 9032453  
9020865(fax)  
Dir. Gral. Técnico Administrativos  
9022313 / 9021009 / 9019477(fax)

**DIRECCIONES GENERALES**  
Cooperación 9017734 (lifax) 9027972  
Culturales de As. 9022311 (lifax)  
Económicos de As. 9020618 / 9014534  
9017413(fax)  
Integración y Mercosur 9001306  
9004675 / 9016980(fax) / 9021845(fax)  
Políticos As. 9017086 / 9000447 / 9021006(fax)

**DIRECCIONES**  
Administrativa 9019434  
América Regional 9027974 / 9017615(fax)  
Asia, África y Oceanía 9019436 (lifax) / 9027975  
Ceremonial y Protocolo 9022213/14 / 9023972  
9032797 / 9022215(fax) / 9032004(Ceremonial)  
Consulares Asuntos 9089142 / 9032065  
9089449

Comunicaciones 9020839 / 9028282  
9084228 / 9024290(fax) / 9021327(fax)  
Derechos Humanos 9027806  
Europa Regional 9020423 / 9018785(fax)  
Financiero Contable 9012486 / 9024294  
9024296(lifax)

Informática 9028795 / 9028795 9028793/94 (Modem)  
Institucionales Relaciones 9022715 (lifax)  
Jurídicos de As. 9021059 / 9022714(fax)  
Limitrofes As. (Dal) 9020400  
9087486 / 9086575 (lifax)  
Medio Ambiente internos 2221/2052  
Multilaterales As. 9017122 / 9001826  
Personal 9017152  
Prensa 9022312 / 9080620(fax)  
Programación Comercial 9032872/75  
9022717/18 Modem / 9032873/74(fax)  
Tratados 9017414 / 9018645 / 9027973  
9024287(fax)

**DEPARTAMENTOS**  
Acuerdos con Presidencia 9015076  
Compras 9014295 (lifax)  
Documentación de Viaje 9024430 (lifax)  
Franquicias 9027807  
Pasajes y Viáticos 9017153  
Servicios Generales 9024581 / 9028204 (lifax)  
Tesorería 9027962 (lifax)  
Valijas Diplomáticas 9019487 (lifax)

**INSTITUTO ARTIGAS (IASE)** 9022216 (lifax)

**OFICINAS**  
Asistencia al Compatriota 9010791  
9026300 / 9026400(fax)  
Contaduría Central 9011875 (lifax)  
C. C. R. V. M. A. 9024165 (lifax)  
ALADI 9025305 / 9025306 / 9019123 (fax)  
Com. Adm. Río de la Plata 9031045  
CO. DE. FRO. 9082331  
Sede Mercosur-Administ. 4131117 / 4130339 (fax)  
Sede Mercosur. Secretaría 4129024

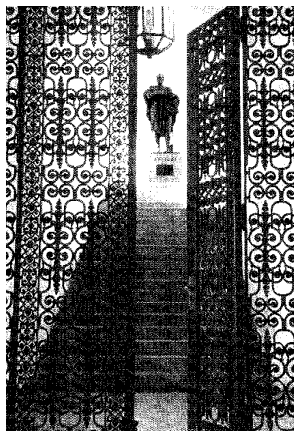
Mesa Central 9021007 / 9021008  
9021010 / 9024087/90

Dirección Comercio Exterior 9020337  
9021013 / 9028206

Dirección de Asuntos Derecho Internacional  
902 1010 (int. 2236) / 902 1059

## Nuestra tapa

El histórico edificio del Cabildo se comenzó a construir en 1804 con granito proveniente de las canteras del Cerro, y fue uno de los seis\* edificios que ocupó la Cancillería en sus 176 años de existencia.



Durante la década del 20 el Ministerio de Relaciones Exteriores trasladó su sede del Palacio Estévez (actual Edificio Independencia) al Cabildo, compartiéndolo con el Parlamento hasta el 25 de agosto de 1925, en que fue solemnemente inaugurado el Palacio Legislativo.

En el edificio del Cabildo estuvo instalada la Cancillería hasta el año 1954 en que comenzó su traslado al Palacio Santos finalizado en 1957.

Entre los acontecimientos de relevancia para la diplomacia de la República que se llevaron a cabo desde la sede del Cabildo, se registra la batalla diplomática -siendo Canciller el Dr. Alberto Guani- que siguió al enfrentamiento armado frente a las costas de Punta del Este entre los buques ingleses Ajax, Exeter y Achilles, que provocó el ingreso al Puerto de Montevideo del Acorazado Admiral Alemán Graf Spee, determinando que el Gobierno, amparado en la legalidad internacional a la que debía ceñirse, decretara un plazo de permanencia del buque de 72 horas en aguas uruguayas.

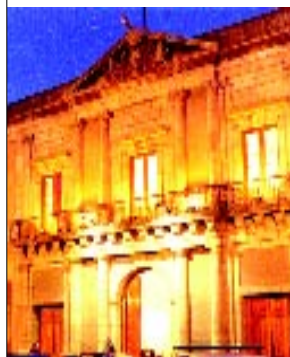
El Profesor Juan E. Pivel Devoto, quien también fuera funcionario de la Cancillería, posteriormente lideró el reacondicionamiento del Cabildo para devolverle su estructura original.

\* El primer local -al igual que los otros ministerios- se hallaba en la Villa Guadalupe (hoy Canelones) sede momentánea del Gobierno Provisorio. Luego se ocupó una casa en la Aguada. Posteriormente, la Cancillería se ubicó en El Fuerte (edificio de sólido granito que estaba donde actualmente se encuentra la Plaza Zabala) y el Palacio Estévez, donde se compartió sede con otros Ministerios. El Cabildo hasta el año 1954 y el actual Palacio Santos, al cual se le han agregado edificaciones anexas a fin de atender crecientes responsabilidades, han sido y son la sede del Ministerio de Relaciones Exteriores del Uruguay.

POLÍTICA EXTERIOR DEL PRESENTE  
Colonia 1206 – of 103  
Tel. 902 1010 (int. 2091)  
Inscripto en el MEC  
(Registro de Ley de Imprenta, N° 01938)

- REDACTOR RESPONSABLE  
Dr. Nelson Yemil Chabén  
Ministro
- CO-REDACTOR RESPONSABLE  
Lic. Federico Perazza  
Primer Secretario
- COLABORADORA  
Lic. Noelia Martínez  
Tercer Secretario
- SECRETARIA GENERAL  
Daniela Suárez

Edición: Editora de Revistas S.R.L.  
Vázquez 1434.  
Tel.: 408 5009, Telefax: 401 4511  
Impresión: Impresora Aurelia S.R.L.  
Depósito Legal: 303.703  
Encuadernación:  
Encuadernadora Ltda.  
Diseño Gráfico:  
Contraarte, Mónica Rosenbrock



AFUSEU

Colonia 1206, of. 103  
Tel.: 902 1010 (int. 2091)  
E-mail: afuseu@mrree.gub.uy

ASOCIACIÓN DE FUNCIONARIOS DE CARRERA  
DEL SERVICIO EXTERIOR DEL URUGUAY

COMISION DIRECTIVA

PRESIDENTE: Dr. Nelson Yemil Chabén

VICEPRESIDENTE: Dra. Inés Ubici

TESORERO: Dr. Manuel Vieira

SECRETARIO: Dr. Gustavo Vanerio

PRO-SECRETARIO: Dr. Jorge Jure

VOCAL: Dr. Hugo Cayrús



# Muchas gracias...

...por vuestro apoyo en nuestro primer número (el número 0) de la revista «Política Exterior del Presente».

La acogida y calurosa receptividad que ha tenido la misma, nos alienta a seguir trabajando por el camino elegido en procura de la meta que nos hemos trazado: estar más cerca de la Sociedad Civil uruguaya.

Este medio nos está permitiendo conocernos mejor, transmitirles nuestras experiencias, cómo la estamos representando en el exterior, cómo procuramos satisfacer sus necesidades en un mundo cada vez más competitivo y exigente, pero sobre todo y esto es lo más trascendente, nos permite recibir del público en general, estudiantes, académicos, empresarios, políticos, a quienes esta publicación está dirigida, sus puntos de vista, sus críticas, sus dificultades y cuáles son sus necesidades. En síntesis, «Política Exterior del Presente» generó esa sinergia tan necesaria como trascendente, de que un cuerpo de profesionales que trabaja para su país fuera del mismo, pueda recibir de los sectores involucrados su visión de lo que es el «Uruguay Real». De nada sirve la más sofisticada o compleja de las negociaciones, si no responde a una necesidad concreta de mejorar un sector de la economía o de posicionar al

Uruguay convenientemente del punto de vista político en determinado tema en un organismo internacional. Una presencia internacional activa del Uruguay es esencial en cualquier campo, el político, el económico, el cultural, el científico, etc. Del mayor conocimiento mutuo de los factores que llevan a cabo esta tarea, va a depender, según nuestro criterio, el éxito del objetivo final fijado: orientar nuestra actividad, acorde a las políticas que permitan una mejor utilización de los factores humanos y económicos de la Cancillería para el bienestar de todos los uruguayos.

En esta edición, el número 1 de la revista, se publicarán dos mil quinientos ejemplares. No alcanzaron los dos mil de la primera edición, por lo que en esta ocasión decidimos aumentar el número de revistas. Cabe recordar que como la anterior, esta revista se distribuirá entre todas las representaciones diplomáticas del Uruguay en el exterior, todas las representaciones diplomáticas acreditadas en nuestro país, todo el espectro político, Poderes del Estado, empresas, productores, universidades, centros de estudios intermedio, personalidades del deporte, medios de prensa, a responsables de publicaciones similares en las Cancillerías de

América Latina y al público en general.

Mucho nos satisface haber recibido de centros de estudio de enseñanza secundaria la noticia de que algunos de los artículos del número 0, se estaban discutiendo en aulas de liceos y que habían servido como fuente de consulta sobre determinados temas.

Tenemos la esperanza que en esta edición puedan también encontrar artículos de interés que sean útiles en vuestra actividad particular.

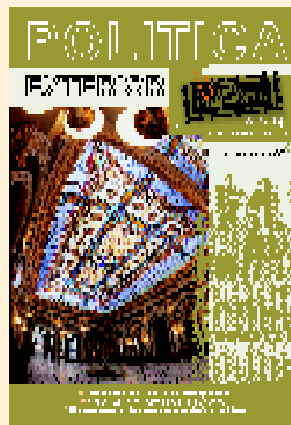
A esto le tenemos que agregar la alegría de que varios avisadores han manifestado interés y así han procedido, a publicitar en «Política Exterior del Presente». Bienvenidos y muchas gracias por su confianza.

Con el deseo de que tengan un feliz y muy buen año 2005, nos despedimos con el sincero agradecimiento y la fe de que seguiremos trabajando juntos por un Uruguay mejor.

Atentamente, Director Responsable



# edito



## In memoriam

Esta edición está dedicada a la memoria,  
de nuestro querido colega Embajador José Luis Aldabalde



# DIVERSIFICACION de los mercados de destino

En virtud de las conocidas limitaciones demográficas de su mercado interno, el crecimiento y desarrollo del Uruguay está inexorablemente ligado a la expansión, modernización y diversificación de su comercio exterior. La consecución de tales objetivos implica necesariamente una mayor inserción del país no sólo en la región, sino también y primordialmente en la economía global.

Ese mayor grado de integración de nuestro país al mundo se ha venido verificando con progresiva nitidez en los últimos años, no sólo mediante una activa gestión uruguaya en la Organización Mundial del Comercio (OMC), que incluyó el ejercicio de la Presidencia de su principal órgano -el Consejo General- por el Embajador Carlos Pérez del Castillo durante el 2003, sino también a través de cambios sustanciales en la composición de los mercados de destino de nuestras exportaciones.

Si fijamos como parámetros de comparación los años 1998 y 2004 (acumulado en uno y otro caso al 13 de octubre), se advierten, sin lugar a ninguna duda la profundidad o la intensidad de esos cambios:

- En el año 1998, el MERCOSUR configuró el primer bloque regional de destino, absorbiendo el 53% de nuestras exportaciones. En cambio, las correspondientes a la Unión Europea (UE) representaron en ese entonces el 19%, y las destinadas al NAFTA el 7%. Tales datos pusieron en evidencia una fuerte concentración de las exportaciones uruguayas en el MERCOSUR, acentuando la vulnerabilidad de nuestro sector externo a las contingencias económicas, comerciales o financieras de los países vecinos. Ello quedó plenamente confirmado en los años posteriores



cuando la devaluación del real en 1999 y el colapso de la economía argentina en el 2002.

- En el período equivalente del 2004 tales porcentajes se han modificado drásticamente, quedando distribuida casi en tercios la incidencia de esos tres bloques regionales en nuestras exportaciones: la del MERCOSUR disminuyó al 26%, en tanto aumentaron las participaciones del NAFTA al 27% y de la Unión Europea (UE) al 21%. Tomando como referencia la exitosa experiencia chilena, que ha logrado un adecuado y sano equilibrio entre las regiones de destino de sus exportaciones, permitiéndole atenuar o compensar los riesgos derivados de una excesiva dependencia a un bloque regional o a un país, se ha alcanzado en el caso del Uruguay una saludable redistribución de los mercados de destino, reduciendo la vulnerabilidad de nuestro comercio internacional a las convulsiones o inestabilidades que han sido lamentablemente frecuentes en el "primer círculo concéntrico" de nuestro política exterior: el área del MERCOSUR.

- En consecuencia, el estudio comparado del comportamiento de las exportaciones uruguayas desde el 1º de enero de 1998 al 13 de octubre del 2004 revela un sostenido crecimiento

del NAFTA en la captación de las mismas, aumentando su incidencia porcentual del 7 al 27% durante tan sólo seis años, en detrimento básicamente del MERCOSUR, dado que su tasa de participación descendió en el mismo período del 53 al 26%. Mientras tanto, la correspondiente a la UE permaneció prácticamente estabilizada entre el 19 y el 21%.

- Naturalmente, ese nuevo y positivo esquema logrado en la diversificación del destino regional de nuestras exportaciones, se reproduce a escala de los mercados nacionales, destacándose las siguientes constataciones:

- La incidencia de Brasil como mercado individual de destino, descendió del 32% en 1998 al 16% en el 2004.
- En el caso de Argentina, la caída fue más pronunciada, declinando del 18% en 1998 al 8% en el 2004, en tanto la participación de Paraguay osciló entre el 3 y el 2% durante el período.
- Respecto a los países partes en el NAFTA, la incidencia de los EE.UU. aumentó sustancialmente del 5% en 1998 al 19% en el 2004, convirtiéndose este año en el primer destino de nuestras exportaciones, mientras la de Canadá creció durante esos seis años del 1 al 3% y la de México del 1 al 4%. Si desagregamos a Puerto Rico como mercado individual de destino, su participación se duplicó, incrementándose del 0.4 al 0.8%.
- La estabilidad porcentual de la UE también se reflejó en una participación uniforme, con leves oscilaciones entre un año y otro, de sus principales países miembros: la de Alemania fluctuó entre el 4% en el 1998 y el 5% en el 2004,


la del Reino Unido entre el 4 y el 3%, en tanto la de Italia promedió el 4% y las de España y los Países Bajos el 3% cada uno.

- Mención aparte merecen los mercados asiáticos, destacándose los de China, que ha absorbido promedialmente el 2.5% de nuestras exportaciones y Hong Kong con el 2%. En el caso de Japón, su participación ha sido consistentemente baja, por debajo del 1% durante el período. En cambio, ha sido significativo el crecimiento de Irán y Tailandia como países de destino, llegando cada uno a captar este año el 2% de nuestras exportaciones.
- Otros importantes mercados individuales, sin pertenencia a esos tres grandes bloques regionales, han sido Israel y Chile con una incidencia promedial cada uno del 3%.
- En relación a la Comunidad Andina de Naciones (CAN), la incidencia conjunta de sus cinco miembros (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) ha

promediado el 3% de nuestras exportaciones.

- En cuanto al Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), su participación ha sido marginal, captando el conjunto de sus cinco miembros (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua) por debajo del 0,5% de las exportaciones uruguayas.
  - También han sido marginales las incidencias de los países de África, el Caribe, Europa Oriental y las demás naciones asiáticas.
- Esa nueva y mejor equilibrada composición de los mercados de destino, tanto a nivel de grandes bloques

regionales como de países individuales, refleja en buen grado las prioridades asignadas en materia de comercio exterior, tanto en el plano de las negociaciones conducentes al mejoramiento de las condiciones de acceso a dichos mercados en términos arancelarios y parancelarios, como en la misma promoción de nuestra oferta exportable.

En otras palabras, se puede detectar una significativa correlación entre la escala de prioridades comerciales fijadas durante ese período y los resultados verificados en la recomposición o redistribución de los destinos de nuestras exportaciones. 

Nombre: Gastón Lasarte Burghi

Títulos: Diplomacia – Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. / Literatura – Instituto de Filosofía, Ciencias y Letras.

Cargo en el Servicio Exterior: Embajador

Destinos y cargos: 1995 – Director General Interino de Asuntos Políticos (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1996 – Jefe de Gabinete del Señor Ministro de Relaciones Exteriores. / 1997 – Secretario General del Ministerio de Relaciones Exteriores. / 1998 – 2003 Embajador del Uruguay en Canadá y concurrente en Islandia. / 2003 – Director General para Asuntos Económicos Internacionales (Ministerio de Relaciones Exteriores).

# Comercio y competitividad

por Alfredo Raggio Lafone

Existen algunos mitos respecto al comercio internacional y la competitividad de las economías. La apertura comercial sin una regulación adecuada puede no ser beneficiosa para los países. El libre comercio afecta los precios relativos y la distribución del ingreso en la economía, habrá ganadores y perdedores.

Tampoco las políticas nacionales destinadas a generar competitividad son siempre funcionales a las estrategias de los países.

Los países definen y desarrollan sus políticas comerciales teniendo en cuenta elementos y estrategias, entre los que se incluyen procesos de regionalización e integración. Muchas veces escuchamos sobre los beneficios de la integración para nuestros pueblos y sobre la estrategia internacional del Uruguay a partir del MERCOSUR.

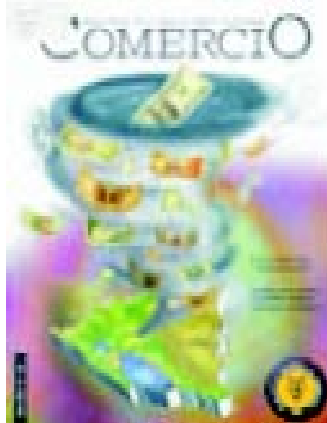
Desde el punto de vista de los fundamentos económicos, el libre comercio tiende a promover el bienestar, además de inducir ventajas comparativas y competitivas entre los países. Uno de los postulados básicos es la ley de las ventajas comparativas. De conformidad con la misma, aunque una nación posea ventaja absoluta en la producción de uno o más bienes, cada país se especializa en aquellos bienes en que tenga una ventaja comparativa, si todos hacen ello, se ganará con el comercio. Dadas estas condiciones, el comercio no elimina la diferencia en la calidad de vida de cada país, pero sí va a mejorar el nivel de vida de los que comercian.

Sin embargo, este modelo del comercio internacional -elaborado por el economista David Ricardo- no es totalmente válido y parte de algunos supuestos que no son realistas. Hace abstracción, en primer lugar, del problema de la distribución del ingreso en las economías, no le asigna ningún papel a la diferencia de recursos de los países (clima, naturaleza, etc.) e ignora, por último, el papel de las economías de escala como causantes del comercio.

Además de la ley de las ventajas comparativas, otro postulado teórico vinculado al comercio es el teorema de Heckscher-Ohlin, cuyo argumento se basa en que los países terminan exportando bienes con factores pro-

ductivos abundantes (países agrícolas - alimentos) e importando bienes intensivos en factores productivos escasos (países agrícolas - bienes de capital). La ventaja comparativa surge por la diferente dotación de factores productivos.

Otro concepto de interés es la aplicación del postulado Heckscher-Ohlin utilizada por Krueger. Esta adaptación del modelo se refiere a la situación de países que se agrupan mediante integración económica, los cuales así se dotan de mayor mano de obra por unidad de capital que la existente en otras áreas. De acuerdo a esta adaptación el proceso de integración tenderá a aumentar la producción de bienes más intensos de capital en el comercio intrarregional, que los bienes de exportación a terceras naciones. Tanto la adaptación de Krueger como las modalidades de promoción y fortalecimiento de ventajas competitivas, son planteamientos que nos ayudan a comprender más el vínculo entre comercio y desarrollo, y la formulación de políticas comerciales a nivel nacional.



Por otra parte, los neoliberales plantean que existe una relación entre las exportaciones y el crecimiento económico. De conformidad con las ideas centrales de la perspectiva neoliberal, la promoción de exportaciones por medio de diferentes medidas macroeconómicas -que incluyen la depreciación o devaluación de las monedas- está orientada a generar mayor crecimiento, empleo y mejora en la balanza comercial siguiendo un contexto general de política «hacia afuera». Estas recomendaciones de política para el desarrollo, con base en los mercados externos, fue recomendada en especial, para economías que mostraban importantes y persistentes problemas de deuda externa. Complementariamente a esta promoción de exportaciones, muchos gobiernos establecieron políticas económicas restrictivas, de carácter fiscal y monetario, con el fin de controlar el déficit fiscal y presiones inflacionarias.

Las medidas de promoción de exportaciones incluyeron devaluación o depreciación de las monedas. El conjunto de medidas neoliberales repercutió en restringir el mercado interno de las naciones como motor impulsor del crecimiento económico. Esto tuvo un efecto negativo en cuanto a restringir la demanda efectiva en los mercados domésticos y empobrecer a varios sectores empeorando los indicadores sociales de muchos países.

Tomando como base lo anterior, e independientemente del modelo económico que se analice, el comercio internacional produce ganadores y perdedores y una distribución desigual del ingreso. Ello se debe no sólo al comportamiento que tienen en la práctica los fundamentos de los modelos económicos, sino también a que el comercio internacional tiene toda

una connotación de relaciones de poder entre las naciones, que hace que los países en desarrollo enfrenten escenarios internacionales en desventaja.

A partir de esta premisa nos podemos preguntar, ¿es la liberalización comercial ventajosa, hacemos bien en reducir aranceles y promover la rápida eliminación de barreras no arancelarias? ¿Es verdad que la liberalización del comercio aumenta nuestras exportaciones, expande el ingreso por medio de las ventajas comparativas, desplazando recursos de empleos menos productivos hacia otros más productivos?

Un país de las dimensiones de Uruguay tendría que abrirse al mundo a fin de recoger cuanto antes los beneficios de la integración económica y el libre comercio. Sin embargo, no siempre la mano invisible del libre mercado nos llevará por el camino correcto. Si es prematura y mal manejada, la liberalización comercial puede resultar perjudicial para un país en desarrollo. El libre comercio afectará los precios relativos y, en definitiva, la distribución del ingreso. Como resultado del mismo habrá ganadores (los sectores más competitivos) y perdedores (los sectores que compiten con las importaciones), estos últimos con pérdida de renta y empleos.

Del mismo modo cabe preguntarse qué rol tiene la competitividad en el comercio internacional. Se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los gobiernos e industrias en todos los países. Entre los gobiernos existe una tendencia creciente a experimentar diversas políticas con el fin de promover la competitividad nacional, no solamente a través de los esfuerzos para manejar el tipo de cambio, sino también con medidas para guiar el comercio internacional.

La competitividad es percibida como un fenómeno macroeconómico y resulta frecuente escuchar que el atraso del tipo de cambio nos afecta en nuestra competitividad.

Si esta hipótesis es verdadera, sería conveniente analizar qué ocurre cuando se realiza una devaluación de la moneda.

En el corto plazo puede producir una reactivación: los productos nacionales se vuelven más competitivos que los extranjeros, aumenta el producto nacional, ingresan divisas y se incrementan las reservas internacionales del país, aumenta la oferta monetaria y se genera finalmente un su-

perávit en la cuenta corriente. En el largo plazo, sin embargo, el efecto de la devaluación es neutro, los precios son flexibles y comienzan a subir porque el producto queda por encima del pleno empleo y los efectos reales de la devaluación desaparecen.

Consecuentemente, en el largo plazo no se gana en competitividad, la devaluación no afecta ninguna variable real de la economía y termina afectando las variables nominales (precios-cantidad de dinero) en la misma proporción que el aumento ocurrido en el tipo de cambio.

Otras corrientes de opinión argumentan que la competitividad está en función de la mano de obra abundante y barata. Sin embargo, muchos países desarrollados han prosperado aún con salarios altos y escasez de mano de obra. A su vez, otros países pueden tener bajos salarios y bajos costos de mano de obra pero no ser lo suficientemente competitivos internacionalmente.

Otro enfoque relaciona la competitividad con la abundancia de recursos naturales, pero entonces cómo puede explicarse el éxito económico de países como Japón, Suiza y otros con recursos naturales limitados.

Ninguna de estas explicaciones nos parece completamente satisfactoria, cada una de ellas tiene algo de verdadera, sin embargo actúan en el mercado un conjunto de fuerzas más complejas para sostener la competitividad de un país y sus productos.

Dentro de los indicadores internacionales, el World Economic Forum prepara anualmente un ranking de competitividad de las naciones. Este estudio tiene como objetivo evaluar la habilidad de los países en desarrollar un crecimiento sostenido y sustentable en el mediano y largo plazo.

Entre los diez primeros países más competitivos internacionalmente están en su orden: Finlandia, Estados

Unidos, Suecia y después Dinamarca, Suiza, Japón y Reino Unido, ninguno de ellos tiene sus monedas devaluadas ni retribuciones menores a la mano de obra.

Reconociendo entonces la importancia de la competitividad en el comercio internacional, tenemos que preguntarnos cómo podemos lograr una competitividad sustentable para nuestros productos y competir en los mercados internacionales.

El único concepto significativo para desarrollar la competitividad a nivel nacional es la productividad. El objetivo principal de un país es el de producir un nivel de vida alto y de crecimiento para todos los ciudadanos. La habilidad para lograrlo depende de la formulación de políticas nacionales que incentiven la productividad con la cual se utilicen los factores de producción: tierra, mano de obra y capital.

Por este motivo es que las nuevas teorías económicas van más allá de las ventajas comparativas para considerar las ventajas competitivas de las naciones. En ellas se refleja una concepción de la competencia que incluye mercados segmentados, productos diferenciados, diferencias tecnológicas y economías de escala. La nueva teoría va más allá de las devaluaciones competitivas y explica por qué las empresas de algunos países son mejores que otras para crear ventajas basadas en la calidad de sus productos, en las características y diferenciación de sus productos y en la innovación de sus productos.

Al final, los mercados internacionales nos muestran que la competencia es dinámica y evolución constantemente. En consecuencia, la única manera de mantener la competitividad y sostener una ventaja competitiva es la de mejorarla e innovar en forma permanente.



Nombre: Alfredo Raggio Lafone

Títulos: T.C. en Administración de Empresas

Cargo en el Servicio Exterior: Secretario de Primera

Destinos y cargos: 1986 - Dirección General (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1986 - Dirección de Asuntos Económicos (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1986 -1989 Embajada del Uruguay en Suecia, encargado Sección Consular y Consul del Uruguay en Suecia. / 1990 - 1995 Dirección General para Asuntos Políticos (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1995 - 1998 Embajada del Uruguay en Brasil - Departamento Económico-Comercial. / 1998-2003 Encargado Sección Consular Embajada en Brasil. / 2000 - 2003 Representación del Uruguay ante ALADI y MERCOSUR. / 2003-2004 Dirección de Protocolo y Ceremonial de Estado (Ministerio de Relaciones Exteriores).

# Bases para una política de inserción COMERCIAL EXTERNA

por Dr. Luis Almagro Lemes

Las condiciones de desconfianza política interna debido a la situación del sistema Bancario, con una severa pérdida de las reservas, los casos de corrupción que se debieron enfrentar relacionados con la crisis financiera y la difícil situación social generada por el aumento del desempleo, constituyeron un marco negativo a la hora de promover la imagen del país y un cambio cualitativo en el sector exportador uruguayo. Asimismo, las posiciones asumidas dentro del MERCOSUR aislaron al país y lo dejaron sin posibilidades reales de incidir en temas de importancia práctica. Se perdió imagen de seriedad desde el punto de vista internacional con posiciones agraviantes, así como se negó apoyo a iniciativas de países de la región como la formación del G20 en la Organización Mundial del Comercio (OMC). Estas prácticas fueron absolutamente contrarias a lo que siempre debemos tener presente, que el comercio exterior se instrumenta sobre la base del acercamiento político y no viceversa. La apertura de los mercados internacionales dependerá, en gran medida, de las buenas relaciones que se puedan fomentar con todos los países del mundo.

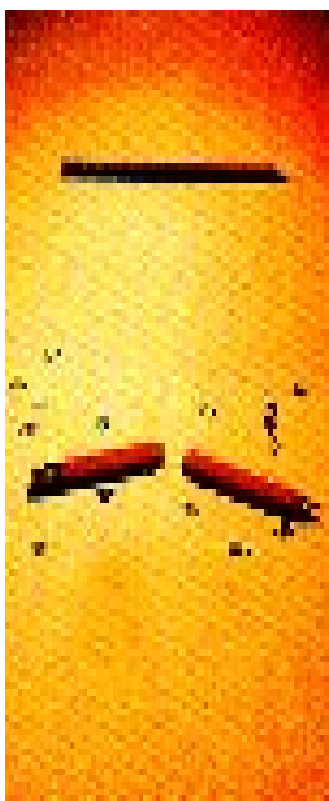
El comercio exterior constituye un punto clave en la crisis del país, la que se desarrolla a partir de:

a) Disminución durante el periodo 1998 - 2002, de la tercera parte de las exportaciones (33%);

b) Caída del principal recurso exportable: la carne, en un 36%, según cifras del 2000 y del 2001, a partir de los brotes de aftosa;

c) Pérdida del mercado exterior de servicios (servicios bancarios a nacionales argentinos y caída dramática del turismo en idéntico periodo);

d) Debilitamiento de la industria y la producción nacional a través de la aplicación de políticas liberales basa-



das en el atraso cambiario, dolarización y apertura indiscriminada de la economía. El desmantelamiento industrial ha sido extremadamente duro y ha afectado a toda la sociedad. De acuerdo a los índices nationmaster, Uruguay en el año 2002 era el último entre 162 países en crecimiento industrial con -12%.

Por otra parte, como corolario de la estrategia productiva seguida por Uruguay tradicionalmente, apreciamos que nuestro sector exportador adolece de una oferta excesivamente rígida, en la cual se advierten las carencias existentes a nivel productivo, pues nuestra oferta exportable se basa en unos pocos productos, la mayoría aportados por sectores de primera transformación. Asimismo, existe una altísima concentración del sector exportador también, teniendo en cuenta que de las casi 50 mil empresas del país, tan solo 1.300 son exportadoras y tan solo 100 de ellas colocan el 82% del total de los productos nacionales en el exterior, (menos del 8% del total de los exportadores).

Estos números confirman que la actividad exportadora beneficia a un grupo muy reducido de empresas que en su conjunto no logran tener un impacto positivo real en la generación de empleo calificado y estable.

Esta limitación productiva implica que no solamente existen graves dificultades para desarrollar las exportaciones del sector industrial, sino también hay problemas para que nuestras industrias puedan resistir ante el empuje de las importaciones.

Este contexto desfavorable limitó aún más nuestra ya condicionada capacidad de inserción internacional, por el hecho de que no contamos con producción a gran escala y es así, pues, que a esta primera desventaja competitiva, se le suma el desplazamiento de la producción local por las importaciones, lo cual reduce aún más el desarrollo de las empresas industriales nacionales y genera gran-



des pérdidas en cuanto términos de dotación de capital y de desarrollo tecnológico y humano.

Como el Comercio Exterior no es sólo promover las exportaciones, sino también proteger las actividades productivas nacionales generadoras de empleo, siempre de conformidad a la normativa de la Organización Mundial del Comercio (OMC), una Estrategia Nacional Exportadora deberá estar basada específicamente en la realidad productiva nacional.

Para tal fin, es preciso hacer un uso eficiente de los recursos e información, que utilizados en red podrán fomentar todo tipo de técnicas asociativas de los diversos actores a lo largo de cada una de las cadenas exportadoras, para lograr así las sinergias necesarias para la mejora de la competitividad y del crecimiento sustentable.

La ejecución de la Estrategia Nacional de Exportaciones debe ser integradora de sectores y recursos públicos y privados, así como deberá resolver simultáneamente cuestiones interiores relacionadas a la competitividad de la producción nacional exportable, además del acceso y el desarrollo de los mercados de destino.

Se debe diseñar una Estrategia Nacional Exportadora que contemple:

a) Expansión de la oferta exportable, lo cual implica que debe existir una política con otras pautas de producción, con un aumento de la misma y disminuyendo la dependencia en cuanto a precios internacionales de los actuales recursos exportables, los cuales son en su inmensa mayoría productos de escaso valor agregado (de primera transformación). Se debe procurar un aprovechamiento integral de los factores de producción; la tierra, por ejemplo, da medidas de producción diferentes si es de uso forestal, pasturas, producción hortícola o tierra arable. Por supuesto, la intensidad del trabajo (y no la intensidad del uso), es el elemento determinante de la producción.

b) Coordinación con el Sector Privado. Es necesario, por lo tanto, procurar una mayor coordinación entre pequeños y medianos productores y empresarios con el sector público, a fin de facilitar la inserción de los mismos en el mercado internacional y de conocer con mayor precisión los volúmenes de oferta exportable de los mismos.

En un inicio la coordinación con el sector privado debe realizarse sobre la base de proyectos para pequeños y medianos productores, a quienes las economías de escala les impiden un apropiado acceso a los mercados internacionales.

Los proyectos para ser efectivos deben vincular la producción y la comercialización internacional de sectores que serán considerados de interés nacional según sus posibilidades de colocación externa.

c) Estimular el desarrollo de proyectos cooperativos y su inserción internacional.

d) Aprovechamiento integral de los mercados externos, esto refiere a los mercados que ya han sido conquistados y que son desatendidos por razones de precio y oportunidad, así como los nichos de mercados y mercados residuales, especialmente en Asia y África.

e) Revisar las estrategias de inserción con un más efectivo seguimiento de los pasos de la competencia en las políticas agroindustriales y asegurando a la industria una mejor visibilidad de las condiciones del mercado internacional.

f) Estrategia Nacional de exportaciones, dinámica, con el más amplio apoyo político, que funcione en forma de red, con la integración de organismos del Estado involucrados actualmente en Comercio Exterior, el sector privado y los trabajadores.

g) Entorno macroeconómico estable y predecible, con un tipo de cambio realista y competitivo.

h) Apoyo a la inversión sostenida en recursos humanos, innovación y tecnología, de aquellos proyectos que redunden en la ampliación de la base exportadora actual, a una que comprenda productos de mayor valor agregado y mano de obra más calificada. Para ello es imprescindible el diseño de proyectos productivos con absorción directa de graduados universitarios de alta escolaridad. El fundamento del comercio internacional es la optimización de las utilidades y beneficios para el país y, por lo tanto, de vital importancia para determinar qué se produce y cómo se utilizan los recursos disponibles. Naturalmente, si el comercio exterior de un país se centra en la producción de materias primas esto afectará la calidad del trabajo y su propia evolución tecnológica. El capital humano de un país se mide por sus categorías ocupacionales, las diferencias salariales y el nivel educacional de su fuerza laboral. La determinación de la ventaja comparativa de un país depende de la utilización de sus recursos, su dotación de capital y la calificación del trabajo exportado.

i) Políticas basadas en el mejoramiento de la calidad y protección del medio ambiente.



j) Incentivos fiscales según cantidad de mano de obra empleada, nivel de calificación del trabajo empleado y valor del producto final exportable.

El comercio exterior es un engranaje dentro de una estrategia productiva nacional, que impulsa a todos los sectores productivos y de servicios. Se considera que el concepto de País Productivo está estrechamente vinculado con la generación de empleo, el aumento de la producción y la concreción de una estrategia de inserción comercial externa independiente.

### Inserción internacional

Dentro de las negociaciones comerciales internacionales en las que se ve involucrado Uruguay, deben considerarse simultáneamente los siguientes escenarios a la hora de diseñar la estrategia nacional de comercio exterior: bilateral, subregional (MERCOSUR), regional (ALCA, ALADI), interregional (agenda externa del MERCOSUR) y multilateral (OMC, UNCTAD).

### MERCOSUR

La definición de una estrategia nacional por parte de la entidad de comercio exterior y la fijación de objetivos claros respecto a los temas principales del MERCOSUR son necesariamente las primeras prioridades a la hora de definir la inserción internacional de nuestro país.

En la política para el MERCOSUR se procurará que los cambios en el comercio debido a la eliminación, aumento o rebaja de tarifas del Arancel Externo Común (AEC) conduzcan a posiciones comerciales de equidad, procurándose fortalecer la complementariedad comercial dentro del bloque para que los sectores de la producción nacional que tengan ventajas comparativas no sean afectados por las externalidades y economías de mayor escala de los otros socios.

Se debe priorizar el consumo de bienes y servicios provenientes del MERCOSUR, asegurándose las condiciones para que las modificaciones al comercio sean positivas y sigan las variables de producción y de consumo, a fin de evitar perjuicio para los Estados.

Las políticas de cooperación macroeconómica que se instrumenten y ejecuten tendrán especialmente en cuenta que no constituyan medidas distorsionantes del comercio intra-bloque y sean un instrumento eficaz del bienestar social de los pueblos.

Los mercados del MERCOSUR deben estar conectados y las variables que se utilicen dentro de los mismos, en el marco de la estrategia económica de cada uno de los Países, debe evitar la generación de desigualdades o la reafirmación de éstas.

De estas definiciones depende el resto de la estrategia, ya que el margen para desarrollar una estrategia independiente de acuerdos comerciales bilaterales es muy estrecho.

El MERCOSUR no solamente es vital desde el punto de vista político, social y comercial, sino que es la pla-

taforma de acción para la inserción comercial externa de Uruguay; las relaciones bilaterales de Uruguay dependen, a su vez, del mayor poder de penetración y negociación que tenga el bloque respecto a las relaciones externas con Africa, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, (ASEAN), China, India, Rusia, Liga Árabe y otros actores.

### Relaciones bilaterales

La estrategia de Uruguay para abordar las diferentes negociaciones que se desarrollan en los diversos escenarios planteados debería apuntar básicamente a tres objetivos:

A) Acceso a los mercados sobre la base de la diferenciación en calidad y en valor agregado, dadas las limitaciones cuantitativas en cuanto a producción.

B) Productos y servicios "nuevos" en la lista de exportaciones de los Países en desarrollo (ejemplo software, servicios de consultoría, servicios de informática, servicios relacionados con el turismo, etc.), son áreas totalmente nuevas en las que Uruguay tiene ventajas comparativas.

C) Mantenimiento y mejoramiento del actual nivel de acceso a los principales mercados de destino de nuestras exportaciones con una estrategia de largo plazo, siguiéndose las tendencias de importación de los mercados más importantes, no solamente en cuanto a volumen sino también su poder adquisitivo y preferencias.

Respecto a las prioridades en cuanto al relacionamiento bilateral, debería establecerse una clara estrategia de inserción definida por regiones y, a su vez, estableciendo los Países prioritarios dentro de dichas regiones.

Hasta el presente el nivel de las exportaciones ha estado ligado a los precios de los principales recursos que exporta Uruguay, ya sea carne, lana, arroz, cueros, soja. La coyuntura favorable que han tenido los mismos internacionalmente el año pasado y el corriente año, han incidido de manera decisiva en su crecimiento así como en el crecimiento del PBI. Ello ha servido para paliar, en cierta forma, la necesidad de divisas que ha tenido el Uruguay durante la crisis. Sin embargo, son necesarios cambios estructurales de la economía que sirvan para potenciar el crecimiento económico y traigan beneficios reales para la población en su conjunto.



Nombre: Luis Almagro Lemes

Títulos: Abogado (Universidad de la República)

Cargo en el Servicio Exterior: Secretario de Primera

Destinos y cargos: 1991 - 1996 Funciones en la Embajada en Irán / 1998 - 2003 - Funciones en la Embajada en Alemania / Negociaciones de Cambio Climático: fue Coordinador del G77 y China en Políticas y Medidas. / Negociaciones para la Convención de Contaminantes Orgánicos Persistentes: Presidente del GRULAC en los diferentes periodos de sesiones del Comité Intergubernamental para la Convención de Contaminantes Orgánicos Persistentes. Presidente del Grupo de Contacto del artículo D (Prohibición y restricción). Representó a la región en las negociaciones sobre los temas financieros. / Es miembro del Centro Artiguista de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. 2004 - Actualmente presta funciones en la Dirección de Relaciones Económicas Bilaterales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

# Lucha contra el hambre y la pobreza

por Lic. Noelia Martínez y Lic. Flavia Pisano

**A** iniciativa del presidente brasileño, Luiz Inácio Lula da Silva, se celebró en Nueva York el pasado 20 de setiembre de 2004 -al margen de la Asamblea General de las Naciones Unidas- un Encuentro de Líderes Mundiales para la Lucha contra el Hambre y la Pobreza. Cerca de 100 países estuvieron representados en ese evento, muchos de ellos por sus Jefes de Estado y de Gobierno. Participaron, asimismo, una veintena de organizaciones y agencias internacionales.<sup>1</sup>



bre y la pobreza es prioridad de la política interna (Programa Fome Zero) y externa del Presidente Lula da Silva. En tal sentido, en el Foro de Davos de 2003, el Presidente Lula puso este tema en la agenda internacional, lanzando la idea de crear un fondo contra el hambre y la pobreza. En la 58ª Asamblea General de las Naciones Unidas en 2003, Brasil, en conjunto con India y Sudáfrica, creó dicho fondo, denominado Mecanismo IBAS de alivio al hambre y la pobreza, en el ámbito del PNUD. La idea de este fondo consiste en reproducir y diseminar proyectos sociales exitosos en materia de salud, educación, saneamiento y seguridad alimenticia.

Por otra parte, el 30 de enero de 2004, en Ginebra, Suiza, el Presidente Lula junto con los Presidentes Ricardo Lagos de Chile y Jacques Chirac de Francia, y el Secretario General de la ONU, Kofi Annan, aprobaron la Declaración de Ginebra, mediante la cual se creó un Grupo Técnico, encargado de analizar posibles mecanismos alternativos de financiación para la lucha contra el hambre y la pobreza, y mecanismos para canalizar de forma eficiente esos eventuales recursos adicionales. Dicho Grupo elaboró un informe que reúne sugerencias sobre el tema, y que sirvió de base para la Reunión de Líderes Mundiales en Nueva York.

Cabe señalar que esta lucha contra el hambre y la pobreza no es vista como un fin en sí mismo, sino que el objetivo es otorgar prioridad y sentido de urgencia a un proceso más amplio de desarrollo económico con justicia social, que incluya inversiones en sectores como educación, salud, saneamiento, y esfuerzos en la dirección de alcanzar un sistema multilateral de comercio justo y equitativo.

En tal sentido, es intención del Presidente Lula poder presentar en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre la Implementación de la Declaración del Milenio, que se celebrará en setiembre de 2005, soluciones concretas, viables y consensuadas para la erradicación de este flagelo.

## 1. La Declaración Final

Los gobiernos que así lo deseaban suscribieron la Declaración Final, que es un documento de carácter político que repasa los compromisos asumidos así como los problemas y desafíos que se presentan en torno al tema, basándose esencialmente en la concepción de que existen recursos y que éstos no se redireccionan al desarrollo, obstaculizando el cumplimiento del Consenso de Monterrey<sup>2</sup>. Entre los puntos más importantes de la Declaración se destacan:

- la persistencia de la extrema pobreza como un fenómeno económicamente irracional y políticamente inaceptable, en el estado actual de progreso tecnológico y producción agrícola mundial;
- la necesidad de una movilización política renovada para colocar el tema en el centro de la agenda internacional;
- la insuficiencia de los progresos hechos hasta el presente en el cumplimiento de los compromisos mensurables y los plazos definidos en la Cumbre del Milenio y la Conferencia de Monterrey;
- la necesidad de aumentar los niveles de asistencia y mejorar su eficacia, para asegurar la continuidad de los programas de desarrollo;
- las limitaciones de los actuales recursos e instrumentos de asistencia al desarrollo, y la importancia de que se propongan mecanismos innovadores de financiamiento.

## 2. El Presidente Lula y la Lucha contra el Hambre y la Pobreza

Es importante tener en cuenta que el combate al ham-

## 3. Mecanismos Financieros Innovadores

Los mecanismos identificados por el Grupo Técnico varían desde simples esquemas de donaciones volunta-

rias hasta instrumentos complejos y obligatorios que requerirían la participación de todos los países. Estos instrumentos son concebidos como medios para incrementar los flujos de ayuda actuales, no sustituirlos, así como tampoco pretenden remplazar la necesidad de un sistema de comercio multilateral libre y equitativo. Por otra parte, la ayuda que proporcionen a los países en desarrollo debería ser estable, previsible y considerable, y estar disponible preferentemente en forma de donaciones.

Entre los mecanismos financieros innovadores propuestos en el informe se destacan: imposición sobre transacciones financieras; imposición sobre el comercio de armas; la Facilidad de Financiación Internacional, propuesto por el Reino Unido<sup>3</sup>; Derechos Especiales de Giro para financiar el desarrollo, emitidos por el FMI para complementar las reservas oficiales de los países miembros; evitar la evasión fiscal y los paraísos fiscales; mejorar el efecto de las remesas, mediante la reducción del costo de transferencia; aportes voluntarios a través de las tarjetas de crédito; inversión socialmente responsable o los “fondos éticos”. Con ellos se pretende reunir unos 50.000 millones de dólares al año.

Es importante resaltar que algunos países, entre ellos Estados Unidos, se oponen a varios de los mecanismos financieros propuestos, sobre todo los referidos a impuestos al comercio de armas y a las transacciones financieras.

#### 4. El Uruguay y la Cumbre

El gobierno del Uruguay ha apoyado la iniciativa del Presidente Lula, como lo demuestra la participación en la Reunión de Líderes del señor Presidente de la República, Dr. Jorge Batlle. En esa instancia, el señor Presidente señaló que “la globalización tiene el efecto de transformar problemas nacionales en problemas globales. Y en la medida en que los problemas son globales, la humanidad a través de Naciones Unidas tiene que hacerse cargo de esos problemas”.<sup>4</sup>

En lo que respecta a los mecanismos financieros innovadores, el Presidente Batlle considera promisoría la propuesta inglesa denominada “Facilidad de Financiación Internacional”, por ser la que permite asistir a los países en desarrollo a través de colaboraciones o donaciones no vinculadas con los organismos internacionales de crédito, puesto que dichos países, por su debilidad económica o falta de instituciones fuertes (como es el caso de los países africanos), no están en condiciones de devolver préstamos de gran magnitud.

Asimismo, Uruguay hace hincapié en la importancia del libre comercio y el acceso a mercados, como la mejor forma para generar recursos económicos genuinos, que permitan crear puestos de trabajo para incorporar a los sectores marginados al sistema económico productivo.

#### 5. ¿Un paso más o más de lo mismo?

Desde la Cumbre Mundial de la Alimentación, celebrada en noviembre de 1996, pasando por la Cumbre del Milenio, la Conferencia de Monterrey y la Cumbre de Johannesburgo, se ha venido manejando la idea de emprender acciones concretas para paliar el hambre y la po-

breza en el mundo. Para ello se han establecido plazos y metas, los que en su mayoría no han sido alcanzados.

La Cumbre Mundial de la Alimentación, realizada en la sede de la FAO en Italia, tuvo como tema central la erradicación del hambre a nivel mundial. Con ese objetivo, más de 180 países aprobaron la Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial y el Plan de Acción de la Cumbre Mundial, que además de generar conciencia sobre la situación alimentaria, estableció líneas maestras para erradicar el hambre en todos los países, con el objetivo inmediato de reducir el número de personas desnutridas a la mitad, a más tardar para el año 2015.<sup>5</sup>

En la Cumbre del Milenio, celebrada en Nueva York en setiembre de 2000, 189 países adoptaron la Declaración del Milenio, mediante la cual se establecieron los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Dichos objetivos tienen por cometido reducir la pobreza y promover un desarrollo sostenible de los países en desarrollo. Cabe resaltar, particularmente, el compromiso de los países para lograr, antes del año 2015, reducir a la mitad el número de personas que viven con menos de un dólar diario.<sup>6</sup>

Posteriormente, en marzo de 2002, la comunidad internacional reunida en la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, se comprometió a implementar el Consenso de Monterrey. En dicho documento se reiteraron los Objetivos de Desarrollo del Milenio, y se enfatizó el papel de todas las partes involucradas en el proceso de financiación para el desarrollo. Por una parte, los países en desarrollo se comprometieron a mejorar sus políticas y condiciones de gobierno. Por otra, los países desarrollados fueron llamados a contribuir con esfuerzos, principalmente mediante el aumento de los flujos de ayuda oficial al desarrollo, de inversiones directas en el extranjero, alivio de la deuda externa, y una mayor apertura de sus mercados.

La Cumbre de Johannesburgo sobre el desarrollo sostenible, de setiembre de 2002, continúa con el proceso de lucha contra la pobreza mediante la búsqueda de caminos dirigidos hacia la implementación de acciones más concretas. Entre las metas establecidas se encuentran el reducir a la mitad para 2015 el número de personas que no tienen acceso a servicios básicos de saneamiento; producir y utilizar productos químicos para 2020 siguiendo métodos que no tengan efectos negativos importantes sobre la salud humana y el medio ambiente; y lograr para 2010 una reducción importante de la tasa actual de pérdida de la diversidad biológica. Si bien hubo una comprensión de que era necesario adoptar medidas prácticas y sostenidas para enfrentarse a muchos de los problemas más acuciantes que existen en el mundo, Johannesburgo tampoco ha logrado una solución al tema de la pobreza.

#### 6. Algunas consideraciones

Como hemos podido apreciar, no son pocas las instancias en que la gran mayoría de los gobiernos del mundo han reconocido la magnitud del fenómeno del hambre y la pobreza, y han aprobado líneas de acción a seguir para hacer frente eficaz y eficientemente a estos flagelos. En todas esas etapas se ha reiterado, una y otra vez, la necesidad de que tanto los países en desarrollo como los desarrollados den cumplimiento a los compromisos asu-

midos para reducir a la mitad la pobreza en el año 2015. Sin embargo, si bien algunos países desarrollados han alcanzado su meta de proveer el equivalente al 0.7% de su PBI en asistencia oficial para el desarrollo, y los países en desarrollo han hecho esfuerzos para fortalecer sus instituciones y dotarlas de transparencia, todo ello no ha sido suficiente, y las metas acordadas están lejos de alcanzarse.

Por tal motivo, es que podemos llegar a cuestionarnos hasta qué punto son eficaces tantas cumbres mundiales, con el gasto que ellas implican, para reiterar compromisos ya asumidos, que aún no han podido ser instrumentados con éxito. El problema, entonces, radica en la implementación, en el seguimiento de los objetivos y planes de acción aprobados, y es ahí donde los gobiernos y los organismos internacionales deberían concentrar sus energías.

Cabe señalar, no obstante, que consideramos muy valiosa la iniciativa del Presidente Lula de insistir en la necesidad de enfrentar de forma urgente y prioritaria el hambre y la pobreza. Más aún, los mecanismos financieros innovadores propuestos, viables desde el punto de vista técnico, son instrumentos valederos y novedosos que pueden contribuir a que los países den cumplimiento a sus compromisos. Lo que no queda del todo claro es si existe voluntad política para implementar dichos mecanismos, y si los mismos podrán ser aplicables en el corto y mediano plazo. Recordemos que cuatro de los ocho países del G8 (Estados Unidos, Japón, Canadá y Rusia), no han suscrito, al día de hoy, la Declaración Final de Nueva York.

Queda, por lo tanto, un largo camino a recorrer... Esperemos que el año próximo, al celebrarse cinco años de la Cumbre del Milenio, podamos anunciar que los países del mundo, entre ellos todas las grandes potencias, han logrado el consenso necesario para implementar algunas de las tantas medidas acordadas para combatir el hambre y la pobreza.



<p>Nombre: Noelia Martínez Franchi</p> <p>Títulos: Licenciada en Estudios Internacionales</p> <p>Cargo en el Servicio Exterior: Secretaria de Tercera</p> <p>Destinos y cargos: 2002 - 2004 Funciones en la Dirección de Medio Ambiente, Dirección Regional América, Dirección de Asuntos Consulares y Dirección General para Asuntos Políticos.</p>
<p>Nombre: Flavia Patricia Pisano Reggio</p> <p>Títulos: Licenciada en Relaciones Internacionales</p> <p>Cargo en el Servicio Exterior: Secretaria de Tercera</p> <p>Destinos y cargos: 2002 - 2004 Funciones en la Dirección de Relaciones Económico Bilaterales, Dirección General para Asuntos Culturales, Dirección General para Asuntos Políticos y Dirección de Protocolo y Ceremonial de Estado.</p>

<sup>1</sup> Participaron los Jefes de Estado y de Gobierno de: Andorra, Argelia, Argentina, Bolivia, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Chile, Chipre, Costa Rica, Croacia, Djibuti, El Salvador, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Gabón, Gambia, Guatemala, Guinea, Guinea-Bissau, Guinea Ecuatorial, Guyana, Haití, Islas Comores, Islas Marshall, Lesotho, Libano, Madagascar, Mozambique, Namibia, Nigeria, Panamá, Pakistán, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Rumania, Ruanda, Santa Lucía, Santa Sede, San Tomé y Príncipe, San Vicente y Granadinas, Senegal, Singapur, Sri Lanka, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Swazilandia, Tanzania, Uruguay, Zambia y Zimbabwe. Estuvieron representados a nivel de Vicepresidentes: Alemania, Bahrein, Colombia y Ghana.

A nivel ministerial estuvieron presentes: Albania, Angola, Bután, Canadá, China, Cuba, Egipto, Emiratos Arabes Unidos, Ecuador, Estados Unidos de América, Filipinas, Honduras, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Jordania, Kazakistan, Kuwait, Libia, Liechtenstein, Macedonia, Malasia, Marruecos, México, Nepal, Noruega, Omán, Países Bajos, Papua Nueva Guinea, Rusia, Serbia y Montenegro, Sudán, Timor Oriental, Trinidad y Tobago, Tunicia y Turquía.

Los organismos internacionales que participaron fueron: ONU, OEA, FIDA, FAO, ECOSOC, FMI, OIT, PNUD, BID, UNICEF, CEPAL, OMS, UNAIDS, UNIDO, Programa Mundial de Alimentos, Banco Mundial, Banco de Desarrollo Islámico, Universidad de las Naciones Unidas, y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Población.

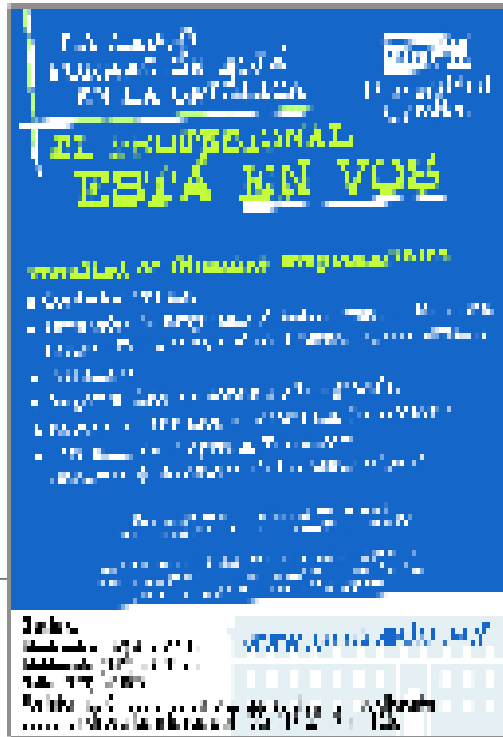
<sup>2</sup> Ver párrafo cuarto del punto 5 del presente artículo.

<sup>3</sup> Este mecanismo se desarrollará infra, en el punto 4.

<sup>4</sup> "Declaraciones a la Prensa del Presidente de la República, Jorge Battle, en Nueva York previo a su partida a Washington D.C." Secretaria de Prensa y Difusión de la Presidencia de la República, 22 de setiembre de 2004.

<sup>5</sup> 840 millones de personas sufren actualmente de desnutrición en el mundo, según estimaciones de la FAO.

<sup>6</sup> 1.000 millones de personas en el mundo viven en la extrema pobreza, es decir, subsisten con menos de un dólar diario.



# EL ARCHIVO HISTÓRICO DIPLOMÁTICO:

Fuente primerísima para la investigación de la historia de la política exterior de la República

por Sr. Alvaro Corbacho Casas (Jefe del Archivo Histórico de la Cancillería)

**E**l Archivo Histórico-Diplomático de nuestra Cancillería es, por mandato del Estado, el repositorio natural donde se conservan, clasifican, ordenan y divulgan los documentos que hacen a la historia diplomática de nuestro país. Es decir que la documentación que allí se conserva tiene que ver con las relaciones que nuestra República ha mantenido con los demás Estados, desde el principio de nuestra historia hasta el presente.

Es por Decreto N° 943 del 1° de diciembre de 1943 que el Estatuto Orgánico del Ministerio de Relaciones Exteriores crea la "Sección Archivo Histórico-Diplomático", entre otras cosas, para "...recopilar, clasificar y ordenar todo el material relativo a la actividad diplomática de la República que tenga un valor histórico".

Hoy depende jerárquicamente de la Dirección del Instituto Artigas del Servicio Exterior (Escuela Diplomática de la República, que este año está celebrando su 40° Aniversario).

Conserva documentación que en sus diferentes Secciones abarca un período de dos siglos y medio, fechándose su documento más antiguo en 1750, la "Ejecución del Tratado de Límites de 1750, y entrega de los Pueblos de las Misiones Orientales del Uruguay" [sic].

De acuerdo al Cuadro de Clasificación de la documentación, existen tres Grupos (o Fondos) documentales que son los siguientes:

1. Ministerio de Relaciones Exteriores (1929/30 - 2004);
2. Legaciones y Embajadas (las fechas límites dependen de cada país);
3. Resto Antiguo Ministerio de Relaciones Exteriores (1853 - 1924).

Los Grupos 1. y 2. obedecen a la procedencia de la documentación; el 1. es documentación producida por la tramitación de asuntos en Cancillería (Sede Montevideo) y el 2. se integra con la documentación generada en la Misiones, Agencias Consulares y Representaciones de la República en el exterior. Con respecto al Grupo 3., "Resto Antiguo Ministerio de Relaciones Exteriores", fue creado artificialmente con el resto de la documentación que no fue remitida al Archivo General de la Nación.

Entre las Secciones a destacar encontramos: Libros de Administración (1828 - 1929); Documentos Autógrafos (colección de Cartas Credenciales y de Retiro, así como otros documentos firmados de puño y letra por Jefes de Estado y de Gobierno de los Estados con los que la República mantiene relaciones diplomáticas y/o consulares); Archi-



valía Varia; Mapoteca (existe una colección de fotografías de mapas de la Colección del Archivo de Indias de Sevilla, de la República, así como de la región de los siglos XVI al XVIII); Iconografía (sedes de Embajadas y Consulados); Legaciones y Embajadas de la República en Argentina (1946 - 1989), Brasil (1946 - 1989), Estados Unidos (1907 - 1990), Francia (1920 - 1950), Gran Bretaña (1937 - 1979), entre otras; Archivo Documental Guani; etc. Es también de destacar una colección de objetos como criptográficas, regletas, claves, grabadoras, valijas diplomáticas, troqueles, sellos, estampillas consulares, etc., que han servido para la administración del Ministerio en diversas épocas.

Siguiendo el proceso de informatización de los fondos documentales, el Archivo cuenta con dos bases de datos que son: Embajadas (contiene listados de Embajadores, Cónsules, Representantes Permanentes y Alte-



rnos, así como los Agregados que la República ha acreditado desde 1829 a la fecha) y Documentos (contiene los diferentes instrumentos de descripción).

La República, a través del Archivo Histórico-Diplomático de nuestra Cancillería, es país proponente y miembro del Programa Red de Archivos Diplomáticos Iberoamericanos (RADI), que se enmarca en las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno y que tiene como objetivo principal el intercambio entre los archivos de las Cancillerías de los países iberoamericanos, así como el incentivo de la investigación histórica conjunta.

Con respecto a la consulta, deberá basarse en el "Reglamento del Sistema Archivístico del Ministerio de Relaciones Exteriores" y deberá contar con la necesaria autorización del Director del Instituto Artigas del Servicio Exterior. El horario de atención al público es de 10.30 a 17.30 horas de lunes a viernes, contando con servicio de fotocopias gratuito para los usuarios.

En cuanto a los instrumentos de descripción, el Archivo cuenta con una Guía General de sus Fondos, así como con una serie de inventarios y catálogos.

Debido al alto valor de la documentación que se custodia en el Archivo Histórico-Diplomático, estamos en condiciones de sostener que es una fuente primerísima para la investigación histórica de la política exterior de nuestro país.



# LOS CONSULADOS URUGUAYOS EN EL EXTERIOR Y LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS CONSULARES

## cara visible del Ministerio de Relaciones Exteriores para cientos de miles de uruguayos

### II PARTE

por Dr. Luis Sica Bergara

**M**edidas adoptadas en la Dirección de Asuntos Consulares a partir de marzo de 2003.

#### En Montevideo:

-Traslado de la Dirección de Asuntos Consulares, desde un local alquilado en la calle Paraguay que representaba gastos de U\$S 60.000 anuales, a un local especialmente diseñado en la Planta Baja de la Cancillería. El espacio de 157 m<sup>2</sup> recuperado en la Cancillería se inauguró el día 4 de Agosto de 2003.

-Diseño de instalaciones para atención personalizada a cargo, por primera vez, de funcionarios especializados en atención al público.

-Transparencia del trámite, la totalidad del trámite y su recorrido están a la vista del público y pueden ser seguidos por el interesado, que controla la gestión del funcionario.

- Actualización del registro de firmas, que fue digitalizado .

- Cotejo de firmas en pantalla, duplica el control en menos de la mitad del tiempo.

- Reducción de tiempo de espera promedio por persona, que se bajó de 29 minutos a 7 minutos hasta agosto de 2003 y a 4 minutos a partir de esa fecha, duplicándose la capacidad de atención de 250 a 500 personas por día.

- Designación de un responsable del área de atención al público. Las dudas de la gente puedan ser evacuadas con indicaciones claras y con el tiempo necesario para facilitar su comprensión, sin distorsionar la mecánica de quien va por un trámite concreto. Allí se atiende en forma reservada a quien solicita ampararse en su indigencia, sin exponerlo al resto de los usuarios.

- Controles de costo de trámites, permite que en los trámites de solicitud de obtención de partidas (desde y hacia el exterior) se pueda devolver al solicitante hasta el último centavo no usado.

#### En el exterior:

- Asistencia al compatriota, se instruyó a las ofici-



nas priorizando la asistencia al compatriota en relación con la realidad migratoria del país y los desarrollos jurídicos internacionales en relación al art. 36 de la Convención de Viena de 1963.

- Revisión y actualización de normas aplicadas en el exterior, instruyendo a las oficinas, por circulares.

-Análisis de la actividad de las oficinas en el exterior, como consecuencia de este relevamiento fueron cesados cerca de treinta cónsules honorarios que no cumplían las funciones de su cargo.

#### Capacitación consular

- Rotación de los nuevos funcionarios, los funcionarios que ingresan al servicio exterior deben pasar a cumplir funciones en la Dirección de Asuntos Consulares.

- Curso de Legislación y Práctica Consular y su relación con la Emigración, dirigido a los nuevos secretarios de tercera, a los funcionarios administrativos y a quienes se actualizan durante su adscripción en Montevideo. El curso se inició en agosto de 2003 y estuvo orientado a las actuaciones más demandadas a los consulados en el exterior, con la colaboración de la Organización Internacional de Migraciones (OIM).

- Curso de formación consular para los funcionarios administrativos que concursaron para cumplir funciones en el exterior (mayo 2004).

#### Otras medidas

- Papel Consular, se está instrumentando un papel que se denominará "Papel Consular", que tendrá características similares al Papel Notarial que se utiliza en Uruguay, con medidas de seguridad, número, serie, consulado, marca de agua, etc.

- Página WEB, la Dirección de Asuntos Consulares ha sido una gran ausente en la página WEB de la Cancillería. El portal que está pronto desde mediados de 2003




tiene un formato y color diferentes, muy amigables y contendrá además de la información sobre la totalidad de los consulados, los mapas que permitan saber cuál es el consulado que corresponde a cada jurisdicción, régimen de visas, información para viajeros y residentes y la posibilidad de consultar y recibir correspondencia por este medio periódicamente sobre temas de interés a través de una herramienta de última generación.

- Dígesto de normas en CD, es una compilación ordenada por materias en colaboración con la Dirección de Informática, que además de incluirse en la página web se publicará en formato CD, que permite agregarle otros documentos útiles en cada destino.

- Participación de la Dirección en reuniones sobre asuntos consulares y jurídicos a nivel Mercosur y Sobre Migraciones a nivel Sudamericano, representando a la Conferencia Sudamericana y su consenso en materia de derechos humanos de los migrantes y sus familias en Ginebra, Ecuador, Panamá, Venezuela y Chile.

- Reforma de la Estructura Orgánica de la Dirección de Asuntos Consulares. Hay dos temas que en la mayoría de las cancillerías del mundo están englobados en el área de las direcciones generales de asuntos consulares que son:

la vinculación con los compatriotas en el exterior y la asistencia al compatriota. Ambas áreas tienen en la red de consulados y embajadas su punto de contacto personal y seguramente en el futuro se contemplará una reforma de los decretos que establecen la estructura orgánica donde se realizan estas funciones. Existe un proyecto básico que eleva el rango a Dirección General, con una Dirección de Asuntos Consulares y otra de Vinculación con los Uruguayos en el Exterior, que incluye la asistencia al compatriota y que seguramente permitirá utilizar fondos de cooperación internacional, que ya han sido puestos a disposición de los países que han abordado esa reforma. 

Nombre: Luis Sica Bergara

Titulos: Doctor en Diplomacia (Universidad de la República) / Master en Integración y Cooperación Internacional Público (Universidad Nacional de Rosario – República Argentina)

Cargo en el Servicio Exterior: Embajador

Destinos y cargos: 1982 - 1985 Jefe de Secretaría del Subsecretario (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1985 - 1991 Cónsul en Roma y Delegado Alterno ante la FAO, Chargé D'Affaires en la República Islámica de Iran. / 1991 -1992 Subdirector de Prensa y Relaciones Públicas (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1992 - 1994 Director Adjunto de Tratados (Ministerio de Relaciones Exteriores) y se desempeñó como Oficial Electoral, voluntario, en el proceso electoral de Camboya (UNTAC -1994). / 1994 - Asesor de la Dirección de Protocolo y Ceremonial de Estado (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1995 -2000 Cónsul General en la República Argentina - Rosario. / 2000 - 2003 Sub Director General para Asuntos Culturales (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 2003 - 2004 Director para Asuntos Consulares (Ministerio de Relaciones Exteriores) y representó a la Conferencia Sudamericana de Migraciones en Ginebra, Ecuador, Panamá, Venezuela y Chile. / 2004 – Embajador en la República de Polonia. / Presidente reelecto de AFUSEU años 2002 y 2003.

# Uruguay y las negociaciones sobre comercio de servicios

EN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)

por Dr. Hugo Cayrús Maurín

Entre las diversas negociaciones comerciales multilaterales que se llevan adelante en la Organización Mundial del Comercio (OMC), las negociaciones agrícolas son, sin duda, las más importantes para Uruguay. Sin perjuicio de ello, existen otras áreas de negociación que se consideran de importancia para nuestro país, pudiendo citarse, entre otras y a título ilustrativo, las relativas a comercio de servicios. Precisamente, el presente trabajo abordará las actuales negociaciones de servicios en la OMC.

## I. EL COMERCIO MUNDIAL DE SERVICIOS

### 1. Introducción

En el año 2003, el aumento de la producción mundial del 2,5% impulsó una recuperación del comercio mundial, que registró un crecimiento del 4,5%. Las exportaciones de mercancías de los países en desarrollo aumentaron a un ritmo algo mayor que el de las importaciones y el promedio mundial. Sin embargo, según estimaciones, el aumento de las exportaciones e importaciones de servicios comerciales de los países en desarrollo representó sólo la mitad del crecimiento mundial de servicios en 2003. Los países que ascendieron en la clasificación de los principales participantes en el comercio de servicios comerciales en 2003 fueron sobre todo los de Europa Occidental, en detrimento de los países de América y Asia. Se estima que en 2003 China pasó a ocupar el primer lugar entre los países en desarrollo exportadores de servicios comerciales (China ocupaba ya el primer lugar entre los países en desarrollo importadores de servicios, y sus importaciones de servicios comerciales siguieron superando a sus exportaciones en 2003).<sup>1</sup>

El sector de los servicios representa una gran proporción (alrededor de los dos tercios), que va en aumento, del PIB global. Es un sector que figura también entre los segmentos de más rápido crecimiento del comercio mundial. Entre 1985 y 1999 las exportaciones de servicios crecieron a un ritmo global anual de más del



9%, frente al 8,2% en el caso del comercio de mercancías.<sup>2</sup>

De conformidad a las cifras estadísticas de que se dispone al presente, el comercio mundial de servicios constituye en la actualidad una cuarta parte aproximadamente de lo que representa el comercio mundial de mercancías (Cuadro I). No obstante, cabe destacar que las actuales estadísticas sobre servicios se basan en la balanza de pagos, por lo que su cobertura del comercio de servicios está limitada en gran medida a dos de los modos de suministro establecidos en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (en adelante AGCS): el comercio transfronterizo (modo 1) y el consumo en el extranjero (modo 2). No queda abarcada la presencia comercial (modo 3)<sup>3</sup>, que es la forma más importante y dinámica de las transacciones de servicios.

CUADRO I

Exportaciones e importaciones mundiales de servicios comerciales y de mercancías en los años 2001 a 2003 (miles de millones de dólares)<sup>4</sup>

Servicios comerciales			
Año	2001	2002	2003
Exportaciones	1460	1570	1763
Importaciones	1445	1545	1743
Mercancías			
Año	2001	2002	2003
Exportaciones	6155	6272	7274
Importaciones	6441	6510	7557

En cuanto a cifras estadísticas referidas a cada uno de los modos de suministro<sup>5</sup> previstos en el AGCS y su respectiva participación en el comercio mundial de servicios, en el Simposio sobre Evaluación del Comercio de Servicios que tuvo lugar en la OMC en marzo de 2002, se presentaron<sup>6</sup> los siguientes porcentajes aproximados: ver Cuadro II

#### Cuadro II

Participación de los Modos de Suministro del AGCS: Aproximación estadística (porcentaje)

Modo 1	(suministro transfronterizo)	28 %
Modo 2	(consumo en el extranjero)	14 %
Modo 3	(presencia comercial)	56.3 %
Modo 4	(movimiento de personas físicas)	1.4 %

2. Los países en desarrollo, con especial referencia a América Latina y Uruguay  
En líneas generales, si atendemos al porcentaje de participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de servicios, observamos que en la actualidad representan casi una cuarta parte aproximadamente del comercio mundial de servicios, (en el cuadro III que sigue se puede observar también la participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de mercancías).

Cabe tener presente, asimismo, lo señalado anteriormente en cuanto a que en el año 2003, de acuerdo a estimaciones realizadas, el aumento de las exportaciones e importaciones de servicios comerciales de los países en desarrollo, representó sólo la mitad del crecimiento mundial de servicios<sup>7</sup>.

#### Cuadro III

Porcentaje de participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de servicios comerciales y de mercancías 2001-2003 (aproximación estadística)<sup>8</sup>

Servicios comerciales			
Año	2001	2002	2003
Exportaciones	23,4 %	22.9%	21.8%
Importaciones	26,4 %	25.8%	25%
Mercancías			
Año	2001	2002	2003
Exportaciones	29,1 %	30.1%	30.5%
Importaciones	26,2 %	26.9%	26.6%

En cuanto a los países de América Latina y el Caribe, su participación en el comercio mundial de servicios comerciales y de mercancías en el período 2001-2003 fue la siguiente:

#### Cuadro IV

Porcentaje de participación de los países de América Latina y el Caribe en el comercio mundial de servicios comerciales y de mercancías 2001-2003<sup>10</sup> (miles de millones de dólares y porcentajes)

Servicios comerciales						
Año	2001	2002	2003	Parte	Valor	Parte
Exportaciones	58	4%	56	3,5%	60	3,4%
Importaciones	71	4,9%	65	4,2%	67	3,8%
Mercancías						
Año	2001	2002	2003	Parte	Valor	Parte
Exportaciones	347	5,8%	350	5,5%	377	5,1%
Importaciones	380	6,1%	350	5,3%	366	4,8%

La importancia del sector servicios en América Latina puede verse en su participación en el PBI, la cual aumentó del 58% al 62% durante la década pasada, aproximándose al volumen que representa para los países

desarrollados que es de alrededor de un 70%.

En Uruguay, los servicios han representado desde 1990 aproximadamente un 66% del PBI. Si bien, como se dijo anteriormente, existen

dificultades en materia de estadísticas sobre comercio de servicios, se ha estimado recientemente -por parte de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios- que las exportaciones de servicios en Uruguay alcanzarían más

de 1.000 millones de dólares anuales aproximadamente. Es de destacar, asimismo, que según estadísticas de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), las exportaciones de la industria uruguaya de tecnologías de la información en el año 2002 ascendieron a 80 millones de dólares (aproximadamente el 70% de dichas exportaciones corresponde a empresas de software, siguiéndole el segmento de consultoría y servicios con casi un 30% aproximadamente de las exportaciones totales).

En ese sentido, cabe resaltar la importancia actual y la potencialidad del sector de servicios para contribuir al crecimiento y desarrollo del Uruguay.

## II. Las actuales negociaciones sobre comercio de servicios en la OMC

### 1. Introducción

El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS, o «GATS» en inglés) que entró en vigor en 1995 (es decir, hace sólo 10 años) es el resultado de las primeras negociaciones multilaterales sobre comercio de servicios que tuvieron lugar en la Ronda Uruguay, mientras las negociaciones sobre comercio de bienes tienen ya más de 50 años y han sido objeto de diversas rondas de negociaciones desde el nacimiento del GATT. Las actuales negociaciones de servicios en la OMC -de la Agenda de Doha para el Desarrollo- constituyen, por tanto, la segunda negociación multilateral en materia de comercio de servicios.

Cabe tener presente que en el año 2001 -año en que se lanzó la actual Ronda de Doha- se registraba una desaceleración inesperadamente pronunciada del crecimiento de la producción mundial y una contracción del comercio. El comercio mundial disminuyó un 1,5% tras aumentar en un 11% en el año anterior. Por primera vez desde 1982 se registró un crecimiento negativo del comercio mundial. Las exportaciones de servicios comerciales, que entre 1990 y 2000 habían crecido en la misma medida que el comercio de mercancías, disminuyeron ligeramente en 2001, por primera vez desde 1983. El comercio de servicios comerciales de los países en desarrollo casi se estancó en el año 2001 y su participación en el comercio mundial de servicios comerciales permaneció prácticamente invariable desde el año 2000. La economía latinoamericana se estancó en 2001; las exportaciones (valor) de servicios comerciales de América Latina y el Caribe se redujeron un 3% mientras que sus importaciones (va-

lor) se mantuvieron en las mismas cifras respecto al año anterior.<sup>11</sup>

En noviembre de 2001 fue lanzada una nueva Ronda de negociaciones comerciales multilaterales denominada «Agenda de Doha para el Desarrollo». En cuanto a las negociaciones de servicios, la Declaración Ministerial de Doha,<sup>12</sup> en su párrafo 15, establece que las negociaciones sobre comercio de servicios se llevarán a cabo con el propósito de promover el crecimiento económico de todos los interlocutores comerciales y el desarrollo de los países en desarrollo y menos adelantados. Se reafirma que las Directrices y Procedimientos para las Negociaciones sobre Comercio de Servicios (adoptadas por el Consejo de Comercio de Servicios el 28 de marzo de 2001<sup>13</sup>), constituyen la base para la continuación de las negociaciones con miras a la consecución de los objetivos del AGCS, establecidos en el preámbulo y en los artículos IV y XIX del Acuerdo (al respecto, cabe destacar que dichas Directrices contienen numerosas referencias a la flexibilidad en favor de los países en desarrollo). Se agrega, asimismo, que los Miembros debían presentar sus peticiones iniciales de compromisos específicos no más tarde del 30 de junio de 2002 y las ofertas iniciales no más tarde del 31 de marzo de 2003.

### 2. Estado de situación de las negociaciones

Las actuales negociaciones comerciales multilaterales de Doha constituyen, en mi opinión, un desafío, pero también una oportunidad para que los países en desarrollo puedan lograr mejoras para su comercio y para el acceso de sus proveedores nacionales a otros mercados.

De conformidad a lo acordado en las Directrices y Procedimientos para las Negociaciones sobre Comercio de Servicios, las actuales negociaciones se llevan a cabo en Sesiones Especiales del Consejo de Comercio de Servicios. En las referidas Directrices se estableció, asimismo, que el principal método de negociación es el de pedidos y ofertas. Al mismo tiempo, los distintos órganos subsidiarios de servicios, esto es el Grupo de Trabajo sobre Normas del AGCS («GATS Rules»), el Grupo de Trabajo sobre la Reglamentación Nacional, el Comité de Compromisos Específicos y el Comité de Comercio de Servicios Financieros, continúan sus trabajos de acuerdo a sus respectivos mandatos.

Desde el punto de vista de los países en desarrollo, me parece importante tener presente que tanto el AGCS como las mencionadas Directrices y Procedimientos de Negocia-

ción establecen como principios de las negociaciones de servicios, la liberalización progresiva (esto es, que se trata de un proceso gradual), la flexibilidad apropiada para los países en desarrollo, el derecho de los gobiernos a reglamentar e introducir nuevas reglamentaciones sobre la prestación de servicios para lograr objetivos de política nacional; así como prestar especial atención a los sectores y modos de suministro que sean de interés para las exportaciones de los países en desarrollo.

Al día de la fecha, 48 Miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) han presentado ofertas iniciales de servicios<sup>14</sup>, entre ellos, un número considerable de países en desarrollo (entre los que se cuentan diversos países de la región de América Latina y el Caribe). Al mismo tiempo, cabe destacar que, en las etapas previas, varios países en desarrollo también presentaron diversas propuestas de negociación y pedidos iniciales concretos en distintos sectores de servicios y modos de suministro de su interés.

Luego de lo acontecido en la Conferencia Ministerial de Cancún (setiembre de 2003), se debió reconstruir el espíritu y las bases de la negociación, lo que permitió finalmente relanzar el proceso. Es así que en el mes de febrero de 2004 se acordó en Ginebra que los grupos de negociación volvieran a sus trabajos (retomándose, entonces, los trabajos relativos a comercio de servicios).

Luego de intensas negociaciones, el 1º de agosto de 2004<sup>15</sup>, se logró el consenso en Ginebra para adoptar un acuerdo marco (plasmado en una Decisión del Consejo General de la OMC) que establece guías y orientaciones para continuar las fases siguientes de las negociaciones en las diversas áreas (agricultura, productos no agrícolas, servicios, etc.). En lo que dice relación con las negociaciones sobre comercio de servicios, se reafirma el compromiso de los Miembros de avanzar en dichas negociaciones de conformidad con el mandato de Doha. Asimismo, se establece que se deberán presentar ofertas revisadas en mayo de 2005 a más tardar.

En mi opinión, posiblemente será difícil que muchos países presenten ofertas revisadas sustanciales en la fecha antes indicada, si para dicha época no se han logrado progresos sustanciales en otras áreas, en particular en las negociaciones agrícolas (donde, por otra parte, el acuerdo marco no fija una fecha concreta para el establecimiento de las modalidades). Al mismo tiempo, y con relación al futuro de las negociaciones de servicios y de las demás áreas de nego-

ciación del denominado Programa de Doha para el Desarrollo, considero que el elemento esencial y clave está constituido por las negociaciones agrícolas y los progresos que puedan alcanzarse en las mismas.

3. ¿Cómo se podría contribuir a aumentar la participación de los países en desarrollo en el comercio de servicios?

Para incrementar la participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de servicios (a la que se refieren los artículos IV y XIX del AGCS), estimo que un punto de partida importante es que los países en desarrollo preparen y presenten pedidos concretos y propuestas de negociación en materia de comercio de servicios. Sin ello, creo que será muy difícil a los países en desarrollo llevar adelante estas negociaciones con los demás socios comerciales.

Haciendo un análisis de las propuestas de negociación presentadas hasta la fecha en la OMC, se observa que las mismas son amplias en cuanto a su cobertura de sectores de servicios (al presente, están cubiertos todos los sectores de servicios con la excepción de los servicios de salud), y en términos de cuestiones horizontales (cu-

biendo cuestiones tales como reglamentación nacional, exenciones al trato de la nación más favorecida, pruebas de necesidad económica, clasificación de servicios, etc.).

Un importante porcentaje de propuestas de negociación fue presentado por países en desarrollo, entre otras, sobre servicios de turismo, informática, movimiento de personas físicas (modo 4), distribución, construcción e ingeniería, servicios profesionales, servicios audiovisuales, transporte, etc. Asimismo, diversos países en desarrollo han presentado propuestas de negociación sobre cuestiones horizontales tales como pruebas de necesidad económica, exenciones al trato de la nación más favorecida, cuestiones de clasificación de los servicios (en materia de servicios postales, servicios de energía, etc), etc. El hecho de que en las actuales negociaciones diversos países en desarrollo han presentado propuestas de negociación y también pedidos iniciales, contrasta con las primeras negociaciones de servicios que tuvieron lugar durante la Ronda Uruguay donde dichas negociaciones estuvieron fundamentalmente basadas en propuestas y pedidos realizados por países desarrollados.

Al mismo tiempo, cabría mencionar, asimismo, el vínculo existente entre el comercio de servicios y de bienes. Para citar un ejemplo, algunos Miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como es el caso de los Estados Partes del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), presentaron una propuesta de negociación en materia de servicios de distribución. La misma apunta fundamentalmente a que los Miembros de la Organización Mundial OMC asuman compromisos sin limitaciones en dicho sector de servicios y que los Miembros que ya han asumido compromisos en dicho sector eliminen las limitaciones y restricciones existentes (contenidas en sus Listas de compromisos), en particular con relación a la distribución de productos agrícolas y textiles, productos de especial interés para los países del MERCOSUR (y para los países en desarrollo en general). Este ejemplo muestra que en ciertos casos puede lograrse acceso al mercado para el bien en cuestión, pero luego la eventual existencia de limitaciones o restricciones en materia de servicios de distribución de dicho producto en el mercado doméstico puede afectar en definitiva el acceso efectivo del producto a dicho mercado, al no permitir



penetrar las cadenas de comercialización, transporte y distribución.

Creemos, asimismo, que deberá tenerse presente en estas negociaciones el tema de la liberalización autónoma, en particular con referencia a los países en desarrollo, los cuales han hecho, en estos últimos años, diversas e importantes reformas con el esfuerzo político que ello conlleva, lo cual debería recibir el crédito y/o reconocimiento correspondiente en las actuales negociaciones.

En líneas generales, y sin perjuicio de algunas excepciones, los países en desarrollo adoptaron en la Ronda Uruguay una posición defensiva con relación a las negociaciones sobre comercio de servicios. Al respecto, teniendo presente la relevancia de los servicios en el Producto Bruto Interno (PBI), así como la importancia de diversos sectores (y modos de suministro) de servicios para varios países en desarrollo, nos parece que se debería considerar un cambio de estrategia, en cuanto a adoptar una posición ofensiva en estas negociaciones en particular en los sectores (y modos de suministro) de interés de los países en desarrollo que puedan contribuir a su crecimiento y desarrollo. En ese sentido, un número considerable de países en desarrollo ya han adoptado este último enfoque en las actuales negociaciones en la Organización Mundial del Comercio (OMC) y han presentado pedidos iniciales a otros Miembros.

#### 4. Uruguay

A continuación desearía referirme a la experiencia de un país en desarrollo como Uruguay en las actuales negociaciones sobre comercio de servicios en la Organización Mundial del Comercio (OMC).

En una fase inicial, los países presentaron propuestas de negociación, (posibilidad que incluso aún hoy continúa vigente desde que los Miembros tienen la posibilidad de seguir presentando propuestas y documentos de negociación, al tiempo de presentar pedidos y ofertas).

Uruguay preparó inicialmente dos propuestas negociadoras, una sobre «Servicios de Informática y servicios conexos» y otra sobre «Servicios de Turismo», que luego -al ser copatrocinadas por Argentina, Brasil y Paraguay- fueron presentadas como propuestas MERCOSUR<sup>16</sup>. En similar sentido, Uruguay redactó una propuesta sobre «Liberalización autónoma y Países en Desarrollo» que fue copatrocinada y presentada por 18 Miembros de la OMC (contando entre ellos a países latinoamericanos, asiáticos y africanos)<sup>17</sup>. Al mismo tiempo, Argentina preparó original-

mente dos propuestas de negociación, una sobre «Servicios de Distribución» y otra en materia de clasificación de «Servicios postales», al tiempo que Brasil redactó inicialmente una propuesta sobre «Pruebas de necesidad económica», las cuales fueron copatrocinadas por Paraguay y Uruguay, presentándose entonces como propuestas MERCOSUR<sup>18</sup> (en el caso de la propuesta sobre clasificación de servicios postales, Bolivia sumó asimismo su copatrocinio, por lo cual dicha propuesta fue presentada conjuntamente por MERCOSUR y Bolivia).

Posteriormente, vino la fase de presentación de pedidos y ofertas. En una primera etapa, y en cumplimiento del programa de trabajo fijado, Uruguay presentó en la fecha acordada, pedidos iniciales a 27 países identificados en los trabajos de preparación a nivel nacional. Dichos trabajos se realizaron atendiendo, además de los intereses y posibilidades reales o potenciales de exportación, el nivel de apertura de nuestro país en algunos sectores, y la imposibilidad o escasa posibilidad de consignar futuros compromisos en este mismo proceso de negociación en determinados sectores. Se trabajó sobre la base de los actuales compromisos de los Miembros seleccionados en la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los pedidos presentados por Uruguay refieren a dos categorías o niveles de interés, identificados luego del trabajo conjunto con diversos organismos públicos y sector privado vinculados directamente con el tema. Por un lado, aquellos sectores de servicios en los que el MERCOSUR ya había presentado propuestas de negociación. Por otro lado, un segundo grupo de sectores identificados como de relevantes para Uruguay, esto es aquéllos en los que el país podría tener un interés exportador directo o aquéllos en los que cuenta con nivel de apertura importante. Entre otros, se destacan servicios de informática, consultoría, servicios de Investigación y Desarrollo, otros servicios prestados a las empresas, y servicios de construcción e ingeniería. En lo relativo a pedidos presentados por otros Miembros a Uruguay, hasta la fecha se han recibido pedidos de 14 países, los cuales tienen una cobertura sectorial sustancial y temáticas variadas.

En una segunda etapa, en lo que refiere a la presentación de ofertas, el 31 de marzo de 2003 Uruguay, en cumplimiento del mandato acordado en Doha, presentó su oferta inicial de servicios en la OMC (siendo el primer país en desarrollo en hacerlo). La totalidad de los servicios que fueron incorporados en esta oferta inicial de Uruguay están agrupados dentro del

subsector denominado «otros servicios prestados a las empresas».

### III. Comentarios finales

Como comentarios finales, desearía destacar los siguientes puntos:

- La relevancia del AGCS y de las actuales negociaciones sobre comercio de servicios en la OMC.

- La importancia de que los países en desarrollo -que, en líneas generales, tuvieron un enfoque fundamentalmente defensivo durante la Ronda Uruguay en materia de servicios- adopten también un enfoque ofensivo en las actuales negociaciones sobre comercio de servicios en la OMC, identificando y presentando pedidos concretos a los demás Miembros, en sectores y modos de suministro de su interés que puedan contribuir a su crecimiento y desarrollo. En mi opinión, en las actuales negociaciones de servicios en la Organización Mundial del Comercio (OMC), diversos países en desarrollo (Uruguay y sus socios del MERCOSUR, entre otros), además de mantener un enfoque defensivo en aquellos sectores de servicios sensibles para sus respectivos países, adoptaron también un enfoque ofensivo en los sectores de servicios de su interés, a través de la presentación de diversas propuestas negociadoras y pedidos iniciales.

- En lo que dice relación con todas las negociaciones de la Agenda de Doha para el Desarrollo, considero que un elemento clave es lograr progresos en las negociaciones agrícolas, no sólo porque esta temática constituye el eje central de las negociaciones, sino también porque el logro de resultados satisfactorios en la negociación agrícola proyectará un gran dinamismo a todo el resto de las negociaciones, entre las que cabe destacar, a las de servicios.

- Para finalizar, la Declaración Ministerial de Doha (en su párrafo 49) establece que las actuales negociaciones (en todas las áreas) se llevarán a cabo con miras a asegurar beneficios para todos los participantes y lograr un equilibrio general en los resultados de las negociaciones. Por ello, para el éxito de esta ronda de negociaciones comerciales multilaterales, es esencial que se busque el equilibrio en el contexto global de las negociaciones, (y no en el ámbito exclusivo de un sector en particular).

<sup>1</sup> Los comentarios y puntos de vista contenidos en este trabajo son personales del autor y no deben ser considerados la posición oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Uruguay.

<sup>2</sup> OMC - PRESS/373, 5 de abril de 2004, Comercio mundial 2003.

<sup>3</sup> OMC, Informe Anual 2003, pág. 11.

<sup>4</sup> OMC, Estadísticas del comercio internacional 2002. «En la quinta edición del Manual de Balanza de Pagos la cuenta corriente está subdividida en bienes, servicios (incluidos los servicios de gobierno), renta (remunera-

ción de empleados y renta de la inversión) y transferencias corrientes. En este informe de la OMC, la categoría de los servicios comerciales ha sido definida como la integrada por los servicios menos los servicios del gobierno. A su vez, en esta publicación, los servicios comerciales han sido subdivididos en transporte, viajes y otros servicios comerciales. En cuanto a la cobertura y la comparabilidad de los datos sobre el comercio de servicios, las cifras comerciales registradas todavía carecen de comparabilidad y están sujetas a distorsiones importantes».

<sup>5</sup> Cuadro elaborado en base a datos obtenidos en: -OMC, Estadísticas del comercio internacional 2002, Cuadro I.5 (pág. 27) y Cuadro I.7, pág. 29.

-OMC, Estadísticas del comercio internacional 2003, Cuadro I.3 (pág. 22) y Cuadro I.4, pág. 22.

-OMC, PRESS/373, 5 de abril de 2004. Comercio Mundial 2003, Cuadros 2 y 3.

<sup>6</sup> Nota: a continuación sigue una breve descripción de los 4 modos de suministro previstos en el AGCS.

**Modo 1 (suministro transfronterizo):** suministro de un servicio del territorio de un Miembro al territorio de cualquier otro Miembro.

Se asemeja a las actividades que reglamenta el GATT, esto es el comercio de bienes, dado que mantiene una clara separación geográfica entre el vendedor y el comprador, y solo el propio servicio atraviesa las fronteras nacionales; un ejemplo es el del usuario de un país que recibe servicios del extranjero, como ser servicios de consultoría, proyectos de arquitectura, asesoramiento telemédico, etc.

**Modo 2 (consumo en el extranjero):** suministro de un servicio en el territorio de un Miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro Miembro.

Implica el traslado del consumidor al país proveedor (un ejemplo es el de los servicios de turismo, donde el turista extranjero se traslada a otro país para pasar sus vacaciones).

**Modo 3 (presencia comercial):** suministro de un servicio por un proveedor de servicios de un Miembro mediante presencia comercial en el territorio de cualquier otro Miembro.

Es el modo asociado con la inversión, ya que implica el establecimiento en el territorio de un Miembro de una empresa de otro Miembro (ej. el establecimiento de un estudio jurídico, estudio contable, cadena de hoteles, etc.).

**Modo 4 (movimiento de personas físicas):** suministro de un servicio por un proveedor de servicios de un Miembro mediante la presencia de personas físicas de un Miembro en el territorio de cualquier otro Miembro.

En este caso, no es el consumidor el que se traslada sino el prestador del servicio (persona física). No debe confundirse este modo de prestación de servicios con los trámites migratorios: si los Miembros asumen compromisos relacionados con el modo 4, permitiendo a

personas físicas suministrar servicios en sus territorios, pueden seguir regulando la entrada y permanencia de las personas de que se trate, por ejemplo exigiendo visados, mientras ello no impida el cumplimiento de los compromisos contratados.

<sup>7</sup> Karsenty, Guy, «Trade in Services Trade under GATS-Recent Developments», OMC, «Symposium on Assessment of Trade in Services», Ginebra, 14-15 de marzo de 2002.

<sup>8</sup> OMC - PRESS/373, 5 de abril de 2004, Comercio mundial 2003.

<sup>9</sup> Cuadro elaborado en base a datos obtenidos en: -OMC - Estadísticas del comercio internacional 2002, Gráfico 5 (página 7)

-OMC - PRESS/337, 22 de abril de 2003. Cifras del comercio mundial 2002. Cuadros 2 y 3.

-OMC - PRESS/373, 5 de abril de 2004. Comercio mundial 2003. Cuadros 2 y 3.

<sup>10</sup> Los porcentajes de participación en materia de servicios comerciales correspondientes a los años 2002 y 2003 se han calculado en base a datos de OMC-PRESS/337 y PRESS/373 (Cuadros 2 y 3)

<sup>11</sup> OMC-Estadísticas del comercio internacional 2001 y 2002. Las cifras de 2003 son estimaciones contenidas

en el documento OMC - PRESS/373, 5 de abril de 2004. Comercio mundial 2003.

<sup>12</sup> OMC, Estadísticas del comercio internacional 2002

<sup>13</sup> WT/MIN(01)/DEC/W/1, 14 de noviembre de 2001

<sup>14</sup> Documento SIL/93

<sup>15</sup> Japón, Nueva Zelanda, Australia, Corea, Uruguay, Taipei Chino, Canadá, Noruega, Paraguay, EE.UU., Bahrein, Islandia, Liechtenstein, Panamá, Argentina, Suiza, Senegal, Israel, Hong Kong-China, Polonia, St Christopher & Nevis, Comunidades Europeas, República Checa, Macao-China, México, Fiji, Eslovenia, Chile, Singapur, República Eslovaca, Turquía, Sri Lanka, Guatemala, Perú, Tailandia, Bolivia, Colombia, China, Bulgaria, India, Surinam, Costa Rica, Mauricio, Brasil, República Dominicana, Gabón, Jordania, Kenia.

<sup>16</sup> Documento WT/US/799

<sup>17</sup> Documentos S/CSS/W/95 de 9/7/2001 y S/CSS/W/125 DE 29/11/2001, respectivamente.

<sup>18</sup> Documento S/CSS/W/130 de 30/11/2001.

<sup>19</sup> Documentos S/CSS/W/80 de 4/5/2001, S/CSS/W/108 de 26/9/2001 y S/CSS/W/139 de 20/3/2002, respectivamente.



Nombre: Hugo Cayrús Maurin

Títulos: Abogado (Universidad de la República, Montevideo-Uruguay) / Curso de Política Comercial de la OMC (Ginebra, Suiza)

Cargo en el Servicio Exterior: Ministro Consejero

**Destinos y cargos:** 1987-1989 Ministerio de Relaciones Exteriores :Dirección Regional Europa, Dirección de Tratados y Límites, Dirección General para Asuntos Culturales y Secretaría del señor Subsecretario de Relaciones Exteriores. / 1990-1995 Secretario del Servicio Exterior y Encargado de la Sección Consular de la Embajada de Uruguay en Beijing, República Popular China. / 1995-1998 Primer Secretario. Dirección de Organismos Económicos Internacionales (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1998-2003 Consejero y posteriormente Ministro Consejero de la Delegación Permanente del Uruguay en Ginebra ante la Oficina de las Naciones Unidas, la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los Organismos Internacionales con sede en Ginebra (Suiza). / 2000-2001 Presidente de las reuniones pluri-laterales de Servicios en el Grupo de Trabajo sobre el proceso de adhesión de la República Popular China a la organización Mundial del Comercio (OMC). 2001-2002 Presidente del Grupo de Trabajo sobre Normas del AGCS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). / 2003 - Subdirector General para Asuntos Económicos Internacionales y Coordinador de la Unidad de Reclamos y Controversias (Ministerio de Relaciones Exteriores).

Mayor información.  
Mejores decisiones.

El mundo está cambiando y nosotros también. En un mundo globalizado, la información es clave para tomar mejores decisiones. Conoce más sobre nuestros servicios y cómo podemos ayudarte a alcanzar tus objetivos.

**E**

Ministerio de Relaciones Exteriores  
Oficina de Asesoría y Estudios  
Calle Uruguay 1111, Montevideo, Uruguay  
Tel: +598 2 222 2222  
Fax: +598 2 222 2222  
www.mre.gub.uy

# URUGUAY en el Sistema Generalizado de Preferencias de los Estados Unidos



por Lic. Alejandro Garófali

## Introducción

La motivación para escribir sobre el Sistema Generalizado de Preferencias de los Estados Unidos en la Revista de Política Exterior del Presente se basa en el hecho de que éste es el único mecanismo de preferencias arancelarias con el que actualmente cuentan las exportaciones uruguayas para acceso al mercado norteamericano. Por tal motivo, se intenta dar una introducción teórica al tema y sobre todo una visión práctica y operativa para ayudar a difundir su uso por parte de nuestros exportadores.

## Generalidades

El Sistema Generalizado de Preferencias o SGP consiste en un programa unilateral y temporal por el que algunos países industrializados contemplan preferencias relativas a la exención de aranceles a países en desarrollo. Se origina en los esfuerzos de cooperación comercial internacional lanzados en 1961 en el marco del Primer Decenio de las Naciones Unidas para el Desarrollo y tiene por objetivo fomentar la diversificación de las economías beneficiarias.

Es un sistema abierto y flexible en su implementación, consistiendo actualmente en 16 esquemas preferenciales diferentes, aplicados por 28 países otorgantes; cada esquema es independiente en su administración, aunque con muchos elementos en común. Los países otorgantes son: Alemania, Australia, Austria, Canadá, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Federación Rusa, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Portugal, Reino Unido, Bulgaria, Bielorrusia, Hungría, Polonia, República Checa, Suecia y Suiza.



En los Estados Unidos el mecanismo se encuentra operativo desde enero de 1976. En 1974 el Congreso otorgó autoridad legislativa al Poder Ejecutivo para la implementación del SGP, según el Título V de la Ley de Comercio de 1974, inicialmente por un período de 10 años, que se fue extendiendo sucesivas veces. Esta autorización había vencido el 30 de septiembre de 2001 y la Ley de Comercio de 2002, promulgada el 6 de agosto de 2002, restableció los beneficios del SGP en forma retroactiva al 30 de septiembre de 2001, extendiéndolos hasta fin de 2006. La lista de países beneficiarios, el nivel de beneficios y la lista de productos amparados se han venido actualizando periódicamente desde el inicio del programa, en revisiones ordinarias anuales.

## Productos Elegibles y Países Beneficiarios

En Estados Unidos de América el programa extiende tratamiento arancelario preferencial a más de 5.000 productos importados provenientes de alrededor de 150 países en

desarrollo, que bajo su amparo entran libres de derechos aduaneros.

Los beneficiarios son los países designados por Estados Unidos, el cual en la determinación de listas de productos amparados distingue entre "Países en Desarrollo" (alcanza a 3.600 productos) y "Países de Menor Grado de Desarrollo" (además de los productos anteriores, cuentan con 1.700 productos exclusivos). Las listas referidas así como un manual o guía del SGP pueden ser consultados en el sitio web de la Oficina del Representante de Comercio de los Estados Unidos o United States Trade Representative (USTR): [http://www.ustr.gov/Trade\\_Development/Preference\\_Programs/GSP/Section\\_Index.html](http://www.ustr.gov/Trade_Development/Preference_Programs/GSP/Section_Index.html)

Uruguay entra en la categoría de país en desarrollo y no tiene restricciones particulares en ninguno de los productos de la lista correspondiente.

El programa abarca una amplia gama de productos agrícolas, manufacturados y semielaborados, pero estipula que ciertos productos no podrán ser designados para ingresar exentos de aranceles dada la susceptibilidad de algunas industrias de los Estados Unidos. Esta restricción se aplica, aunque no se limita a: Productos agropecuarios de los capítulos 2 a 52, incluidos, que estén sujetos a una cuota, si sobrepasan ésta; Textiles y Vestimenta sujetos a acuerdos textiles; Relojes, incluyendo correas o brazaletes; Artículos electrónicos susceptibles de resultar afectados por las importaciones; Calzado, bolsas de mano, maletas, artículos planos, guantes de trabajo y prendas de vestir de cuero; y Productos de vidrio semielaborados.

## Requisitos de Origen

Los productos a importar en Estados Unidos amparados en SGP son



reconocidos como originarios del país beneficiario siempre y cuando hubieran sido totalmente elaborados en dicho país con insumos nacionales, o hubieran sido parcialmente elaborados en el mismo con insumos importados a condición de que el porcentaje de valor agregado nacional sea igual o mayor al 35% (materiales fabricados en el país beneficiario más costos directos del proceso).

Al momento de su importación en los Estados Unidos, el servicio de Aduanas generalmente considera para su valoración el valor de compra del producto.

Como condición adicional para considerarse originario del país beneficiario, los productos amparados tienen que haber sido importados directamente a los Estados Unidos desde el país beneficiario y no haber sido destinados originalmente a otro país al momento de su exportación desde el país de origen.

Cuando un producto es elaborado con materiales provenientes de varios países que conforman una asociación regional de integración, se pueden considerar beneficiarios los productos que adquieren origen acumulativo. A los solos efectos de la determinación del origen, los productos se consideran provenientes de uno de los miembros de la asociación si su costo directo de elaboración, más materia prima nacional y materias primas provenientes de otros países de la región, es igual o mayor al 35% del valor del producto final.

Las asociaciones regionales de integración que reciben dichos beneficios acumulativos son las que hubieran presentado su solicitud y obtenido tal reconocimiento por parte de la Oficina del Representante de Comercio de los Estados Unidos. Hasta el momento son beneficiarios, entre otros, la Comunidad Andina, CARICOM y Asean (con excepción de Brunei y Singapur). MERCOSUR no ha presentado su solicitud y por tanto no es elegible.

El concepto de «transformación sustancial» previsto por las normas de origen: se puede incluir el costo o el valor de materiales importados al país beneficiario desde terceros países al calcular el 35% del valor agregado para satisfacer este criterio, sólo si los materiales son substancialmente transformados en artículos nuevos y distintos y que luego son utilizados como material constitutivo en la fabricación del artículo admisible. Cualquier producto fabricado total o parcialmente con componentes norteamericanos puede tener derecho al Sistema.

#### Procedimiento recomendado a interesados en utilizar el SGP

El primer paso para el interesado en saber si su producto (originario de Uruguay, según las reglas antes indicadas), puede ampararse en el SGP a su ingreso a los Estados Unidos, es asegurar su correcta clasificación según la nomenclatura arancelaria de los Estados Unidos (Harmonized Tariff Schedule o HTS), y así podrá identificar el tratamiento arancelario correspondiente. El HTS puede ser consultado online en la página web de la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos, USITC en [http://hotdocs.usitc.gov/tariff\\_chapters\\_current/toc.html](http://hotdocs.usitc.gov/tariff_chapters_current/toc.html).

Una vez en el sitio indicado y tras encontrar el producto de interés, bajo Nivel Arancelario ó "Rates of Duty" se abren dos columnas. En la columna 1 se incluyen todos productos que no sean provenientes de países comprendidos en la columna 2 (lista reducida a países con tratamiento discriminatorio o especial, como Cuba y Corea del Norte, a los cuales Estados Unidos impone restricciones comerciales importantes). Por lo tanto a los productos provenientes de Uruguay se les aplica el tratamiento arancelario establecido en la columna 1. Dicha columna a su vez se encuentra subdividida en General y Especial.

En el recuadro General se indica el nivel arancelario normal, y en el Especial se agrega la observación de si el producto es pasible de amparo bajo un determinado tratamiento preferencial, como puede ser el caso del SGP, el NAFTA, acuerdos bilaterales, etc.

Para saber si al producto uruguayo se le aplica el arancel general o de un régimen especial, y en particular para saber si puede ingresar bajo el SGP, deberá observarse si en la columna Especial o «Special» (tratamiento especial), se encuentra la letra "A" o «A\*», en cuyo caso ese producto es elegible en el SGP para Uruguay. La letra A indica a todos los países beneficiarios del SGP y la A\* a todos excepto a algunos para cuales se ha restringido la lista de productos elegibles (Uruguay no tiene restricciones hasta el momento).

Si en su lugar figura el identificador «A+», sólo se extiende tratamiento bajo SGP a productos provenientes de países de menor desarrollo económico.

En cuanto a trámites de importación en los Estados Unidos, para asegurar que el producto reciba la preferencia de SGP, el exportador deberá solicitar al importador norteamericano que agregue la letra "A" delante del número de código arancelario o HTS en la documentación de declaración de importación o entrada.

#### SGP y Cuotas arancelarias de importación

Los productos sujetos a cuotas de importación no son elegibles para bajo SGP para los montos de dichos productos que excedan la cuota respectiva. Ello implica que si un producto amparado en SGP entra a los Estados Unidos bajo cuota arancelaria, la cantidad que se importa bajo cuota tendrá arancel cero y si se importa superando la cuota pagará el arancel normal total.



## Administración del SGP en Estados Unidos

A nivel federal opera una Sub-Comisión inter-agencias encabezada por un Coordinador de la Oficina del Representante de Comercio (USTR), la cual administra el programa SGP. Generalmente en forma anual estudia las peticiones de agregar o eliminar productos o países del programa, presentadas por partes interesadas (mayormente importadores, exportadores extranjeros, industria local concernida, entidades privadas, entidades gubernamentales, etc.).

La convocatoria a expresiones de interés en modificar el SGP se realiza mediante publicación en el Federal Register (diario oficial federal) y se hace en proceso abierto, iniciando un mecanismo que usualmente insu-me de ocho meses a un año y culmina con una proclama presidencial que modifica el sistema arancelario nacional o HTS, haciendo efectivos los cambios en el SGP.

Es en este proceso en que los exportadores de países como Uruguay pueden presentar sus peticiones de inclusión de productos en el SGP, por lo que se sugiere que permanezcan atentos a tales anuncios, los que además de ser publicados en sitios web de USTR (Secretaría de Comercio) y otras entidades federales norteamericanas, también son difundidos por la Cancillería (Dirección de Programación Comercial), el Ministerio de Economía y Finanzas (Dirección de Comercio Exterior), la Embajada del Uruguay en Washington DC y la Embajada de los Estados Unidos en Montevideo.

Luego del período inicial de presentación de solicitudes, se abre un proceso de revisión de las mismas y son precalificadas las que serán sometidas a consulta pública (según cumplan con requisitos mínimos formales y de oportunidad indicados en las convocatorias de revisión y en la guía de SGP disponible en sitio web del

USTR). Tras las audiencias públicas en que participan los interesados, la Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos emite un informe aceptando o rechazando las peticiones y el USTR elabora la medida definitiva de modificación del sistema arancelario recogiendo los resultados de revisión del SGP en una proclama presidencial o decreto que es publicado en el Federal Register.

La Sub-Comisión del SGP anualmente practica la revisión general del mecanismo controlando se cumplan los criterios para permanecer como país beneficiario del SGP. De esta forma puede dar de baja a un país de la lista cuando considera que se ha "graduado" por su nivel de desarrollo económico o porque pasa a pertenecer a alguna asociación de integración regional que no califica para recibir los beneficios del SGP (como sucedió este año con los nuevos países miembros de la Unión Europea, que dejaron de ser beneficiarios del SGP desde su incorporación a la Unión), o entra en acuerdo de libre comercio con Estados Unidos (caso México en 1994 y Chile el año pasado).

En similar proceso se revisa anualmente si los productos elegibles siguen siendo considerados como tales, pudiendo darse de baja a alguno de ellos si en el ejercicio fiscal anterior sus importaciones han superado los límites de necesidad competitiva (80 millones de dólares según ley de 1987). Los países de menor desarrollo económico están en general exceptuados de estos límites (caso claro de Angola, el mayor usuario del sistema), mientras los demás beneficiarios pueden solicitar se les exceptúe por razones fundadas.

Este proceso de revisión anual también prevé la posibilidad de que interesados promuevan la suspensión en el SGP de un país beneficiario debido a violaciones de prácticas internacionales que reconocen los derechos de los trabajadores o por falta de protección de los derechos de propie-

dad intelectual (extremos específicamente condenados en la ley de renovación del SGP de 2002). Otras causas de retirada temporal, total o parcial de un país del programa, pueden fundarse en haberse registrado casos de: práctica de cualquier forma de esclavitud, exportación de productos fabricados en prisiones, deficiencias manifiestas en los controles aduaneros en materia de exportación y tránsito de drogas e incumplimiento de convenios internacionales en materia de blanqueo o lavado de dinero, fraude y falta de cooperación administrativa prevista para el control de los certificados de origen, casos manifiestos de prácticas comerciales desleales por parte de un país beneficiario y la inobservancia de las obligaciones que se derivan de la Ronda Uruguay, consistentes en lograr los objetivos acordados de acceso al mercado.

## Utilización del SGP en las exportaciones del Uruguay a los Estados Unidos

Como se ha indicado, Uruguay recibe los beneficios del SGP como país en desarrollo (categorías A y A\* del HTS) y ningún producto de la lista respectiva le resulta excluido.

Si bien hasta el año 2002 casi el 35% de sus exportaciones a los Estados Unidos se hacían amparadas por el SGP y por tanto ingresaban con arancel cero, en 2003 ese porcentaje cayó a un 22%, mayormente influido por una disminución en las exportaciones de algunos de los productos que utilizaban el SGP con mayor frecuencia como cueros, repuestos, polímeros naturales, transformadores y generadores. Justamente han sido los cueros los que han dominado el uso



del sistema por parte del Uruguay, constituyendo históricamente alrededor del 60% del total exportado bajo el SGP a los Estados Unidos (36 millones de dólares en 2003, de un total de más de 55 millones amparados en el programa). Otros de los mayores usuarios han sido repuestos, polímeros, azúcar, algunos productos lácteos, artículos de vestimenta, papelería y perfiles de aluminio.

La lista de productos actualmente exportados por Uruguay bajo SGP a Estados Unidos es de un par de decenas, de variados sectores. Sin embargo, la lista de productos elegibles para Uruguay es de 3.500 dando lugar a pensar que existen amplias oportunidades de acceso preferencial a los Estados Unidos que nuestros exportadores no están aprovechando debidamente. Valdría el esfuerzo de todo emprendedor nacional considerar sus posibilidades en este sentido así como plantear a las diferentes gremiales empresariales emprender campañas de difusión de su uso como medio idóneo (y único disponible para Uruguay) para ganar competitividad y alentar la diversificación en nuestras exportaciones, a la vez de estimular la participación de empresas nacionales de todo porte (muchos de los productos elegibles pueden ser elaborados por pequeñas y medianas empresas, incluso artesanales, y tal vez ese haya sido el espíritu que dio origen al SGP en los años setenta).

Si se considera a los miembros del MERCOSUR, comparativamente Uruguay es un buen usuario del SGP en sus exportaciones a los Estados Unidos. Casi 22% de sus exportaciones en 2003 ingresaron bajo el programa, mientras Paraguay, el mayor usuario en términos relativos de MERCOSUR, exportó cerca de 32% bajo SGP a los Estados Unidos. Por su parte Argentina y Brasil utilizaron el programa en poco más de 14% de sus exportaciones a este mercado.

En términos absolutos, Brasil es uno de los mayores beneficiarios del SGP en los Estados Unidos, siendo el cuarto usuario con 2.490 millones de dólares en 2003, luego de Angola (3.883 millones), Tailandia (2.702 millones) e India (2.646 millones). Muy por debajo de éstos está Uruguay en un modesto lugar 29. La participación de Uruguay en el total ingresado a los

Estados Unidos bajo el programa en 2003 fue de 0,258%. Como dato adicional se indica que Chile y Argentina ocupan los lugares 11 y 12 respectivamente en dicha lista de 144 países, en la cual los primeros 21 acumulan el 93% de importaciones amparadas en el programa. Ya los primeros cinco países usuarios concentran el 61% del total importado bajo SGP, dato por demás ilustrativo del uso intensivo que algunos practican.

Con esta cifra dejamos planteada la necesidad de dar a conocer y fomentar el uso de los mecanismos preferenciales de acceso a mercados disponibles en la actualidad (y probablemente hasta la concreción de un ALCA o esquema similar que incluya a Uruguay y Estados Unidos, éste será el único programa preferencial al que podamos acogernos en Estados Unidos).



### Nivel de Utilización del SGP por Uruguay

**Cuadro 1.**  
Exportaciones de Uruguay a Estados Unidos 2000-2003 (en dólares americanos)

	2000	2001	2002	2003
Exportado bajo SGP	84.545.000	80.669.000	68.248.000	55.264.000
Total Exportado	309.241.000	225.116.000	190.512.000	253.059.000
SGP como % del Total	27,34	35,83	35,82	21,84

Fuente: USITC - International Trade Commission

**Cuadro 2.**  
Exportaciones MERCOSUR a Estados Unidos 2003 (en dólares americanos)

	Argentina	Brasil	Paraguay	Uruguay	MERCOSUR
Exportado bajo SGP	451.294.098	2.490.276.296	16.482.355	55.264.260	3.013.317.009
Total Exportado	3.094.701.325	17.716.544.241	50.088.588	253.059.432	21.114.393.586
SGP como % del Total	14,58	14,06	32,91	21,84	14,27

Fuente: USITC - International Trade Commission



Nombre: Alejandro Garofali

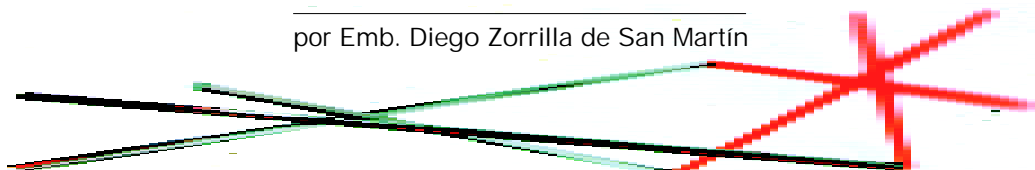
Títulos: Licenciado en Relaciones Internacionales (Universidad de la República) / Master en Administración de Empresas (Universidad Politécnica de Cataluña)

Cargo en el Servicio Exterior: Secretario de Segunda

Destinos y cargos: 1990-1994 - Consultor en Reforma del Estado, Comercio Exterior e Inversiones - Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - Proyecto PLADES-PRONADE / 1997-2000 Funciones en Dirección General para Asuntos de Integración y MERCOSUR (MRREE) / 2000-2004 Departamento Económico Comercial de la Embajada del Uruguay en los Estados Unidos.

# Hacia una política de cooperación internacional

por Emb. Diego Zorrilla de San Martín



Asistí a un Seminario sobre Cooperación Internacional, en el que una larga nómina de expositores relataba la experiencia de sus países en el tema para el que se nos había convocado.

Como representante de la República Oriental, me llegó el turno. Había llevado una extensa exposición sobre los proyectos ejecutados o en negociación. En ese instante, me di cuenta que debía decir algo distinto y no dar lectura a lo que había preparado. Y bueno, así fue. Se me ocurrió relatar la verdad sobre la forma en que en mi país se lleva este tema tan importante como lo es la cooperación y del que no se tiene una idea cabal sobre su trascendencia.

En el Uruguay aún no tenemos una política de cooperación coherente y precisa, ni un concepto claro de la utilidad y de los beneficios que ésta puede aportar. No sólo para la recepción de recursos financieros, capacitación técnica o brindar actividades de cooperación horizontal, sino también como útil instrumento de nuestra política exterior, de ese Uruguay americanista, solidario, abierto y amigo de las naciones del mundo.

Expresé que era necesaria una reforma mediante la creación de una Agencia o Instituto de Cooperación Internacional que, de una vez por todas, unifique y concentre a las diversas entidades vinculadas al tema, logrando de esta forma, la tan anhelada eficiencia y capacidad de gestión, algo que depende del desarrollo de nuestras capacidades como aptitud para ejecutar eficazmente las metas que se proponen.

El nuevo órgano competente se encargaría de fijar objetivos concretos y formular estrategias, áreas prioritarias, confeccionar planes de acción acordes con la política de desarrollo del gobierno, para luego diseñar, negociar y ejecutar proyectos destinados a las áreas prioritarias establecidas en el plan de gobierno. Con ello, habremos terminado con el desorden que provocan las diversas instituciones que están vinculadas a la cooperación internacional y que, al fin, debilita la posición y credibilidad del país.

Deseo detenerme en la mencionada "capacidad de gestión", es decir a la competencia que deberá poseer la entidad creada, para resolver sus propios problemas y lograr que el país tenga capacidad de respuesta ante las necesidades que plantea su desarrollo sin depender de la asistencia técnica externa, salvo cuando se trate de transferencias científicas o tecnológicas. A este respecto, merece una especial atención el desarrollo de la ciencia, la tecnología e innovación y en particular el de la tecnología de la información, que deben ser tenidos en

cuenta a la hora de que el país formule su estrategia de desarrollo.

Todo ello requiere una nueva cultura y responsabilidad ya que percibimos a la Agencia como una estructura que, además, tenga las capacidades de:

- detectar las fuentes potenciales de recursos de cooperación y gestionar su obtención para atender las demandas que exige el cumplimiento del plan de desarrollo,
- preparar planes de acción coherentes con la política pública de desarrollo del país en todos los ámbitos,
- generar un clima propicio para trabajar conjuntamente con la sociedad civil: con las organizaciones no gubernamentales y con los sectores empresarial y universitario,
- seleccionar los recursos humanos para los proyectos y ejecutarlos con gente idónea y responsable que realice un constante seguimiento y las correcciones que los mismos requieran en la etapa de ejecución,
- realizar una tarea de evaluación y seguimiento periódico de los proyectos,
- mantener un contacto regular y realizar actividades conjuntas con organismos de cooperación internacionales,
- integrar proyectos en forma regional, en particular con nuestros socios del MERCOSUR,
- planificar actividades bi o multilaterales de cooperación horizontal ("Sur - Sur").

Será imperiosa la asignación de recursos presupuestales para el buen funcionamiento de la Agencia, pero no todo está en la cuantía de los recursos. Eso no basta. Otros factores son de vital importancia tales como:

- ¿cuál es el grado de conocimiento y de compromiso del gobierno en materia de cooperación?
- ¿cómo se utilizan y administran los recursos financieros y humanos?
- ¿qué posibilidad tienen las estructuras administrativas para llevar a cabo proyectos de cooperación en forma coordinada y coherente con un plan de gobierno y con sus prioridades en materia de desarrollo?
- ¿cómo se capacita al personal para que sea apto y competente en esta especialización?
- ¿cuáles serían estas prioridades que, hoy en día, tiene el Uruguay en las actuales circunstancias?

Como respuesta a esta última pregunta, entiendo que deberían estar orientadas hacia el cumplimiento de las Metas del Milenio, aprobadas por las Naciones Unidas en septiembre del 2000, que constituyen un verdadero desafío que debemos asumir.

Para ello el Uruguay, catalogado como "país de renta media", deberá hacer ingentes esfuerzos para ejecutar

dichas Metas, entre las que figuran: la lucha contra la pobreza extrema y el hambre con miras a su erradicación; la defensa al derecho del niño a completar, por lo menos, su educación primaria; la eliminación de la disparidad de género; la promoción de la salud en general, el combate al VIH-SIDA; la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible. Se trata de un desafío al uso de nuestro ingenio, capacidad y voluntad para salir adelante. Estamos frente a un tema crucial al que tenemos la obligación moral de responder con nuestro compromiso, pero necesitamos recursos adicionales que permitan la ejecución de una política pública social especialmente dirigida a los sectores más necesitados de nuestra sociedad, ya que la realidad indica que el Uruguay tiene un alto índice de desigualdad y de exclusión social.

El país, aún enfrenta dificultades económicas y sociales, luego de la crisis iniciada en 1999 y agravada en el año 2002 y, entre sus dañinas causas, existieron factores externos que perjudicaron la economía y golpearon duramente su estructura social. Por ello, considero oportuno y necesario reiterar que la labor de reconstrucción de la economía y del tejido social, debería ser una tarea compartida con los países desarrollados y organismos financieros internacionales.

Debemos insistir en que, los recursos que actualmente, se disponen del Programa Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD) son insuficientes; con el agravante de que podrían ser recortados, mientras que aún no se ha dado cumplimiento al compromiso asumido en la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo de Monterrey, en marzo 2002, en la que muchos donantes reafirmaron su determinación de aumentar las contribuciones a la AOD hasta la meta del 0,7% del PIB, responsabilidad asumida en las Naciones Unidas en 1998.

Considero que debemos instar a los países desarrollados y organismos internacionales a reforzar los recursos de cooperación con los países de renta media (aquellos que tienen un ingreso per cápita entre los US\$ 746 y los US\$ 9.205), argumentando que esa ayuda es un vital complemento a los esfuerzos que el Uruguay realiza. Cabe pues, recordar que hemos tenido niveles de vida muy distintos y superiores a los actuales, sobre todo en la clase media, que constituyó la base de estabilidad y de bienestar de nuestra población.

Por otro lado, se debería argumentar para que cuando el Banco Mundial o la Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) utilizan los parámetros con los que se mide el ingreso per cápita de los países, se tenga también en cuenta la deuda externa per cápita de sus habitantes. Ello contribuiría a una mejor comprensión de la situación uruguaya, que soporta una deuda externa de aproximadamente US\$ 11.000 millones con una población de 3:300 habitantes. Este factor no puede ser menospreciado y debería incidir, ya que es un indicador básico de la pesada carga que el país debe, anualmente, desembolsar.

Si bien, hoy en día, el Uruguay tiene índices de recuperación económica, resulta indispensable que la misma tenga un ritmo sostenible y que, efectivamente, se logre

un desarrollo económico acompasado por un crecimiento en el desarrollo social. La hora actual requiere una atención más dinámica de la problemática social que vive nuestro país y que debemos superar a fin de fortalecer, ante todo, la estabilidad democrática y un mejoramiento de la calidad de vida de los más carenciados.

Finalmente, el Uruguay comienza a tomar conciencia de la importancia de ofrecer sus reconocidas capacidades técnico-científicas y profesionales para proyectos de cooperación horizontal, actitud que tendrá el entusiasta apoyo de nuestra Cancillería, ya que será una expresión de solidaridad, de presencia y de prestigio externo del país, reflejando su voluntad política en asistir técnicamente a la búsqueda de una solución a los problemas del subdesarrollo.

Esta posible actividad de cooperación "Sur Sur" podría encararse utilizando la modalidad de la "Cooperación Triangular", que consiste en potenciar la cooperación mediante la asociación con una fuente tradicional bilateral o multilateral y un país de desarrollo medio como Uruguay, en proyectos en favor de una tercera nación demandante, de menor o similar desarrollo.

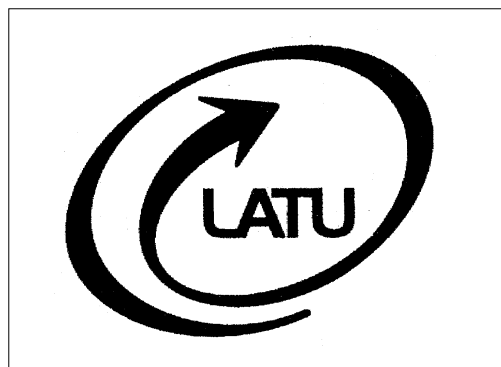
Es hora de que trabajemos conjuntamente con mayor ahínco junto a los donantes, generando un clima de mayor entendimiento y confianza, y que nuestra respuesta en materia de capacidades ponga de manifiesto un firme y esperanzador deseo de avanzar hacia el perfeccionamiento de las condiciones en que la cooperación se recibe y de la que se puede ofrecer, pero para ello tenemos que adoptar una política pública de cooperación internacional.



Nombre: Diego Zorrilla de San Martín

Cargo en el Servicio Exterior: Embajador

Destinos y cargos: 1965 - 1985 Desempeña funciones en diversos cargos en Cancillería, integra delegaciones ante organismos internacionales y cumple funciones en la Embajada de la República en el Reino de los Países Bajos, en Italia y en Paraguay. / 1985 - Jefe de Gabinete del Señor Ministro de Relaciones Exteriores. / 1986 - 1990 Ministro en la Embajada de la República en Francia. / 1990 - 1992 Embajador en Francia / 1993 - Director General para Asuntos Políticos (Ministerio de Relaciones Exteriores) / 1994 - Director General de Cooperación y Asistencia Técnica Internacional (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1995 - Director General para Asuntos Culturales (Ministerio de Relaciones Exteriores). / 1996 - Jefe de Gabinete del señor Ministro de Relaciones Exteriores, Coordinador Iberoamericano de Uruguay para VI y VII Cumbre Iberoamericana. / 1997 - 2002 Embajador de la República en el Perú. / 2002 - Director General de Cooperación Internacional (Ministerio de Relaciones Exteriores).

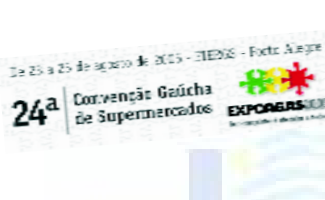


# DIRECCION DE PROGRAMACION COMERCIAL (D.P.C.)

# Plan de participación en ferias internacionales

## Año 2005

por Dalia Paseyro Loitey



La Dirección de Programación Comercial (D.P.C.) del Ministerio de Relaciones Exteriores, creada en 1996, tiene entre sus cometidos fundamentales apoyar el incremento y diversificación de las exportaciones de bienes y servicios del Uruguay.

En este ámbito se gestó, en 1998, una Unidad de Ferias Internacionales, la cual en estos momentos está en proceso de fortalecimiento, que comenzó a realizar las tareas de difusión de estos eventos entre las empresas nacionales, en un principio con boletines mensuales y, posteriormente, por medio de la página web.

Hoy, la Dirección de la DPC ha encarado la revalorización de esta Unidad con el objetivo de lograr un mayor acercamiento entre la Cancillería y el Sector Empresarial, a efectos de facilitarles la toma de decisiones al momento de optar por la participación en esos eventos comerciales.

Las Ferias Internacionales son un invaluable instrumento en el proceso de contribuir al estímulo y la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios, así como también constituyen una herramienta eficaz para proveer información sobre el comportamiento de los diferentes mercados.

Si bien esta Dirección no ha tenido una participación significativa como hubiese deseado, sobre todo por razones de índole económica, entendimos de suma importancia estructurar un plan de asistencia coherente para el año 2005 que se encuadre a la realidad de nuestro País.

La selección de ferias que hemos realizado se llevó a cabo en función de:

- La participación histórica de la República en las mismas.
- La relación costo-beneficio recogida en esas experiencias anteriores, tanto por la DPC como también por las Cámaras Nacionales, el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU), la Unión de Exportadores del Uruguay, Instituto Nacional de Carnes (INAC), Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI), Ministerio de Turismo (MINTUR) y los propios empresarios.

• Las que ofrecen mayores ventajas para las Pymes en una actitud coherente con los objetivos trazados en la creación de esta Dirección.

• Las que movilizarían en mayor medida los productos no tradicionales y los que en este momento se encuentran en la Mesa de Trabajo que esta Dirección está llevando adelante, como por ejemplo:

- I) Estrategias para la colocación en el exterior de miel fraccionada.

- II) Proyecto Nacional de Creación de un Envaso Identificatorio del País.
- III) Creación de una mesa Nacional para la exportación de miel.
- IV) Desarrollo en el mediano y largo plazo de lo que hemos denominado una "cultura de exportación"

Debemos mencionar otros factores relevantes que han pesado en la toma de decisión de las ferias seleccionadas tales como:

- Si la Feria es Regional o Extraregional.

Este punto determina costos diferenciales en el envío de las muestras, facilidad de traslado para los expositores y un input invaluable como es el reconocimiento previo que pueda existir de los productos nacionales.

- El idioma manejado en la misma.

Este factor, además de incidir en el costo, puede representar para el empresario un escollo al momento de establecer los contactos, las transacciones o durante las Rondas de Negocios.

- Si la Feria tiene carácter Institucional o Privado.

Las Ferias Institucionales prevén mecanismos y formas de integración que tienden a facilitar la presencia de organismos estatales o paraestatales.

- Si está previsto por los organizadores el ofrecimiento de un espacio sin costo, o si existe la posibilidad de negociar un precio preferencial.

Este punto es fundamental porque una oferta sin costo determina mayor posibilidad de concurrencia a empresas de menores recursos.

En cuanto al espacio de presentación de los productos nacionales en estos eventos, la Dirección de Programación Comercial (DPC) lleva adelante una filosofía de desarrollo de sinergias y espíritu de cooperación como forma de lograr resultados positivos.

Es por ello, que promueve la coparticipación espacial y funcional bajo un Pabellón Nacional y con la propuesta única de Uruguay Natural.

No dudamos que con el apoyo de las Autoridades Nacionales, la colaboración de otros Organismos de Promoción Comercial, de las Cámaras Empresariales y los empresarios, llegaremos a lograr los resultados que el país necesita.



## CALENDARIO DE FERIAS INTERNACIONALES 2005

### FEBRERO

**Nombre:** BIOFACH 2005.

**Lugar:** NürnbergMesse, Nürnberg, ALEMANIA.

**Mes:** Febrero

**Fecha:** 24 al 27 de febrero de 2005

**Organiza:** Messe Nürnberg

**Comentario:** Feria líder mundial de Productos Biológicos, desde la producción y certificación hasta la transformación y comercialización. Orientada a visitantes profesionales que encontrarán en la misma: artículos de regalo, higiene corporal, alimentos y bebidas de producción biológica controlada, cosmética, cuero, detergentes, muebles, papel, tejidos, etc.

Seminarios, workshops y conferencias en un mercado europeo, que mueve en este terreno un negocio de 10.000 millones de euros.

**Sitio web:** [www.biofach.de](http://www.biofach.de) **Email:** [info@biofach.de](mailto:info@biofach.de)

### MARZO

**Nombre:** AMBIENTAR BUENOS AIRES - OTOÑO.

**Lugar:** Predio Ferial La Rural - Buenos Aires, ARGENTINA.

**Mes:** Marzo

**Fecha:** 10 al 13 de marzo de 2005

**Organiza:** Messe Frankfurt

**Comentario:** Expresión Ferial que ha contado con la presencia de empresas y artesanos uruguayos en la edición 2004.

Es un Salón Internacional de regalos, decoración, diseño, arte de la mesa, cocina - bazar y textiles para el hogar.

Constituye un nicho de oportunidades muy adecuado para las empresas nacionales debido a la idiosincracia regional común.

**Sitio web:** [www.indexport.com.ar](http://www.indexport.com.ar)

**Email:** [info@indexport.com](mailto:info@indexport.com) / [ambientar@indexport.com.ar](mailto:ambientar@indexport.com.ar)

### MAYO

**Nombre:** APAS 2005 - 21ª Edición - Feria Supermercadista

**Lugar:** Expo Center Norte - San Pablo, BRASIL.

**Mes:** Mayo

**Fecha:** A confirmar

**Organiza:** Asociación Paulista de Supermercados

**Comentario:** Excelente evento de y para profesionales del Sector. Importadores, distribuidores, mayoristas y detallistas podrán exponer, adquirir o realizar contactos comerciales en más de 500 stands. Se destaca la presencia regular de empresas uruguayas que han encontrado en esta propuesta un punto de encuentro para establecer contactos o realizar negocios de importancia.

**Sitio web:** [www.apas.com.br](http://www.apas.com.br) **Email:** [apas@apas.com.br](mailto:apas@apas.com.br)

**Nombre:** SEOUL FOOD 2005

**Lugar:** Seul, COREA.

**Mes:** Mayo

**Fecha:** 17 al 20 de mayo de 2005

**Organiza:** Oficina Comercial de la Embajada de Corea (KOTRA)

**Comentario:** Es una de las mayores exposiciones de alimentos y bebidas de Asia, de carácter profesional y con una trayectoria que se remonta a 1983.

En 2004 se presentaron 500 expositores de 30 países, constituyendo una excelente oportunidad para que empresas del MERCOSUR se contacten no sólo con empresas coreanas, sino también con las del resto del mundo.

Se presentarán: todo tipo de productos alimenticios naturales y procesados, bebidas, maquinaria para la industria alimenticia y de la bebida, equipamiento para hoteles, restaurantes así como otros productos y servicios relacionados.

**Sitio web:** [www.seoulfood.or.kr](http://www.seoulfood.or.kr) **Email:** [info@seoulfood.or.kr](mailto:info@seoulfood.or.kr)

### JUNIO

**Nombre:** ALIMENTARIA MEXICO 2005 - 5ª Edición

Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas

**Lugar:** Centro Banamex - México DF, MEXICO.

**Mes:** Junio

**Fecha:** 1 al 3 de junio de 2005

**Organiza:** Alimentaria Exhibitions S.A.

**Comentario:** Esta Feria es un referente en el contexto Latinoamericano por haberse constituido en un puente entre Europa y las Américas.

Promueve 4 aspectos fundamentales: Promoción de Marcas (como símbolo de calidad y compromiso); Internacionalidad (cantidad de países y regiones representadas); Sectorización (para comparar características y calidad); Innovación (énfasis en ser plataforma de lanzamiento de productos novedosos y revolucionarios).

Además se realizarán Ruedas de Negocios, Catas y Conferencias.

**Sitio web:** [www.icex.es](http://www.icex.es) **Email:** [alimentariamexico@alimentaria.com](mailto:alimentariamexico@alimentaria.com)

**Nombre:** WORLD ETHNIC & SPECIALITY FOOD SHOW 2005

5ª Edición

**Lugar:** Paris Expo - Porte de Versailles - Paris, FRANCIA.

**Mes:** Junio

**Fecha:** 7 y 8 de junio de 2005

**Organiza:** Algodoal & Cie.

**Comentario:** Es una exposición de carácter profesional en la que varias empresas uruguayas estuvieron presentes en la Edición 2004 con exitoso resultado.

Se encuentran presentes las mayores cadenas de distribución europeas, los circuitos especializados y tiendas Gourmets, Importadores, Distribuidores y Agentes del Sector alimentario.

Es un medio altamente recomendado para empresas latinoamericanas que pretendan llegar a un consumidor europeo que busca nuevos aromas y sabores.

**Sitio web:** [www.ethnicfoodshow.com](http://www.ethnicfoodshow.com) **Email:** [ethnicfoodmail@aol.com](mailto:ethnicfoodmail@aol.com)

**Nombre:** FISPAL ALIMENTOS 2005

21ª Edición - Alimentos & Bebidas - Restaurant & Hotel

**Lugar:** Parque Anhembi, Pabellón de Exposiciones - San Pablo, BRASIL.

**Mes:** Junio

**Fecha:** 7 al 10 de junio de 2005

**Organiza:** Grupo Brasil Rio

**Comentario:** Evento dirigido a profesionales de los sectores Alimentario, Bebidas, Restaurant, y Hotelería.

En él se encontrarán todas las variedades y versiones de presentación de alimentos y bebidas, además del rubro equipos y equipamiento para restaurantes, hoteles, panaderías, heladerías, empaques, servicios, etc.

El evento anterior alojó 1.700 empresas de 35 países que recibieron a más de 55.000 visitantes profesionales.

**Sitio web:** [www.grupobrasilrio.com.br](http://www.grupobrasilrio.com.br)

**Email:** [fispal@grupobrasilrio.com.br](mailto:fispal@grupobrasilrio.com.br)

### AGOSTO

**Nombre:** SIAL MERCOSUR 2005 - 5ª Edición - Salón Internacional de Alimentos y Bebidas

**Lugar:** Predio Ferial La Rural - Buenos Aires, ARGENTINA.

**Mes:** Agosto

**Fecha:** 23 al 26 de agosto de 2005

**Organiza:** Expositum A. Latina del Grupo Expositum de Francia

**Comentario:** Es una de las ferias alimentarias de mayor reconocimiento a escala mundial en la que se encuentran dos segmentos bien definidos: visitantes locales interesados en nuevos productos y los del exterior que vienen en busca de la oferta alimenticia del Mercosur.

En su anterior edición recibió 46.000 visitantes de más de 50 países.

**Sitio web:** [www.sialmercosur.com](http://www.sialmercosur.com)

**Email:** [jmoresco@expositum.com.ar](mailto:jmoresco@expositum.com.ar)

**Nombre:** APIMONDIA 2005

Exposición Internacional de la Apicultura y la Miel.

**Lugar:** Dublin, IRLANDA.

**Mes:** Agosto

**Fecha:** 21 al 26 de agosto de 2005

**Organiza:** Apimondia

**Comentario:** Feria monográfica del sector apícola que reunirá apicultores profesionales, polinizadores, envasadores, proveedores de equipos, apiterapeutas, entomólogos, científicos, etc. Asimismo, estarán representadas las industrias de semillas y frutas que estén involucradas en los programas de fomento de la extensión de la apicultura.  
**Sitio web:** [www.apimondia2005.com](http://www.apimondia2005.com)  
**Email:** [apimondia2005@ovation.ie](mailto:apimondia2005@ovation.ie)

#### Nombre: EXPOAGAS 2005

24ª Edición de la Convención Gaúcha de Supermercados  
**Lugar:** Centro de Eventos de la Fiergs - Porto Alegre, BRASIL.  
**Mes:** Agosto  
**Fecha:** 23 al 25 de agosto de 2005  
**Organiza:** Asociación Gaúcha de Supermercados

**Comentario:** Es una de las tres más grandes ferias supermercadistas de América Latina, dirigida a empresarios y abastecedores del sector alimentario, que procura estimular el intercambio comercial entre los países del Mercosur y acrecentar los conocimientos por medio de conferencias técnicas. Además de proporcionar un ambiente ideal para lanzamientos y consolidación de marcas, es un agente catalizador y difusor de informaciones y discusiones económicas dentro del sector del auto-servicio en la que Uruguay ha estado presente permanentemente.  
**Sitio web:** [www.agas.com.br](http://www.agas.com.br) **Email:** [agas@agas.com.br](mailto:agas@agas.com.br)

#### SEPTIEMBRE

##### Nombre: EXPO ABRAS 2005

39ª Edición - Convención Nacional de Supermercados  
**Lugar:** Rio Centro - Rio de Janeiro, BRASIL.  
**Mes:** Setiembre

**Fecha:** 5 al 8 de setiembre de 2005  
**Organiza:** Asociación Brasileña de Supermercados  
**Comentario:** Es uno de los eventos más importantes de Latinoamérica en el sector supermercadista y alimentario e inevitable punto para posicionarse en Brasil. Reúne un promedio de 400 expositores nacionales e internacionales de 21 países habiendo recibido 36.000 visitantes profesionales. Incluye rubros tales como: alimentos, automatización, bazar, bebidas, consultoría, embalaje, equipamientos, informática, logística, servicios suplementarios, tecnología y telecomunicaciones entre otros. Es otro de los eventos en los que Uruguay mantiene activa presencia.

**Sitio web:** [www.abras.com.br](http://www.abras.com.br) / [www.abrasnet.com.br](http://www.abrasnet.com.br)  
**Email:** [info@abrasnet.com.br](mailto:info@abrasnet.com.br)

##### Nombre: EXPOCRUZ 2005 - 30ª Edición

**Lugar:** Predio Ferial Expocruz - Santa Cruz de la Sierra, BOLIVIA.  
**Mes:** Setiembre

**Fecha:** 15 al 25 de setiembre de 2005  
**Organiza:** Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz y la Cámara Agropecuaria del Oriente  
**Comentario:** Es una feria multisectorial abierta al público en general, que en 2004 recibió más de 450.000 visitantes entre los que se destacan: empresarios, inversionistas, especialistas, autoridades gubernamentales, etc. Asimismo, participaron 20 países con 2.200 expositores (1.050 extranjeros y 1.150 nacionales) y se realizaron Ruedas de Negocios. Entre los sectores participantes se destacan: Alimentos, Arte y Cultura, Automotriz, Cosméticos, Construcción, Cueros, Equipamiento para el Hogar, Informática, Textiles, Joyas, Pecuaria, Petroleras, Servicios, Telecomunicaciones, etc.  
**Sitio web:** [www.fexpocruz.com.bo](http://www.fexpocruz.com.bo) **Email:** [feria@fexpocruz.com.bo](mailto:feria@fexpocruz.com.bo)

##### Nombre: COMPTOIR SUISSE 2005

**Lugar:** Laussana, SUIZA.  
**Mes:** Setiembre  
**Fecha:** 16 al 25 de setiembre de 2005  
**Organiza:** Beaulieu Exploitation S.A.

**Comentario:** Es un evento de carácter multisectorial cuya propuesta se extiende desde: Gastronomía, Equipamiento Integral del Hogar, Decoración y Amoblamientos, Deportes, Hi Tech, Comunicaciones, Belleza y Salud, Moda, Marroquinería, Relojería y Bijoux, Servicios y Seguridad, Música,

Artes y Artesanías, Turismo y Cultura, etc. Uruguay ha sido distinguido por los organizadores como "invitado de honor", bajo condiciones económicas muy especiales, a efectos de permitir exponer no sólo lo concerniente al dominio económico nacional, sino también su cultura, educación, deportes, turismo, etc.  
**Sitio web:** [www.beaulieu.org](http://www.beaulieu.org) **Email:** [info@beaulieu.ch](mailto:info@beaulieu.ch)

#### OCTUBRE

##### Nombre: FICO - MERCOSUR 2005

18ª Edición - Feria Internacional de Córdoba  
**Lugar:** Complejo Ferial Córdoba - Córdoba, ARGENTINA.  
**Mes:** Octubre  
**Fecha:** A confirmar  
**Organiza:** Modus S.A. con el apoyo del Gobierno de Córdoba, Cámaras y otras Instituciones Comerciales e Industriales

**Comentario:** Es la feria más importante del interior de la República Argentina, en la que se concentra la oferta y demanda de la región Mercosur y que experimenta un crecimiento notorio en cada edición.

Se ha constituido en un ámbito estratégico para concretar provechosos encuentros comerciales y es una excelente plataforma para la gestión de oportunidades en un ámbito ubicado a pocos minutos del centro comercial de la ciudad de Córdoba.

Los sectores Automotriz y Metalmecánica han ocupado históricamente un lugar relevante al que se han agregado otros como: Construcción y Vivienda, Alimentos y Bebidas, Muebles y Decoración, Servicios y Electrónica.

**Email:** [info@modusa.com.ar](mailto:info@modusa.com.ar) / [info@perspectivaonline.com](mailto:info@perspectivaonline.com)

##### Nombre: ANUGA 2005

Feria Internacional de Alimentos & Bebidas  
**Lugar:** KölnMesse - Colonia, ALEMANIA.  
**Mes:** Octubre

**Fecha:** 8 al 12 de octubre de 2005  
**Organiza:** Koelnmesse

**Comentario:** Uno de los mayores eventos del mundo alimenticio que se sucede en forma bienal y está dirigida exclusivamente a visitantes profesionales.

Los productos a presentarse abarcan rubros tales como: alimentación dietética, congelados, equipos de cocina y carnicería, panadería y pastelería, bebidas, catering, fast food, conservas, dispensadores automáticos (vending), franchising, frutas y hortalizas, helados, pesca, lácteos, etc.

En la edición 2003 participaron 6.006 compañías. Los 168.000 visitantes comerciales procedían de 150 países, correspondiendo un 55% a no nativos.

**Sitio web:** [www.anuga.de](http://www.anuga.de) / [www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

**Email:** [anuga@koelnmesse.de](mailto:anuga@koelnmesse.de) / [info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)

#### DICIEMBRE

##### Nombre: FERIA DE LA PROVIDENCIA - 45ª Edición

**Lugar:** Pabellón Exposiciones Riocentro - Rio de Janeiro, BRASIL.  
**Mes:** Diciembre

**Fecha:** A confirmar  
**Organiza:** Banco Da Providência

**Comentario:** Es una feria anual, abierta al público en general, en la que se exponen productos artesanales, alimentos típicos internacionales, ropas y accesorios de moda, artículos deportivos, casa y decoración, proyectos culturales, etc.

Artesanos y productores uruguayos exponen sus productos con éxito debido a la masiva asistencia que se produce ante la cercanía de las fiestas tradicionales de fin de año.

**Sitio web:** [www.feiradaprovidencia.org.br](http://www.feiradaprovidencia.org.br)

**Email:** [secretaria@providencia.org.br](mailto:secretaria@providencia.org.br)

Nombre: Dalia Paseyro Loitey

Cargo: Administrativo I

Actividad laboral: Ejerció la docencia en Enseñanza Secundaria. / Desempeñó tareas gerenciales en la actividad privada. / Ingresó al Ministerio de Relaciones Exteriores en 1986 y ha cumplido funciones en la Dirección de Personal, Secretaría del Señor Ministro y Organismos Internacionales Económicos. / En 1998 fue destinada a la Dirección de Programación Comercial en donde está a cargo de la Unidad de Ferias Internacionales.



# N

## oticias

Italia se coronó campeón del Torneo Embajadas que se disputó entre varias representaciones diplomáticas acreditadas en Uruguay y cuya final fue televisada en forma directa por VTV.

El equipo de la Cancillería ocupó el tercer lugar.

En junio próximo se disputará la segunda edición de este campeonato, con la participación ya comprometida de varias Embajadas acreditadas en Uruguay.



## Aclaración a nuestros lectores

La revista «Política Exterior del Presente», es una publicación oficial de la Asociación de Funcionarios de Carrera del Servicio Exterior (AFUSEU), escrita por los funcionarios del Servicio Exterior de la República y no tiene relación alguna con la revista «Diplomacia» editada por Prontográfica S.A.

La revista «Diplomacia» es un emprendimiento de carácter estrictamente privado que utiliza - por generosidad de nuestros servicios administrativos- en forma gratuita la valija diplomática para hacer llegar sus números al exterior.

Si bien la temática puede resultar similar por notas o entrevistas que realiza a funcionarios diplomáticos, esta publicación no representa a nuestra Asociación.



# Sabía usted...

...que en el mes de octubre se concretó luego de muchos años, la primera exportación directa de un producto uruguayo a Libia. Un contenedor completo con miel nacional partió hacia Trípoli, iniciando así lo que se estima podría significar una importante corriente comercial futura entre nuestro país y esa nación árabe.

...que nuestro País logró introducir el 25 de julio de 2001 en la Comisión de Hacienda del Senado y con la firma de diez Senadores, un proyecto de Tratado de Libre Comercio entre Uruguay y los Estados Unidos de América. Que muchos países que hoy tienen en vigencia un tratado de similares características en principio solo obtuvieron el apoyo de uno o dos senadores. Que dicho trabajo, demandó más de seis meses de entrevistas directas a 85 de los 100 miembros del Senado y a staffers del alto cuerpo del Congreso americano. Que solo 5 se rehusaron a concertar reuniones y 10 no lo hicieron porque se encontraban en campaña pre-eleitoral en sus respectivos Estados. La confianza y la seriedad con que se veía al Uruguay por parte de las autoridades políticas americanas del momento en el manejo de determinados temas, permitió un acceso directo y sin intermediarios al Congreso. Si bien quedaba su aprobación en la rama alta y luego su tratamiento en la Cámara de Representantes («House»), la iniciativa permitió comprobar el grado de confiabilidad de nuestro País en el Congreso de los Estados Unidos.

TEXT SEARCH	FILE DOCUMENT	GO TO
REF. BILL	FORWARD	New Bill's Search
REF. BILL	BACK	Home Page
REF. BILL	DATE SECTION	Back
REF. BILL	DATE CONTENTS	Home

Bill of 50	References to this bill in the version of this bill	Links to the Bill Summary & Status this	Full Display - 3,271
14903-110	1	1	1

United States-Uruguay Free Trade Agreement Act (Introduced in Senate)

S. 2796 IS

107TH CONGRESS

S. 2796

To authorize the negotiation of a free trade agreement with Uruguay.

IN THE SENATE OF THE UNITED STATES

July 25, 2002

Mr. LUKER (for himself, Mr. BREAUX, Mr. CHAFFE, Mr. GRASSLIV, Mr. NICKLES, Mr. OKAMURA, Mr. DAGLIS, Mr. SPECTER, Mr. HATCH, and Mr. COCHRAN) introduced the following bill, which was read twice and referred to the Committee on Finance

A BILL

To authorize the negotiation of a free trade agreement with Uruguay.

It is enacted by the Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress assembled.

SECTION 1. SHORT TITLE.

This Act may be cited as the "United States-Uruguay Free Trade Agreement Act."

SEC. 2. FINDINGS.

Congress makes the following findings:

- (1) Economic growth in the United States has been consistently enhanced by bilateral agreements to lower barriers for United States exports.
- (2) Free trade agreements facilitate economic growth which enhances the welfare and quality of life of all citizens of the countries which are party to the agreements.
- (3) Countries that open their domestic markets, remove barriers to foreign direct investment, and promote free enterprise, empower their citizens to escape poverty and maintain social and environmental values.
- (4) Since the mid-1970s, Uruguay has implemented successfully a number of economic and social reforms, including opening its markets and strengthening the rule of law.

SEC. 3. UNITED STATES POLICY WITH RESPECT TO TRADE.

It is the policy of the United States to seek the elimination of tariff and non-tariff barriers in order to achieve more open market access through bilateral free trade agreements. The free trade agreements should address the following:

- (1) National treatment and market access for agricultural and industrial products.
- (2) Rules for determining which goods originate in the territory of the United States and which goods originate in the territory of the other party to the agreement.
- (3) Customs procedures that facilitate trade and collection of trade statistics, while ensuring the reliability of claims for preferential treatment.
- (4) Science-based, non-discriminatory sanitary, phytosanitary, and technical standards, including voluntary standards.
- (5) Safeguard provisions consistent with international law.
- (6) Government procurement procedures.
- (7) National treatment and rights of establishment for foreign direct investment.
- (8) National treatment and market access for traded services, including consumption of services abroad, and wider provision of services, right of establishment of commercial presence, and the movement of natural persons.
- (9) Protection of intellectual property.
- (10) Transparency of legal and regulatory regimes.
- (11) Measures to promote electronic commerce.
- (12) Adherence to internationally recognized core labor standards.

SEC. 4. NEGOTIATION OF A FREE TRADE AGREEMENT WITH URUGUAY.

The President is authorized to enter into an agreement with Uruguay consistent with the policy described in section 3.

TEXT SEARCH	FILE DOCUMENT	GO TO
REF. BILL	FORWARD	New Bill's Search
REF. BILL	BACK	Home Page
REF. BILL	DATE SECTION	Back
REF. BILL	DATE CONTENTS	Home

...que las condiciones especiales de clima y vegetación de pradera del Uruguay son ideales para la cría de caballos.

...que en 1874 llega al país el primer caballo sangre pura de carreras (spc) importado de Inglaterra y que en 1886 aparecen los primeros establecimientos dedicados exclusivamente a la cría del caballo spc. ...que Uruguay llegó a ser el tercer exportador del mundo de caballos sangre pura de carreras pese a su relativa baja producción comparada con países como Estados Unidos, Irlanda, Argentina entre otros. ...que en Uruguay se inscriben más de 1.200 nacimientos anuales de esta raza de caballos lo que lo ubica cuarto entre los países de Sud América después de Argentina (6.600), Brasil (3.400) y Chile (1.700). Hay más de 130 criadores de la raza en el país.

...que la Cámara de Comercio Italiana del Uruguay, con 121 años de existencia, es la institución más antigua que tiene Italia con cualquier otro país en el mundo.

...que desde 1996 el Ministerio de Relaciones Exteriores por intermedio del Instituto Artigas del Servicio Exterior aplica el mecanismo del Concurso de Oposición y Méritos como forma para ascender dentro del escalafón diplomático, realizándose hasta el presente 8 concursos que determinaron el ascenso de 166 funcionarios.

...que el sistema de concursos para los ascensos ha determinado una mayor profesionalización del Servicio Exterior en todos sus aspectos, incorporando las exigencias que procuran establecer las cancillerías modernas.

...que el escalafón diplomático del Ministerio de Relaciones Exteriores cuenta en la actualidad con 270 funcionarios. De este total el 70% son profesionales universitarios.



# Servicios

## LA OFICINA DE ASISTENCIA AL COMPATRIOTA Y SERVICIOS A LA COMUNIDAD\*

De acuerdo a datos oficiales de la Dirección Nacional de Migración, el Uruguay en los últimos años se ha convertido en uno de los países del mundo con mayor proporción de población fuera de fronteras.

Según esta Dirección, en el primer semestre del 2003 emigraron 115.000 personas y volvieron 90.000. La diferencia resultante es una aproximación a las cifras del fenómeno migratorio.

Teniendo en cuenta los egresos y los ingresos registrados en el Aeropuerto de Carrasco en ese lapso, la emigración habría superado la tasa de crecimiento poblacional.

El diagnóstico migratorio uruguayo es, pues, bien complejo. En el Ministerio de Relaciones Exteriores funciona la Oficina de Asistencia al Compatriota y Servicios a la Comunidad con una competencia básicamente social. Sus funciones son la de programar y coordinar con otras instituciones nacionales competentes las gestiones concretas de ayuda al compatriota en el extranjero.

Esta dependencia de Cancillería cumple una función humanitaria que merece particular destaque. A través de la misma y en estrecha coordinación con las Embajadas y Consulados del Uruguay en el mundo, se incentivan y fortalecen los vínculos del uruguayo que circunstancialmente habita en el extranjero con su país de origen, se brinda asistencia humanitaria a aquellos habitantes de la República que requieren el apoyo del Servicio Exterior uruguayo, se tramitan solicitudes de personas que necesitan una solución inmediata a sus problemas y se establecen contactos con residentes uruguayos en el exterior.

La Oficina abarca dos grandes sectores: el relacionado con los medicamentos y el llamado sector social.

En relación con el primero, a través de esta Oficina se tramita la búsqueda de especialidades farmacéuticas que no se comercializan en nuestro país (previa autorización del Ministerio de Salud Pública), principalmente a través de las Representaciones Diplomáticas de la República en el exterior.

Específicamente se realizan consultas con profesionales de reconocido prestigio mundial como especialistas en enfermedades genéticas, graves o de alto riesgo. Se llevan a cabo tareas de seguimientos de pacientes compatriotas internados en centros médicos de diversos países, se tramitan presupuestos para internaciones, intervenciones quirúrgicas y demás tratamientos médicos.

En coordinación con las diversas Embajadas y Consulados de la República en el exterior, la Oficina de Asistencia al Compatriota y Servicios a la Comunidad, presta apoyo a aquellos pacientes uruguayos y acompañantes que deben trasladarse al extranjero, recogidos en el Aeropuerto, conduciéndolos al centro médico correspondiente, oficiándoles de intérprete y todos aquellos servicios que se requieren en este tipo de casos.

Sólo en el año 2004 la Oficina tramitó, en esta área, 508 asuntos vinculados a la compra y envío de medicamentos, material médico y apoyo humanitario.

En lo concerniente al sector social, la Oficina atiende solicitudes de localización de uruguayos radicados en el exterior; brinda apoyo a viajeros uruguayos en dificultades, indocumentados y accidentados.

En estos casos nuestros Consulados se encargan de recomendar abogados del país donde el compatriota esté preso o sugiere la designación de un defensor de oficio para aquellos que no tienen recursos.

La Oficina de Asistencia al compatriota recibe dinero (sólo en cheques) que familiares o amigos quieren mandar a su ser querido que está preso en el exterior y lo envía al Consulado correspondiente. El cónsul cobra el cheque y lo entrega al detenido así como todo lo enviado por sus familiares o amigos desde Uruguay.

Asimismo, la Oficina, en esta área se aboca a la tarea de recuperación de vehículos y objetos robados ubicados fuera de fronteras, recuperación de documentos y objetos extraviados en el extranjero, se presta apoyo a las personas que se encuentren procesadas o cumpliendo condenas fuera del país, se realizan trámites relativos a sucesiones, herencias, jubilaciones y pensiones, se cumple con tareas de obtención y legalización de certificados de estudios, de trabajo, constancias laborales, poderes y atestados, sentencias de divorcio, tenencia de menores; trámites referentes a defunciones, sepelios, cremaciones y repatrio de restos. Durante el año 2004, la Oficina tramitó, en esta área, 602 asuntos.

La Oficina de Asistencia está ubicada en el 4º Piso del Ministerio de Relaciones Exteriores. Su horario de atención al público es de 12:30 a 16 horas. Los teléfonos son: 901.07.91 y 902.63.00. El número de Fax es el: 902.64.00 y la dirección del correo electrónico es [ofas18@mrree.gub.uy](mailto:ofas18@mrree.gub.uy)

Co Redactor Responsable



\* Se agradece la información brindada por los funcionarios de la Oficina de Asistencia al Compatriota y Servicio de la Comunidad

### Felicitaciones y mucha suerte...

...son los deseos sinceros de la AFUSEU para el Embajador Lic. Carlos Pérez del Castillo en su candidatura para ocupar el cargo de Director de la Organización Mundial de Comercio (OMC), la cual fue lanzada oficialmente en Uruguay y Ginebra simultáneamente en diciembre próximo pasado.

Sus colegas de la AFUSEU apoyan fervientemente esta postulación, la cual enorgullece no solo a todo el servicio exterior nacional, sino, por la calidad personal y profesional del Embajador Pérez del Castillo a todo el Uruguay.



# 176 Años de la Cancillería

## 22 de Diciembre: "Día del Servicio Exterior"

**H**ace quince años, por Resolución Ministerial del entonces Canciller Luis Barrios Tassano, se declaró el 22 de diciembre como el "Día del Servicio Exterior".

La fecha alude a la Convención Preliminar de Paz de 1828, base de la consagración de la Provincia Oriental en Estado Independiente, separado y distinto cuando la Asamblea Constituyente y Legislativa estableció un Gobierno Provisorio para el que designó Gobernador y Capitán General Provisorio al General José Rondeau y para Gobernador sustituto a Don Joaquín Suárez.

El 2 de diciembre de 1828, Joaquín Suárez se hizo cargo del Ejecutivo hasta el 22 del mismo mes, que lo ocupó su titular el General José Rondeau. Ese mismo día se nombró Ministro de Relaciones Exteriores a Juan Francisco Giró y se instaló la Cancillería en Canelones. De esta manera se dio vida a lo que es hoy el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Al cumplir 176 años de existencia se hace necesario recordar, aunque en forma genérica, a todos aquellos que han contribuido con dedicación, humildad, compromiso, esmero, sacrificio y -en muchos casos- superando desafíos casi imposibles para hacer de nuestra diplomacia una actividad digna que cuide los intereses nacionales y preserve los nobles valores que heredamos y atesoramos los uruguayos.

Esta conmemoración nos encuentra abocados en el fortalecimiento de nuestro Servicio Exterior para que pueda atender los desafíos de nuestro tiempo y se adecue a él para dotarlo de los instrumentos que acrecienten su eficacia. Lo excepcional es que debe hacerlo con imaginación y profesionalismo dado que no resulta tarea fácil lograrlo cuando se quiere hacer más con menos recursos, aunque tengamos que admitir que la gestión en tiempos de crisis resulta incomprendida y muchas veces denostada.

Tenemos que hacer el ejercicio de proyectar entre todos, y para todos, la Cancillería del Siglo XXI y orientarnos a darle una mayor utilidad a nuestro Servicio Exterior. Para ello necesitamos fortalecer la posición del Uruguay en el mundo. Concientizar a nuestros compatriotas que la protección de los intereses del país se debilita si descuidamos o debilitamos nuestra presencia en tierras amigas o países hermanos. Necesitamos aprender el idioma que el mundo está hablando y salir de nuestra visión aldeana que no genera estructuras eficaces y más bien crea resistencias a modelos integradores que ya son parte del proyecto común que, por suerte, los Sudamericanos siempre llevamos encendido en nuestros corazones.

Está claro que el mundo se transforma a diario y las Cancillerías deben mantener ese compás si es que han de responder al cúmulo creciente de expectativas y exigencias. De ahí que el Instituto Artigas del Servicio Exterior o escuela diplomática tiene el mandato de desempeñar un papel central en la profesionalización de nuestros cuadros profesionales. Los concursos de ingreso y los de ascensos ya han contribuido con esa solidez que se procura para el Servicio Exterior.

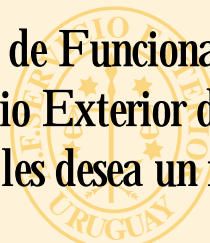
Los tiempos nos obligan también a acercarnos a toda la sociedad civil para construir el proyecto común de convivencia internacional que nos permita lograr el bienestar de nuestros compatriotas, ya sea de los que están dentro de fronteras como aquellos que hoy forman la gran comunidad de uruguayos que se vio obligada a tener que vivir en el extranjero.

El camino que hay por delante sin duda requiere de nuestro máximo esfuerzo y dedicación porque todos estamos comprometidos y alineados con un Uruguay mejor.

Lic. Alberto Guani, Subdirector del IASE



**La Asociación de Funcionarios de Carrera  
del Servicio Exterior del Uruguay  
en sus 20 años les desea un muy Feliz 2005.**



**AFUSEU**

ASOCIACIÓN DE FUNCIONARIOS DE CARRERA DEL SERVICIO EXTERIOR DEL URUGUAY