

IICA
271
30

IICA
BIBLIOTECA VENEZUELA
* 02 MAYO 2001 *
RECIBIDO

IMPPLICACIONES DE LOS ACUERDOS GLOBALES MULTILATERALES ENTRE EL COMERCIO, Y LA PRODUCCIÓN, NORMAS Y COMPETITIVIDAD

Jorge Caro C. ¹

El elemento central de la propuesta de Porter es que las empresas, y no las naciones, son quienes compiten en los mercados. En la competencia internacional moderna las empresas pueden no estar confinadas a un sólo país, de allí que éstas puedan manejarse con estrategias globales, la esencia del posicionamiento es la ventaja competitiva.. Según el mismo autor, existen dos tipos de ventaja competitiva: bajo costo y diferenciación. Producir a bajo costo supone la habilidad de la empresa para diseñar, producir y mercadear un determinado producto más eficientemente que sus competidores, venderlo a precios competitivos y en definitiva, lograr retornos superiores. La diferenciación es la habilidad de la empresa para suministrar un producto único al comprador, en términos de la calidad del producto, especificaciones a la medida, servicios de apoyo y otras características.

Una vez que una empresa obtiene una ventaja competitiva a través de la innovación, dicha ventaja sólo puede ser mantenida en base a una mejoría y desarrollo constante, ya que toda ventaja corre el peligro de ser imitada. La experiencia reciente indica que, a la larga e inevitablemente, los competidores igualarán y eventualmente superarán a aquellas empresas que cesen de mejorar e innovar. En conclusión, la única manera de mantener una ventaja competitiva es la de mejorarla por la vía de hacerla cada vez más sofisticada.

En este artículo se pasa revista al entorno en que se desenvolverán los agroproductores en el futuro. Se resalta el proceso de globalización y su sustento a través de la creación de la Organización Mundial de comercio así como de la importancia de estar permanentemente informados respecto a la evolución de los mercados y a los gustos y preferencias de los consumidores. Sin duda, las estrategias competitivas para los productos de origen agropecuarios deberán responder a mercados cada vez más variables y sofisticados en donde la calidad e inocuidad de los alimentos será materia de atención obligatoria, el CODEX Alimentarius y la Normativa ISO-9000 se constituyen en el marco normativo para estos tópicos.

La Globalización: Nuevo Entorno para el Mercado Agropecuario

Como fenómeno de mercado, la globalización tiene su impulso básico en el progreso técnico y, en su capacidad de reducir el costo de mover bienes, servicios, dinero, personas e información (*liberación de comercio*). La reducción de la "distancia económica" ha permitido aprovechar las oportunidades existentes en diversos mercados de bienes, servicios y factores, disminuyendo (aunque no eliminando) la importancia de la geografía y la efectividad de las barreras de política. En la etapa actual, el proceso de "globalización" se caracteriza, además, por haber dado lugar a un notable incremento en la capacidad de las firmas para fragmentar geográficamente los procesos productivos, lo que ha tenido como contrapartida un crecimiento sostenido del comercio (especialmente de manufacturas) y de la inversión internacional. La globalización facilita el comercio internacional a través de los siguientes procesos:

- Impulsa la disminución de barreras comerciales y fomenta la integración de mercados regionales.

¹ El autor se desempeña como Jefe del proyecto Multinacional sobre Comercio e Integración del Centro Regional Andino del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). El contenido del documento es responsabilidad del autor y no necesariamente representa la opinión del IICA.

1101
E71.
80

00000350

...

- Incentiva el desarrollo tecnológico, facilita las comunicaciones, la información y el transporte y hace eficaz el comercio.
- El mejoramiento de la capacidad de recursos humanos es intenso y se valoriza tanto o más que la capacidad de equipamiento.
- Permite el incremento permanente en la calidad de los productos tanto en el ámbito internacional como en el nacional

LA RONDA URUGUAY DEL GATT GLOBALIZACIÓN, MULTILATERALISMO E INTEGRACIÓN COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA

Los avances más importantes en la liberalización del comercio internacional se han realizado mediante una serie de negociaciones comerciales multilaterales o " rondas ", bajo los auspicios del GATT. La octava Ronda de negociaciones conocida como Ronda Uruguay fue la última y la de mayor envergadura.

En el nuevo GATT del 94, suscrito por los países en abril de 1994 en Marrakech, Marruecos, además de establecer la constitución de la Organización Mundial de Comercio (OMC), se suscriben una serie de acuerdos multilaterales (comercio de mercancías, comercio de servicios y de derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio), se adoptan una serie de decisiones y declaraciones ministeriales y se suscriben cuatro acuerdos plurilaterales (comercio de aeronaves civiles, contratación pública, productos lácteos, y el de la carne bovina).

Sin duda, las profundas transformaciones en los países de Europa del Este así como la exitosa culminación de la Ronda Uruguay, sentada sobre la base del multilateralismo, disminuyeron considerablemente las presiones sobre el ambiente internacional para llevar adelante guerras de subsidios e instituir prácticas de competencia desleal. Los desafíos se centran ahora en la generación de economías nacionales cada vez más competitivas y orientadas hacia los mercados globales, para ello, de manera implícita y explícita, se requiere generar alianzas estratégicas entre gobiernos y países que permitan a sus empresas productoras de bienes y servicios lograr una participación creciente en el comercio internacional.

La ampliación de mercados a través de la incorporación de los países a esquemas cada vez más liberales de comercio se vislumbra como un mecanismo importante con miras al posicionamiento estratégico, comercial y político para el próximo siglo, ya se están dando los primeros pasos para avanzar desde formas comerciales simples como lo son las zonas de preferencias comerciales o los acuerdos de complementación hacia espacios económico-comerciales cada vez más cerca de la globalización en donde, prácticamente caen las fronteras físicas, dando paso a la libre movilidad de todos los factores productivos y con una clara actitud de creación, más que desviación de comercio (cuadro No 1).

Es así como a partir de los años noventa se crean o relanzan los procesos de integración económica en Europa la Unión Europea (UE), La Asociación Europea de Libre Comercio (EPTA), La Comunidad de Estados Independientes (CEI). En Asia La Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), el Consejo de Cooperación del Golfo. En Las Américas El Tratado de Libre Comercio del Norte (NAFTA), El Mercado Común Centroamericano (MCCA), El Caribbean Community (CARICOM), el Grupo Andino (GRAN), El Mercado Común del Área Sur (MERCOSUR). Inclusive, surgen también alianzas intercontinentales como es el caso del Foro para la Cooperación Económica de Asia y Pacífico (APEC)

Existe la tendencia generalizada a favorecer, a través del multilateralismo la creación de una estructura cada vez más globalizada dentro de lo cual, y en especial al nivel de ALC, la conformación de bloques económicos no propugna como en el pasado la construcción de fronteras cerradas, por el contrario, se orienta a la generación, vía economías de escala, de espacios económicos ampliados, desde los cuales es factible mejorar la posición negociadora en los ámbitos multilaterales y propiciando una mejor inserción en los mercados globalizados.



CUADRO No 1. LOS PELDAÑOS HACIA LA INTEGRACIÓN-GLOBALIZACIÓN

					Integración Total
				Unión Económica	Unificación de Políticas
			Mercado Común	Armonización de Políticas	Armonización de Políticas
		Unión Aduanera	Libre Circulación Factores	Libre Circulación Factores	Libre Circulación Factores
	Zona de Libre Comercio	Arancel Externo Común	Arancel Externo Común	Arancel Externo Común	Arancel Externo Común
Zona de Preferencias	Absolución de Tarifas				
Preferencias o rebajas arancelarias					

HACIA LA REDUCCION DE LOS SUBSIDIOS EN AGRICULTURA

Las nuevas oportunidades comerciales para la agricultura, el crecimiento en la producción y flujos comerciales de rubros agropecuarios así como la onerosa carga tributaria y las altas transferencias de los consumidores hacia los agricultores en los países desarrollados, sentaron gran parte de las bases para que la agricultura fuera incorporada activamente en las negociaciones multilaterales de la octava ronda de negociaciones del GATT, conocida como Ronda Uruguay. Tras largas negociaciones y reveses, por primera vez, después de siete Rondas, los países miembros del GATT, llegaron por consenso, a establecer normativas relativas a la agricultura. Si bien los avances no fueron espectaculares, en términos de liberación del comercio agrícola, se sentaron los principios generales para congelar el status quo de los apoyos y subsidios a la agricultura así como la definición de un período de reforma tendente a una reducción progresiva del proteccionismo.

La culminación exitosa de la Octava Ronda de Negociaciones del GATT, se constituye en un elemento de refuerzo a la política de insertar a las economías de ALC en los mercados internacionales. En materia agrícola, los acuerdos y compromisos derivados de la Ronda Uruguay, sientan las bases para iniciar un proceso de reforma del comercio de los productos agropecuarios con el objetivo a largo plazo de establecer un sistema equitativo y orientado al mercado.

En el ámbito agroalimentario, dentro de los acuerdos multilaterales sobre el comercio de mercancías, están incorporados, en sendos capítulos, el Acuerdo sobre Agricultura (ASA) y el Acuerdo sobre Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Acuerdo MSF), con lo cual la agricultura pasa a incorporarse formalmente en las disciplinas comerciales multilaterales. Estos son complementados con el Acuerdo sobre Barreras Técnicas al Comercio (Acuerdo BTC)

El ASA se basa en la conversión de todas las medidas no arancelarias en aranceles (arancelización); compromisos vinculantes en las esferas de acceso a los mercados; compromisos vinculantes en materia de reducción de la ayuda interna y de subsidios a las

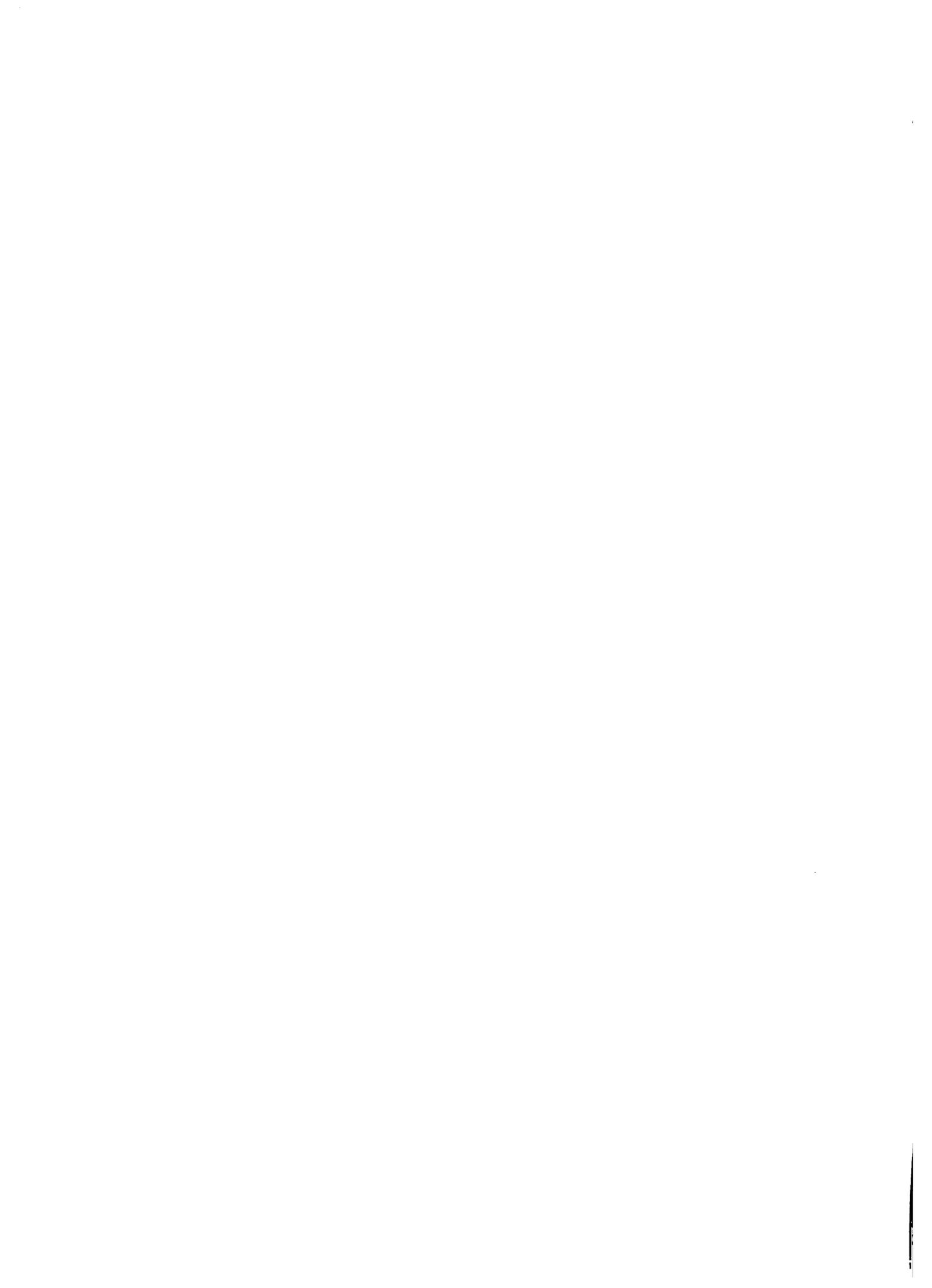
exportaciones importadores netos de alimentos. El ASA tiene como objetivo en el largo plazo, establecer un sistema de comercio equitativo y orientado al mercado, razón por lo cual se estableció un proceso de reformas derivado de la negociación de compromisos sobre la ayuda y la protección mediante el establecimiento de normas y disciplinas del GATT reforzadas y de funcionamiento más eficaz. Las principales áreas del Acuerdo son: Acceso a los Mercados, la cual se refiere a las consolidaciones y reducciones de los aranceles y otros compromisos por parte de los países miembros; Ayuda Interna, dentro de lo cual, miembros se comprometieron a reducir la ayuda interna a la agricultura (conocidas también como de la caja ámbar) utilizando para ello el parámetro denominado Medida Global de Ayuda (MGA), quedando exceptuado de dicho compromiso aquellas medidas o políticas que no tengan efectos distorsionantes sobre la producción y el comercio y que no signifiquen transferencias por parte de los consumidores (también denominadas medidas de la caja verde); Subvenciones a las exportaciones, los países signatarios se comprometieron a reducir los niveles de subsidios a sus exportaciones

El Acuerdo MSF, reconoce el derecho que todos los miembros de la OMC tienen de tomar las medidas sanitarias y fitosanitarias necesarias para proteger la salud y la vida humanas, asegurándose de que tales medidas no sean inconsistentes con el propio tratado; pone especial énfasis en la "transparencia" en el desarrollo y la aplicación de medidas que puedan ser restrictivas al comercio; requiere que las medidas sean tomadas en una forma no discriminatoria; enfatiza en el concepto de "equivalencia", llevando a los países miembros a aceptar las medidas tomadas por otros miembros como equivalentes, inclusive si esas difieren de las propias o de aquellas empleadas por otros miembros que compran los mismos productos, siempre y cuando los exportadores demuestren que sus medidas alcanzan los niveles de protección sanitaria y fitosanitaria considerados apropiados por el comprador.

También, el Acuerdo, da derecho a los países importadores a inspeccionar los sistemas y procedimientos de control sanitario y fitosanitario de los exportadores, enfatiza el uso del análisis de riesgos para conseguir el nivel apropiado de protección del consumidor de manera que se altere lo menos posible el comercio internacional; aboga fuertemente la "armonización" entre países basada en la adopción de estándares desarrollados por organismos internacionales relevantes; conmina a los países a participar en el trabajo de las organizaciones que establecen los estándares, guías y recomendaciones relativas a la calidad; establece las bases para el empleo de sistemas de aseguramiento de la calidad, tales como ISO 9000, HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) y otros, al indicar que los miembros deben asegurar que sus medidas sanitarias y fitosanitarias se basan en la estimación, apropiada para las circunstancias, del riesgo para la salud y la vida humanas, teniendo en cuenta las técnicas de estimación de riesgos desarrolladas por organizaciones internacionales.

El Acuerdo BTC tiene como objeto prevenir que el uso de los requerimientos técnicos nacionales se conviertan en barreras injustificadas al comercio, cubriendo todo tipo de estándares, inclusive los requisitos de calidad de los alimentos, exceptuando los contemplados en el acuerdo MSF, tanto como un gran número de medidas diseñadas para proteger el consumidor del fraude económico.

La culminación de la Ronda Uruguay del GATT, en cuanto a sus alcances en materia agrícola, si bien no logró la profundidad que muchos negociadores hubieran querido, plantea un marco fundamental para la agenda mundial ya que define la estrategia futura al incorporar nuevos temas como ambiente y comercio, prácticas de competencia y dumping social, y se convierte en paradigma para futuras negociaciones. Tal es el caso de los acuerdos de tercera generación ya concluidos o en proceso de negociación como por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio del Norte (NAFTA) y del Área de Libre Comercio de las Américas lanzada por los presidentes de las Américas en diciembre de 1994, los cuales reconocen y adoptan plenamente las disciplinas comerciales multilaterales establecidas en el GATT de 1994 así como gran parte de los nuevos temas que allí se consignan.



IMPACTO DE LA RONDA URUGUAY SOBRE LA AGRICULTURA

La OCDE recientemente ha publicado sus previsiones con relación a la evolución de los mercados mundiales entre 1995 y 2000. Dichas previsiones ya tienen en cuenta los compromisos de los países industrializados en materia de acceso a los mercados y limitaciones sobre los niveles de exportaciones subvencionadas. Quizás en el corto y mediano plazo estas previsiones puedan modificarse por la crisis asiática, pero las tendencias generales de largo plazo, posiblemente se mantendrán.

Uno de los principales resultados del nuevo entorno internacional, según la OCDE, es el cambio en los patrones de comercio mundial de productos agroalimentarios. A medida que el apoyo financiero público a las exportaciones se ve reducido, los países más librecambistas ganarán cuota en el mercado mundial. Ello ocurrirá en particular en los mercados de cereales y oleaginosas y, e menor medida, en productos lácteos y carnes.

Producto de la disminución prevista en los apoyos otorgados por los países desarrollados a los productos básicos, se espera que los precios de estos puedan aumentar ligeramente en términos nominales, aunque seguirá produciéndose una tendencia a su disminución en términos reales. Desde esta perspectiva, la Ronda Uruguay supondrá una moderación del ritmo secular de caída de los precios reales de los alimentos.

CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS.

No todos los factores de cambio estructurales por los que viene atravesando la agricultura de los países de ALC, derivan de las grandes modificaciones que se han producido en la liberación de los mercados internacionales producto de la incorporación de la agricultura a las disciplinas multilaterales del comercio de bienes y servicios. Otros de gran importancia surgen de factores como los desarrollos tecnológicos y organizativos, las nuevas tendencias del mercado internacional y los patrones de consumo

Para vender en los grandes mercados (EE.UU., Europa, Asia), cada vez más, las empresas de diversos bloques comerciales están invirtiendo en diversos lugares instalando plantas y facilidades de producción o haciendo alianzas estratégicas. Como ejemplo los mangos y los lychees, que 10 años atrás tenían que ser embarcados por avión -con las consecuentes limitaciones de precio y volumen- hoy en día, debido al desarrollo de técnicas modernas de poscosecha y métodos de transporte, pueden embarcarse vía marítima, con el consecuente éxito en su comercialización y beneficio para los consumidores.

En vista que muchos países disponen de ventajas naturales que les permite ofertar productos agropecuarios -frente a la expectativa de la demanda internacional-, el número de países que exportan productos no tradicionales crece de año en año. Los fenómenos de internacionalización y globalización del mercado vuelven cada vez más compleja la formulación de proyectos para la agroexportación. Por ejemplo, para el caso del mango, fomentar proyectos estableciendo su validez económica sobre la base de la tendencia de los precios históricos de importación en el hemisferio norte (o simplemente en Europa), significa confiar en datos que pueden cambiar en el corto o mediano plazo, aún así, dichos datos no son suficientes porque existen otras variables importantes a considerar:

- Variabilidad de los lugares de origen
- Inversiones realizadas a nivel mundial, para incrementar la oferta.
- Tiempo que puede permanecer un "nicho comercial abierto".
- La tecnología actual tiende a reducir las ventajas de la estacionalidad natural.
- Posibilidades de sustitución de los productos.

Los estrictos requisitos de importación existentes no son los que limitan la demanda de los productos de los países en desarrollo en el exterior, sino esencialmente los costos adicionales que supone el ajustarse a ellos y poder al mismo tiempo competir con los países que pueden respetar tales controles.

De acuerdo a las tasas de crecimiento poblacional, se espera que la población mundial alcance hacia el año 2010, un total de 7200 millones de habitantes, que corresponden a 1900 millones de consumidores adicionales a los existentes en 1990, quienes demandarán un mayor volumen de productos agropecuarios y una más amplia gama de éstos, lo cual representa un reto y a la vez oportunidad tanto para la producción como para las exportaciones provenientes de países en desarrollo. Los incrementos poblacionales absolutos anuales serán considerables y el 90% de los mismos provendrá de los países en vía de desarrollo.

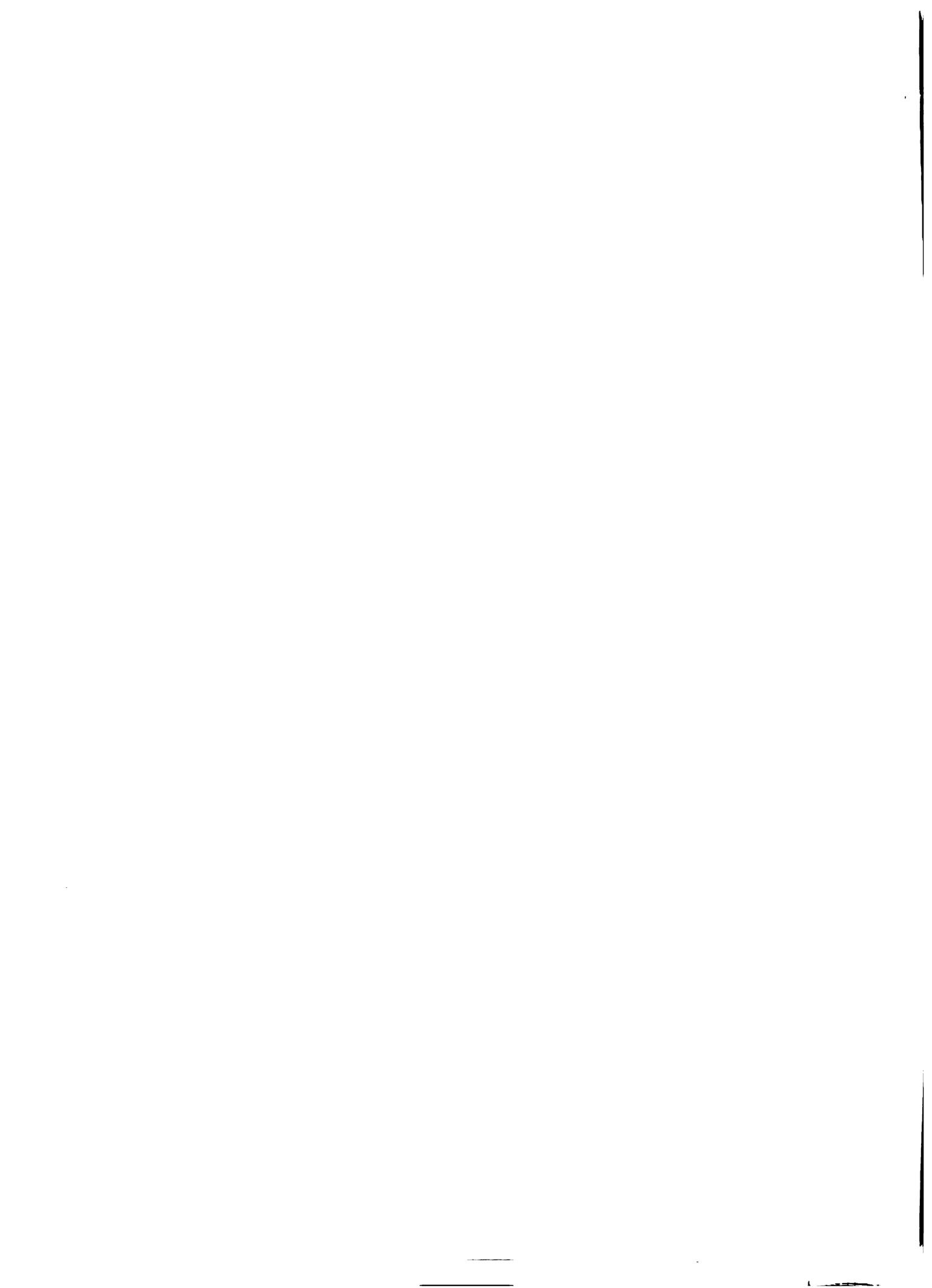
El tamaño promedio del hogar presenta una tendencia decreciente principalmente en países desarrollados como resultado de la baja tasa de natalidad y aumenten la proporción de hogares constituidos por una o dos personas, lo que tendrá impacto en el incremento de la demanda por productos de tamaño reducido, empacados por raciones y fáciles de preparar. En Canadá el 59% de las familias tiene un hijo, y en EE.UU. las unidades familiares de una sola persona (soltera, divorciada, etc.) gastaron casi dos veces y media más en alimentos per cápita que las de mayor tamaño, habiendo aumentado el porcentaje de unidades con 2 personas o menos de 45.9% en 1970 a 56.9% en 1990, mientras que las de 5 o más personas disminuyeron de 20.8% a 10.3%. En Francia, el 16% de la población se ubica en la categoría de familias separadas y el 25% está formado por familias sin hijos. Así mismo, en el Reino Unido el número de familias de una o dos personas alcanza respectivamente el 25% y 33% del total.

En Canadá, de acuerdo a proyecciones de la estructura de la población en el año 2000, la población de jóvenes y adultos disminuirá y la de grupos de los 40 a 64 años pasará de 6.5 a 10.5 millares; esta población tendrá más tiempo para preparar alimentos frescos en casa, por estar en la categoría de jubilados con altos ingresos. En EE.UU. en 1992, el gasto per cápita en los hogares donde la cabeza de hogar es menor de 25 años, fue 1,353 US\$, comparado con 1,796 US\$ en aquellos con cabeza de hogar entre 55 y 64 años. Las personas mayores de 65 años consumieron más frutas y hortalizas en sustitución de carnes rojas y pescado.

El porcentaje de la población con más de 65 años ha crecido en forma continua de 9.8 a 12.6% entre 1970 y 1990. El Departamento de Comercio del Gobierno de EEUU estima que para los años 2000, 2010 y 2020 el porcentaje de personas mayores de 65 años será de 12.8%, 13.4% y 16.4% respectivamente. Así mismo, el aumento del "valor del tiempo de las personas" y la creciente participación de la mujer como fuerza de trabajo fuera del hogar, han contribuido a cambiar los hábitos y formas del consumo alimentario, en particular en las poblaciones urbanas.

Otro elemento a destacar es la relación entre envejecimiento de la población en mercados desarrollados (Europa) y el control de la salud. La población en países desarrollados tiende a envejecer y crece su preocupación por la salud, con lo cual aumenta el deseo de consumir frutas, hortalizas, hierbas medicinales etc. de preferencia frescas, que responden a necesidades dietéticas precisas -bajo contenido de grasas, azúcar y sal-. Estos consumidores aceptan los precios, algunas veces alta, debido a la importancia que le otorgan al cuidado de su salud. El impacto publicitario es exitoso por la vinculación entre el consumo de estos productos y el control de enfermedades.

Actualmente, los mercados de los países desarrollados disponen durante todo el año de productos frescos de calidad. La importancia concedida a los alimentos naturales y frescos de los que con tanta asiduidad se vienen ocupando los medios de comunicación social desde hace unos años, ha influido significativamente en la actitud de los consumidores hacia los alimentos preparados en fresco. Esta nueva toma de conciencia con respecto a la importancia de la salud



ha ido asociada a una mejor comercialización y distribución internacional de productos frescos, que se expanden en múltiples cadenas de tiendas y de supermercados, bajo exigentes requisitos de calidad. El desarrollo de mejores comunicaciones, la planificación de la producción, la integración vertical de las actividades en el sector agrícola, el transporte marítimo y aéreo refrigerado, el material de envasado, entre otros han contribuido al rápido crecimiento del consumo de productos frescos preparados. (En Europa se les conoce como los de cuarta gama).

Otro elemento importante para el conocimiento de los mercados es la evolución de los canales de comercialización. En los años 60, en Europa, EE.UU. y Japón, se aceleró el desarrollo de la venta de productos perecibles a través de cadenas de supermercados sustituyendo las bodegas minoristas. El principal atractivo de estas grandes áreas de comercio radica en la posibilidad de comprar productos diversos en un solo sitio y estar Ocerca para su evaluación. Una de las áreas de mayor importancia en los supermercados es la de ventas de productos frescos, especialmente frutas y vegetales. Su éxito comercial está en función de la diversidad de la línea, frescura, calidad y precio. Es así que en EEUU a principios de los años setenta, el área dedicada a éstos en el supermercado cubría en promedio el 3%, mientras que en la actualidad ocupa entre el 15 y 20% del total, y el rendimiento económico de los productos frescos representa actualmente entre el 25 y 35% del total de ventas en los supermercados.

En Alemania, el volumen de venta de frutas y vegetales, a través de supermercados e hipermercados aumenta más rápido que otro tipo de tiendas y representa actualmente entre el 60 y 80% de las ventas al consumidor urbano. En Holanda, el 55% de frutas y vegetales se venden en cadenas de supermercados y el 20% en tiendas especializadas. En EE.UU. los supermercados han incrementado considerablemente el espacio dedicado a frutas y hortalizas frescas estimándose que un supermercado mediano maneja en promedio más de 300 de este tipo de productos comparado con 150 en 1980 y 64 en 1970. En Chile estos entregan al consumidor final entre un 50% y un 80% de los productos alimenticios que se comercializan en el país a través de 636 locales, a fines de 1992 sólo operaba un total de 182 supermercados.

Por otro lado, a nivel mundial se observa un progresivo aumento de lugares de la llamada "Comida Rápida", lo que ha dado lugar en EE.UU. al incremento en el consumo per cápita de productos como queso, papas y tomates procesados. Así mismo, la preferencia por comidas de "conveniencia" ha generado mayor oferta, por parte de la industria alimentaria, de productos con mayor valor agregado y listos para consumir (frutas y hortalizas peladas, cortadas, empacadas al vacío para conservar color y sabor).

En la medida que surgen con mayor importancia los supermercados e hipermercados, compiten, entre ellos, en cómo ofrecer una mayor gama de productos frescos a sus clientes, se generan nuevos estilos de abastecimiento en las cadenas comerciales que obligan a que los abastecedores tengan que efectuar grandes inversiones en infraestructura que les posibilite ofrecer una gama grande de productos diferenciados. Incluso cuando los supermercados e hipermercados no encuentran tamaños de abastecedores que cumplan con sus exigencias, son entonces ellos mismos los que se dedican a importar y centralizar sus compras mayoristas en infraestructura propia, dándoles la posibilidad de trabajar con sus propias marcas. Los actuales abastecedores mayoristas que satisfacen los requerimientos de los hipermercados, han logrado elevados niveles de operación mediante la compra de empresas chicas y medianas de distribución de productos frescos.

La mayor eficiencia y capacidad de uso de bodegas, mejora en las instalaciones de carga y descarga - con la consecuente reducción de los costos- al uso de paletas y contenedores especiales para productos perecibles y otras ventajas más que se están logrando en el transporte marítimo de productos perecibles, este medio -se ha convertido en el más empleado por los países en desarrollo para abastecer a los países demandantes que se encuentran muy lejanos de sus fronteras.



La modernización de la flota marítima refrigerada realizada paralelamente a la de los servicios portuarios y a la generalización del servicio de Charter-dos veces más rápido que el de línea que reduce significativamente los trayectos- ha dado lugar a la reducción de tiempos en el transporte. Es así, que en la actualidad Chile alcanza el puerto de Rotterdam en menos de 22 días y el de Filadelfia en menos de 15 días. Hace una década se necesitaba un mes para Europa y tres semanas para alcanzar EE.UU.

CORPORACIONES GLOBALES Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas estratégicas se han vuelto más frecuentes a partir de los años ochenta, como una forma de consolidar las ventajas competitivas mediante la cooperación entre empresas ,con organizaciones públicas o de servicios. Estas entran en "Red" y se relacionan con proveedores y distribuidores en varios territorios; también se generan nuevas formas de inversión tales como la subcontratación, licencias, franquicias, contratos de administración y proyectos "llave en mano". Por ejemplo la amplia reestructuración de las empresas ; la ola de adquisiciones y el aumento de las privatizaciones, fueron los tres procesos más relevantes que transformaron el ámbito empresarial europeo en particular en los años ochenta.

NORMATIVIDAD INTERNACIONAL SOBRE ALIMENTOS

El CODEX Alimentarius: La comisión del CODEX Alimentarius es el organismo internacional que se ocupa de las Normas Alimentarias, el cual tiene por objeto proteger la salud de los consumidores y asegurar prácticas equitativas en el comercio de los alimentos, fue creada en 1962 cuando la organización de las Naciones Unidas para la Agricultura -FAO- y la Organización Mundial de la Salud -OMS- reconocieron la necesidad de disponer de unas normas internacionales que orientaran a la industria de alimentos, facilitaran el comercio, y protegieran la salud de los consumidores, a julio de 1997, son 151 los países signatarios.

El Codex es una colección de Normas Alimentarias aceptadas internacionalmente y presentadas de modo uniforme para los principales alimentos elaborados, semielaborados y sin elaborar, incluye entre otras, disposiciones relativas a la higiene, etiquetado, residuos, contaminantes y aditivos. Estas normas establecen los requisitos que deben cumplir los alimentos para garantizar al consumidor productos inocuos, nutritivos, genuinos, no adulterados y debidamente etiquetados.

El Codex también contiene disposiciones de carácter consultivo en forma de códigos internacionales recomendados de prácticas de higiene y de elaboración para diferentes alimentos, directrices y recomendaciones sobre residuos de plaguicidas, principios para la inspección y certificación de importaciones y exportaciones, sólo para citar algunos. Hasta el momento, el Codex ha emitido 237 normas para productos, 41 códigos de prácticas tecnológicas y de higiene y ha evaluado 185 plaguicidas, 760 aditivos alimentarios y 54 medicamentos veterinarios.

El producto final del trabajo elaborado por el Codex Alimentarius en el tema de calidad e inocuidad de alimentos, es el código general de prácticas y principios de higiene de los alimentos. En él se identifican los principios esenciales de higiene aplicables a lo largo de toda la cadena alimentaria (desde la producción primaria hasta el consumidor final), a fin de lograr el objetivo de que los alimentos sean inocuos y aptos para el consumo humano, así como también, se indica la manera de aplicar dichos principios. El código recomienda la aplicación de criterios basados en el sistema HACCP para elevar el nivel de inocuidad alimentaria y brinda las orientaciones necesarias para elaborar códigos específicos para los sectores de la cadena alimentaria, los procesos o los productos básicos. Cabe señalar la tendencia creciente de la OMC a adoptar los principios y recomendaciones del CODEX.

El Sistema HACCP es un sistema moderno de calidad, desarrollado a finales de los 60' en la Pillsbury CO., una compañía altamente automatizada, fabricante de los alimentos para las

misiones espaciales. En el transcurso de estos años, el sistema ha demostrado su adaptabilidad a las más diversas condiciones socioeconómicas de producción y a distintas mentalidades e ideologías. Ha sido usado, tanto por la industria más moderna para garantizar la inocuidad de sus productos, como por las autoridades nacionales de salud de múltiples países, en los planes de mejoramiento sanitario de alimentos, así por ejemplo, en 1994, la FDA publica informa su intención de extender el uso del sistema a todo tipo de alimentos producidos en o importados a Estados Unidos; en 1993, la Comunidad europea expide una Directiva según la cual los países miembros deben emplear el sistema en sus programas de control de alimentos producidos en o importados a la Comunidad y fija como fecha límite diciembre de 1995; en 1995, con la ratificación de los tratados de la Organización Mundial de Comercio, el sistema HACCP se vuelve la herramienta universal de control de inocuidad de productos alimenticios; en 1995, la FDA expide la norma oficial de higiene de productos pesqueros nacionales e importados con base en el HACCP y fija como fecha límite diciembre 1997. En algunos países andinos se ha avanzado en su aplicación, por ejemplo: en 1997, en Colombia y Ecuador se expide la norma sobre la obligatoriedad del uso del HACCP para productos pesqueros, en ese mismo año en Perú se expide la norma sobre la obligatoriedad del uso del HACCP para todos los productos alimenticios.

De manera tradicional, el Código de Prácticas Higiénicas del *Códex Alimentarius*, conocido también como Código de Buenas Prácticas de Manufactura, ha servido de base para la legislación general de alimentos en casi todos los países del mundo.

La normativa ISO (ISO es la Organización Internacional de Estandarización), es una federación mundial de organismos nacionales de normalización, estructurada en comités técnicos que se encargan de la elaboración de normas internacionales en temas específicos. En el caso particular de los sistemas de calidad, las normas ISO de la serie 9000 constituyen una serie de estándares internacionales de referencia de las organizaciones que especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y la evaluación de un sistema de gestión en la empresa, con el propósito de asegurar el suministro de productos y servicios que satisfagan las necesidades de los compradores.

Las normas ISO 9000 hoy son muy utilizadas, principalmente en Europa, como requisito contractual para suministrar alimentos y en general todo tipo de bienes y servicios, es decir, el uso de normas ISO se hace por acuerdo entre comprador y proveedor, o simplemente por exigencia del comprador. Para montar un sistema de la calidad con base en las normas ISO 9000, las industrias deben escoger entre los modelos de aseguramiento de la calidad (ISO 9001, ISO 9002 o ISO 9003) el que más se acomode a su organización y a las exigencias del comprador y luego emplear el modelo escogido y la norma ISO 9004-1, si es una empresa manufacturera o ISO 9004-2 si es una empresa de servicios.

El cumplimiento de las normas ISO 9000 es comprobado por organismos de certificación reconocidos por el Sistema ISO internacional, que son usualmente los mismos organismos nacionales de normalización que en el caso de los países andinos son el IBNORCA en Bolivia, el ICONTEC en Colombia, el INEN en Ecuador, el INDECOPI en Perú y el FONDONORMA en Venezuela.



BIBLIOGRAFÍA

CARO, J. 1998. Integración Hemisférica de la Agricultura en los Países Andinos. IICA – Centro Regional Andino, Lima, Perú.

CARO, J. 1998. La Agricultura de América Latina y El Caribe en la perspectiva del ALCA. IICA. COMUNIICA (San José, C.R.) 2 (8): 20-16

CARO, J.; OTERO, M. 1997. Nuevo Contexto para la agricultura de América Latina y El Caribe. Centro Regional Andino del IICA, Lima, Perú. Boletín CReA en Acción No. 38

CAMPOS H. 1998. Las medidas sanitarias y fitosanitarias: Componente esencial en las negociaciones del ALCA. IICA. COMUNIICA (San José, C.R.) 2(8): 37-40

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura). 1997. Glosario de Términos de Comercio Agroalimentario. IICA, Centro Regional Andino, Lima, Perú.

IICA-CReA-PROCIANDINO. 1997. "Estudio global para identificar oportunidades de mercado de frutas y hortalizas de la Región Andina" FRUTHEX, Quito, Ecuador.

ROMERO, J.; RAMIREZ, C.; RIVEROS, H. 1998. Desarrollo y Aplicación de las Normas de Calidad e Higiene de Alimentos en los Países Andinos. Informe Final. IICA. Santa Fe de Bogotá D.C., Colombia.



