¿Qué hay que saber sobre las barreras comerciales?

En las últimas décadas, el desarrollo económico, tecnológico y social ha traído consigo una serie de cambios -asociados al desarrollo de nuevas tecnologías, al surgimiento de nuevos actores o a la creciente preocupación por la seguridad, entre otros- que han afectado también a las condiciones de juego en el ámbito del comercio internacional. Las empresas exportadoras, para acceder a otros mercados, han de hacer frente a una serie de barreras comerciales cuya superación puede ser más o menos complicada, pero cuyo conocimiento es ciertamente necesario.

Nazareth Estalayo

¿Qué es una barrera comercial?

Ofrecer una definición de barrera comercial no es sencillo, de hecho no existe una definición única. Según una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, es «toda reglamentación comercial de un Estado susceptible de obstaculizar directa o indirectamente, real o potencialmente, el comercio». Las dos condiciones fundamentales para que exista una barrera comercial son (i) que sea una medida oficial (estatal o de cualquier Administración regional, local o paraestatal) y (ii) que comporte efectos restrictivos sobre el comercio, es decir, que exista un trato discriminatorio por parte de algún agente que intervenga en el proceso de homologación o certificación de los bienes o servicios afectados por dicha barrera.

El objetivo principal del establecimiento de barreras al comercio internacional es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza co-

mercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar los intercambios comerciales entre un grupo determinado de países.

¿Qué tipos de barreras existen en el comercio internacional?

1) Barreras arancelarias: se refieren a los impuestos (aranceles) a satisfacer en aduanas por parte de los importadores y exportadores por la entrada o salida de mercancías en el país. En esta categoría se pueden incluir:
   - Derechos de aduana: cargas (fiscales) que gravan los productos importados en el momento de su puesta en libre práctica.
   - Tasas de efecto equivalente a los derechos de aduanas: cargas que gravan las mercancías a su paso por la frontera cuando no constituyan un derecho de aduana propiamente dicho.
   - Imposiciones de naturaleza fiscal: gravan directa o indirectamente las mercancías.
2) Barreras no arancelarias: hacen referencia a la legislación, las regulaciones, las políticas o las prácticas comerciales de un país que restringen el acceso de los productos procedentes del exterior. Incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, establecidos por instituciones y Gobiernos. Entre éstas, podemos encontrar:
   - Contingentes o techos: son restricciones cuantitativas que imponen limitaciones, totales o parciales, a las importaciones o exportaciones.
   - Medidas de efecto equivalente a las restricciones cuantitativas: abarcan todas las formas de intervención del Estado que limitan directa o indirectamente los intercambios comerciales. Las más importantes hacen referencia a los sistemas N + C + H (normalización, certificación y homologación), cuyos efectos restrictivos derivan de la obligación que tienen las empresas extranjeras de adaptar sus productos, mediante procesos de homologación y/o certificación, a las condiciones técnicas y de calidad vigentes en el mercado de importación.
   - Controles para la puesta en libre práctica, en la frontera, de las mercancías: su finalidad es verificar la conformidad de las mercancías con las reglas y reglamentos nacionales.
   - Ayudas concedidas por los Estados a sus empresas nacionales: como subvenciones, financiación preferente, exoneraciones fiscales, ciertas ventajas en especie, etc.
   - Monopolios nacionales.

Una barrera comercial puede derivarse tanto de disposiciones nacionales obligatorias como de aquellas otras que, aunque seguidas por numerosas empresas, no son vinculantes por no emanar de las autoridades públicas, pero que, sin embargo, en la práctica son impuestas por el Estado. En el primer caso, sería necesaria una homologación y, en el segundo, una certificación.

El objetivo principal de las barreras al comercio exterior es limitar la importación de ciertas mercancías

¿Cuáles son las causas de la existencia de barreras comerciales?

Hay dos razones principales que justifican la existencia de las barreras. En primer lugar, las diferencias históricas respecto a los requisitos considerados necesarios para proteger la seguridad, la salud y el medio ambiente y, en segundo lugar, las diferencias históricas en el desarrollo de las normas técnicas y de los diferentes procedimientos que se han de seguir para la realización de ensayos técnicos, certificaciones y homologaciones.

FACILITACIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Nº DOCUMENTOS

Menor número		Mayor número	
Francia	2	Camboya	11
Estonia	3	Namibia	11
Rep. Corea	3	Mauritania	11
Panamá	3	Angola	11
Canadá	3	Malawi	11
Micronesia	3	Burkina Faso	11
Singapur	4	Rep. Congo	11
Hong Kong	4	Kazajstán	11
Finlandia	4	Afganistán	12
EAU	4	Fiji	13

Tiempo (días)

Más rápidos		Más lentos	
Singapur	5	Rep. Centroafricana	54
Estonia	5	Niger	59
Dinamarca	5	Kirguistán	63
Hong Kong	6	Angola	65
Países Bajos	6	Uzbekistán	71
EEUU	6	Afganistán	74
Luxemburgo	6	Chad	75
Noruega	7	Tayikistán	82
Alemania	7	Kazajstán	89
Chipre	7	Irak	102

Coste (dólares por contenedor)

Más baratos		Más caros	
Malasia	450	Uzbekistán	3.100
Singapur	456	Tayikistán	3.150
China	500	Uganda	3.190
Finlandia	540	Ruanda	3.275
EAU	593	Zimbawe	3.280
Letonia	600	Afganistán	3.350
Pakistán	611	Niger	3.545
Hong Kong	625	Irak	3.900
Tailandia	625	Rep. Centroafricana	5.491
Brunei	630	Chad	5.497

FACILITACIÓN DE LAS IMPORTACIONES

Nº DOCUMENTOS

Menor número		Mayor número	
Francia	2	Uzbekistán	11
Dinamarca	3	Burkina Faso	11
Suecia	3	Afganistán	11
Rep. Corea	3	Rep. Congo	12
Tailandia	3	Fiji	13
Singapur	4	Rusia	13
Hong Kong	4	Eritrea	13
Estonia	4	Kazajstán	13
Noruega	4	Azerbaiyán	14
Panamá	4	Rep. Centroafricana	17

Tiempo (días)

Más rápidos		Más lentos	
Singapur	3	Venezuela	71
Hong Kong	5	Burundi	71
Estonia	5	Kirguistán	72
Dinamarca	5	Zimbawe	73
Chipre	5	Kazajstán	76
EEUU	5	Afganistán	77
Suecia	6	Tayikistán	83
Países Bajos	6	Uzbekistán	92
Luxemburgo	6	Chad	100
Noruega	7	Irak	101

Coste (dólares por contenedor)

Más baratos		Más caros	
Singapur	439	Niger	3.545
Malasia	450	Burkina Faso	3.830
China	545	Irak	3.900
Santo Tomé y Príncipe	577	Burundi	4.285
EAU	579	Tayikistán	4.550
Hong Kong	583	Uzbekistán	4.600
Israel	605	Ruanda	5.070
Finlandia	620	Zimbawe	5.101
Fiji	630	Rep. Centroafricana	5.554
Qatar	657	Chad	6.150

Fuente: *Doing Business 2010*.

Por otra parte, hay barreras comerciales que son más fáciles de suprimir y otras que perviven tenazmente, debido, fundamentalmente, a dos razones:

- Proteccionismo a causa de intereses particulares o sectoriales: en este caso, son los propios sectores empresariales los que presionan a la Administración de su país para conseguir un cierto proteccionismo.
- Protección a causa de una estrategia industrial: muchos gobiernos utilizan políticas proteccionistas para defender aquellas industrias nacionales que atraviesan dificultadas o que son consideradas de interés estratégico para el país.

¿Cuáles son los costes?

La existencia de barreras comerciales repercute importantes costes para los diferentes agentes del mercado. Así, las Administraciones públicas tienen que soportar los costes de múltiples pruebas e intentos de trámites de certificación/homologación, además de aquéllos aparejados al mantenimiento de servicios de inspección y control y de las infraestructuras necesarias para llevar a cabo los procedimientos burocráticos. Por su parte, las empresas han de dedicar mayores recursos a actividades de investigación y desarrollo y, en ocasiones, pueden verificar pérdidas de eficiencia en sus procesos productivos derivadas, precisamente, de las necesidades de adaptación de sus productos a los distintos requisitos de los mercados internacionales. Asimismo, las empresas tienen unos mayores costes de almacenamiento, de mantenimiento de existencias y de distribución. Por último, las barreras comerciales también afectan a consumidores y usuarios, en el sentido de que pueden soportar mayores precios de los bienes y servicios disponibles en el mercado doméstico y otras desventajas, ligadas al efecto de un nivel de competitividad empresarial en dicho mercado más limitado que el que habría si no existiesen tales barreras.

¿Cómo superar las barreras?

Toda empresa que quiera introducir sus productos en un nuevo mercado, ha de tomar una serie de medidas para superar o hacer frente a las barreras existentes:

1) Informarse de la normativa aplicable. En este sentido, conviene señalar que una de las principales dificultades a las que ha de enfrentarse una empresa es, precisamente, la falta de información sobre la reglamentación, normativa técnica, organismos que intervienen en el proceso de homologación/certificación, procedimientos que se han de seguir, etc. Por ello, lo primero que hay que hacer es informarse, para lo cual la empresa debe recurrir a los organismos nacionales de promoción del comercio exterior, asociaciones sectoriales empresariales, organismos de normalización y certificación e, incluso, consultar a otras empresas que ya cuenten con experiencia en la introducción de sus productos en el mercado en cuestión.
2) Estudiar en profundidad los aspectos técnicos y normativos. Comprender perfectamente los requisitos técnicos para adaptar los productos a los mismos, así como conocer bien los procesos administrativos que afectarán a los procesos de certificación y homologación. Hay que tener en cuenta que a veces hay una interpretación diferente de la norma, de forma que, para solventar estas dificultades, lo óptimo es encargar al organismo regulador unas prepruebas. Otra acción en la que conviene estar acertado es en la elección de los organismos que intervendrán en el proceso, siendo aconsejable que estén acreditados.

Toda empresa que desee introducir sus productos en un nuevo mercado, ha de tomar una serie de medidas para hacer frente a las barreras existentes

3) Evaluar el proceso de adaptación en términos de tiempo y coste. Los procesos de homologación y certificación hay que iniciarlos con la antelación suficiente para no perder la oportunidad de estar presente en los mercados objetivo en el momento oportuno. Además, es recomendable estudiar si la inversión necesaria para adaptar el producto es rentable para la empresa, teniendo en cuenta los ingresos que espera obtener con su comercialización en el mercado de destino.
4) Elegir adecuadamente los organismos que intervienen en los procesos de certificación, homologación y otros necesarios para la adaptación a la normativa vigente. En ciertos mercados, es aconsejable recurrir a una asesoría jurídica. La empresa exportadora no puede descuidar las cuestiones ligadas a la responsabilidad civil de productos y servicios por daños causados por defectos y accidentes provocados por los mismos.

Pero no sólo hay que pensar en la responsabilidad civil de la empresa, sino también en el hecho de que ésta pueda ser víctima de una barrera comercial abusiva y, en este caso, puede ser ella la demandante ante los tribunales.

Para concluir, conviene señalar que, ante una barrera comercial, la empresa ha de comprobar si es capaz de superarla y, si procediese, denunciarla ante las autoridades competentes ::