

REDUCIR LA POBREZA GRACIAS AL COMERCIO

RETOS

Los beneficios **económicos** del comercio **NO** llegan siempre a los más pobres.

El comercio puede fomentar el crecimiento de un país y reducir la pobreza en tres niveles básicos. Primeramente, la adopción de políticas favorables a la expansión del comercio conlleva un aumento del ingreso y de los recursos fundamentales para el desarrollo. En segundo lugar, los gobiernos pueden promover las exportaciones en sectores con un óptimo

potencial de generación de empleos e ingresos. En tercer lugar, también pueden ayudar a los sectores más pobres – en la práctica ajenos a la economía formal – a convertirse en partícipes de las actividades de exportación.

Los países en desarrollo son capaces de asumir estos desafíos.





En muchos países, las dificultades residen en los niveles dirigentes. Los encargados de definir las estrategias de desarrollo no prestan suficiente atención a la integración del comercio en dichas estrategias. A menudo, se habla de que el comercio es el motor del crecimiento, pero las estrategias de una mayoría de países en desarrollo son más bien un obstáculo que un aliciente para el comercio. Además, hay muy pocos modelos que orienten los esfuerzos nacionales encaminados a reducir la pobreza mediante el comercio.

Por otra parte, los sectores de exportación que más podrían contribuir a reducir la pobreza no son siempre incluidos en las estrategias exportadoras nacionales. Para reducir la pobreza, lo que cuenta es el tipo de crecimiento que genere el comercio. Por ende, también

se necesita crecimiento en los sectores capaces de integrar a los pequeños productores en la cadena de valor de productos y servicios.

Por último, las comunidades pobres no suelen disponer de las capacidades empresariales indispensables para operar en el comercio mundial. Cuando se trata de aprovechar las nuevas oportunidades comerciales, los sectores pobres pueden encontrarse desventajados por sus carencias en formación, capacitación empresarial o contactos con quienes pueden ayudarles a iniciar o ampliar una actividad en la economía formal.

SOLUCIONES

- ▶ **Integrar el comercio en las estrategias de reducción de la pobreza.** Los gobiernos deben empezar a considerar que el comercio y la reducción de la pobreza son indisolubles.
- ▶ **Promover sectores de exportación favorables a los pobres.** Identificar y fomentar sectores o segmentos con buen potencial exportador, que acojan favorablemente las capacidades de los productores pobres.
- ▶ **Orientar la ayuda a la exportación a sectores pobres.** Promover la formación de agrupaciones empresariales entre miembros de comunidades pobres, a fin de superar las dificultades propias de la acción individual. También se debe alentar las complementariedades entre exportadores experimentados y comunidades pobres.
- ▶ **Facilitar servicios esenciales de apoyo al comercio.** Los pequeños productores tienen la voluntad y la capacidad para hacer negocios, pero necesitan contar con servicios públicos de buena calidad – información comercial y de mercados, capacitación exportadora y formación de redes – para integrarse en los mercados.

Aporte del CCI

- ▶ **El programa de reducción de la pobreza mediante las exportaciones** promueve, mediante proyectos piloto, métodos para integrar a las comunidades pobres en el comercio, centrados en su vinculación con cadenas de exportación de los productos y servicios que éstas pueden proveer. Abarca sectores de baja intensidad de capital, como el turismo comunitario, la manufactura ligera, textiles, cuero y productos agrícolas.

El CCI y sus asociados locales ayudan a los productores a organizarse en grupos para obtener capacitación y asistencia empresarial. Además, el CCI hace conciencia entre las instituciones de apoyo al comercio y las autoridades sobre las necesidades de fomento empresarial de estos productores.

- ▶ **El CCI ayuda a desarrollar los sectores más prometedores,** utilizando sus eficaces instrumentos analíticos para detectar los sectores con un potencial de demanda, y también sus conocimientos de los mercados que interesan a los productores pobres, como los productos básicos, textiles y servicios.