

ENSAYO

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE ASESORÍA EN DEFENSA DESDE COLOMBIA

JUAN DIEGO PÁEZ GONZALEZ*
Junio de 2013

RESUMEN

Este ensayo centra su contenido en dos temas preponderantes y a primera vista bastante distantes el uno del otro, de un lado se encuentra el uso de la estrategia militar denominada poder blando utilizada por un sinnúmero de países para influir en las decisiones de otros Estados y obtener los resultados que se desean en beneficio propio. Por otra parte se aborda el tema del comercio de servicios en especial lo relacionado con las exportaciones de servicios comerciales. Ambos temas se abordan desde una perspectiva global, luego regional para finalmente llevarlos al contexto colombiano y al final demostrar que pueden llegar a complementarse para alcanzar un mayor impacto en el crecimiento y desarrollo de un país. A lo largo del texto se pretende demostrar como mediante el empleo del poder blando un país podría influir en su entorno regional mediante la exportación de servicios de asesoría desde el sector defensa. Al final de documento se puede concluir que Colombia a pesar de haber tenido en los últimos años un crecimiento económico significativo continua siendo un país con una preponderancia menor en el escenario regional, por lo tanto debe recurrir a los diferentes tipos de poder blando para influir en Latinoamérica y El Caribe.

Palabras clave: poder blando, poder duro, persuasión militar, comercio de servicios, exportación, importación y sector defensa.

* Oficial de la Fuerza Aérea Colombiana, especialista e instructor en Defensa Aérea, Especialista en Docencia Universitaria de la Universidad Militar, Administrador Aeronáutico. Ha volado los equipos SR.560, SR-26 como Oficial Controlador de Armas y Director de Misión, acumulando un total de 2.800 horas. Durante sus 19 años de servicio en la FAC, ha desempeñado cargos tanto administrativos como operativos a nivel de escuadrilla, escuadrón y subdirección. Actualmente es alumno del Curso de Estado Mayor de la Escuela Superior de Guerra de las Fuerzas Militares de Colombia.

ABSTRAC

This paper focuses on two overriding themes content and a first view quite distant from each other; on one side is the use of military strategy called soft power used by a number of countries to influence the decisions of other states and to get outcomes desired. Moreover it addresses the issue of trade in services particularly related to exports of commercial services. Both themes are addressed from a global perspective, then regional and finally are to bring the Colombian context and prove them can reach supplemented to achieve a greater impact on the growth and development of a country. Throughout the paper tries to show how by using a country's soft power is could influence their regional environment by exporting advisory services from the defense sector. At the end of document can conclude that despite Colombia in recent years had significant economic growth remains a country with a lower prevalence in the regional scenario, therefore must resort to different types of soft power to influence Latin America and the Caribbean.

Key words: soft power, hard power, military persuasion, trade in services, export, import and defense sector.

INTRODUCCIÓN

Las relaciones de poder son tan antiguas como la humanidad misma y han ido evolucionando con la sociedad hasta nuestros días, es tal su importancia que se constituyen en la columna vertebral de un Estado a través del llamado Poder Nacional que abarca los campos político, militar, económico y sicosocial. Uno de los sectores donde ha tenido mayor preponderancia la concepción del poder como un instrumento del Estado, ha sido el de las relaciones internacionales, desde los planteamientos políticos de Tucídides y Maquiavelo. Actualmente se concibe al poder como la habilidad para influir en las acciones de otro, es decir que el poder permite obtener los resultados deseados y de ser necesario puede cambiar el comportamiento de los demás para que estos resultados no se den a su favor.

Durante la edad media se instituyó la idea que una de las formas de obtener, proteger y conservar el poder, era el uso de la fuerza mediante acciones coherativas basadas en la amenaza y la devastación. Estrategia que fue adaptándose a la evolución de la guerra hasta llegar a constituirse en lo que conoce como poder duro o "hard power", término mundialmente conocido en el escenario político y militar. El poder duro se mantuvo vigente hasta la segunda guerra mundial cuando se demostró que la aplicación de la fuerza y la masa otorgaban la victoria y garantizaban el dominio global. Después de los años cincuenta el poder duro empezó a perder vigencia cuando las mayores potencias del mundo fueron incapaces de vencer a enemigos con una capacidad militar limitada y mucho inferior. Tal fue el caso de los Estados Unidos en Vietnam y de la Unión Soviética en Afganistán, donde a pesar de una gran despliegue militar por parte de estos dos colosos, el resultado de la guerra no fue el esperado y produjo diversas repercusiones tanto internacionales como internas.

En 1990 se acepta la existencia de un antagonista del poder duro, denominado soft power o poder blando, el cual fue propuesto por primera vez por Joseph S. Nye en 1990 cuando publicó su libro "Bound to Lead: The Changing Nature of America Power". Para este autor el poder blando es una forma indirecta de poder, a través de la cual un Estado puede obtener los resultados deseados porque existen otros países dispuestos a seguirlo e imitar sus experiencias y técnicas. Esta forma de poder no era nueva, se venía usando desde mucho tiempo atrás, casi contemporáneo con el poder duro, pero su implementación y aplicación fue muy modesta hasta la segunda guerra mundial. Su auge se le debe a la guerra fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética. Durante este periodo el poder blando se fundamentó en lo que a la postre se convertiría en una de sus más comunes manifestaciones: la persuasión militar.

La persuasión militar no es la única forma de hacer uso del poder blando, también se contempla la cultura, las tradiciones, los principios, la diplomacia y la economía entre otros. Este documento centra su atención en forma secundaria en esta última forma de poder blando, dado que gracias a la globalización y la integración económica, los países pueden incursionar en otros e influir en sus decisiones bajo el pretexto del intercambio comercial. De acuerdo con las estadísticas de comercio internacional publicadas por la Organización Mundial del Comercio en el 2012, se encuentra que existe una expectativa enorme en cuanto al crecimiento del comercio de servicios, el cual se estima supere al de mercancías (bienes) en los próximos años. Para entender mejor el contexto del comercio internacional de servicios, se aborda el tema desde el contexto mundial, pasando por Latinoamérica y El Caribe, para finalmente verlo en el escenario colombiano. Esto debido a que en Colombia existe un gran potencial para la exportación de servicios comerciales, tanto así que a diferencia de otros países de la región desde la década de los 90 se dio inicio al impulso de este tipo de comercio y en los últimos años se ha logrado un gran avance que hoy en día hace merecedor al país del reconocimiento regional. Por ejemplo, Colombia ocupa el tercer lugar en América Latina en exportaciones de servicios de informática y tecnologías de la comunicación, alcanzando la cifra de US\$6.118 millones en el 2011.

Colombia ha ido alcanzando un nivel preponderante a nivel regional, especialmente en Centroamérica y El Caribe, gracias los resultados obtenidos en la lucha contra el crimen transnacional, especialmente lo relacionado con el narcotráfico y sus delitos conexos. Esta posición de ventaja ha hecho que muchos países miren a Colombia como un referente internacional digno de imitar y seguir, de tal forma que puedan ellos lograr los mismo resultados en sus territorios. Gracias a ello el sector defensa ha visto obligado a ofrecer todo un portafolio de servicios de asesoría a estos países, el cual no ha sido muy efectivo debido a que no se ha contado con las fuentes de financiación apropiadas y duraderas. Por ello a lo largo del texto se pretende demostrar que mediante el empleo del poder blando Colombia podría influir en su entorno regional mediante la exportación de servicios de asesoría desde el sector defensa.

En Latinoamérica y El Caribe debido a la incremento en la demanda energética y alimenticia, es cada vez mayor la presencia de potencias mundiales como China y

Estados Unidos, con la intención de obtener de esta parte del mundo lo que sus territorios necesitan y no logran producir o adquirir en otras naciones; razón por la cual las estrategias de poder blando serán cada vez más evidentes y eficientes. De ahí la importancia de consolidar una presencia regional sólida, utilizando la cooperación como una estrategia para ganar aliados y mantener unas condiciones de defensa y seguridad nacional óptimas. La pretensión de afianzarse como potencia regional sólo será posible si los gobiernos se esfuerzan en continuar construyendo Estados inteligentes, eficientes, competitivos y preparados para enfrentar cualquier influencia externa, lo que obviamente requiere una economía estable y con mayor capacidad de penetración en los mercados internacionales.

La reducción del gasto público y la austeridad es una tendencia mundial que se ha ido extendiendo desde los países más pobres hasta alcanzar a los más ricos, quien se hubiera imaginado hace una década atrás que la estrategia de expansión y control de Estados Unidos sobre los países latinoamericanos iba a entrar en retroceso perdiendo los logros obtenidos después de grandes inversiones de recursos, como el caso del Plan Colombia. Esta tendencia tarde o temprano también tocará fuertemente a Colombia, más ahora que se anhela llegar a una negociación exitosa de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP). Si el país no se prepara desde ya para buscar fuentes alternativas de recursos que financien su estrategia de influencia en el escenario regional, el poder blando que se pretende alcanzar seguramente no alcance a abandonar el territorio nacional. Como opciones se puede recurrir a la exportación de servicios de asesoría desde el sector defensa, dada la amplia solicitudes de cooperación que día a día recibe el Ministerio de Defensa. También se puede recurrir a acuerdos con el sector privado de tal forma que las empresas reciban el aval gubernamental para incursionar en la exportación de servicios que hasta ahora sólo los provee el Estado. De igual forma se debe pensar en continuar diversificando las diferentes formas de poder blando existentes, no todo tiene que ser desde la perspectiva diplomática o militar, la educación, la cultura y el turismo podrían ser una buena alternativa a considerarse. De esta forma actualmente Canadá pretende mantener su poder blando mientras continua con su programa de austeridad fiscal y privatización de las relaciones internacionales.

No todo lo del sector defensa es susceptible de exportar, por ello es de vital importancia establecer medidas para el monitoreo de la calidad y eficacia de la oferta de servicios internacionales. Esto dada la precariedad de los recursos públicos asignados para gastos de funcionamiento e inversión en ciertas áreas de la seguridad y la defensa nacional. Una forma de contrarrestar esta amenaza potencial es realizar acciones de promoción y medir los impactos de esta oferta no sólo a nivel país, sino en una forma mucho más amplia como la regional.

EXPORTACION DE SERVICIOS DE ASESORIA EN DEFENSA PARA INFLUIR EN EL AMBITO REGIONAL

El presente ensayo aborda el tema de exportación de servicios desde el sector defensa de Colombia, como una oportunidad del país para compartir con otras naciones las lecciones aprendidas, experiencias y éxitos alcanzados en la lucha contra los agentes generadores de violencia y en especial contra el crimen transnacional del narcotráfico y sus delitos conexos. Esta oportunidad de negocio es pertinente para el país, dado el ambiente de comercio internacional mundial y sobre todo el generado con los Tratados de Libre Comercio. Ahora bien, la exportación de servicios no sólo debe buscar generar ingresos para el país y mejorar las relaciones internacionales, sino que basados en una herramienta militar estratégica llamada “poder blando” se puede llegar a influir en el ambiente regional y consolidar a Colombia como un país potencia a nivel latinoamericano. De ahí, que este documento pretenda demostrar como un país podría influir en su entorno regional mediante la exportación de servicios de asesoría, consultoría, auditoría e investigación en temas de defensa.

El poder es una de las ideas principales de las relaciones internacionales, desde los planteamientos políticos de Tucídides y Maquiavelo, manteniendo su vigencia hasta hoy en día, pero también es cierto que es uno de los menos comprendidos en la teoría política. Se concibe al poder como la habilidad para influir en las acciones de otro, es decir que el poder permite obtener los resultados deseados y de ser necesario puede cambiar el comportamiento de los demás para que estos resultados no se den a su favor. Llegar a obtener los resultados deseados guarda una estrecha relación con elementos esenciales de un Estado como el territorio, la población, las Fuerzas Militares, los recursos naturales, la economía y la estabilidad política. Colombia es un país que posee estos elementos potenciales y al utilizarlos como una fuente generadora de poder podría llegar a influir en el entorno regional de Centroamérica y El Caribe. Desde la perspectiva de la escuela realista, el poder recae sobre la fuerza militar y la económica, el llamado poder duro. De otro lado para Joseph S. Nye Jr., el poder se deriva de fuentes intangibles como la cultura, los principios, los valores y la diplomacia, entre otros, a lo cual define como poder blando.

El término “soft power” (poder blando) fue propuesto por primera vez por Joseph S. Nye en 1990 en su libro “Bound to Lead: The Changing Nature of America Power”. El poder blando es un forma indirecta de poder a través de la cual un Estado puede obtener los resultados deseados porque existen otros países dispuestos a seguirlo e imitar sus experiencias y técnicas, ellos siguen su ejemplo, admiran sus valores y tradiciones, anhelan alcanzar su nivel de desarrollo y prosperidad. Es una habilidad para obtener poder de las personas, logrando alcanzar los fines políticos mediante la atracción en vez de emplear la cohesión o pagar por ellos. Mientras el “hard power” (poder duro) se fundamenta en las amenazas (garrote) y los incentivos (zanahoria), el poder blando se basa en principios e ideas, usando instrumentos blandos para resolver los problemas sobre los cuales los recursos del poder duro son infructuosos (Nye, 1990).

Para hacer referencia a algunos ejemplos del uso del poder blando, se puede mencionar que mientras Estados Unidos se desgasta desde 1990 en los conflictos en Irak y Afganistán, China saca provecho de la situación para incrementar su influencia mundial. En Latinoamérica, Beijing viene haciendo grandes inversiones para promover su cultura y lengua, promover el turismo y reestructurar sus delegaciones diplomáticas; su esfuerzo se ha centrado en establecer vínculos económicos y mantener una posición neutral frente a los asuntos políticos locales (Poett, 2207). En África, China mantiene una estrecha cooperación con 34 naciones a través de una combinación de programas tradicionales de apoyo económico y técnico; obteniendo un rápido incremento de las relaciones comerciales y de inversión bilateral (Thompson, 2205). En el escenario regional se puede mencionar a Chile como ejemplo de una aplicación efectiva del poder blando a través de sus políticas de promoción de la paz, fortalecimiento del comercio y el multilateralismo. Para mencionar algunos de los logros de este país austral basta mencionar que actualmente tiene ratificados y vigentes 17 Tratados de Libre Comercio, que involucran a 51 países (Fuentes, 2006). Cuando un Estado centra su política externa únicamente en el poder duro, puede verse en una situación similar a que tenía Estados Unidos en el 2006, cuando se preguntó a las principales potencias mundiales sobre los peligros para la paz mundial, Inglaterra respondió que consideraba más peligrosa la presencia de Estados Unidos en Irak que las amenazas de Irán o Corea del Norte. En España el 56% de la población consideraba la presencia de las tropas estadounidenses como el principal peligro para la estabilidad del Medio Oriente, en tanto el 38% consideró que era el gobierno iraní. Estos datos corresponden a un estudio realizado por el Pew Research Center sobre la actitud global hacia los Estados Unidos (La Porte, 2006).

Tal vez se puede llegar pensar que el poder blando únicamente haya sido explorado y aplicado por los aquellos países que se constituyen en potencias mundiales, pero lo cierto es que países de menor influencia mundial como los latinoamericanos han aplicado esta tipo de estrategia, unos en forma más eficiente que otros. Estos países han recurrido al empleo del poder blando para influir en el plano mundial, particularmente en lo relacionado con los campos políticos, económicos y sociales, y en una proporción casi nula en el campo militar. Las alianzas comerciales para poder entrar en mercados potenciales y favorables para la balanza comercial, conocidas actualmente como Tratados de Libre Comercio (TLC); fijar posiciones que promuevan la convivencia pacífica, el bien común, la democracia y el respeto por la gobernabilidad y la promoción de espacios de dialogo para solucionar conflictos o discutir asuntos de interés común, son ejemplos claros de la aplicación del llamado poder blando (Fuentes, 2006).

No se conoce con exactitud un punto de partida del poder blando en la historia de humanidad, sin embargo, los hechos ratifican que desde la década de los 90 se viene haciendo especial énfasis en recurrir al poder blando en vez de optar por el poder duro. Bien es cierto que se han vivido un sinnúmero de conflictos de baja y alta intensidad, pero de no haber sido por el uso del poder blando tal vez ya se hubiera desatado una tercera guerra mundial. Los países buscan influir internacionalmente de acuerdo a sus

capacidades, para lo cual utilizan la diplomacia como instrumento esencial para alcanzar este fin, pero como se verá más adelante en este documento, esa no es la única forma de poder blando que existe. Los Estados establecen políticas ambiciosas y estrategias en su sector de relaciones internacionales, pero no siempre estas tienen buena acogida, por lo tanto, se requiere una justificación creíble ante sus nacionales y actores extranjeros. La credibilidad y capacidad de liderazgo de un gobierno recae en buena forma en su capacidad de persuasión para convencer a los demás de las bondades de sus propuestas. En el fondo lo fundamental y verdaderamente valioso del poder blando es lograr sustituir al poder duro y poder persuadir a aquellos actores nacionales e internacionales que pretendan hacer uso efectivo de la fuerza coercitiva (La Porte, 2006).

El poder blando es un aspecto que hace parte del conocimiento estratégico de una nación y sirve como aproximación a la guerra, la seguridad nacional y la inteligencia, mucho más a hora que el mundo se encuentra en la era de la información y en la ola de tecnología. El arte de la guerra entre los Estados requiere del análisis de inteligencia y del planeamiento militar estratégico, teniendo como insumo fundamental el conocimiento y la información. Dentro de las acciones que le permiten a un país aplicar el poder blando para obtener un reconocimiento y dominio regional se encuentra la persuasión militar como herramienta que utiliza los instrumentos de la guerra y del arte militar para influir en la mentalidad y voluntad de otros actores estatales y no estatales. Esto significa que la persuasión sirve como apoyo a la estrategia política y militar propia (Cimbala, 2002).

La persuasión militar es una estrategia psicológica que busca influir en las decisiones de un actor sin hacer uso del poder de aplicación de la fuerza para destruir sus Fuerzas Militares y/o su sociedad como lo haría la cohesión militar. La persuasión militar no es una herramienta nueva, la guerra desde sus inicios siempre ha contado con un componente físico y otro mental, es decir que por un lado se recurre al poder del intelecto y por el otro es necesario la fuerza bruta. Grandes teóricos del poder militar se han referido al uso de la persuasión militar, por ejemplo para Sun Tzu, ganar cien victorias en cien batallas no era la cúspide del arte militar. Dominar al enemigo sin luchar era la verdadera cúspide del arte militar (Cimbala, 2002). El estratega francés Basil Liddell Hart afirmaba que “el objetivo de la estrategia debe ser, conducir la batalla en las mejores circunstancias posibles. La perfección de la estrategia sería el producir una decisión a favor, sin una pelea importante”.

Las anteriores propuestas teóricas han sido llevadas a la práctica en diferentes partes del mundo, se pueden citar algunas situaciones recientes como la crisis de los rehenes en Irán, donde el 4 de noviembre de 1979 fueron tomados como rehenes 66 ciudadanos estadounidenses que se encontraban en la embajada estadounidense, por un grupo de estudiantes denominados los Discípulos del Imán. Los militantes iraníes manipularon los medios mundiales y los de Estados Unidos, el gobierno de Irán se declaró en desacuerdo con la acción pero siempre insistió que se trataba de una acción perpetuada por estudiantes y que se debía buscar una salida negociada y se

aprovecharon de la necesidad de Estados Unidos de resolver la crisis en buenos términos, explotando al máximo los sentimientos de nacionalismo, patriotismo combinados con los sentimientos de víctima. Finalmente después de 444 días de cautiverio, los rehenes fueron liberados el 20 de enero de 1981 (Cimbala, 2002).

Antes de continuar adelante es importante hacer distinción entre dos de los aspectos más importantes de la persuasión militar. La cohesión diplomática y la disuasión. La primera es un método totalmente defensivo que se basa en la búsqueda de uno de los siguientes tres objetivos. Primero, persuadir al oponente a detener una acción en marcha cercana a cumplir con su propósito. Segundo, convencer al oponente de deshacer o retractarse de una acción ya tomada o un compromiso adquirido con anterioridad. Tercero, persuadir al oponente de realizar cambios en su gobierno o régimen con el fin de lograr un objetivo político defendido. En tanto que; la disuasión valiéndose de una alta dependencia de la amenaza psicológica tiene como objetivo persuadir a un potencial enemigo u oponente actual de no empezar una acción que se estima que está considerando realizar pero que todavía no la ha llevado a cabo (Cimbala, 2002).

Existen mecanismos que permiten que la persuasión militar sea efectiva y/o no se logre a causa de la falla de uno de ellos. Se puede mencionar la voluntad del oponente que constituye el primer objetivo de la estrategia de influencia, teniendo en cuenta que este aspecto se transforma en la fuerza que mantiene en pie de lucha al enemigo; la interdependencia entre los fines y los medios; tomar perspectiva para repensar las metas y objetivos; manipulación de símbolos e información para cambiar la percepción que se tenga de la administración del oponente; influir en la moral de tal forma que se pierda la armonía del entendimiento entre la gente y sus líderes, y dejen de estar dispuesto a respaldarlos en vida, inclusive sin temor alguno a la muerte, la moral es una fuerza motivante para las tropas, promueve el apoyo público y permite tanto a los líderes políticos como militares crear cohesión y cumplir efectivamente con la estrategia planteada (Cimbala, 2002).

El avance tecnológico le ha permitido a algunos países asumir su rol de potencia mundial, por lo general sus sociedades comparten un anhelo común relacionado con el trabajo por desarrollar tecnología. Es indudable la relación que existe entre disuasión y tecnología y ésta reviste especial importancia para la persuasión militar. Stephen Cimbala, propone ver la relación desde 4 posiciones: entendimiento del concepto de disuasión, el problema de la guerra asimétrica y los diferentes cambios a los que debe adaptarse el estratega político y militar, conocimiento e innovación en tecnología en relación a la disuasión y por último los aspectos de relación entre poder blando y duro. Dado el asunto de este documento, reviste gran importancia este último punto, entendiendo que el poder duro es la capacidad de conseguir que los demás hagan lo que de otro modo podrían no hacerlo por medio de la coerción, recompensas mezcladas con amenazas, en tanto que, el poder blando es la capacidad de conseguir que los demás quieran lograr los mismos resultados que usted obtiene. Este último implica recurrir a actores no gubernamentales como la cultura, valores, sociedad y

sistema político, entre otros. En algunos casos se requiere una combinación de poder blando y poder duro, el ejemplo más cercano lo tenemos con el “Plan Colombia”, dado que para la década del 2000, el solo uso del poder blando no podía resolver la situación que atravesaba Colombia en todo su territorio (Cimbala, 2002).

Para cerrar este episodio de la persuasión militar y utilizando como referencia lo expuesto por Stephen J. Cimbala en su libro *military persuasion in war and policy*, se concluye que la persuasión militar es una clase especial de estrategia psicológica, cuyo uso efectivo y eficiente conduce a alcanzar metas individuales o colectivas relacionadas con los objetivos políticos y apoyada en la disuasión generada por la fuerza coercitiva del campo militar. Para llegar al empleo de este tipo de estrategia se pueden emplear diferentes instrumentos no dependientes como la diplomacia coercitiva, la guerra psicológica, la propaganda, la negociación y las políticas de prestigio, entre otros. En busca de un mejor entendimiento y comprensión de esta estrategia de influencia basta con remitirse a la historia mundial, donde existe un sinnúmero de situaciones y hechos que son ejemplo de la aplicación de la persuasión militar, inclusive cuando no se habían establecidos las bases teóricas para su planeación y aplicación. Se puede mencionar como referente, la influencia de la inteligencia militar de Estados Unidos y la Unión Soviética en 1983, donde se alcanzó un punto bastante álgido de la guerra fría; la Iniciativa Defensa Estratégica conocida comúnmente como Guerra de Galaxias, promovida por Ronald Reagan en 1983 y la crisis de los misiles de Cuba en 1962, sólo por mencionar algunos casos.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), la exportación de servicios es otra forma de diversificar mercados, entiéndase por servicios todas aquellas actividades comerciales tendientes a satisfacer las necesidades individuales y colectivas de una comunidad sin recurrir a la transferencia de propiedad de un bien material. Entre los servicios más comunes encontramos transporte, telecomunicaciones, entrenamiento, energía, gas, el turismo, consultoría, entre otros (Plazas, 2005). Para Organización Mundial del Comercio (OMC) los servicios comprenden una gran cantidad de actividades y productos tangibles y heterogéneos, los cuales son el “resultado de una actividad productiva que altera las condiciones de las unidades de consumo”. Los servicios afectan sustancialmente el crecimiento competitivo de un país y repercuten ampliamente en los resultados económicos generales de una economía local (OMC, 2010).

Durante la Ronda de Uruguay (1986 – 1993) se suscribió el Acuerdo General Sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC, este entró en vigencia a partir del 1 de enero de 1995, constituyéndose en el primer paquete de normas negociadas multilateralmente y jurídicamente exigibles que enmarcan el comercio internacional de servicios comerciales. Según el AGCS el comercio de servicios se puede realizar a través de cuatro modos de suministro: Modo 1, suministro fronterizo, cuando el servicio es quien cruza la frontera como sucede con las telecomunicaciones. Modo 2, consumo en el extranjero, cuando el consumidor toma los servicios fuera de su país. Modo 3, el proveedor de servicios establece presencia comercial en el exterior mediante

sucursales o filiales. El modo 4, presencia de personas físicas, el cual se presenta cuando una persona se traslada temporalmente al territorio del consumidor para suministrarle el servicio que requiere, por ejemplo la asesoría, la consultoría, etc. Este último modo de suministro es el más apropiado para que Colombia a través del Ministerio de Defensa pueda exportar servicios de asesoría hacia los países de Centroamérica y El Caribe, los cuales en diferentes reuniones multilaterales y bilaterales han solicitado de manera formal e informal la cooperación de Colombia para hacer frente al Crimen Transnacional, en especial el narcotráfico y sus delitos conexos (OMC, 2010).

En el año 2011 la comercialización de servicios con respecto al 2010 tuvo las siguientes variaciones. La exportación de servicios aumentó 11% llegando a 4.170 millones de dólares. En Europa, por ejemplo se mostraron señales de recuperación y alcanzó un crecimiento del 11%, siendo los Estados miembros de la Iniciativa Central Europea (ICE) los que reportaron el mayor rendimiento; contrario a lo sucedido en los países asiáticos donde la exportación de servicios se contrajo. En Norteamérica, la exportación de servicios creció un 9%, en tanto que el fenómeno de la primavera árabe estanco el crecimiento de este tipo de exportaciones en África. En Centroamérica y Sudamérica se logró un incremento del 13%. En la gráfica No.1 se observa cual ha sido el comportamiento de las exportaciones de servicio entre los años 2010 y 2011. Estados Unidos se mantiene en el primer lugar con \$976.000 millones de dólares, Alemania presento un déficit de \$36.000 millones de dólares ocupando el segundo lugar con \$542.000 millones de dólares, Reino Unido alcanzó el tercer lugar con \$444.000 millones de dólares. Tanto Estados Unidos como el Reino Unido han mantenido una tendencia excedentaria desde 1980. Por lado de las economías emergentes, China se consolidó en el primer lugar como el mayor importador de servicios e India logró que sus exportaciones superaran a sus importaciones. Entre las primeras 40 economías mundiales se encuentra a Brasil como el principal representante latinoamericano ocupando la posición 32 en exportaciones con \$37 millones de dólares (0.8% mundial) y la posición 22 con importaciones por \$73 millones dólares (1,8% mundial), en tanto México importó un total de \$25 millones de dólares (0,6% mundial) ocupando el puesto quince (OMC, 2012).

De acuerdo con la categorización de servicios comerciales en 2011, las exportaciones de estos tuvieron una tendencia al crecimiento. El primer puesto fue obtenido por los servicios personales, culturales y de esparcimiento, estos tuvieron un mayor crecimiento con un 16%, especialmente en los países de la Unión Europea donde se alcanzó un rendimiento del 22%; el segundo puesto lo ocuparon los servicios de informática e información, los que obtuvieron un 15% apalancados especialmente por los países asiáticos; los servicios de viajes crecieron un 12% impulsados por el repunte del turismo en Europa; los servicios de transporte crecieron un 9%; los de comunicaciones y otros, aumentaron 9%; los financieros obtuvieron un 7.4%.

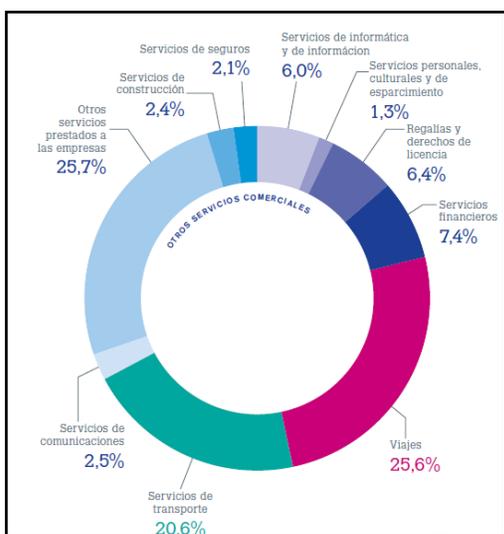
Grafica No.1 Variación de las exportaciones de servicios comerciales 2010 - 2011



Fuente: Organización Mundial del Comercio

En la gráfica No.2 se observa el comportamiento por categorías de las exportaciones de servicios a nivel mundial. Pese a lo anterior es perentorio resalta la desaceleración de la exportación de servicios de transporte sufrida en los países asiáticos debido al retroceso de los fletes marítimos. En área de Latinoamérica Argentina alcanzo a figurar en la exportación de servicios de informática con un incremento del 37% y Costa Rica 35%, superando la media mundial de las principales economías. En las exportaciones e importaciones de los demás servicios como transporte, viajes, construcción, seguros, financieros, etc., Brasil y México constituyen los mayores exponentes latinoamericanos (OMC, 2012).

Grafica No.2 comportamiento por categorías de servicios



Fuente: Organización Mundial del Comercio

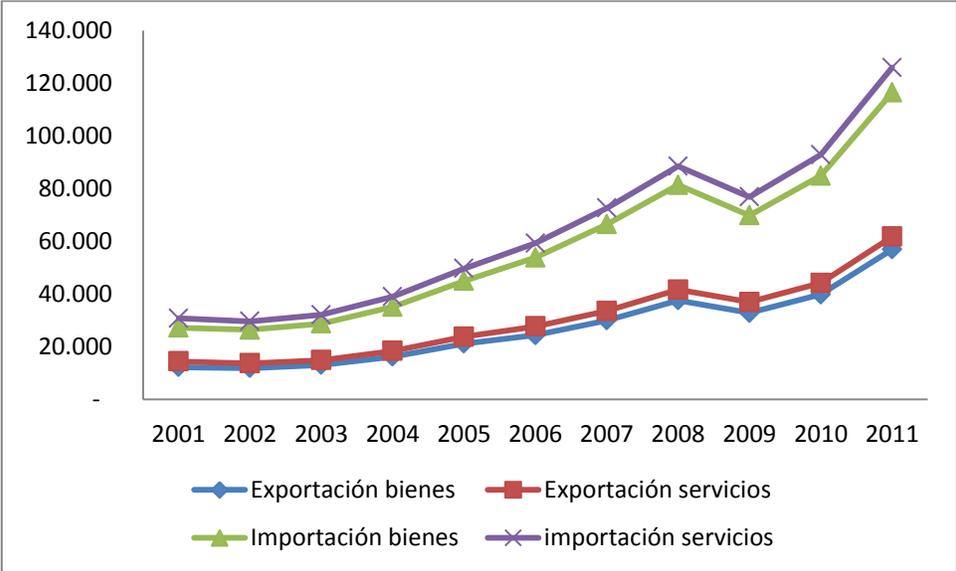
La participación de América Latina y El Caribe en el comercio mundial de servicios se caracteriza por ser bastante moderada frente a los aportes hechos por otras economías emergentes como la asiática e hindú. Desde la década de los 90 se viene teniendo una dinámica constante en el crecimiento de las exportaciones de servicios con tasas promedio del 6% medio anual. El mercado de servicios a 2011 ha tenido diversificación importante, no todo está centrado en los servicios de viajes (turismo esencialmente), algunos países han logrado diversificar sus servicios como el caso de Brasil en relación a los servicios de transporte, comunicaciones, financieros, informáticos, royalties y otros; similar situación se ha presentado en Chile, Guatemala, Nicaragua, Paraguay y Uruguay. Este hecho es importante resaltarlo porque la tendencia mundial en el mercado de los servicios es al incremento de sectores diferentes al de transporte y viajes; es decir que los países latinoamericanos y del Caribe deben continuar con sus esfuerzos para alcanzar una mayor especialización diferente de los sectores tradicionales, algo similar a lo que ocurre con las importaciones de servicios donde se presentan compras de la más variada naturaleza. También es perentorio mencionar que los países de la región en mención son de naturaleza importadora, manteniendo una dependencia constante de la oferta internacional, con excepción del rubro de viajes.

Colombia es uno de los países que presenta mayores avances en la promoción e incentivos a la exportación de servicios se refiere, entre los apoyos más significativos se resalta la participación en foros multilaterales sobre exportación de servicios a través de Proexport, que es la entidad gubernamental encargada de la promoción del turismo, la inversión extranjera directa y las exportaciones, según cifras del 2012 el país participó en 57 eventos internacionales; esta entidad cuenta con 28 oficinas internacionales y 8 nacionales (Proexport, 2012). Otro instrumento de impulso ha sido el Programa de Transformación Productiva (PTP) con el cual el gobierno colombiano busca generar e impulsar la oferta de exportación de servicios en cinco sectores estratégicos: tercerización de procesos de negocio (BPO&O); energía eléctrica, bienes y servicios conexos; software y tecnología de la información, Colombia ocupa el tercer puesto en Latinoamérica en ventas de TIC con US\$6.118 millones registrados en el 2011; turismo de naturaleza y turismo de salud y bienestar. Otra entidad del Estado que ha venido cumpliendo una labor loable es Innpulsa, la cual fue creada para promover la innovación empresarial y el desarrollo regional (Innpulsa, 2013). Con el ánimo de conseguir una mayor diversificación de productos para exportar Colombia ha venido dando impulso específico a ciertos sectores particulares, como el de audiovisuales, donde el 2012 con la Ley 1556 (Ley del Cine) se buscó promover la producción de películas y fomentar la expansión de empresas colombianas de servicios cinematográficos (Duarte, 2012)

En cuanto a incentivos al comercio de servicios, Colombia implantó en el año 2000 el Registro Nacional de Bienes y Servicios, mediante el cual se otorgaron algunos beneficios a las exportaciones de servicios a cambio de registrar los contratos en el Ministerio de Comercio Exterior. Entre los principales beneficios figura la exención del IVA y de la Retención en la Fuente. Gracias al trabajo mancomunado entre el sector público y el privado se han logrado suscribir acuerdos de competitividad en turismo,

servicios de ingeniería, consultoría, software y servicios asociados, transporte aéreo internacional de carga, servicios especializados en salud, consultoría, logística y transporte terrestre. De acuerdo con las estadísticas del comercio internacional 2012 publicadas por la OMC, la mayor participación de Colombia en exportación de servicios está en el rubro otros servicios empresariales con un total de \$1798 millones de dólares, representados por los sub rubros de compraventa y otros servicios relacionados con el comercio con un 14,2% de participación; servicios jurídicos, contables, de auditoría, de tenencia de libros y de asesoramiento tributario con 11.1% y servicios arquitectónicos de ingeniería y otros servicios técnicos con 57,6%⁹ (Prieto, 2003). En la figura No.3 se observa el comportamiento que ha tendido el comercio de servicios frente al de bienes desde el 2001 al 2011 donde claramente se evidencia que tanto la exportación como la importación de servicios han mantenido un tendencia al crecimiento.

Figura No.3 Comportamiento exportaciones e importaciones de Colombia



Fuente: Elaboración propia con datos OMC

En lo relacionado con el sector defensa de Colombia, en su Política Integral de Seguridad y Defensa para la Prosperidad publicada en el 2011, se estableció como línea estratégica definir el sostenimiento de unas capacidades disuasivas creíbles acordes con las necesidades y capacidades nacionales mediante el establecimiento de una estrategia diplomática regional para la seguridad, mediante la cual se pretende incrementar al máximo la efectividad en la lucha contra el crimen transnacional y erradicar la posibilidad de una crisis de seguridad en el entorno regional. Según los objetivos y estrategias sectoriales trazadas por el Ministerio de Defensa Nacional, se debe incrementar la cooperación de Colombia, tanto a nivel regional como internacional. Dado que Colombia ha obtenido un potencial bélico significativo para enfrentar los desafíos internos y externos, situación que ha sido considerada por algunos

países de la región como una amenaza potencial; pero el gobierno colombiano hecho grandes esfuerzos en demostrarle a sus detractores que la seguridad del país depende de la seguridad regional y ésta de la seguridad hemisférica. Desde ésta perspectiva colombiana sostiene que las acciones contra el crimen transnacional necesitan de la cooperación y actividades regionales y hemisféricas articuladas y complementarias. Es así como el sector defensa viene promoviendo intensamente una estrategia diplomática que garantice la seguridad del país a través de instrumentos de cooperación sustentados en las experiencias exitosas de las Fuerza Pública y mediante la negociación e implementación de acuerdos bilaterales para la ejecución de estrategias coordinadas de seguridad.

En síntesis después de hacer un recorrido por los postulados del poder blando como una habilidad para influir en los demás Estados y obtener los resultados deseados, en especial mediante la aplicación de la persuasión militar como una de sus formas más eficientes, de cuyos resultados no queda duda alguna dadas las diferentes situaciones y hechos reales citados en este documento tanto a nivel internacional como regional. De otro lado al explorar la situación del comercio de servicios, en especial lo relacionado con la exportación de servicios comerciales basados en las estadísticas de la Organización Mundial del Comercio y en algunos autores que han investigado y analizado el comportamiento de estos renglones económicos en Latinoamérica, El Caribe y Colombia, demostrando la dinámica de crecimiento, el auge y futuro que representan para la economía mundial este tipo de transacciones comerciales, tanto que se estima que en pocos años el comercio de servicios supere al de bienes. Desde estas dos perspectivas se vislumbra una fabulosa oportunidad para Colombia, ya que inteligentemente se puede hacer una integración entre el poder blando y la exportación de servicios desde el sector defensa, de tal manera que se continúe con el crecimiento económico del país mientras se fortalece su influencia y se consolida como una potencia regional.

CONCLUSIONES

En Latinoamérica y El Caribe debido a la incremento en la demanda energética y alimenticia, será cada vez mayor la presencia de potencias mundiales como China y Estados Unidos, con la intención de obtener de esta parte del mundo lo que sus territorios necesitan y no logran producir o adquirir en otras naciones; razón por la cual las estrategias de poder blando serán cada vez más evidentes y eficientes. De ahí la importancia de consolidar una presencia regional sólida utilizando la cooperación como una estrategia para ganar aliados y mantener unas condiciones de defensa y seguridad nacional óptimas. La pretensión de afianzarse como potencia regional sólo será posible si los gobiernos se esfuerzan en continuar construyendo Estados inteligentes, eficientes, competitivos y preparados para enfrentar cualquier influencia externa, lo que obviamente requiere una economía estable y con mayor capacidad de penetración en los mercados internacionales.

El empleo del poder blanco exige que la política internacional del gobierno conserve una estrecha relación con el Plan Estratégico del Sector de Relaciones Internacionales, del Sector Defensa y según lo propuesto en este documento se debe incluir también al Sector Económico; sólo mediante una integración mancomunada, la sinergia y trazabilidad entre un programa y otro se podrá garantizar que el uso del poder blando produzca los resultados que desea Colombia. De tal forma que se muestre al exterior como un país con una política internacional clara, coherente y creíble.

El hecho que Colombia a pesar de haber tenido en los últimos años un crecimiento económico significativo continúe siendo un país con una preponderancia menor en el escenario regional, no quiere decir que no se recurra a los tipos de poder blando para influir en Latinoamérica y El Caribe. El país puede diseñar estrategias que aprovechen inteligentemente las oportunidades generadas de las perturbaciones que limitan la influencia internacional de las grandes potencias. El receso de la economía estadounidense va a traducirse en un nuevo alejamiento del escenario de latino, sus programas de cooperación ya empezaron a ser cancelados y los recortes fiscales harán que el poder blando del norte se limite a sus vecinos territoriales. Como ejemplo de la utilización del oportunismo para expandir el poder blando se puede emular a Chile, país con más tratados cooperación económica en el mundo gracias a su estrategia de inserción económica y política de cooperación multilateral, mientras la Unión Europea y Estados Unidos hacen frente a sus problemas económicos.

La reducción del gasto público y la austeridad es una tendencia mundial que se ha ido extendiendo desde los países más pobres hasta alcanzar a los más ricos, quien se hubiera imaginado hace una década atrás que la estrategia de expansión y control de Estados Unidos sobre los países latinoamericanos iba a entrar en retroceso perdiendo los logros obtenidos después de grandes inversiones de recursos, como el caso del Plan Colombia. Esta tendencia tarde o temprano también tocará fuertemente a Colombia, más ahora que se anhela llegar a una negociación exitosa de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP). Si el país no se prepara desde ya para buscar fuentes alternativas de recursos que financien su estrategia de influencia en el escenario regional, el poder blando que se pretende alcanzar seguramente no alcance a abandonar el territorio nacional. Como opciones se puede recurrir a la exportación de servicios de asesoría desde el sector defensa, dada la amplia solicitudes de cooperación que día a día recíbeme el Ministerio de Defensa. También se puede recurrir a acuerdos con el sector privado de tal forma que las empresas reciban el aval gubernamental para incursionar en la exportación de servicios que hasta ahora sólo los provee el Estado. De igual forma se debe pensar en continuar diversificando las diferentes formas de poder blando existentes, no todo tiene que ser desde la perspectiva diplomática o militar, la educación, la cultura y el turismo podrían ser una buena alternativa a considerarse. De esta forma actualmente Canadá pretende mantener su poder blando mientras continua con su programa de austeridad fiscal y privatización de las relaciones internacionales.

Las políticas comerciales de Latinoamérica en general han manifestado un claro desinterés en impulsar el comercio de servicios, contrario a lo sucedido con el comercio de mercancías. Lo cual se esperaba que fuera todo lo contrario a partir de 1995 cuando entro en vigor el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios establecido durante la ronda de conversaciones de Uruguay. Así mismo, existe un gran contraste en la cantidad de trabajos realizados en lo referente a la exportación de mercancías, frente a la escasas de los relacionados con la exportación de servicios; por lo tanto la búsqueda e investigación de instrumentos e instituciones para incrementar el volumen de exportaciones son muy modestas. Tampoco se observa que exista un gran número de iniciativas que busquen diversificar la oferta exportable de servicios, ni tampoco se conoce de la existencia de estudios de mercados potenciales o atractivos. Colombia puede llegar a ser una de las excepciones a esta tendencia regional, dado que por ejemplo se cuenta con el Programa de Transformación Productiva creado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para fomentar la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre el sector público y privado. Dentro de los sectores considerados como estratégicos por este programa se encuentra el de los servicios representado en cuatro rubros potenciales: tercerización de procesos de negocio (BPO&O); energía eléctrica, bienes y servicios conexos; software y tecnologías de la información; turismo de naturaleza y turismo de salud y bienestar.

El comercio de servicios es un inmenso potencial para la transformación productiva y social de la economía de cualquier país. La dinámica que ha tomado este tipo de comercio desde la década de 1990 pronostica que en pocos años superará al comercio de mercancías. Por ello algunos autores y especialistas en el tema consideran que el retraso y generar demoras en la formulación de políticas, instrumentos, incentivos y acciones concretas que conlleven a la integración económica regional en este tipo de relaciones comerciales, podría estar provocando impactos negativos significativos que en un futuro cercano van a repercutir en el avance hacia un desarrollo económico sostenible. De ahí la importancia que las economías emergentes como la colombiana presten más atención al comercio de servicios y no desestimen el potencial económico que este representa.

Las exportaciones de servicios desde el sector público en Colombia encuentran su principal obstáculo en el desconocimiento que tienen los funcionarios sobre este tipo de comercio, especialmente en lo referente a la parte normativa y oportunidades de financiación. Hablando específicamente del sector defensa, por ejemplo la Fuerza Aérea Colombiana desde el 1997 viene adelantando el establecimiento de convenios bilaterales de cooperación con los países de la región, en los cuales no se ha tenido un avance significativo en la prestación de servicios de asesoría porque se ha carecido de una fuente de financiación que apalanque este modo de prestación de servicios, el cual según lo estipulado en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios corresponde al modo de presencia de personas físicas. Entre los principales acuerdos figuran los firmados con Brasil, Perú, República Dominicana, Honduras, Nicaragua, Estados Unidos, Nicaragua y El salvador.

No todo lo del sector defensa es susceptible de exportar, por ello es de vital importancia establecer medidas para el monitoreo de la calidad y eficacia de la oferta de servicios internacionales. Esto dada la precariedad de los recursos públicos asignados para gastos de funcionamiento e inversión en ciertas áreas de la seguridad y la defensa nacional. Una forma de contrarrestar esta amenaza potencial es realizar acciones de promoción y medir los impactos de esta oferta no sólo a nivel país, sino en una forma mucho más amplia como la regional.

BIBLIOGRAFÍA

Cimbala, S. (2002). *Military persuasion in war and policy: The power of soft*. Westport: Praeger.

Fuentes, C. (2006). La apuesta por el "poder blando". *Política exterior de la Concertación 2000-2006*. En: *El gobierno de Ricardo Lagos: La nueva vía chilena hacia el Socialismo*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.

La Porte, T. (2006). *La diplomacia cultural americana: una apuesta por el recurso al poder blando*. Real Instituto Elcano.

Plazas, G. (2005). *Exportación de servicios otra forma de diversificar mercados*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.

Nye, J. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Estados Unidos: Longman.

Roett, R. (2007). América Latina y el fortalecimiento de China en el escenario internacional. *Revista Foreign Affairs*, 7 (4): 77-82.

Thompson, D (2005). China's soft power in africa: from the "beijing consensus" to health diplomacy china brief. *Revista Jamestown Foundation*, 5 (2).

Organización Mundial del Comercio, (2010). *La medición del comercio de servicios*. OMC.

Prieto, F. (2003). *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicio*. Santiago de Chile: CEPAL.

Duarte, R. (2012). *Exportación de servicios, el gran reto colombiano* [En línea]. Bogota D.C.: [citada 25 de junio de 2013]. Disponible para internet <http://fuerzaimpulsora.blogspot.com/2012/08/exportacion-de-servicios-el-gran-reto_3.html>.

Proexport, (2012). Colombia Un aliado estratégico para empresarios internacionales [En línea]. Bogotá D.C.: [citada 25 de junio de 2013]. Disponible para internet <<http://www.inviertaencolombia.com.co/publicaciones/memorias/664-colombia-aliado-estrategico-para-empresarios-internacionales.html>>.

Innpulsa, (2013). ¿Qué es Innpulsa? [En línea]. Bogotá D.C.: [citada 25 de junio de 2013]. Disponible para internet <<http://www.innpulsacolombia.com/?lang=es&seccion=iNNpulsa&subSeccion=Quees>>.

Ministerio de Defensa Nacional, (2011). Política Integral de Seguridad y Defensa para la Prosperidad. Bogotá D.C.: El Ministerio.