



OBSERVATORIO
AMÉRICA LATINA
ASIA PACÍFICO

Documento Informativo

Resumen del ciclo de webinarios del Observatorio América Latina-Asia Pacífico

Modalidad virtual, 15 de septiembre-6 octubre de 2021

DI 001/21
Octubre, 2021



© 2021, Observatorio América Latina-Asia Pacífico.

DI 001/21

OBS-AL-AP/DI 001/21

Primera edición: Montevideo, octubre de 2021.TEL.: +598

24101121 - FAX.: +598 24190649

Cebollatí 1461 - Código Postal 11200Montevideo –
Uruguay

observatorio@aladi.org

<http://www.observatorioasiapacifico.com>

Cita sugerida: Observatorio América Latina-Asia Pacífico (2021). Resumen del ciclo de webinarios del Observatorio América Latina-Asia Pacífico. Modalidad Virtual, 15 septiembre-6 octubre de 2021. Montevideo, ALADI, CEPAL.
<https://www.observatorioasiapacifico.org/es/seminario-academico/webinarios-2021.html>

Los usuarios pueden copiar, descargar e imprimir los contenidos de la publicación sin fines de lucro, respetando la integridad de la misma y sin realizarle modificaciones, siempre que se mencione a sus autores como fuente del material.

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	4
PROGRAMA DEL CICLO.....	5
RESUMEN EJECUTIVO DE LOS CONTENIDOS DEL CICLO DE WEBINARIOS	7
1. América Latina y Asia Pacífico: Acuerdos y Relaciones Comerciales.....	7
2. Cooperación entre América Latina e India: el caso de la industria farmacéutica y de los servicios digitales	8
3. La infraestructura física y su rol en la integración productiva entre América del Sur y Asia Pacífico	9
4. China-América Latina: la pandemia del COVID-19 y la administración Biden.....	10
ANEXO:	13
1. Perfil de los inscriptos.....	14
2. Participación efectiva y retención de audiencia.....	16
3. Grado de satisfacción.....	16
4. Posicionamiento	18

INTRODUCCIÓN

Luego de 11 años desde que China se consolidó como la segunda economía mundial, sumado al rápido crecimiento de las economías del sudeste asiático, el sistema internacional ha reconocido a Asia como el nuevo centro de gravedad económico, político y social. Pese a la Pandemia, la economía asiática sigue proyectando un significativo crecimiento económico. La fuerte apuesta por el comercio y desarrollo impulsó su economía a ritmos muy acelerados.

En esta perspectiva, mirar hacia el Pacífico, se ha vuelto un imperativo para América Latina; y asimismo, consolidar la relación entre regiones cobra relevancia particular en la coyuntura mundial actual.

Desde el Observatorio, estamos comprometidos en dinamizar el foro de reflexión, análisis y debate sobre temas estratégicos globales que impactan a los 13 países que conforman la ALADI.

Con mucho gusto presentamos el ciclo de Conferencias 2021 que ha contado con invitados de altísimo nivel, y asimismo ha convocado a más de 400 inscriptos durante su realización.

El objetivo del presente documento es ofrecer una síntesis de los contenidos expuestos en cada sesión del ciclo. Los videos de cada webinar y el material de apoyo suministrado por los distintos invitados y las publicaciones indicadas se encuentran disponibles en el [sitio web](#) del Observatorio.

PROGRAMA DEL CICLO

Webinario 1: América Latina y Asia Pacífico: acuerdos y relaciones comerciales

- 1) RCEP y CPTPP: Oportunidades y desafíos para América Latina (Invitada: Sra. Deborah Elms, fundadora y directora del Asian Trade Centre, Singapur)
 - 2) Brasil y sus posibles acuerdos comerciales con China e India (Invitado: Sr. Renato Baumann, coordinador de Cooperación Internacional e Inversiones del Instituto de Investigación Económica Aplicada(IPEA), Brasil)
 - 3) El impacto de los acuerdos comerciales de Chile con los países del Asia-Pacífico (Invitado: Sr. Alejandro Buvinic, jefe de la División Asia Pacífico, Subsecretaría de Relaciones Internacionales del Ministerio de Relaciones Internacionales, Chile)
- Anfitrión: Sr. Sebastián Herreros, oficial de Asuntos Económicos de la División de Comercio Internacional e Integración, CEPAL

Webinario 2: Cooperación entre América Latina e India: el caso de la industria farmacéutica y de los servicios digitales

- 1) Encuentro entre América Latina e India hacia el “Cuarto Circulo Concéntrico”: cooperación entre bloques en el contexto de la pandemia del COVID-19 (Invitado: Sr. Pablo Carrasco, historiador, Universidad Diego Portales; máster en Estudios Internacionales, Universidad de Chile)
 - 2) La pandemia del Covid-19 como estímulo para la consolidación de cadenas de valor entre América Latina e India: el caso de la industria farmacéutica y las vacunas contra el Covid-19 (Invitado: Sr. Hari Seshasayee, consejero ProColombia & Global Fellow Woodrow Wilson Center)
 - 3) El comercio de servicios suministrables digitalmente entre América Latina e India: evolución y perspectivas post pandemia (Invitado: Sr. Nanno Mulder, jefe de la Unidad de Comercio Internacional de la División de Comercio Internacional e Integración, CEPAL).
- Anfitriona: Sra. Mónica Martínez, subsecretaria de cooperación, asistencia técnica y apoyo a los PMDER de la ALADI

Webinario 3: La infraestructura física y su rol en la integración productiva entre América del Sur y Asia Pacífico

- 1) Transformaciones Geoeconómicas en América del Sur: Amazonas, Acre y Rondônia (AMACRO), Integración Regional y Asia Pacífico (Invitado: Sr. Pedro Barros, coordinador del Proyecto Integración Regional: Brasil y América del Sur, IPEA)
 - 2) Hidrovía Paraguay-Paraná. Sistema Multimodal Logístico del Atlántico Sur (Invitado: Sr. Gustavo Anschutz, presidente de la Asociación Internacional de Profesionales en Puertos y Director Académico del Diplomado de Gestión Portuaria y Vías Navegables, Instituto Tecnológico Buenos Aires)
- Anfitrión: Sr. Ricardo Sánchez, jefe de la Unidad de Servicios de Infraestructura, División de Comercio Internacional e Integración, CEPAL

PROGRAMA DEL CICLO (continuación)

Webinario 4: China-América Latina: la pandemia del COVID-19 y la administración Biden

- 1) China-Argentina: desafíos y oportunidades en el marco del nuevo contexto internacional (Invitado: Sr. Sergio Cesarin, coordinador del Centro de Estudios sobre Asia del Pacífico e India de la Universidad Tres de Febrero, Argentina)
- 2) China-México: desafíos y oportunidades en el marco del nuevo contexto internacional (Invitado: Sr. Enrique Dussel Peters, coordinador del Centro de Estudios China-México de la Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM, y de la Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China)
- 3) China-Perú: desafíos y oportunidades en el marco del nuevo contexto internacional (Invitada: Sra. Rosario Santa Gadea, directora del Centro de Estudios sobre China y Asia-Pacífico de la Universidad del Pacífico, Perú)

Anfitriona: Sra. Mónica Martínez, subsecretaria de cooperación, asistencia técnica y apoyo a los PMDER de la ALADI

RESUMEN EJECUTIVO DE LOS CONTENIDOS DEL CICLO DE WEBINARIOS

1. América Latina y Asia Pacífico: Acuerdos y Relaciones Comerciales

La primera panelista y experta Deborah Elms, en su intervención reseñó los principales temas que son materia del estudio que llevó a cabo para el Observatorio, titulado: *RCEP¹ and CPTPP²: Opportunities and challenges for Latin America³*. El hecho de que dos de los principales megaacuerdos comerciales suscritos (RCEP y CPTPP) tuvieran como protagonistas a países del Asia Pacífico, zona muy dinámica comercialmente reviste gran importancia. El RCEP es un acuerdo que consta de veinte capítulos, probablemente, entre en vigor en enero de 2022. Según la experta, la importancia del RCEP se evidencia en la medida en que permite diversificar e incentivar el comercio en la región asiática. Adicionalmente, constituye una plataforma para la discusión de los temas económicos y comerciales, especialmente de los nuevos, en la región del Asia Pacífico. Además, no descartó que algunos miembros del RCEP adhirieran al CPTPP, dado que las disposiciones en ambos acuerdos son similares.

En un mundo en el que el comercio se ha visto fuertemente afectado por la pandemia de la COVID-19, ambos acuerdos constituyen una fuente de oportunidades para las empresas.

Por su parte, Renato Baumann, experto del Instituto de Investigaciones Económicas Aplicadas de Brasil, señaló que el acuerdo del MERCOSUR con India es muy poco profundo y no estarían dadas las condiciones para plantear, en una renegociación, su ampliación a corto plazo. A su vez, en lo que respecta a la relación de Brasil con China, es muy fluida en el marco de los BRICS y, a pesar de los recientes estudios realizados por el Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Baumann no considera que en el corto plazo exista la posibilidad de negociar un acuerdo de libre comercio MERCOSUR-China, entre otros factores, porque Paraguay reconoce a la República de Taiwán como un Estado.

Finalmente, Alejandro Buvinic resumió los aspectos medulares de la estrategia de apertura comercial, que ha evolucionado desde una reducción unilateral de aranceles hacia una amplia red de acuerdos preferenciales. Esto impulsó un crecimiento basado en las exportaciones de bienes y servicios, al tiempo que fomentó la atracción de inversionistas extranjeros y la inversión de empresas chilenas en el exterior. A la

¹ RCEP: Regional Comprehensive Economic Partnership

² CPTPP: Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership

³ Véase: <https://www.observatorioasiapacifico.org/es/noticias/item/digital-infrastructure-for-the-internationalization-of-small-and-medium-sized-enterprises-in-the-republic-of-korea.html>

fecha, Chile cuenta con 30 tratados comerciales con más de 65 países. Esto amplió las exportaciones de productos tanto tradicionales como no tradicionales y, dentro de estos últimos, especialmente, de servicios. En particular, en el caso del comercio con China, el 97,2% de las mercancías chilenas puede ingresar al mercado chino libre de arancel, y representa un total de 7.336 productos chilenos, equivalentes al 99% del valor de las exportaciones chilenas a China. Asimismo, Chile ha liberalizado 7.750 mercancías chinas, que representan el 98,1% del total de productos, cercano al 97% del valor de las importaciones provenientes del gigante asiático. Actualmente, menos del 2,5% de los productos y del comercio bilateral no goza de arancel 0.

2. Cooperación entre América Latina e India: el caso de la industria farmacéutica y de los servicios digitales

Pablo Carrasco presentó su trabajo⁴ *Encuentro entre América Latina e India hacia el Cuarto Círculo Concéntrico: cooperación entre bloques en el contexto de la pandemia del COVID-19*. Profundizar las relaciones de cooperación entre América Latina y la India puede ser mutuamente beneficioso para la resolución de algunos problemas, como, por ejemplo, la producción de vacunas. No obstante, existen limitaciones para que la cooperación entre Estados avance con mayor rapidez.

A nivel productivo, la industria farmacéutica y los servicios suministrados digitalmente son sectores en los cuales las ventajas de profundizar las relaciones comerciales puede ser más beneficiosa. En lo que respecta a la industria farmacéutica, Hari Seshasayee destacó el papel de la India como “farmacia del mundo” y quinto proveedor de productos farmacéuticos terminados de América Latina, superando a China.

Desde el punto de vista de las empresas de la India, América Latina se encuentra en un punto óptimo entre los mercados altamente regulados y competitivos y los menos regulados, por lo que se abre una posibilidad para expandir los negocios para las empresas de la India. Actualmente, hay 25 empresas indias instaladas en la región que cuentan con 14 fábricas en 14 países, pero debería promoverse la radicación de un número mayor de empresas para poder competir con los productos chinos en el mercado latinoamericano.

Por su parte, Nanno Mulder presentó los principales hallazgos de un trabajo⁵ realizado recientemente junto con Prachi Agarwal, denominado *IT enabled services supply and trade*

⁴ https://www.observatorioasiapacifico.org/es/publicaciones/documentos-de-trabajo/item/encuentro-entre-america-latina-e-india-hacia-el-cuarto-circulo-concentrico-cooperacion-entre-bloques-en-el-contexto-de-la-pandemia-del-covid-20.html?category_id=32

⁵ https://www.observatorioasiapacifico.org/es/publicaciones/libros-y-articulos/item/india-america-latina-relacion-comercial-e-inversion.html?category_id=34

between India and Latin America and its potential contribution to the post-pandemic recovery. La pandemia aceleró las consecuencias del vertiginoso avance de la tecnología sobre la producción y el consumo.

A los efectos de promover el comercio y las inversiones en el sector de servicios tecnológicos entre América Latina y la India, Mulder enumeró las acciones que se pueden llevar adelante tanto individual como conjuntamente. En el caso de América Latina, las sugerencias pasan por contar con actividades que promuevan el desarrollo de las empresas de tecnología y, en particular, de las exportadoras; facilitar la adopción de tecnología; mejorar los programas educativos; permitir el acceso a una conexión a internet de alta velocidad, estable y económica, y armonizar regionalmente las normas de servicios.

En el caso de la India, el autor destacó la necesidad de mejorar las estadísticas relativas al comercio bilateral de servicios, establecer centros de excelencia en innovación tecnológica en universidades y favorecer la creación de soluciones tecnológicas para la agricultura y la gestión laboral.

Al mismo tiempo, sería conveniente que ambas partes incentivaran la radicación de empresas tecnológicas, favorecieran el intercambio de conocimientos y facilitaran la libre movilidad de mano de obra especializada entre ambas partes, promovieran actividades para incentivar el contacto entre los empresarios, entre otras actividades.

3. La infraestructura física y su rol en la integración productiva entre América del Sur y Asia Pacífico

El tercer webinar estuvo dedicado a analizar la importancia de la integración física intrarregional con el objetivo de disponer de una ruta alternativa para los productos de regiones más alejadas de los centros portuarios del Atlántico y, por tanto, de mejorar sus posibilidades de acceso hacia los mercados del Asia Pacífico.

Al respecto, Pedro Barros presentó los resultados de una investigación titulada *Transformaciones geoeconómicas en América del Sur: Amazonas, Acre y Rondônia (AMACRO), integración regional y Asia Pacífico*, que realizara junto con un importante equipo de investigadores⁶. En el trabajo se destaca el potencial de la zona comprendida por estos tres estados brasileños que, junto a Mato Grosso, en los últimos años han experimentado un cambio en su matriz productiva, ampliando la frontera agropecuaria brasileña. Asimismo, el estudio destaca la necesidad de planificar adecuadamente el desarrollo productivo para evitar problemas ambientales, previendo desde el inicio la interconexión con los países vecinos y, a

⁶ Luciano Wexell Severo, Cristovão Henrique Ribeiro da Silva y Helitton Christoffer Carneiro. Véase: https://www.observatorioasiapacifico.org/es/publicaciones/documentos-de-trabajo/item/transformaciones-geoeconomicas-en-america-del-sur-amacro-integracion-y-asia-pacifico-2.html?category_id=32

través de ellos, hacia los mercados más dinámicos de Asia Pacífico.

Los tres estados mencionados aún tienen una fuerte dependencia de los puertos del Atlántico (Paraguá y Santos) para enviar sus exportaciones hacia el mundo y, en particular, hacia Asia Pacífico, lo que las hace menos competitivas. De allí, la necesidad de contar con rutas alternativas que los conecten al Pacífico a través de, por ejemplo, Perú. En este sentido, se destaca como prometedora la reciente inauguración⁷ del puente de Abunã, que une Porto Velho (Rondônia) y la ciudad de San Juan de Marcona (Perú), dando acceso a los puertos de Mataraní e Ilo. Esta obra se suma a dos puentes que unen el Estado de Acre con Perú (Iñapari-Assis) y Bolivia (Epitaciolândia- Cobija), los que permitieron que el 25% de las exportaciones de este estado brasileño se dirigiera hacia los países vecinos cuando, en 2003, no se registraban exportaciones de forma regular.

Por su parte, Gustavo Anschutz destacó la necesidad de analizar la competitividad de los corredores logísticos multimodales y, al mismo tiempo, de promover su uso sostenible, a través de la Hidrovía Paraguay-Paraná. Al respecto, destacó que en un reciente estudio realizado sobre la competitividad del comercio exterior de Bolivia, se constató que sólo el 24,5% de las exportaciones bolivianas y menos del 10% de las importaciones realizadas en los últimos años utilizó el transporte fluvial. El autor señaló que hay grandes oportunidades para desarrollar corredores multimodales logísticos hacia la Hidrovía y hacia el Pacífico. Esto mejoraría los costos extra actuales, estimados en US\$ 18 la tonelada, lo que representa una pérdida de 180 millones de dólares anuales.

No obstante, para desarrollar corredores multimodales logísticos —mediante la Hidrovía Paraguay-Paraná y otras alternativas ferroviario-carreteras y marítimas hacia el Pacífico— buscando una mayor competitividad, es necesario atraer inversión privada. Para esto, se deben promover modelos de concesión o de participación público-privada lo suficientemente atractivos para el inversor y, al mismo tiempo, que permitan la incorporación de tecnología para lograr beneficios económicos y sociales para el país y la región.

4. [China-América Latina: la pandemia del COVID-19 y la administración Biden](#)

En el cuarto webinar, Sergio Cesarin, Rosario Santa Gadea y Enrique Dussel reflexionaron sobre los desafíos y oportunidades que se presentan para sus respectivos países y para la región.

En el caso de Argentina, Sergio Cesarin remarcó que, durante los casi 50 años de relaciones diplomáticas entre Argentina y China, los vínculos económicos mediante el “paraguas de la asociación estratégica integral” se han ido consolidando, a tal punto que

⁷ El puente de Abunã, el segundo puente fluvial más grande de Brasil, fue inaugurado el 7 de mayo de 2021.

China desplazó a Brasil como principal socio comercial. Asimismo, se transformó en un importante inversor en los sectores de infraestructura ferroviaria y energética y brinda asistencia a través de un acuerdo de swap de monedas entre el Banco Central de la República Argentina y el Banco de la República Popular de China.

Más allá de aspectos coyunturales, la relación entre China y Argentina tenderá a profundizarse en el futuro por interés de ambas partes, por ejemplo, a través de una mayor cooperación tecnológica —mediante un posible suministro de equipamiento y tecnología para una nueva central nuclear— y de la mano de nuevas inversiones. Sin embargo, la posibilidad de que China concrete un acuerdo comercial con Uruguay introduce cierto ruido en la relación bilateral, al igual que los cambios que puedan ocurrir en la relación entre Estados Unidos y China.

En el caso de Perú —uno de los dos países miembros de la ALADI que tiene un acuerdo de libre comercio con China—, Rosario Santa Gadea destacó el importante aumento que han experimentado las exportaciones peruanas de productos no tradicionales de los sectores agropecuarios y agroindustriales y pesqueros hacia el mercado chino, así como el aumento de las inversiones chinas en el país. En un contexto internacional en el que la tensión entre Estados Unidos y China persiste —porque la competencia tecnológica y económica entre ambas potencias persiste—, el desafío para Perú se encuentra en tratar de diversificar aún más sus exportaciones y, en especial, las de productos no tradicionales industriales, así como en procurar insertarse en cadenas globales de valor en Asia Pacífico. En este marco, la participación activa del Perú en la iniciativa de La Franja y la Ruta aparece como una oportunidad para fortalecer aún más los lazos entre Perú y China.

Finalmente, Enrique Dussel centró su análisis en la fuerte competencia sistémica entre Estados Unidos y China, que determina la existencia de “relaciones triangulares” y cómo esto impacta en el caso de México. Al respecto, señaló que los esfuerzos de la administración Biden parecen estar enfocados en reducir la dinámica de innovación de China y, al mismo tiempo, en mejorar la infraestructura y la competitividad mediante una activa participación del Estado en la economía doméstica. Asimismo, a diferencia de la administración anterior, se intenta incorporar a los aliados a la discusión (Australia, India, etc.). A corto plazo, la relación con China se verá afectada porque la tregua comercial de 2020 llegará a su fin en enero de 2022. Además, la administración Biden manifestó su voluntad de discutir —no de negociar— los objetivos, dejando de lado algunas cadenas de valor que resultaron muy afectadas o para las que no cuenta con posibilidades de sustituir las importaciones originarias de China (textiles, confecciones y calzado). La manera en la que se salde esta “discusión” no será inocua para América Latina, ya que un aumento de las ventas de productos de Estados Unidos hacia China perjudicará los envíos que realizan algunos países de la región al país asiático.

En medio de este complejo panorama, China anunció su intención de adherir al acuerdo CPTPP. Esto genera una situación compleja para Canadá y México, socios de Estados

Unidos, dado que el T-MEC⁸ en su capítulo 32, “Excepciones y Disposiciones Generales, en el 32.10, impone la obligación a los socios de informar sobre la entrada en negociaciones con una “economía no de mercado”. De todas maneras, no hay que perder de vista que China es el primer socio comercial de Estados Unidos y el segundo de México y Canadá, y que la creciente participación de China en el comercio de América del Norte contribuyó a la desintegración de la región. Esto, por más que el aumento de los aranceles impuestos por Estados Unidos y sumado al aumento de los costos de transporte creó una ventaja muy importante para otros países proveedores, como es el caso de México. Al respecto, mientras que los costos —arancelarios y de transporte— representaron un 15% de las importaciones que Estados Unidos realizó desde China en 2020, en el caso de México, estos alcanzaron al 1%.

Finalmente, Enrique Dussel llamó la atención para que México cuente con una estrategia de corto, mediano y largo plazo para llevar adelante su relación con China.

⁸ T-MEC: Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá. Véase: <https://www.gob.mx/t-mec/acciones-y-programas/textos-finales-del-tratado-entre-mexico-estados-unidos-y-canada-t-mec-202730?state=published>

ANEXO:

Análisis de la audiencia y su grado de satisfacción

1. Perfil de los inscriptos

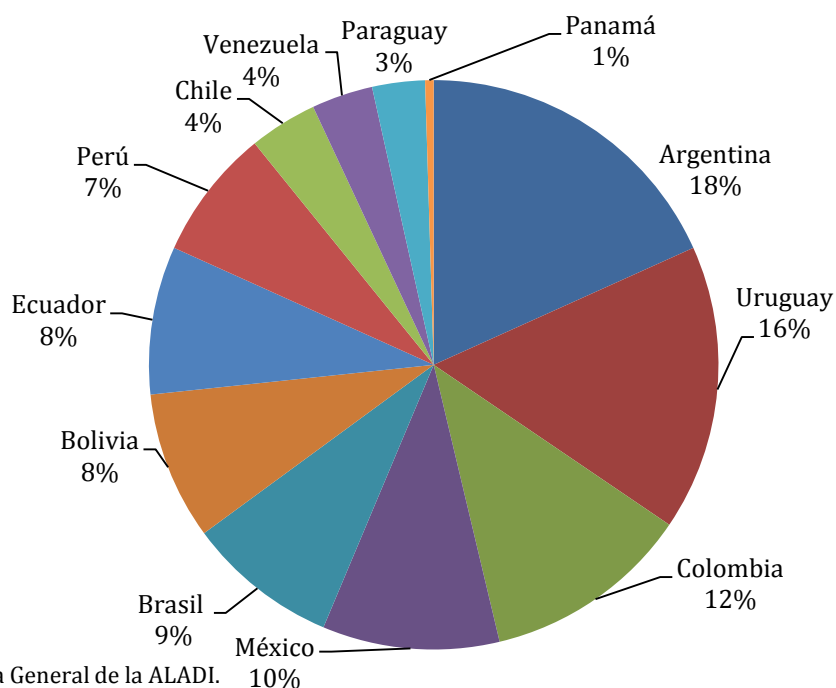
El número de inscriptos al ciclo de webinarios fue de 1.192 personas, excluyendo al personal de las instituciones organizadoras (ALADI y CEPAL), de los cuales 821 se inscribió para participaren dos o más webinarios y 371 personas lo hicieron para asistir a un webinar.

Del total de personas inscriptas, la mayoría se identificó como habitante en un país miembro de la ALADI, tal como puede observarse en el Cuadro A.1.

Cuadro A.1. Participación de los inscriptos a por lo menos un webinar, por país o región	
País o región de pertenencia	%
ALADI	89,5
Resto de América Latina	1,1
Canadá y Estados Unidos	2,4
Europa	5,1
Rusia y Turquía	0,4
China, Singapur, India y Australia	1,4
No contesta	0,3
Fuente: Secretaría General de la ALADI con base a los registros del formulario de inscripción de la plataforma ZOOM. No incluyen como inscriptos a los funcionarios de instituciones organizadoras.	

Por su parte, como puede apreciarse en el Gráfico A.1, las personas inscriptas al ciclo declararon proceder de todos los países de la ALADI, siendo Argentina, Uruguay, Colombia y México, donde se concentró el mayor número de inscriptos.

Gráfico A.1 Procedencia de los participantes inscriptos de la región ALADI

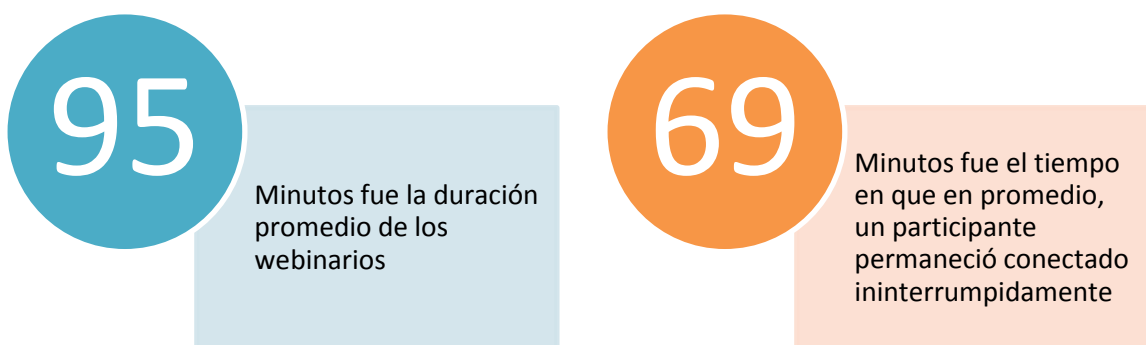


En lo que respecta al tipo de institución a la que pertenecen las personas que se inscribieron al ciclo de webinarios del Observatorio se destaca la presencia de funcionarios de organismos públicos (principalmente, ministerios, aduanas, embajadas, etc.) y también de profesores e investigadores de universidades e institutos terciarios o especializados en las temáticas abordadas, aunque también fue importante la presencia de empresas y asociaciones empresariales.

Cuadro A.2. Participación de inscriptos a por lo menos un webinar del ciclo, por tipo de organización a la que pertenecen	
Organización	%
Organismos públicos (ministerios, aduanas, embajadas, etc.)	32,8
Universidades (profesores, investigadores, etc.)	31,8
Empresas (servicios y productos)	16,1
Particulares (estudiantes y otros)	13,3
Asociaciones empresariales	6,0
Fuente: Secretaría General de la ALADI con base a los registros del formulario de inscripción de la plataforma ZOOM. No incluyen como inscriptos a los funcionarios de instituciones organizadoras.	

2. Participación efectiva y retención de audiencia

Del análisis de los registros de la plataforma Zoom, se desprende que, en promedio, 30% de los inscritos asistió efectivamente al webinar en el cual se inscribió. La duración promedio de los webinarios fue de 95 minutos y la tasa promedio de retención de audiencia que mide la cantidad de minutos que un participante permanece conectado ininterrumpidamente sobre el total de minutos, alcanzó en promedio, a 73%. Dicha tasa de retención de audiencia es muy alta teniendo en cuenta que se trata de un evento de participación voluntaria, gratuito y que no entrega certificado de participación.



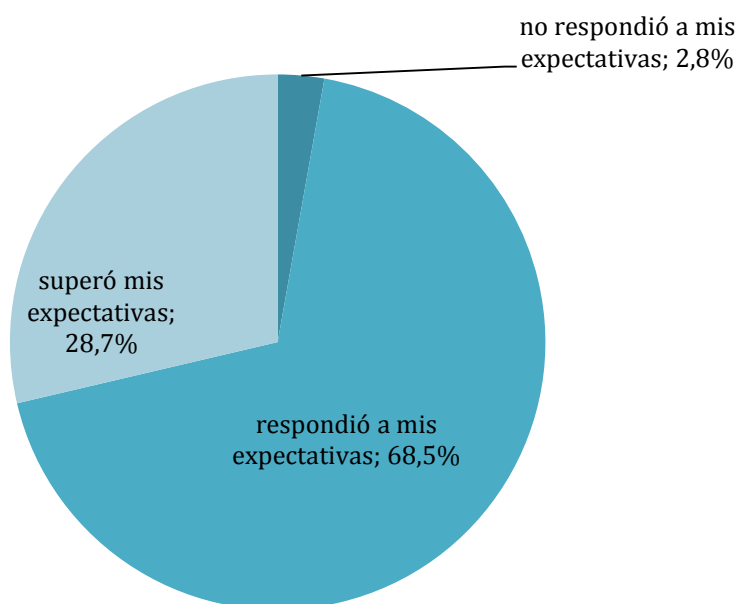
Fuente: Secretaría General de la ALADI en base a registros de la Plataforma ZOOM.

3. Grado de satisfacción

Al finalizar cada uno de los webinarios, la Secretaría General de la ALADI realizó una serie de preguntas a través de la plataforma ZOOM que aparecían automáticamente a la vista del participante una vez finalizado el webinar. La entrega de respuestas fue voluntaria y anónima.

Dentro de estas preguntas, destaca el alto grado de satisfacción de los asistentes a los webinarios. Al respecto, en promedio, para los cuatro webinarios, el 97% de los participantes señaló que el evento igualó o superó sus expectativas.

Gráfico A.2 El webinar....



Fuente: Secretaría General de la ALADI.

En línea con lo anterior, el 93% consideró que la duración del webinar fue adecuada y sólo 4,2% la percibió muy extensa, en tanto que al 2,8% pareció insuficiente. Cabe notar que la duración media de cada webinar fue relativamente elevada (95 minutos) para un evento virtual, sin embargo, los presentadores lograron que la mayoría de los participantes permaneciera buena parte del tiempo conectada, lo cual demuestra que, las exposiciones resultaron ser lo suficientemente atractivas para capturar la atención de los asistentes.

4. Posicionamiento

Adicionalmente se realizaron otras consultas relacionadas con el medio a través del cual, las personas se informaron sobre el ciclo de webinarios; otras temáticas que podrían abordarse en futuras actividades y la utilización del sitio web del Observatorio.

En relación con el medio sobre el cual se informaron del ciclo de webinarios, se destaca que el 46,2% dice que se enteró a través de la promoción realizada por ALADI, el 28,6% a través del Observatorio América Latina-Asia Pacífico, el 21,7% a través de las redes sociales, prensa en general y la universidad y sólo 3,5% mediante CEPAL.

Cuadro A.3: Supe del webinar a través de:	
	% de asistentes que responden la consulta
ALADI	46,2%
Observatorio América Latina-Asia Pacífico	28,6%
Otros (prensa, amigos, universidad, etc.)	21,7%
CEPAL	3,5%
Fuente: Secretaría General de la ALADI. Consulta anónima realizada a los asistentes a los webinarios a través de la plataforma Zoom.	

Por otra parte, consultados los participantes sobre la frecuencia con la que consultaban la página web del Observatorio, sólo el 31,4% lo hace usualmente o frecuentemente mientras que el 54,5% la utilizó alguna vez y el 12,6% no lo hizo nunca.

Cuadro A.4 : Consulto la página del Observatorio América Latina-Asia Pacífico:	
	% de asistentes que responden la consulta
Alguna vez	54,5%
Frecuentemente	18,9%
Nunca	12,6%
Usualmente	12,6%
No contesta	1,4%
Fuente: Secretaría General de la ALADI. Consulta anónima realizada a los asistentes a los webinarios a través de la plataforma Zoom.	

A pesar de que la muestra de opiniones puede ser muy acotada, no debería dejarse de considerar a la hora de elaborar el plan de trabajo para el próximo año, donde el desarrollo

de una estrategia de difusión que coordine la utilización de diversas herramientas de forma coherente y eficiente resulta fundamental para aumentar la audiencia y lograr un mejor posicionamiento del Observatorio.

En este sentido, para la promoción de los eventos a realizarse en el futuro sería necesario contar con un servicio de mails que permita desarrollar una campaña de email marketing sin dificultades (por ejemplo, no limite el número de mails que se envían por día y que se coordine con otras campañas de marketing del resto de eventos de la Secretaría) y que se encuentre coordinada con las campañas que se realicen en el Twitter de la ALADI y del Observatorio, así como también en LinkedIn del Observatorio. Tanto Twitter como LinkedIn son claves para la difusión de este tipo de eventos. La Secretaría no cuenta con una versión paga de LinkedIn ni tampoco desarrolla contenidos específicos para estas redes.

Es importante destacar que en el caso del ciclo de webinarios, se apreció la colaboración en la difusión que realizaron los propios invitados a los webinarios en sus respectivos centros académicos y redes de contactos. Se recomienda tener un relacionamiento más estrecho con las universidades y centros académicos así como, instituciones públicas y privadas interesadas en la temática.

Finalmente, también se consultó a los asistentes sobre temas de su interés que podrían ser abordados en los webinarios. La consulta realizada fue abierta y las respuestas se encuentran muy diversas, por lo que se agruparon aquellas temáticas que podrían ser objeto de una actividad por parte del Observatorio o del Centro Virtual de la ALADI (CVF). Es interesante destacar que aspectos vinculados con la integración latinoamericana, las reglas de origen y la integración son cursos que ya se desarrollan en el CVF pero que quizás, la difusión no haya alcanzado a este público. De allí también, la necesidad de aunar la estrategia de difusión entre el CVF, el Observatorio y la biblioteca de la Asociación porque pueden compartir público objetivo.

Cuadro A.4.1: Temas de su interés que podrían ser abordados en el Observatorio
Tecnología (Empresas tecnológicas y el COVID, marcas y patentes, tecnología 5G)
Acuerdos y negociaciones entre los países de América Latina y los países del Asia Pacífico
APEC: su desarrollo, desafíos, oportunidades y su impacto para América Latina
Las reglas de origen y las posibilidades de integración entre América Latina y Asia Pacífico
Integración de América Latina a cadenas de valor asiáticas
Build Back Better World y la Iniciativa de la Franja y la Ruta: coincidencias y divergencias y su impacto para la región
Cuadro A.4.2: Temas de su interés que podrían ser abordados por el Centro Virtual de Formación
Integración Latinoamericana, México y su relación con América Latina, reglas de origen y la integración
Alianza del Pacífico: desafíos y oportunidades y su impacto en la integración regional. Las posibilidades de convergencia.