



RELATÓRIO ESPECIAL

Flexibilização e diversificação, as chaves de um novo modelo comercial latino-americano

Madrid, abril de 2017

d+i desenvolvendo
ideias

LLORENTE & CUENCA

I. INTRODUÇÃO: COMÉRCIO E MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA AMÉRICA LATINA

1. INTRODUÇÃO: COMÉRCIO E MUDANÇAS ESTRUTURAIS NA AMÉRICA LATINA
 2. AS MATÉRIAS PENDENTES REGIONAIS NO ÂMBITO COMERCIAL
 3. CONCLUSÕES
- AUTORES

“Desde 2000 a região mantém, com mínimas variações, uma participação de 6 % nas exportações mundiais de bens. Isso contrasta com o desempenho dos países em desenvolvimento da Ásia, cujo peso aumentou de forma considerável no comércio mundial no mesmo período. Em grande medida este aumento deve-se à China, cuja participação triplicou em muito, passando de 4 % em 2000 a 14 % em 2015. O estancamento relativo das exportações mostra a dificuldade da região em superar uma estrutura exportadora pouco diversificada e que concentra mais da metade do valor de seus envios totais em produtos primários e manufaturas baseadas em recursos naturais”¹

O texto da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), que abre este informe, resume com grande clareza quais são os principais problemas que afetam o comércio latino-americano. Obstáculos que não são específicos do intercâmbio de bens, já que se encontram, além disso, em outros muitos aspectos da realidade política, social, econômica e inclusive cultural da América Latina. Uma região que arrasta importantes déficits em produtividade e competitividade, com empecilhos devidos a carências em investimento em capital humano e físico, as quais retroalimentam sérias deficiências em inovação e em capacidade de introduzir valor agregado a exportações que, na maioria dos casos, se caracterizam por estar concentradas em tão somente um punhado de produtos que se exportam a destinos contados.

Como aparece no texto da CEPAL, diversificar é uma das palavras ícone –da moda– na América Latina. E é com razão porque se tornou uma das principais matérias pendentes da região. Esse conceito faz referência à diversificação produtiva e também à de mercados de exportação, em especial num momento em que as correntes protecionistas ganham terreno e influência no mundo (primeiro com o *Brexit*, seguido por algumas das iniciativas impulsionadas pela gestão de Donald Trump nos Estados Unidos, em especial pela decisão de retirar os EUA do Acordo Transpacífico – TPP). Essa matéria pendente da diversificação comercial latino-americana faz parte de um processo muito mais amplo a que a região está obrigada se não quiser perder o trem da modernização e da adaptação à nova economia digital, o que a obriga a impulsionar novas estratégias de inserção internacional perante o final do ciclo de bonança que a América Latina está atravessando.

¹ Informe *Panorama da inserção internacional da América Latina e do Caribe: a região diante das tensões da globalização*. Publicado pela CEPAL, 2017.

“No terreno comercial também devem dar-se mudanças estruturais: aqui o segredo passa por uma dupla diversificação, (...) produtiva (...) e diversificação nos mercados”

Esse retardamento econômico trouxe à tona os principais desafios da América Latina. O boom das matérias-primas durante a Década Dourada (2003-2013) escondeu todas essas debilidades estruturais nos âmbitos político, econômico e social. Problemas, por outro lado, que não são novos, já que, há décadas, os países da região têm tentado solucioná-los com êxito díspar e sempre de maneira insuficiente. Neste tempo (desde as reformas dos anos 80/90 até a atualidade) houve avanços e melhoras em todos esses âmbitos, mas claramente não foram suficientes e agora, em época de mudança de modelo e de desaceleração, essa situação fica mais evidente e sai mais claramente à luz.

Sob um ponto de vista político, o grande êxito da região a partir de 1978 foi ter-se mantido nas margens da democracia e do respeito às liberdades. A época dos golpes de Estado e das fracas e frágeis democracias já é coisa do passado. No entanto, a região não avançou o suficiente neste último período na melhora de seu modelo institucional e na construção de um Estado eficaz, capaz de impulsionar políticas públicas eficientes e de canalizar de forma efetiva as reivindicações sociais. Quanto à situação econômica, a América Latina cresceu a um ritmo muito alto, principalmente entre 2003 e 2008, graças ao auge das matérias-primas. Todavia, esse crescimento não se baseou numa aposta na produtividade e na competitividade; conti-

nuou predominando o emprego informal assim como a falta de capacidade de criar valor agregado à produção; e existiram grandes carências na inovação. Tudo indica, portanto, que o novo modelo produtivo latino-americano deveria basear-se –para sair da atual desaceleração– em conceder primazia ao investimento em capital físico (infraestruturas) e em capital humano (educação), assim como em impulsionar um modelo econômico que aposte na inovação para serem mais competitivos e produtivos.

No terreno comercial também devem dar-se mudanças estruturais: aqui o segredo passa por uma dupla diversificação. Por um lado, produtiva (pôr fim às diferentes monodependências e à exportação de matérias-primas sem valor agregado) e, por outro, diversificação nos mercados. Tal estratégia é vital, sobretudo na atual conjuntura, pois se entre 2003 e 2008 o comércio mundial de bens crescia em torno de 17 % anuais, agora apresenta cifras negativas: o comércio exterior latino-americano acumula mais de 30 meses de queda desde 2012. Esta diminuição afeta mais a América Latina do que outras regiões do mundo, já que, em primeiro lugar, atinge a procura de seus parceiros de maior destaque (Estados Unidos, União Europeia ou China) e, em segundo, não só afeta o volume das exportações, que estão em clara desaceleração, mas também o preço das mesmas.

“Antes de diversificar,
é necessário que os
países latino-americanos
empreendam o caminho
de facilitar as
relações comerciais”

2. AS MATÉRIAS PENDENTES REGIONAIS NO ÂMBITO COMERCIAL

A atual conjuntura traz consigo não só desaceleração e crise, mas também um ensinamento: mostra a necessidade da América Latina de flexibilizar, facilitar e diversificar seu comércio e fazê-lo seguindo várias linhas de ação:

Em primeiro lugar, impulsionando reformas que agilizem e flexibilizem os intercâmbios, evitando construir barreiras de todo tipo ao comércio.

Em segundo lugar, apostando na diversificação, incrementando o comércio com uma pluralidade de novos atores: com os vizinhos, o chamado comércio intrarregional; reforçando os vínculos comerciais com parceiros extrarregionais, como a UE ou países da Ásia e Oceania; e, ao mesmo tempo, transformando o padrão de relação comercial com parceiros emergentes como a China e mais tradicionais como os EUA.

A FLEXIBILIZAÇÃO COMERCIAL

Antes de diversificar, é necessário que os países latino-americanos empreendam o caminho de facilitar as relações comerciais, procedendo à eliminação de barreiras administrativas, assim como de travas burocráticas elaborando um conjunto articulado de normas que melhorem e simplifiquem as operações de comércio exterior; apoiando a

transparência, a diminuição de formalidades, impulsionando o estabelecimento de guichês eletrônicos unificados, fundamentais para o comércio sem papéis e o transfronteiriço. Tudo isso com o objetivo final de diminuir os recursos e o tempo empregados pelos diferentes atores comerciais para cumprirem com os trâmites administrativos em mercados de origem e de destino. Nesse sentido, a inovação e as novas tecnologias agilizam o intercâmbio de bens mediante a implementação de políticas públicas eficazes, como a criação de sistemas aduaneiros eletrônicos, a melhora da conexão à internet, a elaboração de uma legislação atualizada sobre transações eletrônicas, ou com a criação de uma autoridade reconhecida que dê validade e certifique as assinaturas eletrônicas.

A região mostra alguns avanços neste terreno no quesito transparência, na publicação de leis e regulamentos na internet, ou na existência de guichês únicos (sobretudo na América do Sul e no México), embora persista o atraso em outros terrenos. O *Informe Global de Facilitação do Comércio*, do Fórum Econômico Mundial, mostra uma situação altamente heterogênea em que a maioria dos países se situa na metade da tabela, com duas claras exceções. A do Chile, que se encontra na 21.^a posição no mundo quanto a facilitação comercial, e a Venezuela, que é a última da estatística, na 136.^a po-

“A aposta na facilitação comercial traria consigo para a América Latina importantes melhoras referentes à sua competitividade econômica e comercial”

sição. Este ranking, que mede 136 economias mundiais através de seis âmbitos (acesso ao mercado externo; acesso ao mercado interno; eficiência e transparência em fronteiras; disponibilidade e qualidade de infraestrutura de transporte; disponibilidade e qualidade de serviços de transporte; e disponibilidade e uso das tecnologias da informação e comunicação), situa a maioria dos 18 países latino-americanos avaliados entre a 70.^a e a 136.^a posição. Segundo o Informe:

“A América Latina é a única região que, junto com a Europa e a América do Norte, tem um melhor desempenho que a média mundial em termos de acesso ao mercado interno e externo, mas a capacidade de aproveitar as oportunidades oferecidas pelo livre comércio encontra obstáculos dada a ineficiência das fronteiras, a administração e a baixa qualidade dos serviços de infraestrutura e transporte, três áreas em que a região se encontra longe do padrão mundial, com pouco ou nenhum sinal de melhora nas duas primeiras e deterioração na segunda”.

A facilitação do comércio tem a capacidade de transformar-se em ferramenta-chave e em um dos pivôs a partir do qual se articula a mudança do modelo de desenvolvimento da região. Tudo isto com o fim de construir uma matriz econômica mais produtiva, mais competitiva, baseada na inovação, em melho-

res infraestruturas e em capital humano mais formado. Por isso, a aposta na facilitação comercial traria consigo para a América Latina importantes melhoras referentes à sua competitividade econômica e comercial.

A DIVERSIFICAÇÃO

A América Latina é, historicamente, uma região muito dependente, sobretudo do financiamento exterior, e com escassa diversificação no que exporta e para onde exporta. Passou de ser colônia da Espanha para estar vinculada comercial e financeiramente ao Reino Unido, ao longo do século XIX, e aos EUA desde o início do XX (em especial México, América Central e Caribe) e, sobretudo, desde o fim da Primeira Guerra Mundial. Neste século XXI, tem havido certos avanços na diversificação comercial, financeira e econômica, mas prevalece uma situação caracterizada por países altamente monodependentes de um produto de exportação (a Venezuela, com respeito ao petróleo) ou de um país (o México com relação aos EUA).

A América Latina e o Caribe construíram e mantiveram uma estrutura produtiva e exportadora marcada por uma dupla característica:

1. Em primeiro lugar, caracteriza-se por ser especializada em setores de baixa produtividade e escasso conteúdo tecnoló-

“Além de introduzir valor agregado às exportações tradicionais (...) e elevar o componente tecnológico da produção industrial, a região tem outro âmbito pouco explorado para crescer: a exportação de serviços”

gico, o que torna estes países muito vulneráveis às bruscas mudanças na demanda internacional: neste sentido existe uma clara diferença entre o que ocorre na região sul-americana e o que acontece nos países centro-americanos e no México. Estes últimos conseguiram inserir-se mais profundamente nas redes internacionais de produção manufatureiras, sobretudo em relação com os EUA. O desafio para o México e para as nações centro-americanas reside em seguir apostando na exportação de produtos manufaturados, mas com maior conteúdo tecnológico. No caso dos países sul-americanos, talvez com a exceção do Brasil, do Chile e em certos setores da Argentina, o desafio passa neste caso pela dependência da exportação de matérias-primas sem valor agregado (petróleo venezuelano e equatoriano, cobre peruano, gás boliviano, soja e carne paraguaias), o que tem propiciado fortes processos de desindustrialização.

Além de introduzir valor agregado às exportações tradicionais (por exemplo, no âmbito da agroindústria) e elevar o componente tecnológico da produção industrial, a região tem outro âmbito pouco explorado –em auge em escala mundial– para crescer: a exportação de serviços. Os serviços, graças aos avanços das tecnologias digitais, já representam um quinto das exportações mundiais. Neste terreno, a região encontra-se bem atrás quanto à sua inserção no

comércio mundial de serviços. Como assinala a CEPAL, o peso destes em suas exportações totais ronda 15 %, e a participação da região nas exportações mundiais de serviços mal supera 3 %. A região avançou em algumas áreas como os serviços de informação, sobretudo na subcontratação de serviços associados às tecnologias da informação (Costa Rica), os serviços de transporte (Panamá), o setor turístico ou serviços relacionados com a manufatura (empresas têxteis em Honduras e Nicarágua), mas arrasta um importante atraso na oferta de serviços mais modernos e avançados, como o da digitalização. Conquanto a região mostre uma rápida expansão do uso da internet –principalmente por conexões móveis–, existe escassa presença de empresas regionais como provedoras de plataformas digitais e redes sociais, assim como na área dos serviços digitais e no comércio eletrônico transfronteiriço.

2. Pela dependência de poucos mercados de exportação: a América Latina e o Caribe têm visto como, na atual conjuntura, cai a procura agregada interna e a de vários de seus principais mercados extrarregionais. Ambos os processos explicam o pobre desempenho das exportações por causa das quedas dos preços dos produtos primários de exportação (petróleo, gás, cobre, ferro, níquel, soja, algodão, açúcar, café e os produtos derivados da pesca). Esta situação atinge particularmente a região.

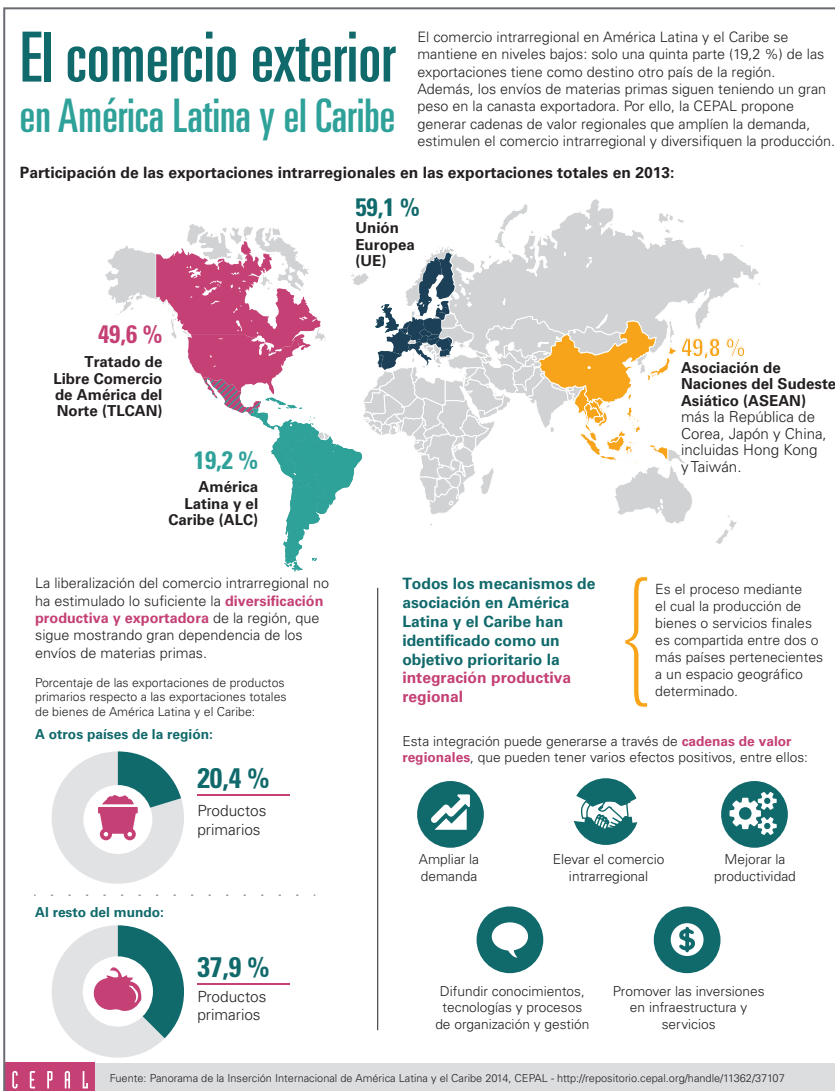
Primeiro, porque sua estrutura exportadora se caracteriza por ser baseada nesse tipo de bens; em segundo lugar, por sua oferta de produtos possuir um escasso conteúdo tecnológico quando há procura mundial principalmente pelo que contém maior inovação.

A desaceleração da economia chinesa, que está afetando diretamente a América Latina e o Caribe, especialmente a América do Sul; a vaga protecionista encabeçada pela gestão de Trump (que atinge sobretudo o México) e a crise europeia condicionam seriamente o futuro da região e sua inserção no mundo. As novas estratégias latino-americanas passam não só pela flexibilização comercial e diversificação produtiva, mas também pela necessidade de diversificar os parceiros comerciais; apostando em novos mercados como o intrarregional, o da Ásia Pacífico e o europeu, como vias alternativas para compensar as flutuações procedentes da China e dos Estados Unidos.

a- A aposta no mercado intrarregional.

Comercialmente, os países latino-americanos vivem historicamente de costas uns para os outros. Os problemas de comunicação (infraestrutura ruins ou insuficientes) e de logística, assim como a pouca integração das economias regionais, muitas das quais produzem os mesmos produtos, explicam em grande medida este problema. O resultado: A América Latina só exporta em torno de 20 % do total de seus envios dentro da mesma região, cifra muito abaixo dos 56 % da Ásia ou dos 69 % da UE.

O comércio intrarregional não pode ser contemplado, como às vezes se pressupõe, como a



Fonte: CEPAL

“O novo modelo de desenvolvimento que a região deve desenhar merece um esforço para criar um espaço regional integrado, com regras comuns, que facilite encadeamentos produtivos”

solução definitiva a muitos dos déficits comerciais regionais. É, por sua vez, uma ferramenta que ajuda a melhorar o posicionamento latino-americano nesses intercâmbios comerciais. Sobre tudo porque o comércio intrarregional latino-americano tem muito terreno pela frente para crescer ao representar apenas um quinto do total comercializado, um nível muito baixo em comparação com o registrado entre os países da UE (que ronda 70 %), ou os asiáticos (55 %). Os países latino-americanos comercializam pouco entre si e existem poucas empresas integradas em cadeias de valor global. Apenas o montante do comércio entre os países centro-americanos cresceu levemente por a atual crise/desaceleração ter atingido menos intensamente esta sub-região. Além disso, a América Central construiu um vasta rede de acordos de integração com seus principais parceiros comerciais extrarregionais (Estados Unidos, União Europeia e México), situação que favorece e incrementa o próprio comércio entre os países centro-americanos.

O novo modelo de desenvolvimento que a região deve desenhar merece um esforço para criar um espaço regional integrado, com regras comuns, que facilite encadeamentos produtivos, favorecendo-se assim a diversificação produtiva e exportadora. Nesse caminho, a região é obrigada a reduzir custos e tempos: custos não alfandegários e o tempo requerido para levar a cabo operações

de comércio exterior com seus vizinhos mais próximos. O déficit regional em capital físico (transporte, logística e comunicações) e as ineficiências produzidas pelos longos e complexos trâmites administrativos traduzem-se nestes altos custos não alfandegários para o comércio intrarregional. O resultado é que o custo de comercializar com os Estados Unidos é significativamente menor que o do comércio entre os próprios países latino-americanos, o que acaba convertendo-se num duplo obstáculo: primeiro para a integração produtiva entre as economias regionais; e, em segundo lugar, para sua vinculação às cadeias globais de valor.

Como assinala Héctor Casanova, representante permanente do Chile em Genebra perante a Organização Mundial do Comércio:

“Os obstáculos ao crescimento dos nossos intercâmbios intrarregionais já não estão nos impostos alfandegários, mas no que se conhece como ‘facilitação de comércio’, um conjunto de políticas, usos, costumes e práticas administrativas que ou facilitam ou atentam, segundo o caso, a fluidez do comércio de bens, especialmente transfronteiriço, ou seja, para países vizinhos ou próximos. A integração moderna depende precisamente e em grande medida disso. Segundo a OCDE, os principais componentes de uma facilitação, com forte impacto no comércio exterior, são a disponibilidade de informação, agilidade na documen-

“A China vem-se transformando, desde o fim dos anos 90, em ator-chave para o crescimento econômico e comercial da América Latina, em especial para a América do Sul”

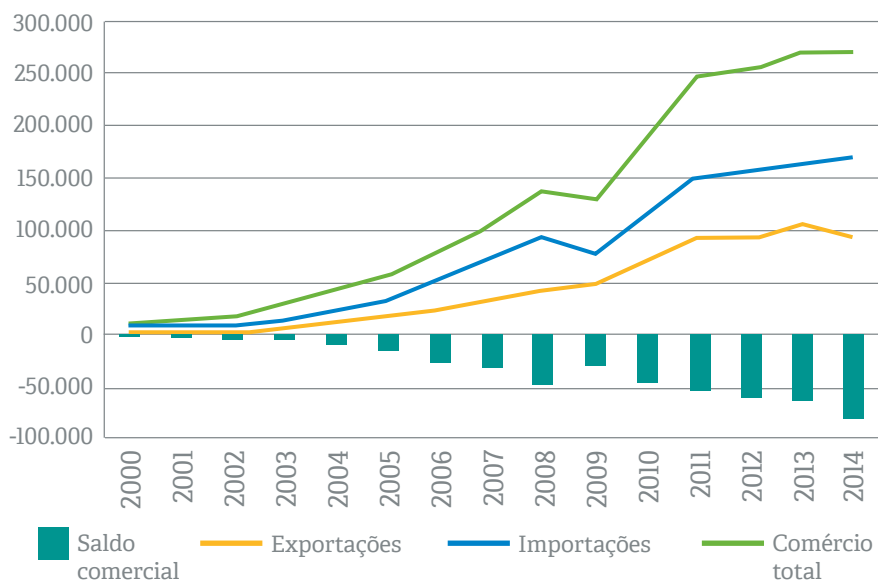
tação fronteiriça, simplicidade e automatização de processos, transparência aduaneira e governança do sistema”.

b- A diversificação da relação com a China.

A China vem-se transformando, desde o fim dos anos 90, em ator-chave para o crescimento econômico e comercial da América Latina, em especial para a América do Sul. Com a entrada na Organização Mundial do Comércio (OMC) em 2001, a China transformou-se em ator decisivo na região: entre 2000 e 2014, a participação do país nas importações regionais passou de mais de 2 % a 17 %, enquanto no

terreno das exportações aumentou de 1 % a 9 %. O período de bonança vivido pela região entre 2003 e 2013 explica-se, em uma parte muito importante, pela emergência da China, que se tornou parceiro principal de vários países de grande peso na região, entre eles Brasil, Chile, Argentina, México, Peru, Venezuela e Equador. O volume comercial bilateral superou, em 2016, 216 bilhões de dólares (um aumento de quase mais de 90 % com respeito a 2009), apesar de 93 % das exportações corresponderem a apenas 6 países (Brasil, Chile, Venezuela, México, Argentina e Peru) e o Brasil sozinho representava quase 40 % das exportações regionais para essa zona e cerca de 46 % das que tinham como destino final a China.

Figura 1. América Latina e Caribe: comércio de bens com a China, 2000-2014
 (Em milhões de dólares).



Fonte: CEPAL

No âmbito comercial, o fluxo de exportações e importações entre o gigante asiático e os países latino-americanos multiplicou-se por 22 entre 2000 e 2015, até alcançar um volume de 250 bilhões de dólares em 2014. A China já assinou acordos de livre comércio com Chile, Peru e Costa Rica, aos quais, em médio prazo, se poderiam unir outros mais, enquanto em paralelo se abre a porta para que os países latino-americanos ingressem na zona de livre comércio asiático projetada pelo governo chinês.

“A julgar pelo que ouço de presidentes e diplomatas latino-americanos, Xi vê uma oportunidade de aumentar a presença

“China é, junto com a UE, Espanha e Estados Unidos, a única potência internacional que possui uma agenda clara e coerente para a América Latina”

de China na América latina apesar da recente diminuição do comércio e de investimentos bilaterais entre a China e a América latina... Pelo que ouço de vários diplomatas, as contínuas críticas de Trump ao México, a nomeação que faz do crítico ao TLCAN², Wilbur Ross, como secretário de Comércio, e o anúncio do presidente eleito de que anulará o Acordo de Associação Transpacífico³ com países asiáticos e latino-americanos serão uma oportunidade de ouro para a China na região”, assinala o analista Andrés Oppenheimer.

Além disso, a China é, junto com a UE, Espanha e Estados Unidos, a única potência internacional que possui uma agenda clara e coerente para a América Latina destinada a reforçar, consolidar e impulsionar seus vínculos com os países latino-americanos. Primeiro foi a publicação do Livro Blanco sobre as relações com a região (2008). Esta iniciativa completou-se em 2012 com a apresentação de um projeto de reforço das relações políticas, econômicas e de cooperação que resultou na proposta de um novo marco de cooperação para o período 2015-2019, conhecido como “1+3+6” (2014). Tal projeto foi impulsionado pelo presidente Xi Jinping e faz parte do Plano de Cooperação 2015-2019, no qual o “1” se refere a “um programa”, ou seja, elaborar o “Programa de Cooperação

China-América Latina e o Caribe para o Período 2015-2019”, baseado em crescimento inclusivo e em desenvolvimento sustentável como objetivo. O “3” são os “três grandes motores” (o comercial, o do investimento e o da cooperação financeira) que devem impulsionar a relação. O “6” engloba as seis áreas prioritárias de cooperação para aprofundar os vínculos industriais entre a China, a América Latina e o Caribe: energia e recursos naturais, construção de infraestruturas, agricultura, manufatura, inovação científica e tecnológica, e tecnologia da informação como áreas prioritárias de cooperação para promover o acoplamento industrial entre a China, a América Latina e o Caribe.

A desaceleração da economia chinesa, que passou de crescer anualmente entre 9 % e 10 % para entre 6 % e 7 %, e a mudança de modelo econômico que impulsiona o regime de Pequim fazem com que a relação entre os países latino-americanos e a China se veja pronta para entrar em uma nova fase na qual o vínculo vai continuar a ser muito intenso mas claramente diferente. Nesta nova época os países latino-americanos devem esforçar-se em diversificar: em primeiro lugar, aumentando o número de produtos exportados para a China, cujo nível continua sendo muito baixo em comparação com outros destinos mais

² Tratado de Livre Comércio de América do Norte.

³ Já assinada a retirada dos Estados Unidos, por parte do presidente Donald Trump, a 23 de janeiro de 2017.

“As exportações latino-americanas para a China estão altamente concentradas em poucas empresas e países”

tradicionais. Em segundo lugar, os encadeamentos produtivos com a China devem centrar-se em produtos baseados no desenvolvimento de conteúdos tecnológicos.

Em terceiro lugar, as exportações latino-americanas para a China estão altamente concentradas em poucas empresas e países, assim como em contados produtos primários, o que propiciou a reprimarização e desindustrialização da produção latino-americana: 75 % do valor exportado pela América do Sul 2013 foram matérias-primas sem elaborar (produtos agrícolas, petróleo e minerais). Como mostrou a CEPAL, estas cifras variam, já que no caso do Caribe foi de 60 % e de 45 % para o México, único país que viu como aumentava a participação dos bens de consumo. A América Central exhibe uma alta concentração de suas exportações em bens intermediários (60 % em 2013), em especial pelas vendas de componentes eletrônicos levadas a cabo pela Costa Rica.

Portanto, a nova matriz comercial e, por conseguinte, produtiva da América Latina com respeito à China deve tender, em médio prazo, a sustentar-se sobre três pilares:

1- No aumento do número de produtos, setores e serviços exportados pelos países da região para a China, já que as exportações da América Latina para a área da

Ásia Pacífico continuam mostrando um alto grau de concentração no que se refere à origem.

2- Aumento do valor agregado do exportado. Os países latino-americanos devem esforçar-se por desenhar políticas públicas que os transformem em parceiros estratégicos do gigante asiático em novos campos, principalmente os que requerem introduzir maior inovação produtiva ao exportado. Nesse campo sobressaem a área agroalimentar (impulsionada por uma China mais urbanizada que conta com uma classe média consumidora de produtos de maior qualidade) e a turística (a região só recebe 0,3 % de turismo chinês que supera 100 milhões de pessoas).

Também é necessário aumentar os fluxos de investimento estrangeiro direto (IED), não só procedentes do país asiático, mas também das multilatinas que desejam desembarcar na China. Este país já é a segunda maior origem destes fluxos em nível mundial, ainda que longe dos Estados Unidos e da UE com uma marcada concentração nas indústrias extrativas, hidrocarbonetos e mineração. Como assinala a CEPAL:

“A região deveria tentar captar uma parte maior destes fluxos, mediante a promoção de uma diversificação setorial mais intensa e sue encadeamento com empresas locais. O investimento chinês poderia contribuir para

“O vazio que os Estados Unidos de Donald Trump deixariam na região pode ser ocupado por outras potências”

superar os grandes déficits de infraestrutura de transporte e logística na América Latina e no Caribe. A reduzida participação da região nas cadeias globais de valor explica-se em parte por seus altos custos não alfandegários relacionados com o comércio”.

3- O novo marco geopolítico favorece o aumento e diversificação dos vínculos entre a América latina e a China. O gigante asiático, transformado graças às mudanças políticas internacionais em novo chefe do livre comércio, aspira a preencher o vazio que os Estados Unidos de Donald Trump deixariam na região depois de sair do Acordo Transpacífico de Cooperação Econômica (TPP) e depois de conhecer qual vai ser sua política com respeito ao México sobretudo quanto à renegociação do Nafta. De forma paralela, a China impulsiona, como alternativa ao finado TPP, um Acordo de Associação Econômica Integral Regional (RCEP) ao qual poderiam vincular-se os países da Aliança do Pacífico (México, Colômbia, Peru e Chile), nações que estavam altamente comprometidas no sucesso do TPP. Isto, por sua vez, teria um efeito de arrasto sobre outras economias regionais como as do Mercosul, em especial neste momento em que existe uma guinada para posturas mais favoráveis ao livre comércio, como evidenciam os casos de Mauricio Macri na Argentina ou Michel Temer no Brasil.

Como aponta Jorge Díaz Lanchas, pesquisador de economia internacional da Universidade Autônoma de Madrid e pesquisador associado ao Centro de Predição Econômica (CEPREDE):

“Há anos a China impulsiona a alternativa comercial ao TPP através de um tratado de livre comércio conhecido como Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Este tratado, que inclui a imensa maioria dos países do sul da Ásia, mais Índia e Japão, supõe o melhor mecanismo com o qual a China poderia aproximar-se da América Latina caso pretenda reduzir a influência estadunidense em tal região... O México bem poderia reduzir sua dependência dos Estados Unidos e inclusive se veria fortalecido internacionalmente, em um momento em que, além disso, as renegociações do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (NAFTA) que parecem vislumbrar-se e que terá que enfrentar sozinho podem mostrar-se duras e muito difíceis para o país”.

Portanto, o vazio que os Estados Unidos de Donald Trump deixariam na região pode ser ocupado por outras potências. O governo de Pequim não fica só em planejamentos teóricos, mas também está disposto a impulsionar tratados alternativos, como o citado Acordo de Associação Econômica Integral Regional (RCEP) ou a Área de Livre Comércio da Ásia e o Pacífico (FTAAP). Além

“No dia de hoje, as relações entre a União Europeia e a América Latina não passam por seu melhor momento”

disso, diante do protecionismo estadunidense que ameaça cortar os investimentos na América Latina, a China entrou no mercado petrolífero (a empresa estatal China National Offshore Oil Corporation (CNOOC) adquiriu licenças de exploração no norte do Golfo do México, a poucos quilômetros da fronteira marítima entre o México e os Estados Unidos) e redobrou sua aposta nas infraestruturas, um dos talões de Aquiles da região.

A UE COMO ALTERNATIVA À CHINA E AOS ESTADOS UNIDOS

As relações comerciais entre a América Latina e a União Europeia são de muito longa data. De forma institucionalizada, remontam a quase um quarto de século e atravessaram momentos de grande otimismo (anos 80 e 90), por períodos de agudo estancamento (em diferentes momentos da primeira década do século XXI), renascimentos conjunturais (as cúpulas UE-América latina em Viena em 2006 e em Madrid em 2010) e novos períodos de pessimismo, como o atual.

Em 1999, a Primeira Cúpula de Chefes de Estado e de Governo da UE e da América Latina e do Caribe originou a Declaração do Rio e um Plano de Ação destinados a forjar uma “associação estratégica”. Entre 2000 e 2002, assinaram-se os acordos de associação da UE com México e Chile, e em 2010 rubricaram-se

acordos de associação com os países da América Central, Peru e Colômbia. Contudo, o acordo de associação com o Mercosul está parado há mais de três lustros depois que começou a negociar-se em 2000 e se reativaram os contatos em 2010.

No dia de hoje, as relações entre a União Europeia e a América Latina não passam por seu melhor momento. Após um período de lua de mel (1990-2006), entrou-se em uma época de estancamento quanto ao vínculo que une os dois lados do Atlântico. A UE tem buscado, desde 1994 até a atualidade, uma forma de relação onicompreensiva (política, social, comercial, econômica e cultural), que não evitou que a Europa fosse perdendo peso e influência política na região. De todas as maneiras, continua a ser um parceiro econômico importante para a América Latina e sobretudo para os países do Mercosul como primeiro investidor, superando como bloco os Estados Unidos (embora em escala regional seja o terceiro após ser superado pela China). Sem embargo, quanto ao comércio birregional, esses laços caracterizam-se por se basearem no típico modelo consistente no qual a UE importa matérias-primas (68,2 % do comércio total em 2015) e envia, para o outro lado do Atlântico, manufaturas de alto valor agregado. Nessa relação, como se fosse pouco, a UE continua situando-se muito longe do volume de intercâmbios

“A UE, que conta com uma estratégia global para a região desde os anos 90, precisa, com ações concretas, tornar realidade sua aposta na América Latina”

que os Estados Unidos mantêm com os países latino-americanos, que chega a 44 %. Além disso, a UE viu como a China representa já 16 % nos intercâmbios totais com a América Latina frente aos 14 % dos europeus.

A perda de protagonismo e liderança dos Estados Unidos de Donald Trump representa uma oportunidade para a UE de avançar em sua presença na região. Uma excelente oportunidade para o México diversificar suas exportações para ter um papel relevante na nova economia cubana ou para ajudar a governabilidade de uma região que vive uma situação tão delicada como a América Central. Além disso, a UE encontra-se numa conjuntura que não é possível melhorar para impulsionar o acordo de associação com o Mercosul devido às mudanças que houve nesse bloco: A Venezuela ficou isolada dentro do bloco e predominam governos proclives a assinar um tratado que acumula mais de três lustros de atraso. A recente viagem de Mauricio Macri à Espanha, em fevereiro de 2017, constatou o desejo argentino (e do governo brasileiro de Michel Temer) de impulsionar a assinatura do acordo UE-Mercosul para finais de 2017, durante a reunião da OMC em Buenos Aires, prevista para dezembro. Esta receptividade sul-americana coincide com a que existe em certos círculos europeus. O eurodeputado socialista espanhol, Ramón Jáuregui, em uma carta enviada

à chefe da diplomacia da UE, Federica Mogherini, assinalou que esta entidade deve aproveitar a possível política nacionalista e protecionista do republicano para desenvolver uma política firme na região. “A UE estaria na posição adequada para se aproveitar e ocupar o vazio reforçando os pilares político, comercial, de desenvolvimento e social da Associação Estratégica União Europeia-América Latina e Caribe”, comentou Jáuregui. Inclusive, Mogherini, voltando de Washington, admitiu que as diferenças entre os Estados Unidos e a União Europeia (UE) fizeram com que a América Latina se transformasse em uma relação estratégica, cada vez mais necessária, para a UE.

A UE, que conta com uma estratégia global para a região desde os anos 90, precisa, com ações concretas, tornar realidade sua aposta na América Latina. No fim de 2016 deram-se alguns passos que vão nessa direção. Um deles foi a assinatura do Acordo de Cooperação e Diálogo Político entre a União Europeia e Cuba, que marca a volta à normalidade em relações que, desde 1996, estiveram marcadas pela “posição comum”. Além disso, dia 1 de janeiro de 2017 entrou em vigor o acordo comercial entre a União Europeia e o Equador. Por outra parte, a União Europeia apoia a paz na Colômbia com um fundo fiduciário de 95 milhões de euros, que se soma a outros 95 da cooperação bilateral, e a 400 milhões do Banco Europeu de

“Espanha (...) possui
vínculos históricos,
culturais, políticos e
grandes investimentos”

Investimentos. Ainda existem vários aspectos a melhorar na relação entre a UE e a América Latina como modernizar o acordo global com o México, reformar o acordo de associação com o Chile, aplicar de forma integral os acordos com os seis países da América Central (Panamá, Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador e Nicarágua) e avançar na aplicação do acordo de cooperação com Cuba.

Como aponta Federico Poli, que diz que a atual conjuntura geopolítica abre uma janela de oportunidade para a UE, e acrescenta:

“O terremoto Trump, que paralisou as difíceis negociações com a Europa que se vinham desenvolvendo no marco do mega-acordo transatlântico, deixou para trás o mega-acordo transpacífico, que a aproximava da China, seu quintal traseiro, e pretende renegociar aspectos substantivos do Nafta, talvez abra uma janela de oportunidade ao abatido multilateralismo. Alguns analistas começam a pensar que se as regras ao comércio (em particular as normas técnicas, regulações e padrões) não se estabelecerem em âmbitos como os mega-acordos empurrados por Estados Unidos, Japão e Europa, a OMC pode voltar a ser o âmbito de discussão e acordo destes temas”.

Na relação com a América Latina, a UE carece, portanto, de um claro déficit de liderança. Uma falta de liderança e presença po-

lítica que poderia ser preenchida por um país membro da UE como é a Espanha, já que possui vínculos históricos, culturais, políticos e grandes investimentos. Além disso, o governo de Mariano Rajoy assumiu como uma aposta na atual conjuntura recuperar o protagonismo e o prestígio perdido durante a crise econômica (2008-2013) e a paralisia política (2015-2016) que manteve o país um ano com um governo em funções. Tanto o novo ministro de Assuntos Exteriores, Alfonso Dastis, como o secretário de Estado para a América Latina, Fernando García Casas, estão convencidos da necessidade de que a Espanha tenha maior protagonismo na UE (Dastis) e por conseguinte na América Latina (García Casas).

3. CONCLUSÕES

A América Latina atravessa um período de transição e está diante de uma mudança de época em que deve completar sua inserção na nova economia digital. Para levar a cabo essa travessia através do deserto (da bonança das commodities à adequação a esse novo marco econômico e de desenvolvimento), a região tem de impulsionar profundas reformas estruturais com o fim de mudar seu modelo de crescimento e sua matriz produtiva, incluídos os pilares de seus vínculos comerciais. A bonança de 2003-2013 escondeu graves problemas de base (Estados pouco eficazes e eficientes para impulsionar políticas públicas) e falências importantes

“A atual conjuntura internacional, marcada pela deriva protecionista em alguns países, pode ver-se como uma oportunidade para a região”

em âmbitos como o da produtividade e a competitividade, déficits em infraestruturas e em matéria educativa, ausência de inovação e tecnologia e emprego precário e informal. No terreno comercial, os desafios que a região tem pela frente resumem-se em duas palavras: flexibilização e diversificação. Ou seja, facilitar, mediante a utilização das inovações tecnológicas, as transações e intercâmbios, aumentando os parceiros comerciais e o que se exporta, a fim de evitar a monod dependência de mercados e produtos.

A atual conjuntura internacional, marcada pela deriva protecionista em alguns países, pode ver-se como uma oportunidade para a região, mais do que como um obstáculo. A China mostra-se mais receptiva para aumentar os fluxos comerciais, e a União Europeia, abalada pelo Brexit e à espera do que ocorra nas eleições francesas, busca reposicionar-se em escala internacional, após o prático óbito do acordo transatlântico com os Estados Unidos, o que supõe um incentivo para a Europa na hora de concluir o sempre complexo

acordo com o Mercosul. Nesse contexto, a Espanha tem um papel determinante como ponte e eixo da triangulação entre a UE e a América Latina. Pode cumprir esse papel de medula conectora europeu-americana em vários âmbitos: por exemplo, como membro observador da Aliança do Pacífico, o processo de integração mais inovador e ativo no dia de hoje. Ademais, após a visita de Macri, o governo espanhol comprometeu-se a acelerar as negociações entre o Mercosul e a UE.

A Espanha deverá tentar desenvolver um tratado comercial único, que antes de tudo fosse efetivo. Desta maneira, poderia aumentar as oportunidades, e capacidades, de influir como mediador da relação entre a Europa e a América Latina. A Espanha poderia voltar a ocupar a presidência na União Europeia durante o segundo semestre de 2023, e para então, se forem alcançadas estas oportunidades e capacidades, o país e a Europa estarão diante de um futuro mais concreto que o atual.

LLORENTE & CUENCA

DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Sócio fundador e presidente
jallorrente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Sócio e CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Sócio e diretor geral corporativo de
Talentos, Organização e Inovação
acorujo@llorenteycuenca.com

Carmen Gómez Menor
Diretora Corporativa
cgomez@llorenteycuenca.com

DIREÇÃO AMÉRICAS

Alejandro Romero
Sócio e CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Sócia e COO América Latina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Erich de la Fuente
Sócio e CEO EUA
edela Fuente@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Sócio e CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIREÇÃO DE TALENTO

Daniel Moreno
Diretor de Talento
dmoreno@llorenteycuenca.com

Marjorie Barrientos
Gerente de Talento
para Região Andina
mbarrientos@llorenteycuenca.com

Eva Pérez
Gerente de Talento
para América do Norte, América
Central e Caribe
eperez@llorenteycuenca.com

Karina Sanches
Gerente de Talento para
Cone Sul
ksanches@llorenteycuenca.com

ESPAÑA E PORTUGAL

Arturo Pinedo
Sócio e diretor geral
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero
Sócio e diretor geral
gpanadero@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cura
Sócia e diretora geral
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 217 22 17

Madrid

Joan Navarro
Sócio e vice-presidente
Assuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Sócio e diretor sénior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Jordi Sevilla
Vice-presidente de
Contexto Económico
jsevilla@llorenteycuenca.com

Latam Desk
Claudio Vallejo
Diretor sénior
cvallejo@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Impossible Tellers

Ana Folgueira
Diretora geral
ana@impossibletellers.com

Diego de León, 22, 3º izq
28006 Madrid
Tel. +34 91 438 42 95

Cink

Sergio Cortés
Sócio. Fundador e presidente
scortes@cink.es

Muntaner, 240, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel. +34 93 348 84 28

Lisboa

Tiago Vidal
Diretor geral
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.
1250-142 Lisboa
Tel. + 351 21 923 97 00

EUA

Miami

Erich de la Fuente
Sócio e diretor geral
edela Fuente@llorenteycuenca.com

600 Brickell Ave.
Suite 2020
Miami, FL 33131
Tel. +1 786 590 1000

Nova Iorque

Latam Desk
Erich de la Fuente
edela Fuente@llorenteycuenca.com

Abernathy MacGregor
277 Park Avenue, 39th Floor
New York, NY 10172
Tel. +1 212 371 5999 (ext. 374)

Washington, DC

Ana Gamonal
Diretora
agamonal@llorenteycuenca.com

10705 Rosehaven Street
Fairfax, VA 22030
Washington, DC
Tel. +1 703 505 4211

MÉXICO, AMÉRICA CENTRAL E CARIBE

Cidade do México

Juan Rivera
Sócio e diretor geral
jrivera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc
CP 06600, Cidade do México
Tel. +52 55 5257 1084

A Havana

Pau Solanilla
Diretor geral
psolanilla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3
28001 Madrid
Tel. +34 91 563 77 22

Panamá

Javier Rosado
Sócio e diretor geral
jrosado@llorenteycuenca.com

Sortis Business Tower, piso 9
Calle 57, Obarrio - Panamá
Tel. +507 206 5200

Santo Domingo

Iban Campo
Diretor geral
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel. +1 809 6161975

REGIÃO ANDINA

Bogotá

María Esteve
Sócia e diretora geral
mesteve@llorenteycuenca.com

Av. Calle 82 # 9-65 Piso 4
Bogotá D.C. - Colombia
Tel: +57 1 7438000

Lima

Luis Miguel Peña
Sócio e diretor sénior
lmpena@llorenteycuenca.com

Humberto Zogbi
Presidente
hzogbi@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro
Tel. +51 1 2229491

Quito

Alejandra Rivas
Diretora geral
arivas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y
Cordero - Edificio World Trade
Center - Torre B - piso 11
Tel. +593 2 2565820

Santiago de Chile

Claudio Ramírez
Sócio e gerente geral
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.
Las Condes.
Tel. +56 22 207 32 00

AMÉRICA DO SUL

Buenos Aires

Daniel Valli
Diretor geral e diretor sénior
de Desenvolvimento de
Negócios Cone Sul
dvalli@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Tel. +54 11 5556 0700

Rio de Janeiro

Maira Da Costa
Diretora
mdacosta@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801
RJ - 20011-000
Tel. +55 21 3797 6400

São Paulo

Marco Antonio Sabino
Sócio e presidente Brasil
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Diretor geral
jgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,
Cerqueira César SP - 01426-001
Tel. +55 11 3060 3390



**d+i desenvolvendo
ideias**
LLORENTE & CUENCA

Desenvolvendo Ideias é o Centro de Ideias, Análise e Tendências da LLORENTE & CUENCA.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

Desenvolvendo Ideias é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

Desenvolvendo Ideias é um fluxo constante de ideias que adianta os avanços da nova era da informação e da gestão empresarial.

Porque a realidade não é preta ou branca existe **Desenvolvendo Ideias**.

www.desenvolvendo-ideias.com
www.revista-uno.com