



INFORME ESPECIAL

Flexibilización y diversificación, las claves de un nuevo modelo comercial latinoamericano

Madrid, abril 2017

d+i desarrollando ideas

LLORENTE & CUENCA

I. INTRODUCCIÓN: COMERCIO Y CAMBIOS ESTRUCTURALES EN AMÉRICA LATINA

1. INTRODUCCIÓN: COMERCIO Y CAMBIOS ESTRUCTURALES EN AMÉRICA LATINA
 2. LAS ASIGNATURAS PENDIENTES REGIONALES EN EL ÁMBITO COMERCIAL
 3. CONCLUSIONES
- AUTORES

“Desde 2000 la región ha mantenido, con mínimas variaciones, una participación del 6 % en las exportaciones mundiales de bienes. Ello contrasta con el desempeño de los países en desarrollo de Asia, cuyo peso aumentó de forma considerable en el comercio mundial en el mismo período. En gran medida este aumento se debe a China, cuya participación se triplicó con creces, pasando del 4 % en 2000 al 14 % en 2015. El estancamiento relativo de las exportaciones muestra la dificultad de la región para superar una estructura exportadora poco diversificada y que concentra más de la mitad del valor de sus envíos totales en productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales”.¹

El texto de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que abre este informe, resume con gran claridad cuáles son los principales problemas que afectan al comercio latinoamericano. Unos obstáculos que no son específicos del intercambio de bienes ya que se encuentran, además, en otros muchos aspectos de la realidad política, social, económica e incluso cultural de América Latina. Una región que arrastra importantes déficits en cuanto a productividad y competitividad, que se encuentra lastrada por carencias en inversión en capital humano y físico, las cuales retroalimentan serias deficiencias en innovación y en capacidad para introducir valor añadido a unas exportaciones que, en la mayoría de los casos, se caracterizan por estar concentradas en tan solo un puñado de productos que se exportan a contados destinos.

Como aparece en el texto de la CEPAL, diversificar es una de las palabras ícono –de moda– en América Latina. Y lo es con razón porque se ha convertido en una de las principales asignaturas pendientes de la región. Ese concepto hace referencia a la diversificación productiva y también a la de mercados de exportación, en especial en un momento en el que las corrientes proteccionistas ganan terreno e influencia en el mundo (primero con el *Brexit*, seguido por algunas de las iniciativas impulsadas por la Administración de Donald Trump en Estados Unidos, en especial la decisión de retirar a EE. UU. del Acuerdo Transpacífico –TPP–). Esa asignatura pendiente de la diversificación comercial latinoamericana se enmarca en un proceso mucho más amplio al que está obligada la región si no quiere perder el tren de la modernización y de la adaptación a la nueva economía digital, lo cual le obliga a impulsar nuevas estrategias de inserción internacional ante el final del ciclo de bonanza por el que atraviesa Latinoamérica.

¹ Informe Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe: la región frente a las tensiones de la globalización. Publicado por CEPAL, 2017.

“En el terreno comercial también deben darse cambios estructurales: aquí la clave pasa por una doble diversificación, productiva y en cuanto a los mercados”

Esa ralentización económica ha sacado a relucir los principales retos de América Latina. El *boom* de las materias primas durante la Década Dorada (2003-2013) escondió todas esas debilidades estructurales en los ámbitos político, económico y social. Problemas, por otro lado, que no son nuevos ya que, desde hace décadas, los países de la región llevan intentando solucionarlos con éxito dispar y siempre de manera insuficiente. En este tiempo (desde las reformas de los 80/90 hasta la actualidad) ha habido avances y mejoras en todos esos ámbitos, pero claramente no han sido suficientes y ahora, en época de cambio de modelo y de desaceleración, esa situación se hace más evidente y sale más claramente a la luz.

Desde un punto de vista político, el gran éxito de la región a partir de 1978 ha sido el de haberse mantenido en los márgenes de la democracia y el respeto a las libertades. Los tiempos de los golpes de Estado, y las débiles y frágiles democracias han pasado a la historia. Sin embargo, la región no ha avanzado lo suficiente en este último periodo en cuanto a mejora de su modelo institucional y en la construcción de un Estado eficaz, capaz de impulsar políticas públicas eficientes y de encauzar de forma efectiva las demandas sociales. En lo que se refiere a la situación económica, América Latina creció a un ritmo muy alto, sobre todo entre 2003 y

2008, gracias al auge de las materias primas. Sin embargo, ese crecimiento no se basó en una apuesta por la productividad y la competitividad; siguió predominando el empleo informal así como la falta de capacidad para crear valor añadido a la producción; y existieron grandes carencias en cuanto a innovación. Todo indica, por lo tanto, que el nuevo modelo productivo latinoamericano debería basarse –para salir de la actual desaceleración– en primar la inversión en capital físico (infraestructuras) y en capital humano (educación), así como impulsar un modelo económico que apueste por la innovación para ser más competitivos y productivos.

En el terreno comercial también deben darse cambios estructurales: aquí la clave pasa por una doble diversificación. Por un lado, productiva (poner fin a las diferentes monodependencias y a la exportación de materias primas sin valor añadido) y, por otro, diversificación en cuanto a los mercados. Dicha estrategia resulta vital, sobre todo, en la actual coyuntura, pues si entre 2003 y 2008 el comercio mundial de bienes crecía en torno al 17 % anual, ahora presenta cifras negativas: el comercio exterior latinoamericano acumula más de 30 meses de caída desde 2012. Esta disminución afecta más a América Latina que a otras regiones del mundo, ya que, en primer lugar, golpea la demanda de sus más destacados socios (Estados Unidos, la Unión

“Antes de diversificar,
es necesario que los
países latinoamericanos
emprendan el camino de
facilitar las relaciones
comerciales”

Europea o China) y, en segundo, no solo afecta al volumen de las exportaciones, que van en clara desaceleración, sino también al precio de las mismas.

2. LAS ASIGNATURAS PENDIENTES REGIONALES EN EL ÁMBITO COMERCIAL

La actual coyuntura trae consigo no solo desaceleración y crisis, sino también una enseñanza: muestra la necesidad que tiene América Latina de flexibilizar, facilitar y diversificar su comercio y hacerlo siguiendo varias líneas de acción:

En primer lugar, impulsando reformas que agilicen y flexibilicen los intercambios, evitando construir barreras de todo tipo al comercio.

En segundo lugar, apostando por la diversificación, incrementando el comercio con una pluralidad de nuevos actores: con los vecinos, el llamado comercio intrarregional; reforzando los vínculos comerciales con socios extraregionales, como la UE o países de Asia y Oceanía; y, a la vez, transformando el patrón de relación comercial con socios emergentes como China y más tradicionales como los EE. UU.

LA FLEXIBILIZACIÓN COMERCIAL

Antes de diversificar, es necesario que los países latinoamericanos emprendan el camino de facilitar las relaciones comerciales, procediendo a la eliminación

de barreras administrativas, así como de trabas burocráticas diseñando un conjunto articulado de normas que mejoren y simplifiquen las operaciones de comercio exterior; apoyando la transparencia, la disminución de formalidades, impulsando el establecimiento de ventanillas únicas electrónicas, claves para el comercio sin papeles y el transfronterizo. Todo ello con el objetivo final de disminuir los recursos y el tiempo empleados por los diferentes actores comerciales para cumplir con los trámites administrativos en mercados de origen y de destino. En ese sentido, la innovación y las nuevas tecnologías agilizan el intercambio de bienes mediante la puesta en marcha de políticas públicas eficaces, como la creación de sistemas aduaneros electrónicos, la mejora de la conexión a Internet, la elaboración de una legislación actualizada sobre transacciones electrónicas, o con la creación de una autoridad reconocida que otorgue validez y certifique las firmas electrónicas.

La región muestra algunos avances en este terreno en cuanto a transparencia, en lo referente a la publicación de leyes y reglamentos en Internet, o sobre la existencia de ventanilla única (sobre todo en Sudamérica y México), aunque persiste el retraso en otros terrenos. *El Informe Global de Facilitación del Comercio*, del World Economic Forum, muestra una situación altamente heterogénea en la que

“La apuesta por la
facilitación comercial
traería aparejada
para América Latina
importantes mejoras
en lo referente a
su competitividad
económica y comercial”

la mayoría de los países se sitúa en la mitad de la tabla con dos claras excepciones. La de Chile, que se encuentra en el puesto 21 del mundo en cuanto a facilitación comercial, y Venezuela que cierra la estadística en el puesto 136. Este ranking, que mide 136 economías mundiales a través de seis ámbitos (acceso al mercado externo; acceso al mercado interno; eficiencia y transparencia en fronteras; disponibilidad y calidad de infraestructura de transporte; disponibilidad y calidad de servicios de transporte; y disponibilidad y uso de las tecnologías de la información y comunicación), sitúa a la mayoría de los 18 países latinoamericanos evaluados entre el lugar 70 y el 136. Según el Informe:

“América Latina es la única región que, junto con Europa y América del Norte, tiene un mejor desempeño que el promedio mundial en términos de acceso al mercado interno y externo, pero la capacidad de aprovechar las oportunidades que ofrece el libre comercio se ve obstaculizada por la ineficiencia de las fronteras, la administración y la baja calidad de los servicios de infraestructura y transporte, tres áreas en las que la región se encuentra lejos de los estándares mundiales, con poca o ninguna señal de mejora en las dos primeras y un deterioro en la segunda”.

La facilitación del comercio tiene la capacidad de transformarse en una herramienta clave y en uno de los pivotes desde donde

articular el cambio del modelo de desarrollo de la región. Todo esto con el fin de construir una matriz económica más productiva, más competitiva, basada en la innovación, en mejores infraestructuras y en un capital humano más formado. Por ello, la apuesta por la facilitación comercial traería aparejada para América Latina importantes mejoras en lo referente a su competitividad económica y comercial.

LA DIVERSIFICACIÓN

Latinoamérica ha sido, históricamente, una región muy dependiente, sobre todo de la financiación exterior, y con escasa diversificación en cuanto a lo que exporta y hacia dónde lo exporta. Pasó de ser colonia de España a estar vinculada comercial y financieramente al Reino Unido, a lo largo del siglo XIX, y a los EE. UU. desde inicios del XX (en especial México, Centroamérica y el Caribe) y, sobre todo, desde finales de la Primera Guerra Mundial. En este siglo XXI ha habido ciertos avances en cuanto a diversificación comercial, financiera y económica pero prevalece una situación caracterizada por países altamente monodependientes de un producto de exportación (Venezuela, con respecto al petróleo) o de un país (México con relación a EE. UU.).

América Latina y el Caribe han construido y mantenido una estructura productiva y exportadora marcada por una doble característica:

“América Latina y el Caribe (...) están especializadas en sectores de baja productividad y escaso contenido tecnológico”

1- En primer lugar, se caracteriza por estar especializada en sectores de baja productividad y escaso contenido tecnológico, lo cual convierte a estos países en muy vulnerables a los bruscos cambios en la demanda internacional: en este sentido existe una clara diferencia entre lo que ocurre en la región sudamericana con respecto a lo que acontece en los países centroamericanos y México. Estos últimos han conseguido insertarse más profundamente en las redes internacionales de producción manufactureras, sobre todo con respecto a EE. UU. El reto para México y las naciones centroamericanas reside en seguir apostando por la exportación de productos manufacturados pero con mayor contenido tecnológico. En el caso de los países sudamericanos, quizá con la excepción de Brasil, Chile y en ciertos sectores de Argentina, el reto pasa en este caso por la dependencia de la exportación de materias primas sin valor añadido (petróleo venezolano y ecuatoriano, cobre peruano, gas boliviano, soja y carne paraguaya) lo cual ha propiciado fuertes procesos de desindustrialización.

Además de introducir valor añadido a las exportaciones tradicionales (por ejemplo en el ámbito de la agroindustria) y elevar el componente tecnológico de la producción industrial, la región tiene otro ámbito poco explorado –en auge a escala mundial– para crecer: la exportación de servicios. Los servicios, gracias a los avances de las tecnologías digita-

les, ya representen un quinto de las exportaciones mundiales. En este terreno, la región se encuentra rezagada en lo tocante a su inserción en el comercio mundial de servicios. Como señala la CEPAL, el peso de éstos en sus exportaciones totales ronda el 15 %, y la participación de la región en las exportaciones mundiales de servicios apenas supera el 3 %. La región ha avanzado en algunas áreas como los servicios de información, sobre todo en la subcontratación de servicios asociados a las tecnologías de la información (Costa Rica), los servicios de transporte (Panamá), el sector turístico o servicios relacionados con la manufactura (las maquilas en Honduras y Nicaragua), pero arrastra un importante retraso en la oferta de servicios más modernos y avanzados, como el de la digitalización. Si bien la región muestra una rápida expansión del uso de Internet –principalmente por conexiones móviles–, existe escasa presencia de empresas regionales como proveedoras de plataformas digitales y redes sociales, así como en el área de los servicios digitales, el comercio electrónico transfronterizo.

2- Por la dependencia de pocos mercados de exportación: América Latina y el Caribe han visto como, en la actual coyuntura, cae la demanda agregada interna y la de varios de sus principales mercados extrarregionales. Ambos procesos explican el pobre desempeño de las exportaciones por las caídas de los precios de los productos

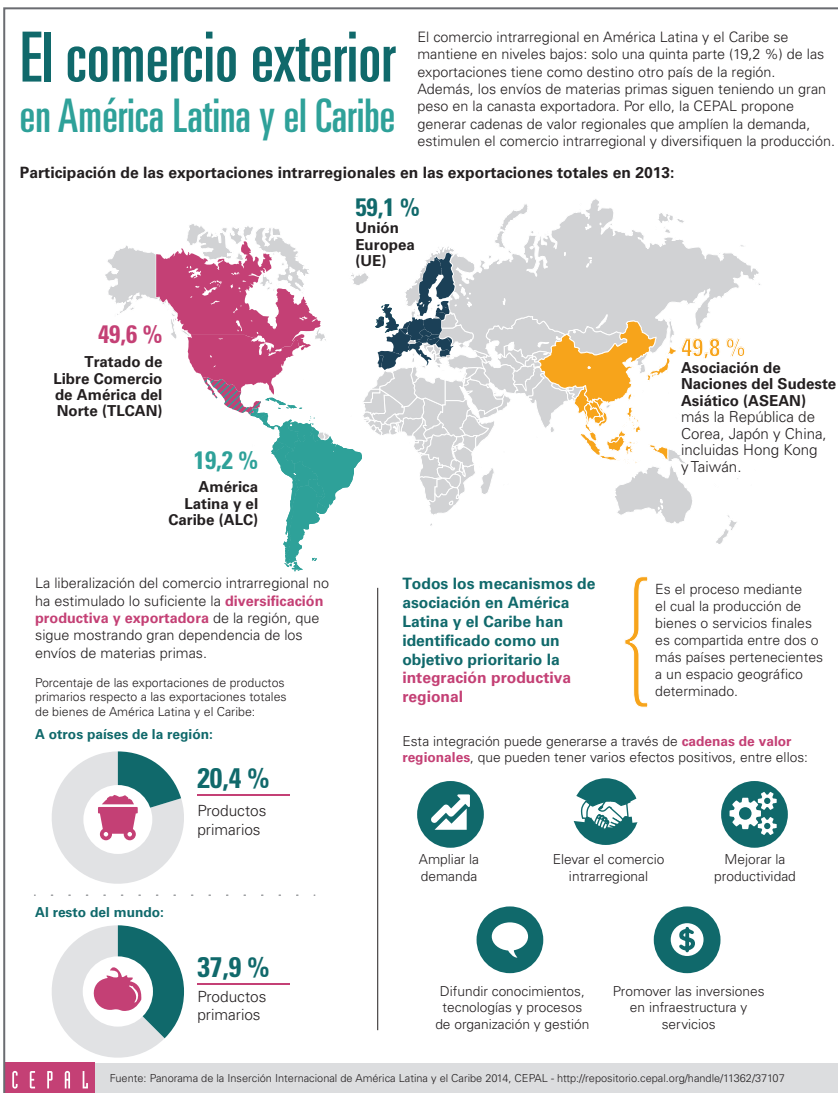
primarios de exportación (petróleo, gas, cobre, hierro, níquel, soja, algodón, azúcar, café y los productos derivados de la pesca). Esta situación golpea especialmente a la región. Primero, porque su estructura exportadora se caracteriza por estar basada en ese tipo de bienes; en segundo lugar, debido a que su

oferta de productos se define por poseer un escaso contenido tecnológico cuando la demanda mundial se dirige principalmente hacia aquello que contiene mayor innovación.

La desaceleración de la economía china, que está afectando directamente a América Latina y al Caribe, especialmente a Sudamérica; la oleada proteccionista que encabeza la administración Trump (que golpea sobre todo a México) y la crisis europea, condicionan seriamente el futuro de la región y su inserción en el mundo. Las nuevas estrategias latinoamericanas pasan por, no solo la flexibilización comercial y la diversificación productiva, sino por la necesidad de diversificar los socios comerciales; apostando por nuevos mercados como el intrarregional, el de Asia Pacífico y el europeo, como vías alternativas para compensar las fluctuaciones procedentes de China y EE. UU.

a- La apuesta por el mercado intrarregional.

Comercialmente, los países latinoamericanos viven históricamente de espaldas los unos a los otros. Los problemas de comunicación (malas o insuficientes infraestructuras) y de logística, así como la poca integración de las economías regionales, muchas de las cuales producen los mismos productos, explican en gran medida este problema. El resultado: América Latina solo exporta en torno al 20 % del total



Fuente: CEPAL

“El nuevo modelo de desarrollo que la región debe diseñar amerita un esfuerzo para crear un espacio regional integrado, con reglas comunes, que facilite encadenamientos productivos”

de sus envíos dentro de la misma región, cifra muy por debajo del 56 % de Asia o el 69 % de la UE.

El comercio intrarregional no puede ser contemplado, como a veces se presupone, como la solución definitiva a muchos de los déficits comerciales regionales. Es, en cambio, una herramienta que ayuda a mejorar el posicionamiento latinoamericano en cuanto a esos intercambios comerciales. Sobre todo porque el comercio intrarregional latinoamericano tiene mucho terreno por delante para crecer al representar solo un quinto del total comercializado, un nivel muy bajo en comparación al registrado entre los países de la UE (que ronda el 70 %), o los asiáticos (55 %). Los países latinoamericanos comercian poco entre ellos y existen pocas empresas integradas en cadenas de valor global. Solo el monto del comercio entre los países centroamericanos ha crecido levemente debido a que la actual crisis/ralentización ha golpeado menos intensamente a esta subregión. Además, Centroamérica ha construido una vasta red de acuerdos de integración con sus principales socios comerciales extrarregionales (los Estados Unidos, la Unión Europea y México), situación que favorece e incrementa el propio comercio entre los países centroamericanos.

El nuevo modelo de desarrollo que la región debe diseñar amerita un esfuerzo para crear

un espacio regional integrado, con reglas comunes, que facilite encadenamientos productivos, favoreciéndose así la diversificación productiva y exportadora. En ese sendero, la región se encuentra obligada a reducir costos y tiempos: costos no arancelarios y el tiempo requerido para llevar a cabo operaciones de comercio exterior con sus vecinos más próximos. El déficit regional en capital físico (transporte, logística y comunicaciones) y las ineficiencias producidas por los largos y complejos trámites administrativos se traducen en esos altos costos no arancelarios para el comercio intrarregional. El resultado es que el costo de comerciar con los Estados Unidos es significativamente menor que el del comercio entre los propios países latinoamericanos, lo cual acaba convirtiéndose en un doble obstáculo: primero para la integración productiva entre las economías regionales; y, en segundo lugar, para su vinculación a las cadenas globales de valor.

Como señala Héctor Casanueva, representante Permanente de Chile en Ginebra ante la Organización Mundial del Comercio:

“Los obstáculos al crecimiento de nuestros intercambios intrarregionales ya no están en los aranceles, sino en lo que se conoce como ‘facilitación de comercio’, un conjunto de políticas, usos, costumbres y prácticas administrativas que o facilitan o atentan, según el caso, la fluidez del comercio de bienes, especialmente

“China se ha transformado, desde finales de los años 90, en un actor clave para el crecimiento económico y comercial de América Latina, en especial para Sudamérica”

transfronterizo, o sea, para países vecinos o cercanos. La integración moderna depende precisamente y en gran medida de ello. Según la OCDE, los principales componentes de una facilitación, con fuerte impacto en el comercio exterior, son la disponibilidad de información, agilidad en la documentación fronteriza, simplicidad y automatización de procesos, la transparencia aduanera y la gobernanza del sistema”.

b-. La diversificación de la relación con China.

China se ha transformado, desde finales de los años 90, en un actor clave para el crecimiento económico y comercial de América Latina, en especial para Sudamérica. A raíz de la entrada en la Organización Mundial de Comercio (OMC) en 2001, China se convirtió en un actor decisivo en la región: entre 2000 y 2014, la participación de China en las importaciones regionales ha pasado de más del 2 % al 17 %, mientras que en el terreno de las exportaciones se ha incrementado del 1 % al 9 %. El periodo de bonanza que ha vivido la región entre 2003 y 2013 se explica, en una parte muy importante, por la emergencia de China, que se ha convertido en socio principal de varios países de gran peso en la región, entre ellos Brasil, Chile, Argentina, México, Perú, Venezuela o Ecuador. El volumen comercial bilateral superó en 2016 los 216.000 millones de dólares (un aumento de casi más

del 90 % con respecto a 2009), aunque el 93 % de las exportaciones correspondían a tan sólo 6 países (Brasil, Chile, Venezuela, México, Argentina y Perú) y Brasil en solitario representaba casi el 40 % de las exportaciones regionales a esa zona y cerca del 46 % de las que tenían como destino final China.

En el ámbito comercial, el flujo de exportaciones e importaciones entre el gigante asiático y los países latinoamericanos se multiplicó por veintidós entre 2000 y 2015, hasta alcanzar un volumen de 250.000 millones de dólares en 2014. China ya ha firmado acuerdos de libre comercio con Chile, Perú y Costa Rica, a los que a medio plazo podrían unirse otros más, mientras en paralelo se abre la puerta para que los países latinoamericanos accedan a la zona de libre comercio asiático proyectada por el Gobierno chino.

“A juzgar por lo que escucho de presidentes y diplomáticos latinoamericanos, Xi ve una oportunidad para incrementar la presencia de China en América latina a pesar de la reciente disminución del comercio y de inversiones bilaterales entre China y América latina... Según me dicen varios diplomáticos, las continuas críticas de Trump a México, su nombramiento del crítico del TLCAN², Wilbur Ross como secretario de Comercio y el anuncio del presidente electo de que anulará el Acuerdo de Aso-

² Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

“China es, junto con la UE, España y EE. UU., la única potencia internacional que posee una clara y coherente agenda hacia América Latina”

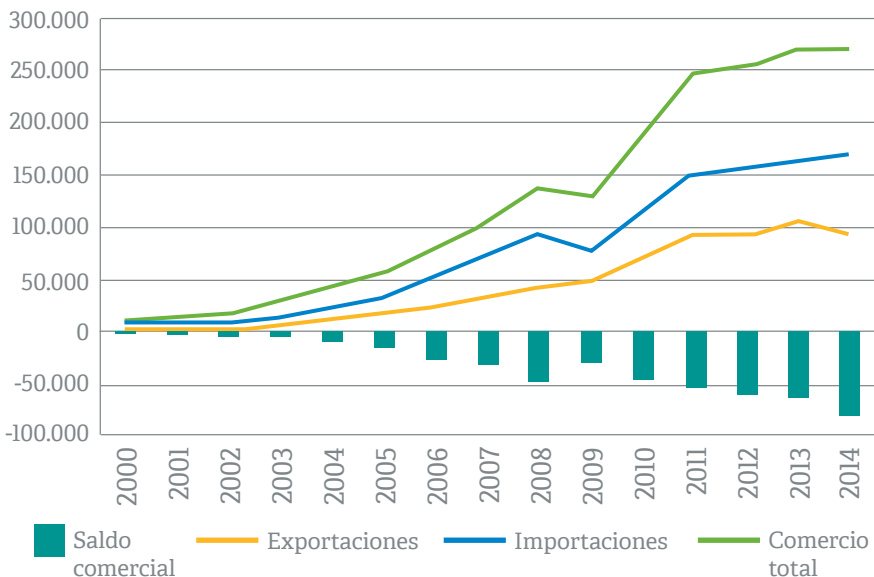
ciación Transpacífico³ con países asiáticos y latinoamericanos serán una oportunidad de oro para China en la región”, señala el analista Andrés Oppenheimer.

Además, China es, junto con la UE, España y EE. UU., la única potencia internacional que posee una clara y coherente agenda hacia América Latina destinada a reforzar, consolidar e impulsar sus vínculos con los países latinoamericanos. Primero fue la publicación del Libro Blanco sobre las relaciones con la región (2008). Esta iniciativa se completó en 2012 con la puesta sobre la mesa de un proyecto de reforzamiento de las relaciones políticas, económicas y de

cooperación que desembocó en la propuesta de un nuevo marco de cooperación para el período 2015-2019, conocido como “1+3+6” (2014). Dicho proyecto fue impulsado por el presidente Xi Jinping, y se enmarca dentro del Plan de Cooperación 2015-2019, donde el “1” se refiere a “un programa”, es decir, elaborar el “Programa de Cooperación China-América Latina y el Caribe para el Período 2015-2019”, basado en un crecimiento inclusivo y en un desarrollo sostenible como objetivo. El “3” son los “tres grandes motores” (el comercial, el de la inversión y el de la cooperación financiera) que deben impulsar la relación. El “6” engloba las seis áreas prioritarias de cooperación para profundizar los vínculos industriales entre China y América Latina y el Caribe: energía y recursos naturales, construcción de infraestructuras, agricultura, manufactura, innovación científica y tecnológica, y tecnología de la información como áreas prioritarias de cooperación para promover el acoplamiento industrial entre China y América Latina y el Caribe.

La ralentización de la economía china, que ha pasado de crecer anualmente entre 9 % y 10 % a hacerlo entre 6 % y 7 %, y el cambio de modelo económico que impulsa el régimen de Pekín, provocan que la relación entre los países latinoamericanos y China se vea abocada a entrar en una nueva fase en la que el vínculo va a seguir siendo muy

Figura 1. América Latina y el Caribe: comercio de bienes con China, 2000-2014 (en millones de dólares).



Fuente: CEPAL

³Ya firmada la retirada de EE. UU., por parte del presidente Donald Trump, el 23 de enero de 2017.

“Las exportaciones latinoamericanas a China están altamente concentradas en pocas empresas y países”

intenso pero claramente diferente. En esta nueva época los países latinoamericanos deben esforzarse en diversificar: en primer lugar, aumentando el número de productos exportados a China cuyo nivel continúa siendo muy bajo en comparación con otros destinos más tradicionales. En segundo lugar, los encadenamientos productivos con China deben centrarse en productos basados en el desarrollo de contenidos tecnológicos.

En tercer lugar, las exportaciones latinoamericanas a China están altamente concentradas en pocas empresas y países, así como en contados productos primarios, lo cual ha propiciado la reprimarización y desindustrialización de la producción latinoamericana: el 75 % del valor exportado por Sudamérica en 2013 fueron materias primas sin elaborar (productos agrícolas, petróleo y minerales). Como ha mostrado la CEPAL, estas cifras varían ya que en el caso del Caribe fue del 60 % y del 45 % para México, único país que vio como aumentaba la participación de los bienes de consumo. Centroamérica exhibe una alta concentración de sus exportaciones en bienes intermedios (60 % en 2013), en especial por las ventas de componentes electrónicos llevadas a cabo por Costa Rica.

Por lo tanto, la nueva matriz comercial y, por ende, productiva de América Latina con respecto a China debe tender, a medio plazo, a sostenerse sobre tres pilares:

1- En el aumento del número de productos, sectores y servicios exportados por los países de la región a China, ya que las exportaciones de la Latinoamérica al área de Asia Pacífico, siguen mostrando un alto grado de concentración en lo referido al origen.

2- Incremento del valor añadido de lo exportado. Los países latinoamericanos deben esforzarse por diseñar políticas públicas que les transformen en socios estratégicos del gigante asiático en nuevos campos, sobre todo los que requieren introducir mayor innovación productiva a lo exportado. En ese campo sobresalen el área agroalimentaria (impulsado por una China más urbanizada que cuenta con una clase media consumidora de productos de mayor calidad) o la turística (la región solo recibe el 0,3 % de un turismo chino que supera los 100 millones de personas).

También es necesario incrementar los flujos de inversión extranjera directa (IED), no solo procedentes del país asiático, sino también de aquellas multilatinas que desean desembarcar en China. Este país ya es el segundo mayor origen de estos flujos a nivel mundial, aunque lejos de Estados Unidos y la UE con una marcada concentración en las industrias extractivas, hidrocarburos y minería. Como señala la CEPAL:

“El vacío que dejarían los EE. UU. de Donald Trump en la región puede ser ocupado por otras potencias”

“La región debería intentar captar una parte mayor de estos flujos, mediante la promoción de una diversificación sectorial más intensa y su encadenamiento con empresas locales. La inversión china podría contribuir a superar los grandes déficits de infraestructura de transporte y logística en América Latina y el Caribe. La reducida participación de la región en las cadenas globales de valor se explica en parte por sus altos costos no arancelarios relacionados con el comercio”.

3- El nuevo marco geopolítico favorece el incremento y diversificación de los vínculos entre América latina y China. El gigante asiático, convertido por mor de los cambios políticos internacionales en un nuevo adalid del libre comercio, aspira a llenar el vacío que los Estados Unidos de Donald Trump dejarían en la región tras salirse del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), y después de conocer cuál va a ser su política con respecto a México sobre todo en lo referente a la renegociación del Nafta. De forma paralela, China impulsa, como alternativa al fenecido TPP, un Acuerdo de Asociación Económica Integral Regional (RCEP) al que podrían vincularse los países de la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Perú y Chile), naciones que estaban altamente comprometidas en el éxito del TPP. Esto, a su vez, tendría un efecto arrastre sobre otras economías regionales como las del Mercosur, en especial en este momento en el que existe un

giro hacia posturas más favorables al libre comercio, como evidencian los casos de Mauricio Macri en Argentina o Michel Temer en Brasil.

Como apunta Jorge Díaz Lanchas, Investigador en Economía Internacional de la Universidad Autónoma de Madrid e investigador asociado al Centro de Predicción Económica (CEPREDE):

“China lleva unos años impulsando la alternativa comercial al TPP a través de un tratado de libre comercio conocido como Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). Este tratado, que incluye a la inmensa mayoría de países del sur de Asia, más India y Japón, supone el mejor mecanismo con el que China pudiese acercarse a Latinoamérica si pretende reducir la influencia estadounidense en dicha región... México bien podría reducir su dependencia de EE. UU., e incluso se vería fortalecido internacionalmente, en un momento en el que además las renegociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA) que parecen atisbarse y que tendrá que afrontar en solitario, pueden resultar duras y muy difíciles para el país”.

Por lo tanto, el vacío que dejarían los EE. UU. de Donald Trump en la región puede ser ocupado por otras potencias. El Gobierno de Pekín no se queda solo en planeamiento teóricos, sino que además está dispuesto a impulsar tratados alternativos,

“A día de hoy, las relaciones entre la Unión Europea y América latina no pasan por su mejor momento”

como el citado Acuerdo de Asociación Económica Integral Regional (RCEP) o el Área de Libre Comercio de Asia y el Pacífico (FTAAP). Además, frente al proteccionismo estadounidense que amenaza con cortar la inversiones hacia Latinoamérica, China ha entrado al mercado petrolero (la empresa estatal China National Offshore Oil Corporation (CNOOC) ha adquirido licencias de explotación en el norte del Golfo de México, a pocos kilómetros de la frontera marítima entre México y Estados Unidos) y ha redoblado su apuesta por las infraestructuras, uno de los talones de Aquiles de la región.

UE COMO ALTERNATIVA A CHINA Y EE. UU.

Las relaciones comerciales entre América Latina y la Unión Europea son de muy larga data. De forma institucionalizada, se remontan a hace casi un cuarto de siglo y han atravesado por momentos de gran optimismo (años 80 y 90), por periodos de agudo estancamiento (en diferentes momentos de la primera década del siglo XXI), renacimientos coyunturales (las cumbres UE-América latina en Viena en 2006 y en Madrid en 2010) y nuevos periodos de pesimismo, como el actual.

En 1999, de la Primera Cumbre de jefes de Estado y de Gobierno de la UE y América Latina y el Caribe salió la Declaración de Río y un Plan de Acción destinados a forjar una “asociación estratégica”.

Entre 2000 y 2002, se firmaron los acuerdos de asociación de la UE con México y Chile, y en 2010 se rubricaron acuerdos de asociación con los países de Centroamérica, Perú y Colombia. Sin embargo, el acuerdo de asociación con Mercosur lleva varado más de tres lustros tras comenzar a negociarse en 2000 y reactivarse los contactos en 2010.

A día de hoy, las relaciones entre la Unión Europea y América latina no pasan por su mejor momento. Tras un periodo de luna de miel (1990-2006), se ha entrado en una época de estancamiento en cuanto al vínculo que une a los dos lados del Atlántico. La UE ha buscado, desde 1994 hasta la actualidad, una forma de relación omnicompreensiva (política, social, comercial, económica y cultural), que no ha evitado que Europa haya ido perdiendo peso e influencia política en la región. De todas maneras, sigue siendo un socio económico importante para América Latina y sobre todo para los países del Mercosur como primer inversor, superando como bloque a Estados Unidos (aunque a escala regional es el tercero tras ser superado por China). Sin embargo, en cuanto al comercio birregional, esos lazos se caracterizan por basarse en el típico modelo consistente en el cual la UE importa materias primas (el 68,2 % del comercio total en 2015), y envía, al otro lado del Atlántico, manufacturas de alto valor agregado. En esa relación, además, la UE sigue situándose muy lejos del volumen de intercambios que

“La UE, que cuenta con una estrategia global para la región desde los años 90, necesita hacer realidad con acciones concretas su apuesta por América Latina”

Estados Unidos mantiene con los países latinoamericanos el cual llega al 44 %. Además, la UE ha visto como China representa ya el 16 % en los intercambios totales con América Latina frente al 14 % de los europeos.

La pérdida de protagonismo y liderazgo de los EE. UU. de Donald Trump, representan una oportunidad para la UE de avanzar en su presencia en la región. Una excelente oportunidad para que México diversifique sus exportaciones, para tener un papel relevante en la nueva economía cubana o para ayudar a la gobernabilidad de una región que vive una situación tan delicada como Centroamérica. Además, la UE se encuentra en una coyuntura inmejorable para impulsar el acuerdo de asociación con Mercosur debido a los cambios que han tenido lugar en ese bloque: Venezuela ha quedado aislada dentro del bloque y predominan Gobiernos proclives a firmar un tratado que acumula más de tres lustros de retraso. El reciente viaje de Mauricio Macri a España, en febrero de 2017, ha constatado el deseo argentino (y del Gobierno brasileño de Michel Temer) de impulsar la firma del acuerdo UE-Mercosur para finales de 2017, durante la reunión de la OMC en Buenos Aires, prevista para diciembre. Esta receptividad sudamericana coincide con la que existe en ciertos círculos europeos. El eurodiputado socialista español, Ramón Jáuregui, en una carta enviada a

la jefa de la diplomacia de la UE, Federica Mogherini, señaló que esta entidad debe aprovechar la posible política nacionalista y proteccionista del republicano para desarrollar una política firme en la región. “La UE estaría en la posición adecuada para aprovecharse y ocupar el vacío reforzando los pilares político, comercial, de desarrollo y social de la Asociación Estratégica Unión Europea-América Latina y Caribe”, comentó Jáuregui. Incluso, Mogherini, de regreso de Washington, ha admitido que las diferencias entre Estados Unidos y la Unión Europea (UE) provocan que América Latina se transforme en una relación estratégica, cada vez más necesaria, para la UE.

La UE, que cuenta con una estrategia global para la región desde los años 90, necesita hacer realidad con acciones concretas su apuesta por América Latina. A finales de 2016 se han dado algunos pasos que van por esa senda. Uno de ellos fue la firma del Acuerdo de Cooperación y Diálogo Político entre la Unión Europea y Cuba, que marca la vuelta a la normalidad en unas relaciones que, desde 1996, estuvieron marcadas por la “posición común”. Además, el 1 de enero de 2017 entró en vigor el acuerdo comercial entre la Unión Europea y Ecuador. Por otra parte, la Unión Europea apoya la paz en Colombia con un fondo fiduciario de 95 millones de euros, que se suma a otros 95 de la

“España (...) posee
vínculos históricos,
culturales, políticos y
grandes inversiones”

cooperación bilateral, y a 400 millones del Banco Europeo de Inversiones. Aún existen varios aspectos a mejorar en la relación entre la UE y América Latina como modernizar el acuerdo global entre México, reformar el acuerdo de asociación con Chile, aplicar de forma integral el acuerdos con los seis países de América Central (Panamá, Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua), o avanzar en la aplicación del acuerdo de cooperación con Cuba.

Como apunta Federico Poli, quien dice que la actual coyuntura geopolítica abre una ventana de oportunidad para la UE, y añade:

“El terremoto Trump, que paralizó las difíciles negociaciones con Europa que se venían desarrollando en el marco del megaacuerdo Transatlántico, echó para atrás el megaacuerdo Transpacífico, que le cercaba a China su patio trasero, y plantea renegociar aspectos sustantivos del Nafta, tal vez abra una ventana de oportunidad al alicaído multilateralismo. Algunos analistas empiezan a plantear que si las reglas al comercio (en particular las normas técnicas, regulaciones y estándares) no se establecen en ámbitos como los megaacuerdos que empujaba Estados Unidos, Japón y Europa, la OMC puede volver a ser el ámbito de discusión y acuerdo de estos temas”.

En la relación con América Latina, la UE adolece, por lo tanto, de un claro déficit de liderazgo. Una

falta de liderazgo y presencia política que podría ser llenada por un país miembro de la UE como es España ya que posee vínculos históricos, culturales, políticos y grandes inversiones. Además, el Gobierno de Mariano Rajoy ha asumido como una apuesta para la actual coyuntura recuperar el protagonismo y el prestigio perdido durante la crisis económica (2008-2013) y la parálisis política (2015-2016) que tuvo al país un año con un Gobierno en funciones. Tanto el nuevo ministro de Asuntos Exteriores, Alfonso Dastis, como el secretario de Estado para América Latina, Fernando García Casas, son unos convencidos de la necesidad de que España tenga mayor protagonismo en la UE (Dastis) y por ende en América Latina (García Casas).

3. CONCLUSIONES

América Latina atraviesa por un periodo de transición y se asoma a un cambio de época en el que debe completar su inserción en la nueva economía digital. Para llevar a cabo esa travesía a través del desierto (de la bonanza de los *commodities* a la adecuación a ese nuevo marco económico y de desarrollo), la región tiene que impulsar profundas reformas estructurales con el fin de cambiar su modelo de crecimiento y su matriz productiva, incluidos los pilares de sus vínculos comerciales. La bonanza de 2003-2013 escondió graves problemas de base (Estados poco eficaces y eficientes para impulsar políticas públicas) y falencias importantes

“La actual coyuntura internacional, marcada por la deriva proteccionista en algunos países, puede verse como una oportunidad para la región”

en ámbitos como el de la productividad y la competitividad, déficits en infraestructuras y en materia educativa, ausencia de innovación y tecnología, y empleo precario e informal. En el terreno comercial, los retos que tiene por delante la región se resumen en dos palabras: flexibilización y diversificación. Es decir, facilitar mediante la utilización de las innovaciones tecnológicas las transacciones e intercambios, aumentando los socios comerciales y lo que se exporta, a fin de eludir la monodependencia en cuanto a mercados y productos.

La actual coyuntura internacional, marcada por la deriva proteccionista en algunos países, puede verse como una oportunidad para la región, más que como un obstáculo. China se muestra más receptiva a incrementar los flujos comerciales y la Unión Europea, golpeada por el *Brexit* y a la espera de lo que ocurra en las elecciones francesas, busca reposicionarse a escala internacional, tras la práctica defunción del acuerdo transatlántico con EE. UU., lo cual supone un incentivo para Europa a la

hora de concluir el siempre complejo acuerdo con Mercosur. En ese contexto, España juega un papel determinante como puente y eje de la triangulación entre la UE y América Latina. Puede cumplir ese papel de medula conectora europeo-americana en varios ámbitos: por ejemplo, como miembro observador de la Alianza del Pacífico, el proceso de integración más innovador y activo a día de hoy. Además, tras la visita de Macri, el Gobierno español se ha comprometido a acelerar las negociaciones entre Mercosur y la UE.

España deberá intentar desarrollar un tratado comercial único, que ante todo fuera efectivo. De esta manera, podría incrementar las oportunidades, y capacidades, de influir como mediador de la relación entre Europa y Latinoamérica. España podría volver a ocupar la presidencia en la Unión Europea durante el segundo término de 2023, y para entonces, si estas oportunidades y capacidades se han alcanzado, el país y Europa estarán ante un futuro más concreto que el actual.

LLORENTE & CUENCA

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio fundador y presidente
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y director general corporativo de Talento, Organización e Innovación
acorujo@llorenteycuenca.com

Carmen Gómez Menor
Directora Corporativa
cgomez@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN AMÉRICAS

Alejandro Romero
Socio y CEO Américas
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García
Socia y COO América Latina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Erich de la Fuente
Socio y CEO Estados Unidos
edela Fuente@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

DIRECCIÓN DE TALENTO

Daniel Moreno
Director de Talento
dmoreno@llorenteycuenca.com

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

Eva Pérez
Gerente de Talento para Norteamérica, Centroamérica y Caribe
eperez@llorenteycuenca.com

Karina Sanches
Gerente de Talento para el Cono Sur
ksanches@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y director general
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero
Socio y director general
gpanadero@llorenteycuenca.com

Barcelona

María Cura
Socia y directora general
mcura@llorenteycuenca.com

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

Madrid

Joan Navarro
Socio y vicepresidente
Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y director senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Jordi Sevilla
Vicepresidente de
Contexto Económico
jsevilla@llorenteycuenca.com

Latam Desk
Claudio Vallejo
Director senior
cvallejo@llorenteycuenca.com

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

Impossible Tellers

Ana Folgueira
Directora general
ana@impossibletellers.com

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

Cink

Sergio Cortés
Socio. Fundador y presidente
scortes@cink.es

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

Lisboa

Tiago Vidal
Director general
tvidal@llorenteycuenca.com

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

ESTADOS UNIDOS

Miami

Erich de la Fuente
Socio y director general
edela Fuente@llorenteycuenca.com

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

Nueva York

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
Directora
agamonal@llorenteycuenca.com

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

MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y CARIBE

Ciudad de México

Juan Rivera
Socio y director general
jriviera@llorenteycuenca.com

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

La Habana

Pau Solanilla
Director general
psolanilla@llorenteycuenca.com

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

Panamá

Javier Rosado
Socio y director general
jrosado@llorenteycuenca.com

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

Santo Domingo

Iban Campo
Director general
icampo@llorenteycuenca.com

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

REGIÓN ANDINA

Bogotá

María Esteve
Socia y directora general
mesteve@llorenteycuenca.com

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

Lima

Luis Miguel Peña
Socio y director general
lmpena@llorenteycuenca.com

Humberto Zogbi
Presidente
hzogbi@llorenteycuenca.com

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

Quito

Alejandra Rivas
Directora general
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
Socio y gerente general
cramirez@llorenteycuenca.com

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

AMÉRICA DEL SUR

Buenos Aires

Daniel Valli
Director general y director
senior de Desarrollo de
Negocio para el Cono Sur
dvalli@llorenteycuenca.com

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

Rio de Janeiro

Maira Da Costa
Directora
mdacosta@llorenteycuenca.com

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

São Paulo

Marco Antonio Sabino
Socio y presidente Brasil
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer
Director general
jcgozzer@llorenteycuenca.com

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



d+i desarrollando
ideas
LLORENTE & CUENCA

Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

Desarrollando Ideas es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe

Desarrollando Ideas.

www.desarrollando-ideas.com

www.revista-uno.com