

Iberoamérica: desafíos en el año del mono

Exportar: una salida para la crisis

Por Antonio López Crespo



ILUSTRACIÓN: MARÍA CECILIA LOZANO

Informe realizado para MARCO TRADE revista por:





Exportar: una salida para la crisis

Ante un panorama económico poco promisorio, el mercado externo se presenta como solución estratégica, no solo coyuntural sino de largo plazo. La clave para la región parece pasar por multiplicar sus exportaciones.

Por Antonio López Crespo

Para los chinos, 2016 es el año del Mono de Fuego. El mono es el noveno de los 12 animales del zodiaco chino y su versión "fuego" no trae buenos augurios: se

corresponde con años especialmente convulsos y difíciles, con cambios inesperados, sólo positivos para aquellos que sean capaces de adaptarse.

Esas predicciones parecen coincidir con las que los organismos internaciona-

Todos coinciden en advertir un panorama económico poco promisorio. Y eso se extiende particularmente a nuestra región, que presenta perspectivas poco halagüeñas.

les hacen para la economía global. Todos coinciden en advertir un panorama económico difícil. Y eso se extiende particularmente a nuestra región, que presenta perspectivas poco halagüeñas.

"Crecimiento demasiado lento por demasiado tiempo"

Así define el Fondo Monetario Internacional (FMI) la actual situación. Tras el debilitamiento de los últimos años, el crecimiento mundial sólo llegará a un 3,4% en 2016 y 3,6% en 2017. El repunte de la actividad mundial será incluso más gradual de lo que se preveía a fines del 2015 (informe "Perspectivas de la economía mundial", WEO, octubre 2015), especialmente en las economías de mercados emergentes y en desarrollo. Para las economías avanzadas, la recuperación será moderada y desigual. Las perspectivas mundiales continúan mos-

trándose en baja y los riesgos están vinculados a lo que ocurre en la economía mundial: **desaceleración generalizada de las economías de mercados emergentes, freno y rebalanco de la economía china, caída de los precios de las materias primas y repliegue paulatino de las condiciones monetarias favorables en Estados Unidos.** “Si estos retos fundamentales no se manejan adecuadamente, el crecimiento mundial podría descarrilarse”, es la advertencia del FMI.

Los analistas del Banco Mundial (BM) coinciden con esas perspectivas: el débil crecimiento de los principales mercados emergentes va a afectar fuertemente el crecimiento mundial en 2016 y 2017. Hay que recordar que el 75% del crecimiento mundial estuvo atado, en los últimos años, a esos mercados que constituyeron la verdadera “locomotora mundial”. **Jim Yong Kim, presidente del Grupo Banco Mundial recomienda a los países en desarrollo “que deben concentrarse en fomentar su capacidad de recuperación ante una situación económica más endeble y en proteger a los más vulnerables. Los beneficios de las reformas de las condiciones comerciales y de gobierno pueden ser cuantiosos y podrían ayudar a compensar los efectos de la lentitud del crecimiento en las economías más grandes”** (informe “Perspectivas económicas mundiales”, WB, enero 2016). Sus proyecciones indican que el crecimiento se desacelerará aún más en China, mientras que Rusia y Brasil seguirán en recesión este año. Sólo la región de Asia Meridional, encabezada por India, presenta un panorama esperanzador, así como los países involucrados en el Acuerdo de Asociación Transpacífico, que podría dar un fuerte impulso al comercio global.

Según Kaushik Basu, vicepresidente y economista en jefe del Grupo Banco Mundial, existe en la actualidad “una mayor divergencia de desempeño entre las economías emergentes”.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la región enfrenta importantes desafíos: **desaceleración china, caída de los precios de las materias primas y problemas en algunas de las principales economías emergentes, lo que condiciona sus**

En el período 2011-2015, los precios de las materias primas que produce América Latina no han dejado de caer (30% en alimentos y casi un 50% en metales y energía (petróleo, gas y carbón).

perspectivas de crecimiento. Y calcula que, en 2016, las economías de América Latina sólo crecerán un 0,2%.

Los grandes bancos y otros centros privados de análisis también comparten ese diagnóstico sobre el complicado panorama mundial y pronostican un tiempo de “vacas flacas” en especial para América Latina. Moisés Naím, director de Foreign Policy, la prestigiosa revista de análisis internacional, incluso va más lejos. Aunque cree que todavía es muy temprano para saber la profundidad de la crisis, afirma: “China lleva tiempo siendo la principal locomotora de la economía mundial. Lo que no sabemos

es si esa locomotora desaceleró o si descarriló. Eso lo vamos a descubrir en los próximos meses” y predice una tormenta económica: “**Creo que América Latina va a tener un período en los próximos años que va a ser peor del que hubo a raíz de la crisis financiera mundial de 2009 (...)** Y concretamente, Venezuela y Brasil serán los más impactados. Pero de una manera u otra, todos los países van a sufrir el impacto de esta convergencia de factores”.

Las razones de la incertidumbre

¿Cuáles son esos factores de incertidumbre? En el curso de los próximos meses, una serie de acontecimientos puede cambiar de manera significativa nuestro entorno político, económico y financiero. Pocas veces se conjugan tantos factores de incertidumbre en un espacio de tiempo tan acotado y en circunstancias económicas tan dificultosas.

El referéndum del Reino Unido acerca de su salida de Europa, la resolución de la crisis griega, las elecciones presidenciales en Estados Unidos, la definición de las tensiones sobre el precio del petróleo, la decisión de la Reserva Federal sobre el alza de las tasas, el redireccionamiento de la economía que se plantea el gobierno chino y la resolución de la crisis de Brasil componen un escenario de incertidumbre

Factores de incertidumbre que golpean a América Latina

- En el largo período 2011-2015, los precios de las materias primas que produce, no han dejado de caer (30% en alimentos y casi un 50% en metales y energía (petróleo, gas y carbón).
- La desaceleración económica mundial impacta sobre sus exportaciones y los países que podrían cambiar esa tendencia no están en condiciones de hacerlo: EEUU porque tiene un déficit fiscal y una deuda que lo condicionan; Alemania porque pide austeridad fiscal a sus socios europeos y asume enormes gastos con su política de refugiados; China porque está concentrada en incentivar su mercado interno.
- El posible incremento de las tasas de interés en EEUU puede tener un impacto fuerte en la región con retracción de capitales que “vuelen” hacia plazas más seguras.
- La crisis de Brasil impacta severamente sobre la economía argentina como destino principal de sus exportaciones, en tanto las mismas casi duplican las compras conjuntas que China y EEUU hacen en ese país.
- El riesgo de un desencadenamiento grave de la crisis institucional y social de Venezuela.
- La reacción social de vastos sectores beneficiados por años de bonanza económica y tracción de las importaciones chinas, acostumbradas a un consumo interno expansivo.

que condicionan la evolución de la economía global en 2016-2017.

América Latina agrega algunos factores de incertidumbre que la golpean especialmente:

a) En el largo período 2011-2015, los precios de las materias primas que producen no dejaron de caer (30% en alimentos y casi un 50% en metales y energía –petróleo, gas y carbón–).

b) La desaceleración económica mundial impacta sobre sus exportaciones y los países que podrían cambiar esa tendencia no están en condiciones de hacerlo: Estados Unidos porque tiene un déficit fiscal y una deuda que lo condicionan; Alemania porque pide austeridad fiscal a sus socios europeos y asume enormes gastos con su política de refugiados; China porque está concentrada en incentivar su mercado interno.

c) El posible incremento de las tasas de interés en Estados Unidos puede tener un impacto fuerte en la región, con retracción de capitales que “vuelen” hacia plazas más seguras.

d) La crisis de Brasil impacta severamente sobre la economía argentina como destino principal de sus exportaciones, en tanto las mismas casi duplican las compras conjuntas que China y Estados Unidos hacen en ese país.

e) El riesgo de un desencadenamiento grave de la crisis institucional y social en Venezuela.

f) La reacción social de vastos sectores beneficiados por años de bonanza económica y tracción de las importaciones chinas, acostumbradas a un consumo interno expansivo.

Buscando una salida

Todos esos datos imponen una reflexión: ¿Cuál es la salida? ¿Qué debería hacerse en nuestra región? Ante la incertidumbre que proyecta el cúmulo de factores añadidos, caben dos respuestas: enojarnos y quejarnos por los malos augurios del año del Mono de Fuego o adaptarnos y tratar de convertir este tiempo de crisis en oportunidad.

Eso es lo que plantea, de algún modo, Daniel Titelman, director de Desarrollo Económico de la CEPAL: “Esta tendencia persistirá en el mediano plazo. América



Las economías de altos estándares de bienestar ciudadano poseen importantes mercados internos.

Latina tendrá que buscar vías alternativas de crecimiento económico (...) Hay desafíos a mediano plazo, como el de hacer un cambio estructural para producir manufacturas con más valor agregado. Pero a corto plazo necesitamos una política fiscal activa y un estímulo a la inversión”.

Potenciar una producción más diversificada y favorecer el consumo interno son dos estrategias concurrentes y necesarias. Pero insuficientes. Las economías internas de los países de menor desarrollo

son, en general, incapaces de sostener los costos de inversión de capital y todo el esfuerzo que requiere la puesta en marcha de un aparato de producción.

El mercado externo se presenta como una salida estratégica, no sólo coyuntural sino de largo plazo. La puerta de salida para la región parece pasar por multiplicar sus exportaciones. En las economías de menor desarrollo, estas representan un medio para generar oportunidades de producción.



Para América Latina y el Caribe es importante incrementar los intercambios con África y el entorno regional.

El acceso a nuevos mercados genera las condiciones que estimulan la instalación, ampliación y desarrollo de estructuras de producción. Son esas mismas oportunidades de exportación las que generan producto interno y permiten que las economías domésticas multipliquen su capacidad de empleo y, por tanto, de consumo. Ello requiere una inteligente labor estatal, una política crediticia que favorezca el desarrollo y una enorme energía creativa de parte de los empresarios de la región, que permita sortear las restricciones de un mundo que crece más lento.

El mercado intrarregional

Es cierto que la experiencia internacional revela que los mercados externos no son fáciles. En especial, los mercados de los países de economías desarrolladas que se muestran selectivos y en cierta medida prejuiciosos ante la posibilidad de abrir sus puertas a productos que provienen de economías menos desarrolladas, que pretenden acceder al gran poder adquisitivo de esos mercados a fin de generar productos de mayor valor agregado y, por tanto, consolidar su proceso de industrialización y desarrollo.

Esas economías de altos estándares de bienestar ciudadano poseen importantes mercados internos y no están dispuestos a

Los países de la Comunidad Andina mantienen un intercambio del 10%, los socios del Mercosur un 15%, Caricom un 19% y el Mercado Común Centroamericano alcanza el 22%.

ponerlos en riesgo abriendo la posibilidad de una competencia que pueda inquietar precios internos que solventan sus elevados niveles de consumo y la renta de sus productores.

Es visible que las estrategias de inserción internacional deben ser múltiples y que los países de Iberoamérica (con la excepción de España, por su nivel de desarrollo), mientras mejoran sus condiciones de acceso a los mercados más desarrollados del mundo, deben redoblar sus vínculos comerciales con aquellos países donde los requisitos de entrada sean menores y cuyas complementariedades signifiquen un aporte al desarrollo mutuo. En esa dirección, para los

países de América Latina y el Caribe es destacable la importancia de incrementar los intercambios comerciales con los países de África y del propio entorno regional y acrecentar sus líneas de cooperación con España.

El mundo camina hacia procesos de integración cada vez más intensos y el comercio intrarregional tiene una significación mayúscula en ellos. Asia Pacífico, bajo el paraguas de la integración China-Asean+4, genera un comercio intrarregional del orden del 58%. La Unión Europea acompaña su proceso de integración con un comercio intrazonal del 66%. El Nafta mantiene niveles de intercambio dentro de la Asociación del 56%. Frente a eso, América Latina –pese a mostrar algunos avances– sólo alcanza a sostener un intercambio intrarregional algo menor al 20% (13% en 1990; 18% en 2008).

Además, existen diferencias significativas entre los distintos bloques internos de la región. Mientras los países de la Comunidad Andina mantienen un intercambio del 10%, los socios del Mercosur un 15%, la Comunidad del Caribe (CARICOM) un 19% y el Mercado Común Centroamericano alcanza el 22%, porcentajes similares a los que muestran las participaciones del intercambio intrazonal de los bloques africanos de la

El comercio intrarregional



66%

Unión Europea

La Unión Europea acompaña su proceso de integración con un comercio intrazonal del 66%.



58%

Asia Pacífico - China-Asean + 4

Asia Pacífico, bajo el paraguas de la integración China-Asean+4, genera un comercio intrarregional del orden del 58%.



56%

NAFTA

El Nafta mantiene niveles de intercambio dentro de la Asociación del 56%.



20%

América Latina

Pese a mostrar algunos avances sólo alcanza a sostener un intercambio intrarregional algo menor al 20% (13% en 1990, 18% en 2008).



Los sectores automotriz y de medicamentos, claves en el comercio intrarregional.

Comunidad de Desarrollo de África Austral (SADC por su sigla en inglés) o de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA).

Las razones para explicar esa baja participación del intercambio regional en el destino de sus exportaciones son consecuencia, en general, de dos condicionantes históricos, marcados por el lugar que los países de la región han ocupado en la división internacional del trabajo como meros abastecedores de materias primas: la dotación factorial y la carencia de infraestructura interna para ese intercambio.

El primer condicionante proviene de una especialización en exportación de bienes de los que se encuentran dotados de manera abundante, en especial las economías sudamericanas. Se sostiene que las ventajas comparativas en actividades intensivas en recursos naturales los inserta en el mercado internacional como abastecedores eficientes y los convierte en competidores en lugar de socios. Y se refuerza el argumento señalando que las estructuras productivas de la región, al carecer de un intercambio intra-industrial –como sí sucede en Europa– están limitadas para el intercambio y la integración debido a los bajos niveles de complementariedad.

El segundo condicionante responde a las dificultades para comerciar, ante la

carencia de una infraestructura regional que responda a sus propios intereses y no al comercio con los mercados extrarregionales. Otra vez aparece aquí el rol histórico de la región como abastecedora de materias primas, lo que condicionó su infraestructura, que fue puesta al servicio del transporte y las vías de conexión con los centros económicos del mundo en los últimos dos siglos.

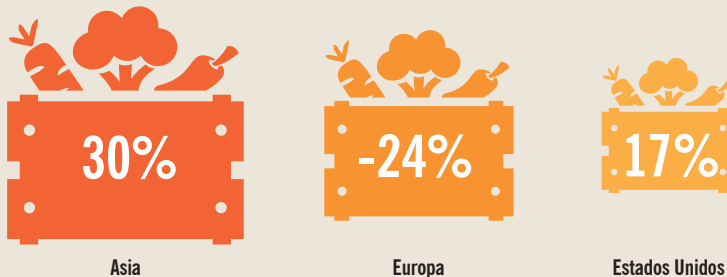
La disponibilidad de financiamiento internacional y de inversiones destinadas a facilitar las conexiones internas entre los países de la región estuvo siempre muy condicionada y fue, por tanto, escasa. De hecho, acuerdos de enorme importancia estratégica para la región como los IIRSA en América del Sur se han visto ralentizados una y otra vez.

Una de las **dificultades** para potenciar el comercio intrarregional es la **carencia de una infraestructura en la región** que responda a sus propios intereses y no al comercio con los mercados extrarregionales. **El rol histórico de la región como abastecedora de materias primas, condicionó su infraestructura**, que fue puesta al servicio del transporte y las vías de conexión con los centros económicos del mundo y no con su propio territorio.

Los argumentos de que la distancia entre los países es enorme, que se requieren grandes inversiones en infraestructura y que estas no parecen justificarse frente a la rentabilidad de las actividades destinadas al mercado extrarregional parecieran sesgados y carentes de perspectiva de largo plazo. **El desarrollo industrial y tecnológico de la región se potencia ante mercados como el intrarregional y el africano, por sus volúmenes y sus menores exigencias.** Dificilmente las economías más desarrolladas del mundo comprenden manufacturas de alto valor agregado a los países de la región y eso ataría su futuro al rol histórico de proveedor de materias primas y limitaría sus posibilidades de desarrollo integral.

El intercambio comercial de bienes con mayor valor agregado genera beneficios en diversos frentes: potencia el acceso a nuevas tecnologías y procesos de producción –sobre todo en los países menos avanzados–, añade *stock* de conocimientos técnicos relacionados con economías de escala, incrementa la rentabilidad y la llegada de nuevas inversiones, favorece la creación de empleo e impulsa a un mejoramiento del nivel de los recursos humanos disponibles. Además, el mercado intrarregional sirve, en general, de campo experimental para la

Principales destinos de exportaciones agroalimentarias de América Latina



Importaciones agroalimentarias

Porcentajes de importaciones agroalimentarias desde fuera de la región.

Bahamas	96%
México.....	91%
Países del Caribe	60-70%
América Central.....	40-50%
Brasil	42%
Ecuador.....	40%
Resto de los países	25-35%

internacionalizar las empresas regionales y sus productos hacia el resto del mundo.

Con ese objetivo, en los últimos años, ha crecido en la región la conciencia de que es imperioso relanzar aquellos proyectos de infraestructura, para reducir las grandes distancias geográficas que actúan como obstáculos para el intercambio intrarregional. Y aquí también la cooperación española, con sus grandes empresas constructoras y energéticas, tiene un rol en el marco de Iberoamérica.

Como se verá al analizar el intercambio de productos alimentarios, aún en el terreno de las materias primas ese intercambio es incrementable, a partir de políticas de integración y cooperación. Pero incluso se verifican cambios positivos en el comercio intrarregional en términos de composición. Los esquemas de integración regional muestran algunos resultados en esa dirección: las exportaciones a los socios en la región presentan mayor participación de manufacturas que aquellas que se destinan al resto del mundo.

Los sectores automotriz, de maquinaria industrial y medicamentos son especialmente relevantes en el comercio intrarregional en el Cono Sur, así como los plásticos, papel, cartón y productos farmacéuticos entre los países de América Central.

Si los países de América Latina logran mejorar su integración y fortalecer el comercio intrarregional, estarían en condiciones de atravesar de manera satisfactoria las restricciones económicas que imponen tanto el descenso de los precios de las materias primas que produce —soja, cobre o petróleo—, como las limitaciones de la demanda china y la crisis europea.

Un ejemplo de ello lo constituye el mercado agroalimentario. En la actualidad, la mitad o más de los países de América Latina y el Caribe son importadores netos de alimentos. Estudios recientes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) revelan que 18 de los 33 países latinoamericanos son importadores netos de alimentos, es decir, que importan más de lo que exportan.

En los últimos años, crece en la región la conciencia de que **es imperioso relanzar aquellos proyectos de infraestructura, para reducir las grandes distancias geográficas que actúan como obstáculos para el intercambio intrarregional.** La cooperación española, con sus grandes empresas constructoras y energéticas tiene un rol en el marco de ese proceso.

Casi todos los países del Caribe están en esa condición e incluso países del potencial agroalimentario de México soportan déficits anuales en su comercio de alimentos (entre 2010 y 2012, por ejemplo, esos déficits significaron un deterioro de más de 3.000 millones de dólares anuales en su balanza).

Sin embargo, la región está en condiciones de satisfacer su demanda de alimentos a través del comercio intrarregional; aún más si se contempla una cooperación positiva con España, en el marco ampliado de Iberoamérica.

Pero, si bien la región hoy produce varias veces más de lo que su población requiere para abastecerse, la carencia de cooperación y de lineamientos estratégicos en esa dirección provoca que buena parte de los alimentos que se consumen en América Latina y el Caribe no provengan de su entorno sino del exterior. Nada menos que el 57% de las compras de alimentos en la región proceden de otras partes del mundo y un tercio de ellos, específicamente de Estados Unidos. Esto pone de manifiesto la existencia de un potencial real para expandir el comercio agro-alimentario intrarregional.

Los porcentajes de importaciones agroalimentarias desde fuera de la región sobre importaciones agroalimentarias totales muestran la dimensión

de las oportunidades que se plantean: casi todos los países del Caribe superan porcentajes entre el 60 y 70%. En México y Bahamas, donde la influencia de Estados Unidos es mayor, esos porcentajes están por encima del 90% (México 91% y Bahamas 96%). Los países de América Central están entre 40 y 50%, rango que también ocupan Brasil (42%) y Ecuador (40%), mientras el resto de los países importan desde fuera de la región entre 25 y el 35%. Las únicas excepciones son Uruguay (19%), Paraguay (17%) y Bolivia (14%).

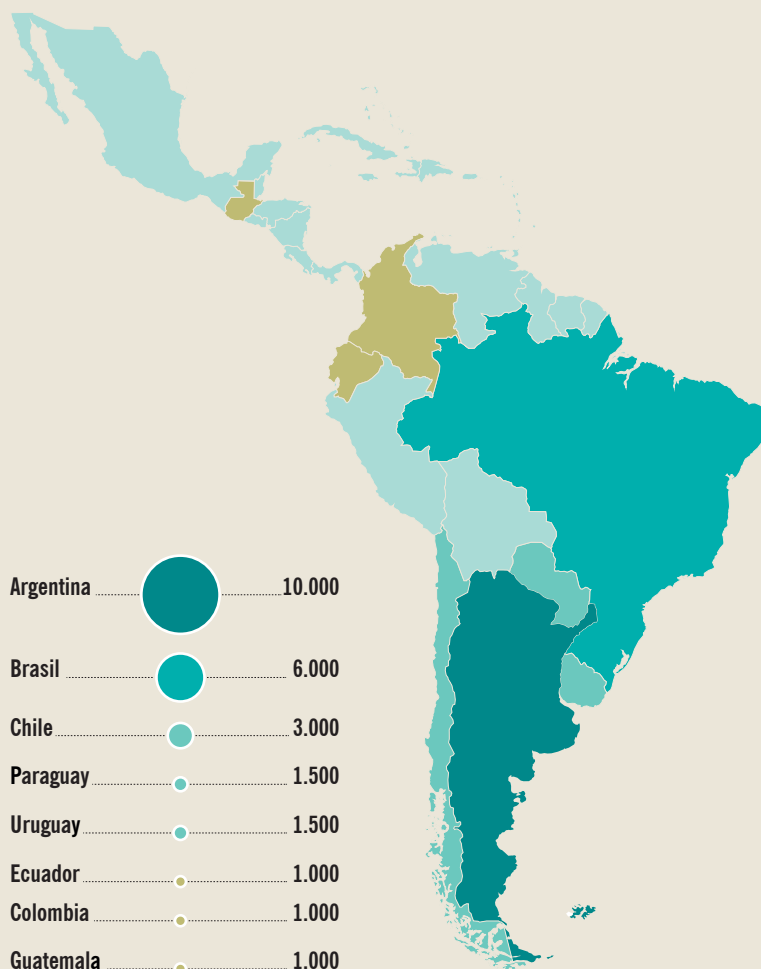
Los principales destinos de las exportaciones agroalimentarias de la región son los mercados asiáticos (en particular China) que absorben casi un 30% del total exportado, seguidos por Europa (menos del 24%), mientras los mercados de Estados Unidos absorben un 17%, una cifra similar al volumen del comercio intrarregional.

Un dato significativo es que la región, en los últimos años –según la FAO–, ha exportado unas tres veces y media más alimentos de los que ha importado. Ello no solo revela el potencial regional en materia alimentaria, del que hemos dado cuenta en un anterior informe (v. *Marco Trade revista* nro. 1, diciembre 2015), sino que implica que podría haber abastecido la totalidad de la demanda regional y aún mantener importantes volúmenes disponibles para exportar hacia otras regiones del mundo.

Pero quizás lo que más sorprenda, al hacer un análisis de las potencialidades del comercio intrarregional en materia de alimentos, es verificar las importantes complementariedades que existen entre los países de Iberoamérica en la materia y los enormes beneficios que un incremento sustantivo permitiría generar.

Si consideramos el monto de los productos que la región importa desde mercados extrarregionales y en los que la región es excedentaria, es decir, exportadora neta, se puede determinar el potencial de sustitución de importaciones extrarregionales por intrarregionales. El estudio de FAO-ALADI estimaba para el período 2010-2012 que ese monto

Principales abastecedores del comercio intrarregional de alimentos



El estudio de FAO-ALADI estimaba para el período 2010-2012 que el monto de los productos que la región importa desde mercados extrarregionales y en los que es excedentaria, es decir, exportadora neta, ascendía a 44.376 millones de dólares –sobre un total de importaciones agroalimentarias extrarregionales de 45.664 millones de dólares–. ¡Es decir casi la totalidad!

ascendía a 44.376 millones de dólares –sobre un total de importaciones agroalimentarias extrarregionales de 45.664 millones de dólares–. ¡Es decir casi la totalidad!

El potencial de sustitución de importaciones extrarregionales por intrarregionales en el comercio agroalimentario puede alcanzar, en algunos países, montos considerables: en México podría significar 20.991 millones de dólares y en Brasil 4.229 millones.

Algunos ejemplos ponen de mani-

fiesto las posibilidades de complementación: **Argentina, Brasil y Paraguay tienen amplios excedentes exportables de maíz, un producto de gran demanda en los mercados de Colombia, República Dominicana, Guatemala, México, Perú y Venezuela.**

Colombia, por ejemplo, importa de Estados Unidos y Argentina el 85% de los 6,2 millones de toneladas de maíz que consume, de lo que dedica un 77% a la industria de alimentos balanceados para consumo animal y una proporción menor para el consumo humano. El 28,5% de todos los alimentos consumidos por Colombia son importados. Hoy las familias destinan un 25% más para atender esas importaciones. Y solo una parte limitada de esas mismas provienen de la propia región.

México, país que fue autosuficiente en el consumo de alimentos hasta hace unas décadas, muestra en la actualidad una importante dependencia en tres de los granos que soportan su pirámide alimenticia. Según un estudio de la Unidad de Tendencias Globales del BBVA, México importa 50,2 de cada 100 kilos de trigo que consume al año; 23,6 de cada 100 kilos del maíz que necesita y 75 de cada 100 kilos de arroz, con un 76% de población urbana, es decir, que no produce suficientes alimentos. Un 43% de los alimentos que consume provienen del exterior, en lo que invierte más de 15.000 millones de dólares para completar la canasta básica, una cifra muy cercana a sus ingresos petroleros.

La situación es definida por la FAO como de vulnerabilidad. Con relación al maíz, según datos del Banco de México, el país produce 21 millones de toneladas al año con requerimientos de importación de 10,5 millones de toneladas para el ciclo 2015/16, que básicamente le compra a Estados Unidos, más unas 500.000 toneladas a Rusia. Según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos, las importaciones mexicanas de maíz representarían una sexta parte del incremento esperado en el comercio mundial de cereales secundarios durante la próxima década.

El caso de Perú es paradigmático: con condiciones aptas para la producción de maíz y capacidad incluso de autoabastecerse, el país produce 1,2 millones de

Tres casos paradigmáticos

Colombia

Según informes técnicos de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), el país sigue comprando sus alimentos en el exterior y, en general, fuera de la región. El caso más insólito es del **maíz**, del que se importan 4,4 millones de toneladas por año, pese a que el país tiene **22 millones de hectáreas aptas para su cultivo y muchos países de la región como excelentes productores excedentarios.**

En importaciones de cereales, Colombia gasta más de 1.500 millones de dólares por año y el 50% de ellas proviene de Estados Unidos. De allí también proceden las harinas, almidones y similares preparaciones por otros 208 millones de dólares.

En 2014, Colombia importó 287 millones de dólares en frutas –melones, manzanas, peras, uvas, duraznos, dátiles, sandías, cerezas y nueces– básicamente desde Estados Unidos, Canadá y España, con un menor porcentaje proveniente de Chile, siendo sus vecinos de América Latina grandes productores de fruta. Situación similar sucede con los **121 millones de dólares que importó ese mismo año en leches, quesos de diferentes tipos, mantequillas, sueros, yogures y preparaciones especiales, huevos y miel**, la mayoría provenientes de Estados Unidos y Holanda, y en menor medida de Argentina y México.

Perú

Junto a la papa y a tubérculos andinos como la oca y la mashua, los cereales conforman una parte sustancial de la dieta de los peruanos y son, con el pollo, principal fuente de calorías y proteínas. Pero **el 60% de las importaciones de alimentos de Perú son cereales.**

El país depende en un 88,7% de las importaciones de trigo, por lo que casi toda la producción nacional pan, fideos, galletas y harinas se hace básicamente de Canadá y Argentina. Otro tanto sucede con el maíz amarillo duro –principal insumo alimenticio de la industria avícola. Sólo la torta de soja, también imprescindible para la alimentación animal, proviene de la región: Bolivia, Paraguay y Argentina abastecen la casi totalidad del millón de toneladas necesarias.



México

México se ubica entre los 15 países que producen más alimentos y ocupa el puesto número 13 como exportador de productos agrícolas. Sin embargo, desde 2011, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) lo señala como el primer importador de alimentos básicos de América Latina.

Desde la entrada al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), México ha importado alimentos por cerca de 250.000 millones de dólares, convirtiéndose en un importador neto. Importa ya el 60% de sus alimentos.

Además de importar 10 millones de toneladas de **maíz**, un grano básico en la dieta mexicana, **importa el 50% del trigo, el 80% del arroz, entre 30 y 50% del frijol y más del 30% de la leche en polvo que demanda la población.**

También provienen del exterior más del 80% de oleaginosas, sorgo y soja destinadas principalmente a la alimentación animal y a la producción de aceites –lo que impacta indirectamente en la producción de huevos, pollo y carne vacuna– y el 95% de los fertilizantes e insumos básicos para la agricultura.

De ese enorme volumen de compras en el exterior, el 80% proviene de Estados Unidos y sólo el 6,1% del resto de los países de la propia región.



América Latina es la primera región del mundo en alcanzar las dos metas internacionales del hambre, reduciendo a menos de la mitad tanto su proporción como número total de personas subalimentadas desde 1990/92.

toneladas de maíz amarillo, pero sus importaciones del mismo producto alcanzaron en 2014 los 2,3 millones de toneladas, de las cuales la mayoría provino de Estados Unidos (1,7 millones de toneladas) y compras menores a Argentina y Brasil. Esas importaciones encarecen su producción de pollos y huevos. Lo mismo sucede con el trigo (importa 1,7 millones de toneladas) y con la torta de soja destinada principalmente al sector avícola y parte al sector ganadero (1 millón de toneladas).

En materia de trigo, México, Chile, Ecuador, Perú, Colombia, y Guatemala son importadores netos y lo compran fuera de la región, siendo que Argentina, Uruguay y Paraguay son exportadores netos de ese cereal y deben venderlo —como sucede con el trigo argentino— en países que implican mayores fletes como Egipto, Indonesia, Corea, Marruecos, Sudáfrica, Vietnam, Italia, Tailandia, etc.

Algo similar sucede con el arroz, un producto del que Uruguay, Argentina, Guyana, Paraguay y Surinam tienen excedentes que venden en diversos países del mundo, siendo que México, Chile, Perú, Venezuela, Jamaica, Honduras y Nicaragua lo importan desde mercados extrarregionales.

Por su parte, España, en el contexto de Iberoamérica, también es exportador neto

de arroz, con exportaciones medias, en las últimas cuatro campañas, de 234.696 toneladas, que destina en un 87% a la Unión Europea.

Es cierto que algo ha mejorado la situación. Los principales abastecedores del comercio intrarregional latinoamericano de alimentos son los países del Cono Sur. Argentina, como principal abastecedor, aporta casi un tercio de las exportaciones agroalimentarias intrarregionales —unos 10.000 millones de dólares anuales), seguido por Brasil, con cerca de 6.000 millones de dólares y Chile, con casi 3.000 millones de dólares. Paraguay y Uruguay superan los 1.500 millones de dólares anuales, mientras Ecuador, Colombia y Guatemala han exportado más de 1.000 millones cada uno hacia el resto de los países latinoamericanos.

La región también significa una parte importante de las compras de productos agroalimentarios: Brasil supone un 18% de las importaciones de alimentos regionales mientras Chile (12%), Venezuela (11%), Colombia (10%), Perú (7,6%) y México (6%) conforman el lote de los principales compradores.

Como se ha señalado, América Latina es un importante productor de alimentos, rico en recursos naturales, agua y tierra, con amplios márgenes para autoabastecerse, aumentar su capacidad pro-

ductiva y consolidar su rol creciente de abastecedor global de productos básicos y alimentos y reserva de recursos naturales. Por tanto, el sector de los alimentos debe ser considerado el basamento del desarrollo de la región y su integración como un instrumento relevante para la consolidación de su posición en los sistemas agroalimentarios globales. Es allí donde España debería jugar un importante rol en materia de cooperación, tecnología e inversiones.

Para la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), favorecer el desarrollo del comercio intrarregional de alimentos contribuiría además a reforzar el Plan de Seguridad Alimentaria, Nutrición y Erradicación del Hambre que se adoptó en la región en la Cumbre de Costa Rica a comienzos de 2015, en tanto podría limitar la fragilidad de los países importadores netos de alimentos frente a alzas inesperadas de los precios internacionales o a caídas del su suministro si los gobiernos de la región se decidieran a potenciar su actual nivel de intercambio alimentario. En esto coincide la FAO, teniendo en cuenta que los principales productos agroalimentarios comercializados entre los países de la región integran la dieta de la población (preparaciones alimenticias, maíz, trigo y otros cereales, carne bovina y preparaciones para uso animal,

pescados, frutas y endulzantes), por lo que el desarrollo del comercio intrarregional de alimentos puede contribuir de forma significativa a la seguridad alimentaria regional.

Debe considerarse, en ese contexto, que América Latina es la primera región del mundo en alcanzar las dos metas internacionales del hambre –la de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y la Cumbre Mundial de la Alimentación–, reduciendo a menos de la mitad tanto su proporción como número total de personas subalimentadas desde 1990/92. Por lo tanto, está en condiciones de potenciar de manera extraordinaria sus intercambios intrarregionales en la materia.

De acuerdo a un estudio realizado por la FAO y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) sobre comercio intrarregional de alimentos, surge con claridad el enorme campo de desarrollo que ofrece la región. Ambas instituciones seleccionaron un grupo de 55 productos que cubren en la práctica casi la totalidad de los alimentos que allí se producen. La participación de las importaciones del conjunto de productos seleccionados sobre el total de las importaciones agroalimentarias oscila entre el 82 y el 95%, con la sola excepción de Paraguay, Belice y Jamaica, en donde esa participación es algo menor (entre 65 y 75%).

Por otra parte, debe señalarse que, aunque el intercambio intrarregional tenga una baja participación en el total de su comercio, un hecho positivo se desprende de su composición, en tanto se concentra mucho más en manufacturas en comparación con lo que la región le vende al resto del mundo.

Lo expuesto muestra la enorme potencialidad de la región para multiplicar sus exportaciones hacia los países que la integran, mientras desarrolla estrategias de inserción internacional, tanto hacia aquellos países donde los requisitos de entrada sean menores (como países de África y algunos de Asia) cuyas complementariedades signifiquen un aporte al desarrollo mutuo, como hacia los mercados más desarrollados del mundo.

En esa tarea, la presencia de España en el concierto de los países de Iberoamérica, por su nivel de desarrollo, puede brindar experiencia, cooperación, tecnología e inversiones que permitan redoblar sus vínculos comerciales con América Latina.

La experiencia de las pequeñas empresas españolas

Durante la crisis económica europea y el cuadro de recesión en España, la debilidad de la demanda interna impulsó a muchas empresas a multiplicar su esfuerzo para lograr nuevos mercados. La decisión fue tan enérgica que el número de exportadores pasó de 100.000 a 150.000 entre 2010 y 2013 y muchos se han convertido en exportadores regulares, que son los que finalmente determinan el crecimiento de las exportaciones de un país. Concretamente, de las 147.731 empresas que exportaron en 2014, fueron exportadores regulares 45.842, lo que supone un notable aumento respecto de los años anteriores: 38.373 en 2012 y 41.168 en 2013. Esto quiere decir que, en dos años, el número de exportadores regulares aumentó casi un 20%.

España, en la última década, gestó un fuerte proceso de internacionalización de sus grandes empresas, incrementando su facturación externa en casi un 25% (63% en 2015 contra 40% en

Ante las dificultades de una caída de la demanda interna que rondaba el 20% y un PBI que se encogía hasta un 7%, la apuesta de las pymes españolas fue comprender que el mercado externo era la salida estratégica de largo plazo.



Acerinox, empresa española de acero inoxidable.

2004), con empresas cuyas exportaciones hoy superan el 90% de su facturación (Gamesa-energía eólica, aerogeneradores; Grifols-suministros hospitalarios y hemoderivados; Acerinox-acero inoxidable) constituyendo ejemplos muy relevantes de inserción internacional.

Pero, si bien ese proceso de incorporación de grandes empresas de España en los mercados globales es reconocido, no acontece lo mismo con las pequeñas empresas españolas. Aunque el 93,8% del grueso empresarial español está formado por microempresas de menos de nueve empleados y el 5,4%, por empresas pequeñas de menos de 49 trabajadores, estos dos grupos también están protagonizando una expansión internacional, que se muestra de manera significativa y constituye un ejemplo para el resto de las pymes iberoamericanas.

Parte de ese fenómeno se asienta en una lectura positiva, por parte de los empresarios, de la crisis europea en general y de la española en particular. Ante las dificultades de una caída de la demanda interna que rondaba el 20% y un PBI que se encogía hasta un 7%, la apuesta de las pymes españolas fue comprender que el mercado externo era la salida estratégica de largo plazo. Y afrontar el desafío, saliendo de lo que había sido una “zona de confort”, que ya no existía como tal. El resultado: un incremento de las exportaciones españolas de casi un 30% entre

Exportar: una salida para la crisis

Iberoamérica: desafíos en el año del Mono



España es hoy el sexto exportador mundial de productos de perfumería y cosmética.

2008 y 2015, aun en medio de la crisis. Y las pymes, como protagonistas de parte de esas exportaciones, pasaron de 39.000 a 46.000 en sólo siete años (2007-2014).

La estrategia de las pymes españolas puede servir de ejemplo para sus hermanas latinoamericanas. Frente al escenario de restricciones que auguran todos los analistas sobre la situación económica de América Latina —una nueva etapa de “vacas flacas”, tras años de expansión—, provocado tanto por la caída del precio de las materias primas alimentarias como por el descenso del precio del crudo y de muchos de los minerales que produce, exportar parece una salida para sus empresas.

Los ejemplos de pymes españolas a destacar son innumerables. El sector de cosmética, que afrontaba un deterioro del mercado interno del 20%, aumentó significativamente sus exportaciones, que hoy alcanzan el 65% del total de la producción. En 2014, el sector de la perfumería y cosmética español alcanzó unas exportaciones récord superando los 3.000 millones de euros, con un crecimiento acumulado del 50% en los últimos cinco años, cifras que predominan sobre sectores emblemáticos como el vino, el aceite o el calzado.

España es hoy el sexto exportador mundial de productos de perfumería y

cosmética. Y la apertura a los mercados externos le ha permitido al sector situar una serie de firmas a escala internacional, como Natura Bissé, Germaine de Capuccini, Montibello, Alqvimia, Bruno Vassari, Ainhoa, Kuwago o Skeyndor. Bruno Vassari, que antes de la crisis vendía el 30% en el exterior, hoy factura fuera de España un 70% (en 45 países). Germaine de Capuccini tiene presencia en 80 países y Natura Bissé exporta casi el 80% de su producción, sobre todo a Estados Unidos, y está presente en cadenas hoteleras como Four Seasons, Ritz-Carlton o Mandarin, en el primer portal *online* de lujo, Net-a-porter, y en prestigiosos almacenes como Barneys, Bergdorf Goodman o Harrod's.

En el sector agroalimentario también se repite el fenómeno: centenares de

La industria agroalimentaria española **está integrada por unas 29.000 empresas, de las que 96% son pymes y genera el 8,9% del PBI.** En el año 2013, las exportaciones agroalimentarias y pesqueras ascendieron a **36.286 millones de euros**, lo que equivale al **15,5% del total de ventas de productos españoles al exterior.**

Crecimiento del número de exportadores regulares en España



pymes decidieron exportar la mayor parte de su producción para superar la crisis, aprovechando el prestigio de los productos españoles en la materia. Según el estudio “Top 50 de la empresa mediana española. Selección de casos de éxito”, el sector alimentario y las actividades asociadas a este han sido las que más éxito generaron, concentrando el 46% de las mejores 50 pymes del país. En ese *ranking*, 11 de las 50 empresas se dedican al procesado y conservación de alimentos.

La industria agroalimentaria española, asentada sobre la producción de aceites, frutas y verduras, carnes, pescados, vinos y cervezas, está integrada por unas 29.000 empresas, de las que 96% son pymes y genera el 8,9% del PBI. En el año 2013, las exportaciones agroalimentarias y pesqueras ascendieron a 36.286 millones de euros, lo que equivale al 15,5% del total de ventas de productos españoles al exterior. Un ejemplo de éxito en el proceso de expansión internacional es el de la empresa Crisolar, la mayor productora española de frutos secos, que ya exporta el 80% de su producción a 20 países.

Mientras en las últimas dos décadas, para las pymes españolas exportar era una opción más, la crisis potenció no sólo la decisión de internacionalizar-



Decenas de empresas de calzado tienen hoy la mayor parte de su facturación en el exterior, como El Naturalista, que llega a 89% y Castañer a 70%.

se sino la aparición de nuevas empresas nacidas con la vocación de salir al mercado internacional. En sectores como el calzado, el fenómeno es muy notable. Empresas como Mus & Roew, nacida a finales de 2012, ya exporta el 90% de su producción. Decenas de empresas de calzado tienen hoy la mayor parte de su facturación en el exterior (El Naturalista, por ejemplo, llega a 89% y Castañer a 70%), generando un incremento de las exportaciones del sector. En 2014, el crecimiento fue del 17% y más de 150 millones de personas en cerca de 180 países calzaron zapatos españoles, por más de 2.640,5 millones de euros.

Pymes como Implaser (señales de seguridad), Llaollao (yogurt helado), Artero (útiles de peluquería), Prematécnica (equipos de energía hidroeléctrica) o Laboratorios Quinton International (farmacéutica especializada en el tratamiento del agua de mar microfiltrada en frío) son algunos de los ejemplos exitosos de empresas españolas en el extranjero.

Y el fenómeno no se ha reducido solo a un sector. Desde empresas de biotecnología como Life Length (análisis de telómeros), o de TICs como Mobivery Teleco (aplicaciones móviles) y Mobile Dreams Teleco (servicios de marketing en

móviles y tabletas) hasta sectores más tradicionales como mármoles (Romanense), porteros automáticos (Fermax), moda (Pronovias), autopartes (Frenos Iruña), farmacéutica (Laboratorio Aldo Unión) y marroquinería (Ubrique bolsos) están exportando entre el 70% y el 90% de su producción y muchos están instalados en decenas de países.

El patrón geográfico de esas pymes exportadoras es similar al de las exportaciones totales españolas, aunque con menos peso relativo en los mercados comunitarios. **Donde se ha concentrado la actividad de las pymes españolas ha sido en los mercados más cercanos como Portugal y Marruecos o con lazos históricos y culturales como con América Latina, teniendo en cuenta las mayores dificultades que enfren-**

ta las pequeñas y medianas empresas para exportar hacia mercados muy lejanos.

El secreto de la “explosión” de las pequeñas empresas españolas en el mercado global no reside tanto en sus costes como en su capacidad competitiva para ocupar nichos de mercado muy específicos, dominando el diseño y la elaboración de productos muy concretos e innovadores: Laboratorio Aldo-Union (primera empresa mundial en comercializar como especialidad farmacéutica la sulfadiacina de plata en crema y aerosol), Zitron (construcción de ventiladores para túneles axiales para el transporte y la minería en 82 países), Biokit (desarrollo de reactivos para el diagnóstico in vitro de diferentes enfermedades en laboratorios y hospitales en 100 países), Zumex Group (líder mundial en diseño y fabricación de maquinaria para exprimir frutas y verduras), etc.

El fenómeno constituye un buen ejemplo para las pymes y los gobiernos de América Latina: exportar puede ser la puerta de salida ante una nueva etapa de crisis. Requiere decisión y creatividad de sus empresarios y, sobre todo, planificación estratégica de la internacionalización por parte del sector público. ●

El fenómeno de **internacionalización** constituye un buen ejemplo para las pymes y los gobiernos de América Latina: **exportar puede ser la puerta de salida ante una nueva etapa de crisis.** Requiere **decisión y creatividad** de sus empresarios y, sobre todo, **planificación estratégica** por parte del **sector público.**

Potencial del comercio intrarregional de alimentos en América Latina

57% de los alimentos importados en América Latina provienen de otras regiones del mundo – principalmente de Estados Unidos–, aunque esta demanda podría ser cubierta por productores regionales.

■ Maíz

Argentina
Brasil
Paraguay



podrían cubrir la demanda de



México
Colombia
Perú
Venezuela
Guatemala
República Dominicana



■ Arroz

Uruguay
Argentina
Guyana
Paraguay
Surinam



podrían cubrir la demanda de



México
Chile
Perú
Venezuela
Jamaica
Honduras
Nicaragua



Fuente: Elaboración FAO RLC a partir de GTA, ITC y WITS.

La región significa una parte importante de las **compras de productos agroalimentarios**: **Brasil supone un 18% de las importaciones de alimentos regionales** mientras **Chile (12%), Venezuela (11%), Colombia (10%), Perú (7,6%) y México (6%)** conforman el lote de los principales compradores.

Trigo

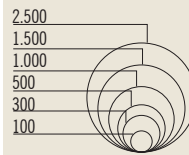
Argentina
Uruguay
Paraguay

podrían cubrir la demanda de

México
Perú
Colombia
Chile
Ecuador
Guatemala



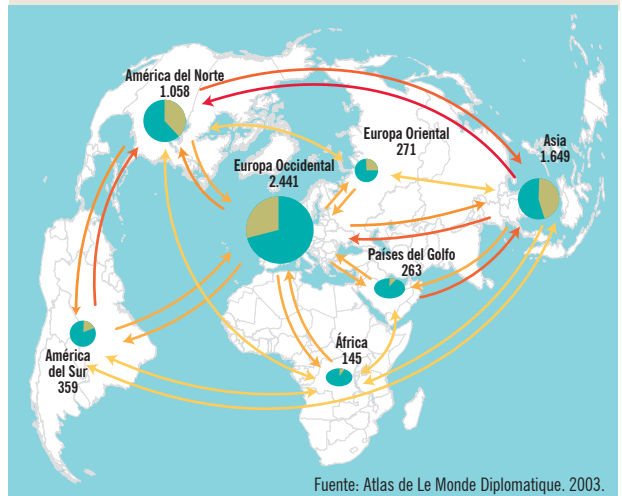
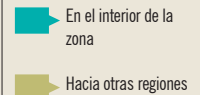
Comercio de mercancías
(en miles de millones de dólares)



Flujos comerciales entre regiones (en miles de millones de dólares)



Porción de los intercambios comerciales



Principales importaciones intrarregionales agroalimentarias de América Latina y el Caribe

(en miles de millones de dólares, a partir de promedios 2010-2012)

Los principales productos agroalimentarios comercializados entre los países de la región fueron preparaciones alimenticias, maíz, trigo y otros cereales, pescados, carne bovina y preparaciones para uso animal, así como frutas y endulzantes. La mayoría coincide con rubros importantes por su aporte calórico a la dieta, por lo que el desarrollo del comercio intrarregional de alimentos puede contribuir de forma significativa a la seguridad alimentaria de la región.

