

América Latina es un jugador insignificante del comercio global

La cordillera más larga del mundo y la selva tropical convierten en todo un desafío el intercambio entre los países, advierte el semanario británico.

Siga a un camión cargado de autos de fabricación brasileña mientras recorre las curvas cerradas del Paso Internacional Los Libertadores hacia Chile y verá claramente los desafíos del comercio en América Latina. El camión se detiene cuatro veces mientras los obreros reparan la carretera; la nieve, el hielo y las avalanchas pronto volverán a destrozarla. Los retrasos son tan largos que los conductores se bajan a fumar, contemplando las cumbres circundantes. Según un funcionario de fronteras, se produce al menos un accidente a la semana. Se trata del paso comercial más transitado entre Argentina y Chile, pero el hielo traicionero hace que en invierno solo funcione 12 horas al día. Durante unos 40 días al año, cubierto de nieve, se cierra por completo.

El comercio internacional de América Latina, medido como exportaciones más importaciones en porcentaje del PIB, ha aumentado en las dos últimas décadas, pero sigue estando por detrás de la mayoría de los mercados emergentes. Si se excluye la superpotencia manufacturera de México con la exportación a Estados Unidos, el panorama es aún peor. En Sudamérica, el comercio de bienes representa menos del 30% del PIB. En otros mercados emergentes ronda el 50%.

Los países latinoamericanos son aún peores en el comercio entre sí. La región es mucho más rica que el África Subsahariana, pero el comercio intrarregional apenas representa el 7% del PIB en ambos lugares. Si se mide de otro modo, solo el 14% del comercio total de bienes de América Latina se produce dentro de la región, la cifra más baja del mundo.

El escaso comercio, en general, es un problema. Los lugares más ricos tienden a comerciar más y el comercio internacional ha sido

un potente motor de desarrollo en todas partes, desde Europa hasta Asia. Sin embargo, es discutido si el bajo comercio regional es preocupante. Más allá de México, el crecimiento comercial de América Latina en los últimos años se ha basado en la creciente demanda china de materias primas como el cobre, la soja y el litio. Muchos gobiernos siguen deseando centrarse en esa oportunidad, más que en impulsar el comercio con sus vecinos. Pero la tensa relación entre Estados Unidos y China supone un riesgo. Si las tensiones en torno a Taiwán se recrudecen, por ejemplo, América Latina podría tener dificultades para mantener relaciones comerciales con sus dos socios más importantes.

Algunos latinoamericanos ven una oportunidad para el *nearshoring*, la idea de que las empresas multinacionales puedan ampliar su producción en la región para evitar la exposición a China. Janet Yellen, secretaria del Tesoro estadounidense, habla de "enormes beneficios potenciales". Es optimista. Hasta ahora hay pocos indicios de una oleada de inversión extranjera. Aparte de México, las exportaciones a Estados Unidos se mantuvieron estables el año pasado. Si la deslocalización está en marcha, pero aún no se refleja en las estadísticas de exportación, cabría esperar un aumento de la inversión extranjera directa. Esto tampoco está ocurriendo. Como porcentaje del PIB, la inversión extranjera directa no es perceptiblemente superior a la media a largo plazo en la mayor parte de América Latina. Compárese con el Sudeste Asiático, que también intenta beneficiarse de las empresas queuyen

de China, donde la inversión extranjera directa está aumentando.

Impulsar el comercio intrarregional podría proteger a las economías latinoamericanas de la ralentización de la demanda china y de las tensiones entre superpotencias. También podría contribuir a que América Latina fuera más competitiva a escala mundial. Si las piezas y los productos pudieran fabricarse en las partes de la región donde resultara más barato hacerlo, y luego comercializarse, combinarse y venderse, formarían las llamadas cadenas de valor regionales e impulsarían las exportaciones. ¿Por qué, entonces, los países latinoamericanos comercian tan mal entre sí?

Algunas razones son estructurales. "No comerciamos entre nosotros porque queremos consumir cosas que no producimos", afirma Ricardo Hausmann, de la Universidad de Harvard. El escaso comercio intrarregional se debe, en parte, a la incapacidad de fabricar productos sofisticados. Peor aún, los países latinoamericanos suelen producir las mismas cosas: materias primas. La mayor exportación de Chile es el cobre. La de Perú también. Ninguno de los dos va a vender mucho al otro. La geografía también importa. Sudamérica ocupa casi 18 millones de kilómetros cuadrados, cuatro veces la superficie de la Unión Europea. La cadena montañosa más larga del mundo y la selva tropical más extensa hacen que gran parte del continente sea intransitable, salvo para los cóndores y los jaguares.

Estos factores limitan el potencial del comercio intrarregional, pero solo explican parcialmente su escasez. El FMI estima que el comercio de bienes latinoamericano es un 40% inferior a lo que cabría esperar si se compara con otras partes del mundo con desafíos económicos y geográficos similares. La similitud de las costas de exportación de los países explica la mayor parte de la diferen-

cia, pero las exportaciones pueden cambiar, y, de hecho, cambian con el tiempo.

El comercio intrarregional podría mejorar si los gobiernos se ocuparan de lo básico. La construcción de mejores infraestructuras aliviaría los dolores de cabeza de la geografía. Argentina, por ejemplo, ocupa el puesto 73 en el índice de rendimiento logístico del Banco Mundial, que mide de la calidad de la infraestructura física y la eficiencia aduanera. El FMI estima que reducir a la mitad la brecha entre las infraestructuras de América Latina y las de los países ricos podría aumentar las exportaciones en un 30%.

Base Aconcagua

Cada pocos años resurge la idea de excavar un largo túnel a través de los Andes. Pero sigue siendo una quimera. Mientras tanto, camioneros como Ricardo Emmanuel, un argentino de 38 años, siguen transportando mercancías por rutas peligrosas y lentas. "Por ese lado nunca se repara", se queja, señalando la carretera hacia Argentina desde lo alto del Paso Internacional Los Libertadores. Elogia el elegante complejo aduanero chileno situado en lo alto de los Andes, pero dice que los argentinos a veces solo abren uno de sus muchos puestos de control, lo que retrasa el paso de los camiones. ¿Por qué? "No quieren trabajar", grita frustrado.

Una mejor política comercial también ayudaría. A primera vista, todo parece ir bien: casi el 90% del comercio intrarregional ya está libre de aranceles. Pero esas cifras engañan. Hay dos grandes problemas. En primer lugar, no existe un acuerdo comercial preferencial entre México, la segunda economía de la región, y Brasil y Argentina, la primera y la tercera. En segundo lugar, gran parte del libre comercio se basa en una maraña de acuerdos bilaterales. Esto es importante porque la mayoría de esos acuerdos empujan a los productores a utilizar insumos casi exclusivamente de su país de origen, en lugar de terce-

ros países potencialmente más baratos de la región. "Esto supone un enorme impedimento para la creación de cadenas de valor regionales", afirma Antoni Esteveordal, de la Universidad de Georgetown. Calcula que las normativas equivalen a un arancel adicional de aproximadamente el 15%.

Algunos líderes latinoamericanos simplemente no quieren un comercio más libre. Brasil y Argentina son los dos mercados emergentes más proteccionistas del mundo, afirma Marcel Vaillant, de la Universidad de la República de Uruguay. Con más de 200 millones de habitantes, Brasil es el mayor mercado del continente, pero el proteccionismo hace que muchas empresas latinoamericanas vean limitadas sus ventas en el país. Argentina gravita actualmente con un impuesto del 17,5% las compras de divisas para la mayoría de las importaciones. Además, grava directamente gran parte de sus exportaciones. (Los impuestos a la exportación también son populares en Kazajstán, pero se consideran una locura en los países ricos). Las barreras no arancelarias abundan en toda la región. Los productores chilenos de todo tipo de productos, desde paltas hasta salmón, tienen que realizar procesos de seguridad alimentaria independientes para cada mercado al que exportan. "Es tiempo y dinero", señala Ignacio Fernández Ruiz, director de ProChile, la agencia de promoción de las exportaciones del país.

Este proteccionismo también ha echado por tierra las grandes esperanzas puestas en Mercosur, la unión aduanera entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En su lugar, cuenta con elevados muros arancelarios hacia el mundo y está plagado de barreras internas. El Mercosur impulsó brevemente el comercio entre sus miembros, pero ahora el comercio dentro del grupo no es mejor que entre otros países de la región. El comercio entre Mercosur y el resto de América Latina es miserablemente bajo.

La volatilidad política es otro

dolor de cabeza. La Alianza del Pacífico, un acuerdo de libre comercio entre Chile, Colombia, México y Perú, fue lanzada por cuatro líderes de centroderecha en 2011. Esperaban que fuera un modelo de cómo la integración regional podría impulsar también el comercio mundial. Pero la elección de líderes de izquierdas en Colombia, Chile y México minó el impulso de la organización. México se negó a traspasar el liderazgo rotatorio de la Alianza a la Presidenta de Perú, Dina Boluarte, alegando que su nombramiento era ilegítimo tras tomar el relevo de su predecesor, sometido a juicio político. La Alianza del Pacífico se encuentra en su punto más bajo desde su fundación, afirma Felipe Lopeandía, antiguo negociador comercial jefe de Chile, ahora en la consultora Deloitte.

Aun así, es más fácil solucionar estos problemas que mover los Andes. E incluso los dos impedimentos estructurales al comercio dentro de América Latina —la geografía y el hecho de que sus países produzcan bienes similares— parecen diferentes desde la perspectiva de la parte del comercio mundial que se está expandiendo más rápidamente: los servicios. El Amazonas no impide a las consultoras ecuatorianas vender asesoramiento en Brasil. Para las empresas chilenas de ingeniería minera, el hecho de que Perú también produzca cobre es una gran oportunidad. El comercio intrarregional de servicios en América Latina es aún escaso, pero el potencial es evidente.

Las exportaciones de servicios de Chile también son pequeñas, pero el año pasado crecieron un 51%, sobre todo dentro de América Latina. El potencial de crecimiento entusiasma a Fernández Ruiz, que ha reunido a docenas de grandes empresas de toda América Latina con proveedores de servicios chilenos. No es la primera vez que la región aprende de un Chile favorable al comercio.

Artículo traducido del inglés por El Mercurio Inversiones.

