

Perspectivas del Comercio Internacional



El comercio de América Latina y el Caribe vuelve a crecer, pero se requieren políticas públicas activas para avanzar hacia una mayor diversificación exportadora

Tras crecer en promedio sólo 2,2% anual en volumen entre 2012 y 2016, el comercio mundial de bienes muestra una leve recuperación. Se proyecta una expansión del 3,6% en 2017, impulsada por un mayor crecimiento del producto en los Estados Unidos, la zona del euro y China. Sin embargo, el dinamismo del comercio sigue siendo muy inferior al de la precrisis (cuando creció 6,3% anual entre 2000 y 2007), dada la fuerte incertidumbre que enfrenta la economía mundial en los planos macroeconómico, tecnológico y geopolítico.

El comercio de América Latina y el Caribe también se recupera, tras cuatro años consecutivos de caídas del valor de sus exportaciones e importaciones.

Mensajes claves

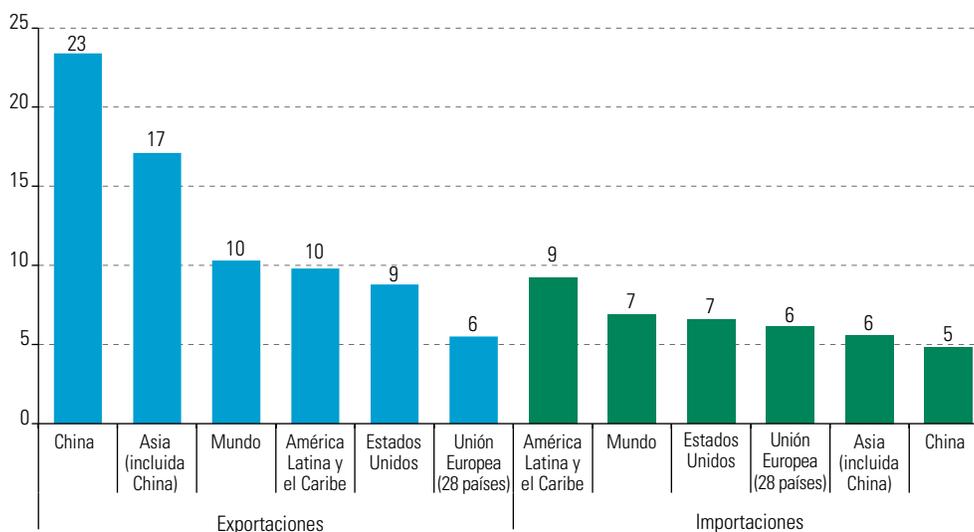
- El comercio de América Latina y el Caribe vuelve a crecer en 2017, tras cuatro años consecutivos de caídas del valor de sus exportaciones e importaciones. La recuperación se apoya en el mayor dinamismo de la demanda agregada en sus principales socios comerciales y en la propia región, y en los mayores precios de los combustibles y minerales.
- La región es un exportador marginal de servicios, y particularmente de servicios modernos.
- En el sector agropecuario, la región es un proveedor mundial relevante, pero su canasta exportadora está dominada por los productos básicos.
- Para aumentar las exportaciones regionales de servicios modernos y elevar la sofisticación de los envíos agropecuarios se requieren políticas públicas activas, apoyadas en alianzas público-privadas.

La CEPAL proyecta que el valor de los envíos regionales al mundo crezca 10% en 2017. Dicha expansión se explica principalmente por los mayores precios de la canasta exportada, los que crecerían 6,5%, influidos por las fuertes alzas del petróleo y los metales. El volumen exportado, por su parte, aumentaría en 3,5%. El valor de las importaciones regionales también se expandiría en 2017 (7%), si bien el volumen importado crecería solo 2%. Junto con el mayor dinamismo de la demanda agregada en algunos de sus principales socios, el comercio de América Latina y el Caribe se ha

beneficiado de la recuperación del crecimiento en la propia región, tras dos años de recesión, y del levantamiento de barreras comerciales en algunos países.

La recuperación de las exportaciones regionales estará liderada por los envíos a China, en gran medida por el aumento del precio de los metales y minerales, que tienen un alto peso en los envíos a ese país. En cuanto a las importaciones, el mayor dinamismo se observará en las compras desde la propia región (gráfico 1).

➤ **Gráfico 1.** América Latina y el Caribe: variación proyectada del valor del comercio de bienes con respecto al año anterior, por socios, 2017 (En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los bancos centrales, oficinas de aduanas e institutos de estadísticas de los países.

El comercio intrarregional también se recupera en 2017, con una expansión proyectada de su valor del 10%.

El peso de las exportaciones intrarregionales en los envíos totales de bienes al mundo se mantendría en 17%, lejos de su máximo de 22%, alcanzado en 1994. Esto pone de relieve la urgencia de profundizar la integración regional, más aún considerando el reciente giro de la política comercial de los Estados Unidos y la incertidumbre asociada a la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En efecto, el intercambio intrarregional se caracteriza por un patrón favorable a la diversificación productiva: el mercado regional es aquel al que se exporta un mayor número de productos, y es el principal destino para las exportaciones manufactureras de un gran número de países de América Latina y el Caribe (en muchos casos concentrando más del 50% del total). La región es también el espacio

natural para la internacionalización de las pymes. Sin embargo, el comercio intrarregional sigue estando sujeto a fuertes barreras, principalmente no arancelarias (cuotas, licencias no automáticas de importación, barreras informales, entre otras). En promedio, las barreras no arancelarias aplicadas en la región equivalen a un arancel del 25%, casi nueve veces el valor medio de los aranceles aplicables al comercio intrarregional (2,9%).

Los sectores del comercio internacional de la región que requieren una mayor diversificación son los servicios y el comercio agropecuario.

En el comercio mundial de servicios, la región es un participante marginal. En 2016, su participación en las exportaciones mundiales de servicios fue apenas de 3,1%, comparada con casi 6% en las exportaciones mundiales de bienes. Su cuota es aún más baja (1,8%) en las exportaciones mundiales de servicios modernos, es decir, aquellos que

El comercio exterior de América Latina y el Caribe muestra signos de recuperación, tras haber registrado un desempeño negativo durante el cuatrienio 2012-2016. En 2017 se proyecta un aumento del 10% del valor de las exportaciones regionales de bienes.

utilizan intensivamente las plataformas digitales (servicios empresariales, legales, financieros, profesionales, entre otros). Mientras los servicios modernos representan la mitad del valor de las exportaciones mundiales de servicios, su peso en los envíos de servicios de la región es menor al 30% (gráfico 2). Solo dos países de la región tienen un superávit en el comercio de servicios modernos: Costa Rica y Panamá. Mientras el primero se ha especializado en las exportaciones de servicios informáticos y otros servicios empresariales intensivos en capital humano, el segundo tiene una fuerte especialización en servicios financieros.

Revertir la débil inserción regional en el comercio de servicios requiere políticas activas y estrategias público-privadas. La disponibilidad de capital humano es uno de los principales factores determinantes del éxito de las exportaciones de servicios modernos, por lo que se requiere adaptar programas educativos y de capacitación a las necesidades del sector. Contar con un ecosistema digital bien desarrollado también es crucial para el desarrollo y la exportación de servicios modernos. Por su parte, las exenciones tributarias son un instrumento importante para atraer a las empresas multinacionales y generar plataformas exportadoras de servicios. Por último, se requiere impulsar con fuerza la integración regional en el comercio de servicios, especialmente ya que la región es el principal destino para muchos exportadores de servicios de América Latina y el Caribe.

América Latina y el Caribe es una región exportadora neta de productos agropecuarios. El peso de dicho sector en sus exportaciones totales de bienes aumentó del 17% en 2000 al 26% en 2016. La participación de la región en las exportaciones agropecuarias mundiales también ha aumentado, del 10% en 2000 al 13% en 2015. Esta última cifra duplica con creces la participación regional en las exportaciones mundiales del conjunto de todos los bienes, que en 2015 llegó al 5,6%.

Asia ya es el principal destino de las exportaciones agropecuarias de la región, con una participación del 35%. Le siguen los Estados Unidos (22%), la Unión Europea (18%) y la propia región (16%). Por su parte, los Estados Unidos son el principal proveedor de productos agropecuarios de la región, con una participación del 43%; les sigue la propia región, con el 33%. Los Estados Unidos son el mayor abastecedor de México y el Caribe, mientras que en el caso de América del Sur el principal proveedor es la propia región. En Centroamérica, ambos proveedores tienen participaciones similares.

Mapa 1. Variación proyectada del valor de las exportaciones de bienes, 2017 (En porcentajes)

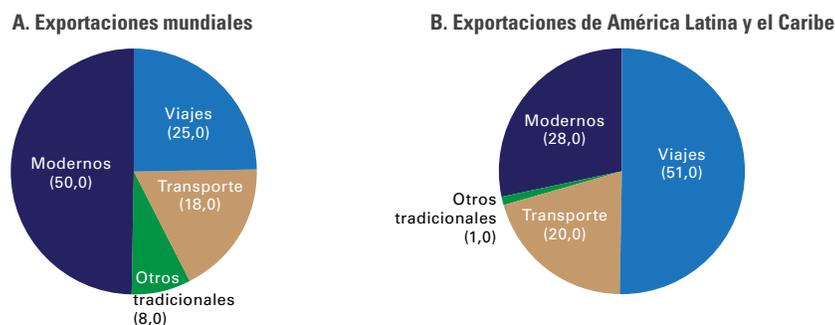


Fuente: CEPAL, sobre la base de información oficial de los bancos centrales, oficinas de aduanas e institutos de estadísticas de los países.

En el último decenio, América del Sur ha originado, en promedio, el 80% del valor de las exportaciones agropecuarias de la región, México el 11%, Centroamérica el 7% y el Caribe solo el 1%. En el mismo período, América del Sur ha concentrado, en promedio, el 45% del valor de las importaciones agropecuarias regionales, México el 35%, Centroamérica el 15% y el Caribe

el 5%. América del Sur exhibe un amplio superávit agropecuario con el mundo, al igual que Centroamérica (aunque de magnitud mucho menor). México y el Caribe presentan una posición deficitaria. En el bienio 2015-2016, el Brasil y la Argentina representaron el 53% de los envíos totales agropecuarios de la región y el 83% de su superávit comercial en dicho sector.

Gráfico 2. Mundo y América Latina y el Caribe: principales categorías de exportación de servicios, 2016 (En porcentajes)

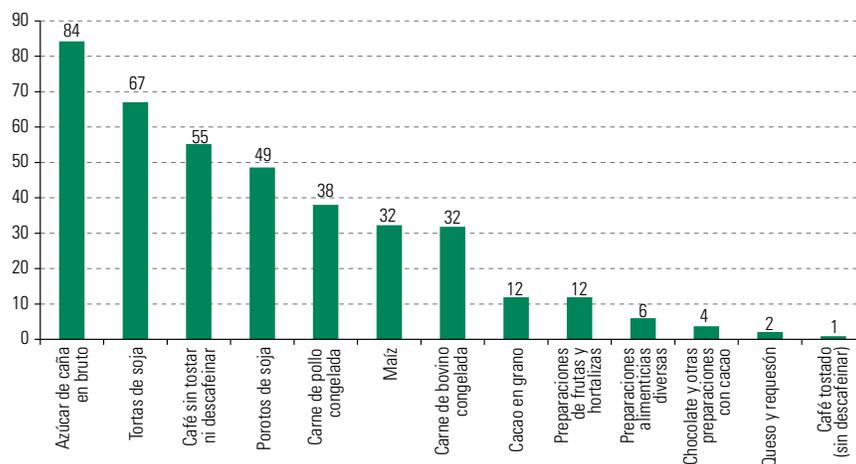


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Organización mundial del Comercio (OMC), Statistics database.

En el mismo año, el Brasil fue el primer exportador agropecuario mundial y la Argentina el segundo, en términos netos (considerando sus superávits comerciales).

En la canasta exportadora agropecuaria de la región predominan los productos básicos. El peso de los productos del complejo de la soja —porotos, tortas y aceite en bruto— aumentó del 14% al 22% del valor exportado total entre 2000 y 2016, como consecuencia de la alta demanda de China y del resto de Asia. Entre los mercados más relevantes, el que registra la mayor concentración por productos es China. Le sigue la Unión Europea, mientras que los envíos a los Estados Unidos y a la propia región están significativamente más diversificados. América Latina y el Caribe es un proveedor mundial muy relevante de varios productos agropecuarios básicos como el azúcar de caña en bruto, los porotos y tortas de soja y la carne de pollo congelada, entre otros. Por el contrario, la región tiene un peso muy limitado como proveedor de productos procesados (véase el gráfico 3).

Gráfico 3. América Latina y el Caribe: participación en las exportaciones mundiales de productos agropecuarios seleccionados, 2016 (En porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de Centro de Comercio Internacional (CCI), base de datos Trade Map.

Repensando las estrategias para añadir valor agregado a la canasta exportadora

Para elevar el valor agregado y el contenido de conocimiento de la canasta exportadora regional, resulta imperativo generar condiciones propicias para procesar en la región aquellos productos que hoy se exportan casi exclusivamente en forma bruta. Asimismo, es indispensable desarrollar atributos diferenciadores que permitan alcanzar mayores precios en los mercados mundiales, como calidad, marca, trazabilidad, inocuidad, propiedades beneficiosas para la

salud y certificaciones internacionales. Para todo ello se requieren políticas públicas activas y coordinadas en materia de comercio, ciencia, tecnología e innovación, promoción de la asociatividad, propiedad intelectual, financiamiento y educación y capacitación, entre otras áreas. Estas políticas tendrán un mayor impacto en la medida en que sean el resultado de un diagnóstico compartido entre los sectores público y empresarial.