

# Hacer lo CORRECTO

*Augusto de la Torre, Daniel Lederman y Samuel Pienknagura*

**Si América Latina recurre al comercio para reforzar su crecimiento, debe encontrar la estrategia correcta**

**A** MEDIDA que el último período de crecimiento relativamente alto en América Latina y el Caribe queda en el olvido, la larga historia de fracasos de la región en su intento por alcanzar el nivel de vida de los países de alto ingreso vuelve a acecharla.

En efecto, desde hace más de un siglo el ingreso per cápita de la región (en adelante, América Latina) ha rondado el 30% del ingreso de Estados Unidos. Así que no sorprende que el reto de estimular el crecimiento con equidad social sea ahora central en el debate de políticas. Las autoridades están prestando más atención al comercio internacional como fuente posible de crecimiento y, en particular, al papel de la integración comercial regional. Por ejemplo, un objetivo de la Alianza del Pacífico, la iniciativa de integración de 2012 entre Chile, Colombia, México y Perú, fue “impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de sus países miembros”.

En este esfuerzo de integración tuvo gran influencia el éxito de la región de Asia oriental

y el Pacífico (en adelante, Asia oriental), donde se observa un estrecho vínculo positivo entre el aumento del comercio intrarregional, el crecimiento de las exportaciones al resto del mundo y la convergencia hacia los niveles de vida de los países de alto ingreso.

Pero creemos que la clave del crecimiento de Asia oriental no es la integración regional por sí sola, sino la forma de llevarla a cabo. En esta región, el vínculo entre el comercio intrarregional y el crecimiento presenta dos patrones importantes: la alta incidencia del comercio intrasectorial, es decir, entre sectores o ramas de producción bien definidos como la electrónica y la maquinaria pesada, y la intensa participación en las cadenas de valor mundiales con producción en varios países. Por ejemplo, una empresa automotriz puede fabricar cajas de cambio en un país, chasis en otro y exportarlos a un tercero donde se ensambla el vehículo.

Creemos que si se toman en cuenta factores estructurales endémicos, como geografía, tamaño de la economía y abundancia de recursos, América Latina está relativamente bien en

Operaria de una línea de montaje de teléfonos móviles en la Zona Franca de Manaus, Amazonas, Brasil.



comparación con Asia oriental en cuanto a volumen de comercio intrarregional y conectividad entre socios regionales. La mayor diferencia entre ambas regiones radica en los rasgos clave del comercio mencionados: el intercambio intrasectorial y la participación en las cadenas de valor mundiales. Esto indica que las políticas dirigidas a fomentar solo las conexiones y volúmenes de intercambio en América Latina pueden no redundar en mayor crecimiento. Las autoridades en América Latina deben diseñar políticas que favorezcan una participación más vigorosa en el comercio intrasectorial y las cadenas de valor mundiales.

### Integración en Asia oriental

El interés de América Latina en la experiencia de integración regional de Asia oriental no es de extrañar. Desde la década de 1970, la exportación intrarregional en Asia oriental aumentó entre el 35% y el 55%, y la exportación total se disparó. Al mismo tiempo, el estándar de vida en Asia oriental se acercó más al de Estados Unidos, lo que indica que el comercio intrarregional tuvo un papel importante en su convergencia (véase gráfico 1).

En cambio, la exportación intrarregional en América Latina sigue estancada en el 20% desde la década de 1970, el aumento de la exportación total de la región fue bajo y la convergencia económica sigue siendo esquiua.

Pero al analizar los flujos comerciales, los países de América Latina no están tan desconectados de sus socios regionales como las cifras globales parecen indicar.

- En 2013, un país promedio de América Latina tenía una relación de exportación activa con casi el 88% de sus posibles socios regionales, frente al 83% en Asia oriental.
- Los países de América Latina no son ajenos a los tratados comerciales formales. Desde inicios de la década de 1960 y hasta hace poco, experimentaron con tratados de diversa índole, profundidad y porte. Ejemplos notables son el MERCOSUR, entre países del Cono Sur; la Comunidad Andina; el CAFTA, que incluye países de América Central y el Caribe; y, recientemente, la Alianza del Pacífico.
- Los socios regionales en América Latina tienen canastas de exportación más similares que las de socios regionales de otras partes. Por lo que naturalmente tienden a comerciar más con socios fuera de la región.
- El intercambio intrarregional relativamente escaso en América Latina se debe en parte a la geografía y el tamaño económico de la región. En general la distancia entre dos países es mayor que en cualquier otra región y el tamaño económico del par medio de países es menor que en todas las regiones, con excepción de África. Si se toman en cuenta los obstáculos geográficos y el tamaño, el desempeño del intercambio intrarregional de la región en relación con Asia oriental mejora sensiblemente.

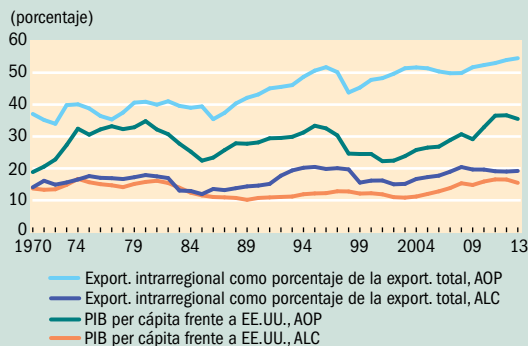
Otra forma de destacar la importancia de la geografía y el tamaño al medir el comercio intrarregional en América Latina es incluir las exportaciones a Estados Unidos, que está relativamente cerca de muchos países de la región. Las exportaciones de la región a dicho país fueron de casi el 40% en 2013, lo que implica que la participación del comercio intrarregional es del 60%.

Lo mismo sucede en la región de Asia y el Pacífico. Al incluir Japón y China, la exportación intrarregional asciende a casi el

Gráfico 1

### Comercio e ingreso

En general, el comercio entre los países de Asia oriental es mucho mayor que entre los países de América Latina; y el ingreso nacional en Asia oriental se acerca mucho más al de Estados Unidos.



Fuentes: Naciones Unidas, COMTRADE, y Banco Mundial, World Development Indicators.  
 Nota: ALC = América Latina y el Caribe, que incluye Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominica, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela. AOP = Asia oriental y el Pacífico, que incluye Australia, Brunei Darussalam, Camboya, Corea, China, Fiji, Filipinas, Indonesia, Islas Salomón, Japón, Malasia, Mongolia, Myanmar, Nueva Zelanda, Papua Nueva Guinea, RAE de Hong Kong, R.D.P. Lao, Samoa, Singapur, Tailandia, Tonga, Vanuatu y Vietnam.

55% de la total. Si se excluye Japón, representa casi el 40%. Y si se excluye solo China, baja a casi el 25%.

### Obstáculos al crecimiento

Como se dijo, no parece que los factores comerciales detrás del escaso crecimiento de América Latina sean solo la conectividad y el volumen del intercambio con socios regionales. El tipo de intercambio que los países realizan (o no) entre sí y con otros socios en el mundo explican mejor la problemática. Es más, los mismos factores que explican el volumen de intercambio relativamente bajo de la región pueden determinar también la estructura de su comercio internacional. Es decir, es posible que las diferencias en distancia y tamaño entre socios comerciales de América Latina comparadas con las de Asia oriental expliquen las diferencias en dicha estructura.

Los economistas han demostrado que el comercio intrasectorial y la participación en las cadenas de valor mundiales pueden potenciar los beneficios del comercio para el crecimiento ya que ejercen presión competitiva en los productores nacionales y facilitan el aprendizaje, el acceso a tecnologías y conocimientos extranjeros que fomentan la innovación y la productividad.

La apertura comercial de por sí puede mejorar la productividad, independientemente de la estructura del comercio de un país. El comercio internacional dirige los recursos a sectores en que la economía del país tiene ventajas comparativas y también aumenta la competencia, descarta a empresas nacionales no productivas y fomenta la reasignación de capital y mano de obra hacia otras más productivas.

Pero la diferencia entre comercio intrasectorial e inserción en las cadenas de valor mundiales, y una apertura comercial general, radica en su potencial para generar conocimiento

y contagio tecnológico que aumente la productividad. En el caso del comercio intrasectorial, la competencia externa presiona a los productores nacionales, especialmente a los exportadores, a mejorar la calidad y variedad de sus productos. Pero estas mejoras dependen de la tecnología: es posible que las mejoras que realizan los exportadores nacionales se deban a tecnología extranjera con la que entran en contacto a través del comercio.

## La apertura comercial de por sí puede mejorar la productividad.

El contacto con tecnologías y conocimientos foráneos es la principal vía de aumento del crecimiento y la productividad del país al participar en las cadenas de valor mundiales. Las cadenas de valor no solo se caracterizan por intensos vínculos entre empresas en diferentes etapas de producción; su éxito también radica en la calidad de los productos de las empresas participantes y la eficiencia en la entrega de los productos en las diferentes etapas. Esto facilita la mejora de la calidad y la difusión de conocimientos entre empresas en la cadena, y puede beneficiar a otras empresas nacionales que interactúan con ellas en la cadena de valor.

Sin embargo, la participación en las cadenas de valor no garantiza la difusión de conocimientos y el contacto con nuevas tecnologías. El potencial de aprendizaje y difusión de conocimientos parece mayor en países que se unen en etapas intermedias de producción, donde la interacción entre proveedores y compradores es muy estrecha.

Es en el intercambio intrasectorial y la participación en las cadenas de valor mundiales que las economías latinoamericanas están rezagadas. Pese a las buenas conexiones de la región con socios comerciales regionales y otros más distantes, su comercio intrasectorial, en un índice de 0 a 1, fue de solo 0,25 en 2011 (de la Torre *et al.*, 2015). En cambio fue del 0,35 entre países de Asia oriental y el Pacífico. Es más, aunque en las últimas dos décadas y media los países de América Latina aumentaron su participación en las cadenas de valor mundiales más rápidamente que países de otras regiones, siguen estando muy atrás de los países de Asia oriental. Casi el 50% de las exportaciones de Asia oriental en 2011 fueron parte de las cadenas de valor; y casi el 40% en América Latina.

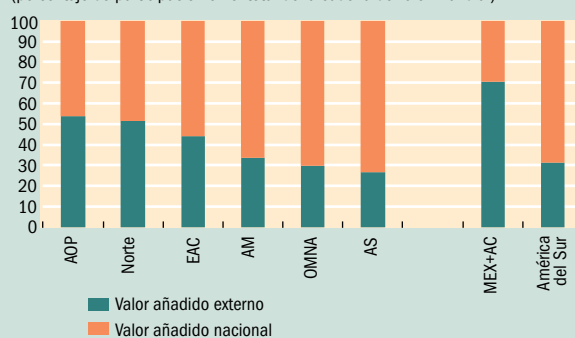
También hay grandes diferencias en cómo participan en estas cadenas de producción los países de ambas regiones. En América Latina las empresas suelen participar en las etapas de producción iniciales, suministrando materias primas (principalmente América del Sur) o en las etapas finales a través de líneas de ensamblaje (América Central y México). Las empresas de Asia oriental suelen participar en las etapas intermedias —reciben insumos extranjeros, los transforman y envían para que pasen a etapas más avanzadas de producción. Así maximizan el potencial de aprendizaje y transferencia de conocimientos (véase gráfico 2).

Gráfico 2

### En juego

En los procesos de producción internacionales, el valor añadido por los países de Asia oriental y el Pacífico a los productos extranjeros es aproximadamente el mismo que el que reciben. Los países de América Latina principalmente añaden valor al inicio o al final del proceso.

(porcentaje de participación en el total de la cadena de valor mundial)



Fuente: de la Torre *et al.* (2015).

Nota: La participación en las cadenas de valor mundial es el valor que un país añade a las exportaciones que forman parte de un proceso comercial en muchas etapas. La parte verde de la barra representa el valor que añade la región a los productos y la marrón mide el valor añadido por otras regiones. Los flujos de tecnología y aprendizaje se maximizan cuando un país está en el medio de una cadena de valor y añade tanto valor a un producto como otros países que participan en el proceso. AOP = Asia oriental y el Pacífico; EAC = Europa y Asia Central; OMNA = Oriente Medio y Norte de África; MEX+AC = México y América Central; Norte = países del Grupo de los Siete y otros países europeos; AM = Asia meridional; AS = África subsahariana.

### Cambio de foco

Al centrarse en la integración regional, las autoridades de América Latina deben hacer hincapié en el comercio intrasectorial y la integración a redes de producción mundial.

Los gobiernos podrían tratar de provocar estos cambios en los patrones de intercambio directamente con incentivos a sectores específicos. Pero, como sostiene un informe reciente del BID (2014), este tipo de intervención es eficaz solo si los responsables de las políticas saben más que las empresas privadas. En cambio, políticas amplias, que mejoren el marco contractual para las empresas, fomenten la flexibilidad de mercado y la calidad de la educación y la infraestructura, pueden atraer nuevas inversiones, mejorar los conocimientos y reducir los costos del comercio. Esto puede fomentar el dinamismo y la competitividad de las empresas, que podrían a su vez participar activamente en las redes de producción mundial. ■

*Augusto de la Torre es Economista Jefe, Daniel Lederman es Economista Principal y Economista Jefe Adjunto y Samuel Pienknagura es Economista de Investigación, todos en la Oficina del Economista Jefe de América Latina y el Caribe del Banco Mundial.*

#### Referencias:

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2014, Rethinking Productive Development: Sound Policies and Institutions for Economic Transformation, *Development in the Americas Report* (Washington).
- de la Torre, Augusto, Tatiana Didier, Alain Ize, Daniel Lederman y Sergio L. Schmukler, 2015, Latin America and the Rising South: Changing World, Changing Priorities (Washington: Banco Mundial).