

## Aún no salimos de la crisis de 2009, aseguran Cepal y BM (El Financiero 28/07/10)

Aún no salimos de la crisis de 2009, aseguran Cepal y BM (El Financiero 28/07/10) Ivette Saldaña Miércoles, 28 de julio de 2010 En 2010 no retomaremos los niveles de comercio y crecimiento de 2008. Funcionarios del Banco Mundial (BM) y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) coincidieron en que los países de la región requieren apostarle más a las políticas anticíclicas y enfocarse a incrementar su comercio con las naciones asiáticas, como China, que gana terreno como proveedor y consumidor. Aseguraron que aún no salimos por completo de la crisis económica de 2009, además de que en 2010 no retomaremos los niveles de comercio y crecimiento que se vieron en 2008. Hacia 2014, China se convertirá en el segundo principal cliente de los latinoamericanos y se mantendrá como el primer proveedor de Estados Unidos. Mientras, los países de América Latina operan con una estructura comercial de hace dos siglos, al mantener sin cambios su oferta exportable, dijo el director de la División de Comercio Internacional e Integración de la Cepal, Osvaldo Rosales. Prácticamente, México y Centroamérica están al margen del comercio con China, en tanto que sí es un tema para los países de América del Sur, que venden una gran cantidad de materia prima a esa economía asiática. Pero los países latinoamericanos deberían avanzar hacia la venta de productos con mayor valor agregado, y no sólo insumos. "La buena noticia es que estamos conectados con el motor de la economía del siglo XXI y con una estructura comercial del siglo XIX Medidas anticíclicas Explicó que después de la crisis económica de 2009 se registra una recuperación del comercio en la región y en el mundo, y mientras el año pasado las transacciones de importación y exportación cayeron 29 por ciento, se prevé que en 2010 alcancen un aumento de 20 por ciento, aunque es una cifra preliminar. Afirmó que los países deben apostarle a una estrategia anticíclica más que procíclica, lo cual se puede hacer aprovechando las fortalezas que tienen los países latinoamericanos, que es la estabilidad macroeconómica, la baja deuda y el dinamismo en el crecimiento que registran. En la conferencia "Promoviendo la competitividad de Latinoamérica y el Caribe", que organizaron el Banco Mundial (BM) y la Secretaría de Economía (SE), Juan Sebastián Sáez, economista senior de comercio del BM, dijo que la crisis incrementó las medidas proteccionistas. Se detectaron 250 acciones de ese tipo de diversos países, principalmente desarrollados, lo que podría implicar impactos para el 1 por ciento del comercio mundial, apuntó. "América Latina tiene que tratar de hacer un esfuerzo de formar parte de la política industrial de Asia, y eso significa no esperar a que le vengan a comprar productos, sino ir y establecer algún tipo de vínculo e inversión", es decir ofrecerle mercancía en venta. Lo anterior requiere de un "pensamiento estratégico" y de incrementar la oferta de productos, planteó. Consideró que el nivel de apertura de la región es "bastante bueno", aunque falta que se liguen más con los mercados asiáticos, que son los de mayor crecimiento comercial.