



¿QUÉ PASARÁ CON EL FUTURO DE LA ECONOMÍA LUEGO DEL HURACÁN TRUMP?

Karla Osorio Lucas
kosoriolucas@gmail.com

El seminario *Los desafíos al orden internacional: el futuro del comercio mundial* se llevó a cabo con gran éxito en la Universidad de la Libertad.

En medio de la incertidumbre que desata el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, con sus amenazas arancelarias —donde pareciera que el futuro de la economía pende de un hilo—, se llevó a cabo el foro *Los desafíos al orden internacional: el futuro del comercio mundial*, gracias a la colaboración entre la Universidad de la Libertad (UL) y el Instituto Aspen México.

El seminario fue un espacio de reflexión organizado en tres paneles —una visión global, una perspectiva nacional y una lectura diplomática—, donde se plantearon los retos emergentes y las

nuevas realidades que están definiendo el curso del comercio internacional, así como sus implicaciones económicas y geopolíticas.

Jorge Díaz Cuervo, rector de la UL, señaló que el evento surgió de la necesidad de hablar sobre “los retos que estamos enfrentando respecto del comercio internacional, donde la libertad y el libre comercio han sido puestos en jaque”.

En este sentido, Enrique Berruga, director del Instituto Aspen México, se cuestionó sobre el futuro de la economía, pues en medio de estos cambios que han tenido lugar, donde todos los días hay noticias que superan a las del día anterior, “¿qué va a ocurrir



si nos enfrascamos en esta guerra arancelaria impuesta por el gobierno de Estados Unidos, de ojo por ojo, diente por diente?”

Horizonte

En esta época de “grandes choques de incertidumbre”, dijo Andrés Rozental, diplomático mexicano, en lo que respecta al comercio, “todo el andamiaje institucional que se creó como consecuencia de la posguerra dejó instituciones que nos sirvieron durante mucho tiempo, pero que hoy no se sabe” qué destino tendrán.

Tales instituciones —el Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI)— instauraron, con Estados Unidos a la cabeza, “el fin de los productos estrictamente nacionales, o lo que es lo mismo: la globalización”.

De modo que hoy, “en un mundo todavía globalizado”, paradójicamente comienzan a surgir restricciones donde cada nación “busca hacer las cosas a su modo”. Trump, por ejemplo, intenta aplicar su *America great again*, mientras que nuestro país implementa el Plan México.

No obstante, Rozental mencionó que “cuando el comercio se vuelve un tema de presión política cada país debe defenderse de la hegemonía de Estados Unidos”.

En este contexto, John Price, director general de Americas Market Intelligence de Miami, mencionó el caso de China: “Aunque Trump sea el detonante, esto viene de años atrás, pues el brazo político de Estados Unidos lleva varios años posicionando a China como un peligro”.

El único grupo que detenía esa política “anti-china”, indicó, era el sector corporativo, pues soñaba con entrar al mercado chino; sin embargo, tras intentarlo sin éxito, hace seis años se decidió que el país asiático sería “más amenaza que oportunidad”.

Y de ahí toda la campaña en su contra, “con todo y que las tácticas para contrarrestar su poder sean cuestionables”, cerró Price.

¿Y en México?

Sobre las oportunidades que tiene nuestro país, Mariana Campos, directora general de México Evalúa, mencionó que “hay que dedicarle tiempo a entender las oportunidades y a partir de eso generar estrategias útiles”.

“Hay que dedicarle tiempo a entender las oportunidades”.

Ello porque, con todo y que en el último año el Estado mexicano ha pasado por profundas transformaciones, “sin llegar todavía a buen puerto”, no hay que perder de vista “el alto índice de popularidad que tiene la presidenta”, mismo que ayuda a encarar la “agenda confrontativa de Trump”.

En esa dirección, Campos invitó a ver la gran oportunidad económica que tiene México con el vecino del norte: “Desde hace ocho años tenemos un intercambio comercial de 800 mil millones de dólares con Estados Unidos; somos su primer socio comercial. Vamos, ni China tiene un socio de ese tamaño”.

Dicho panorama contrasta con la situación que vivimos a nivel interno, donde, dijo, “se ha perdido certeza jurídica a causa de la reforma judicial y la desaparición de los organismos autónomos”.

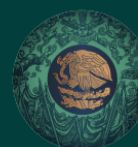
Sin embargo, queda mucho por hacer: “Si la certeza jurídica no la vamos a tener en un buen rato, nuestro gobierno, en conjunto con la participación privada, puede construir otro tipo de soluciones a través de un enfoque más sectorial”.

Como ejemplo, Campos mencionó la posibilidad de que México se vuelva un *hub* farmacéutico: “Actualmente 60% de los API (Active Pharmaceutical Ingredient, por sus siglas en inglés) se producen en China y en India, cuando México podría traer ese negocio y tal vez sea el *nearshoring* que venimos buscando desde hace años”.

A la discusión se sumó Juan Pardinas, experto en comunicación estratégica y política pública, quien también se confesó “optimista” y para mostrarlo compartió su palabra favorita: TACO (*Trump Always Chickens Out*).

Según el analista ese concepto invita a ver a Trump en el largo plazo, “no en el tweet de la mañana”, sino en cómo está tomando decisiones: “Primero vemos su estrategia de comunicación; muy agresiva, de masculinidad tóxica. Luego, cierta moderación a la hora de negociar, cierto entendimiento”.

Por ello, comentó, “espero que a la hora de tomar decisiones volteé a ver los números, ese medio millón de plazas vacantes en su industria manufacturera que no ha podido llenar; esos diez años de diferencia que hay entre un trabajador manufacturero mexicano y uno estadounidense, llevando México ventaja. Y espero que se dé cuenta de que lo mejor es fortalecer su alianza con México. Ojalá no esté yo desbordado de optimismo”.



Experiencia diplomática.

Otras miradas

Para contrastar el panorama económico en distintos lugares del mundo el embajador de Brasil en México, Nedilson Ricardo Jorge, comentó la actual situación de su país ante la incertidumbre comercial.

"A nosotros no nos afectan tanto los aranceles de Trump, pues que desde hace años apostamos por la diversificación de parcerías comerciales", puntualizó.

Esto significa que aun cuando China esté en primer lugar de importaciones, seguida de Estados Unidos y Argentina, entre uno y otro no hay como tal una diferencia económica significativa: "Hay diferencias en torno de productos y prioridades de sectores, pero no en cuanto a números, pues la dependencia de las exportaciones hacia Estados Unidos es de apenas 20 por ciento".

"La libertad y el libre comercio han sido puestos en jaque".

La preocupación actual del país sudamericano está en el sector del acero. Sin embargo, apuntó, su estrategia de diversificación comercial tiene varias alternativas, a nivel global, regional y bilateral en el caso con México.

Italia, por otro lado, "no cuenta con una estrategia política nacional por ser parte de la Unión Europea (UE)", señaló el embajador italiano en México, Alessandro Modiano.

No obstante, el tema de los aranceles es un asunto que "crea mucha preocupación en Europa", pues al igual que México, la

UE tiene a Estados Unidos como uno de sus principales socios comerciales.

Ante ello, lo que ha hecho la UE es negociar y continuar trabajando en la "diversificación de las relaciones económicas".

En la relación específica con México, el embajador señaló que acaba de cerrar la negociación de un tratado que inició en 2000: "Ampliamos las potencialidades del acuerdo, no solamente las categorías de los productos que se pueden comerciar entre México y la Unión Europea, también hay un apartado que permitirá empujar las inversiones recíprocas".

Sobre el contexto japonés el embajador Kozo Honsei mencionó que "al ser vecino de muchos países como Rusia y China, Japón necesita la presencia de Estados Unidos, sobre todo en el terreno de seguridad".

Y sobre su actual situación en el tema arancelario, Honsei dijo que las negociaciones siguen en pie: "No queremos nada de aranceles, pero Estados Unidos no concede nada. Hace dos días el primer ministro de Japón acudió a la reunión del Grupo de los Siete (G7), donde tuvo una reunión con Trump, pero no llegaron a ningún acuerdo; y, honestamente, todavía no se sabe en qué va a terminar esa negociación".

En cuanto a la relación bilateral México-Japón el embajador comentó que gracias al acuerdo de libre comercio bilateral "el volumen de comercio entre ambos países se ha triplicado y el número de empresas japonesas en México alcanza ya las mil 600".

Sin embargo, invitó a continuar estrechando los lazos, pues "no solo somos socios estratégicos: somos vecinos del lado del Pacífico", lo cual resulta beneficioso para el mercado japonés por la cercanía de México con Estados Unidos. **V**