

Informe Estrategia Internacional

“Brasil, Chile y el comercio electrónico”

Autor: Javier Vicuña

Autor: Javier Vicuña

Autor: Javier Vicuña

Julio / 2020

Centro de

Estudios de

Estrategia

Una serie de indicios indica que la recesión causada por la pandemia del nuevo coronavirus ya toca fondo en Brasil, lo que lleva al Gobierno de ese país a soñar con una recuperación. El dato y su alcance son fundamentales para la Argentina, donde se calcula que cada punto de crecimiento en el vecino refuerza, como reflejo, el producto bruto interno (PBI) local en un cuarto o un tercio de punto porcentual. Cuando por fin comience, ¿cuán intensa será allí la reactivación y, con eso, cuál será el efecto favorable sobre la economía local?

Lo relevante es lo ocurrido en junio, el cuarto mes consecutivo de pérdida de empleos del año, pero en el que la tendencia se suavizó notablemente, con un saldo negativo de solo 10.984 puestos en el sector formal de la economía, el menor del año, contra 350.000 de mayo. Es más, en comparación con ese mes, los despidos retrocedieron un 16% y las contrataciones se incrementaron un 24%, en paralelo a la progresiva normalización de las actividades en varios estados.

En tanto, el mercado financiero redujo en el último mes sus previsiones de recesión para el año, que bajaron en cuatro semanas del 6,54% a 5,77%, de acuerdo con el informe Focus, el relevamiento que realiza el Banco Central de Brasil. Marcelo Elizondo, director de la consultora Desarrollo de Negocios Internacionales (DNI), ha comentado que “desde hace un tiempo se ve que Brasil empezó a detener su caída”.

“Uno de los motivos es que eso es la contracara de la falta de una cuarentena coherente, lo que generó peores datos en lo sanitario pero mejores en lo económico. Además, tiene en China su principal mercado en el mundo, que ya tracciona las exportaciones brasileñas de soja, mineral de hierro y algún producto industrial. Un tercer factor es que las reformas que empezó a hacer ese país, incluso antes de Paulo Guedes, en tiempos de Michel Temer, le dan flexibilidad y una mayor capacidad de reacción ante los ajustes de la cuarentena”, añadió.

Ante el nuevo escenario, especialmente, el laboral, el Gobierno de Jair Bolsonaro se ilusiona con ver pronto un rebote vigoroso de la actividad. Ese escenario sería el ideal para la Argentina, pero los analistas privados son más cautelosos, por lo que el efecto benéfico para el país sería menor.

El informe Focus da cuenta de una expectativa de rebote del PBI del 3,5% el año que viene y del 2,5% en 2022 y en 2023, lo que indica que llevaría dos años completos recuperar lo que se pierda en este 2020 fatal.

La mayoría de los economistas no cree en la salida en V que sugieren algunos funcionarios de Bolsonaro y traza escenarios más modestos. Para seguir con las metáforas alfabéticas, algunos ven un rebote en U, esto es con una recuperación inmediata lenta –en línea con el consenso del informe Focus– o, si la pandemia vuelve a meter la cola, uno en forma de W, con una primera recuperación solo parcial –cuyo tope sería menor al punto de partida– y con una recaída posterior. Mucho dependerá de cómo continúe la pandemia.

Brasil es, detrás de Estados Unidos, el segundo país más golpeado del mundo por la emergencia sanitaria, con un registro de alrededor de 2,5 millones de contagios y unas 88.000 muertes.

Al revés de lo ocurrido en Europa, donde la curva de infectados y fallecidos ha tenido forma de campana –con un crecimiento inicial, un pico y luego un descenso, al parecer provisorio–, en esos dos países el comportamiento ha sido diferente. Así, a un empinamiento inicial brusco siguió luego una larga meseta relativamente estable y alta, que en el caso de Brasil ha dejado un promedio de unos mil decesos por día. ¿Será así por las condiciones demográficas de ambos países, muy poblados y con diferentes regiones populosas, donde el virus encuentra reservas poblacionales sin inmunidad entre las que puede crear nuevos brotes?

La incertidumbre es aún importante, pero, para la Argentina, el regreso del crecimiento en el vecino, incluso uno condicionado, sería una buena noticia. Esto es así sobre todo por el arrastre que puede generar, acaso sobre el final de este año pero más decididamente en el próximo, para las exportaciones de origen industrial, el segmento más afectado del comercio exterior nacional, con un desplome del 23,9% entre enero y mayo.

Según Elizondo, “una recuperación brasileña aumentaría la demanda de productos industriales, desde alimentos elaborados hasta autos y autopartes, pasando por químicos, plásticos, industria metalmecánica, piezas y partes”. “Brasil es el mayor mercado de la Argentina en el mundo y el año pasado absorbió exportaciones nacionales por 11.000 millones de dólares. En la primera parte de 2020 viene por primera vez debajo de China, pero seguramente va a recuperar terreno cuando pase la recesión”, añadió.

La pandemia del covid-19, que tiene a Chile por meses sumido en el confinamiento, marcó un hito sin precedentes no solo en términos sanitarios, ya que marcó además el esfuerzo científico más grande de todos los tiempos para apurar la vacuna, test y tratamientos para combatir el virus.

Con ese espíritu, nació una convocatoria que llama a todos los inventores y científicos de Chile para que presenten su idea y creen su empresa tecnológica desde cero, buscando que el covid no solo sean problemas, sino que el punto de quiebre para la ciencia nacional.

La convocatoria viene de la mano del hub de transferencia tecnológica APTA, que diseñó el programa de emprendimiento APTA Builder, orientado a promover y ser parte activa en la creación, desarrollo y crecimiento de empresas de base científico-tecnológica "MadeInChile". A través del método Company Building y junto a asesores expertos, apoyará los proyectos seleccionados en la constitución y fortalecimiento de un equipo, que impulsará sus negocios hacia el escalamiento.

La iniciativa busca emprendimientos que no solo provengan de la emergencia covid, sino que de los diferentes sectores productivos, en especial de la minería, salud, agropecuario e industrial. La idea de la convocatoria, por lo demás, es que las iniciativas cuenten con un grado demostrable de investigación y posean vinculación académica o con centros de desarrollo tecnológico.

La convocatoria está abierta para todo equipo y/o personas que tengan una idea tecnológica-científica en desarrollo, quienes, de resultar seleccionados, recibirán financiamiento por hasta $60 millones para la constitución y puesta en marcha de sus empresas.

A la cita están llamados los investigadores, académicos, inventores, ingenieros, diseñadores, estudiantes de pre y postgrado, profesionales del área de negocios, y emprendedores visionarios de todo Chile.

Los seleccionados, además, podrán acceder a capacitaciones en materias necesarias para el desarrollo del negocio, como la creación de equipos de trabajo multidisciplinarios, integración a una extensa red de contactos y la asesoría de especialistas en diversas áreas temáticas, donde destacan Pablo Zamora (PhD, científico y empresario, co fundador NotCo), Alex Seelenberger (Socio Aurus Capital), Pamela Chávez (PhD, científica y empresaria, fundadora Aguamarina y Domolif), Petar Ostojic (CEO Neptuno Pumps y experto en Economía Circular), Nancy Pérez (Gerente de Gestión Estratégica de Cartera de Codelco), Francisco Guzmán (Socio Carey y Director ACVC), Jennyfer Salvo (Periodista y experta en Innovación y Negocios Internacionales) y Abigail Barrow (Fundadora de Massachusetts Technology Transfer Center), además del acompañamiento permanente de APTA.



Debido a la pandemia muchos eventos y ferias han tenido que cancelarse. En el área de tecnología este año el MWC, el E3, además del CES 2021, no podrán realizarse de manera presencial. Pero ello no tiene que detenernos y las opciones virtuales han surgido como una alternativa, Como ejemplo de ello DHgate.com, la plataforma de comercio electrónico transfronterizo B2B, organiza la Feria Virtual China de Comerciode Jiangsu LATAM.

Para recuperarnos del efecto de la crisis sanitaria los negocios internacionales son necesarios es por ello que esta plataforma está buscando impulsar el comercio mundial que, aseguran,  continúa creciendo. A pesar de la contingencia.

En ese sentido, y para ayudar a las empresas a conectarse con los compradores en un escenario virtual, desde el pasado 28 de julio y hasta el 1 de agosto se realizó un evento virtualacercando oportunidades comerciales para micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, particularmente de México y Chile.

Esta feria virtual se organizó en conjunto con el Consejo de China para la Promoción del Comercio Internacional(CCPIT, por sus siglas en inglés). Están participando más de 200 expositores de múltiples categorías con la intención de cubrir una amplia gama de necesidades comerciales en América Latina a través de más de 10 mil productos de marcas de Jiangsu, la provincia líder de fabricación en China. Las categorías principales incluyen textiles y prendas de vestir, electrónica de consumo,autopartes, hogar y juguetes, y maquinaria y hardware.

Jianqing Yin, presidente del CCPIT, del Subcomité de Jiangsu, dijo: “Jiangsu es el hogar de muchos de los principales exportadores mundialesde equipos electrónicos y textiles. Al asociarnos con DHgate en esta feria virtual, podemos ayudar a las empresas, especialmente a las (MiPyMEs) de América Latina a aprovechar nuevas oportunidades con nuestros productos de calidad a través del canal en línea, intensificando el comercio internacional y la recuperación económica".

**¿Qué ofrecen?**

De acuerdo con los organizadores, la feria aplica múltiples herramientas digitalespara proporcionar una solución integral de “un solo paso” como un servicio en línea 24/7, transmisión en vivo, recomendaciones, sala de chat en línea, un seminario web, transacciones en línea y financiamiento electrónico, y logística inteligente.

Daive Hou, Vicepresidente de DHgate, dijo: “Nos esforzamos por promover el comercio internacional y crear oportunidades comercialescon soluciones digitales. Tales como esta exposición virtual, que ahora son complemento de las ferias presenciales, las cuales se han convertido en una nueva normalidad. Esto puede ayudar a nuestros proveedores a conectarse con compradores en América Latina de una forma resiliente, mientras que los compradores pueden mantener sus operaciones comerciales de una manera más económica, inteligente.

Asimismo durante la feria, se llevó a cabo un seminario web titulado "El comercio tradicional en la era digital". En éste participaron representantes de asociaciones y líderes de industria de Chile, Méxicoy China para discutir el último desarrollo del comercio mundial, particularmente en la transformación digital. Al respecto Agustín Gacía-Rechy, Vicepresidente para Asia-Pacífico del Consejo Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y tecnología, dijo: “Al realzar la transformación digitalde las pequeñas y medianas empresas y promover activamente el comercio electrónico transfronterizo, el mundo verá más a las MiPyMEs mexicanas".

Por su parte Juan Esteban Musalem Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Chile en China, comentó que tecnologías avanzadas como 5G, el cloud computing, la realidad aumentada y la realidad virtual, han transformado el comercio tradicional y han mejorado también el crecimiento del comercio transfronterizo.

Por último Rodrigo Pérez, Jefe de Desarrollo de Negocios del Mayor Mercado Mexicano en DHgate.com, refirió que: “Algunas compañías comerciales que implementaron el comercio en línea**,**como las exposiciones virtuales y las transacciones móviles, compensaron sus anteriores pérdidas e incluso lograron un crecimiento significativo durante la pandemia".

Gedeth Network ha presentado un estudio sobre el impacto del COVID-19 en los negocios internacionales, desvelando que el 71% de las empresas cree que el país que saldrá más beneficiado por las oportunidades de la crisis del COVID-19 va a ser China seguido de Australia (un 63% de los encuestados) según este estudio de Gedeth Network con investigadoras de la Universidad de Sídney. Otro de los países que podría beneficiarse de la deslocalización china y la búsqueda de nuevos proveedores es India.



Por el contrario, las regiones que más van a perder son Iberoamérica (87%) y África (81%), seguido de cerca por Estados Unidos (73%) y un poco más lejos de la Unión Europea (un 60% de las respuestas). Curiosamente, según la zona de origen de la empresa, Estados Unidos será uno de los principales perdedores para las compañías de Latinoamérica y, especialmente, de la región Asia-Pacífico. Aunque, por ejemplo, para las empresas de salud, EE.UU sí será uno de los principales beneficiados, quizás pensando en que será uno de los primeros países en conseguir una vacuna para el COVID-19.

El estudio también apunta a que los sectores de la construcción y del marketing y comunicación consideran que será la UE la región que más saldrá ganando por la crisis del coronavirus.

El estudio de Gedeth, en colaboración con dos investigadoras de la Universidad de Sídney, se ha realizado durante el mes de junio y ha analizado las respuestas de más de 500 empresas e instituciones de 56 países

En opinión de Juan Millán, socio director de Gedeth Network “aunque en el estudio las empresas han mostrado su confianza y preocupación por los grandes actores que saldrán ganando y perdiendo de esta crisis, lo cierto es que bajando la lupa al detalle de sectores y países nos encontramos con que existen interesantes oportunidades de negocio y crecimiento para quien sepa identificarlas”.

“Por ejemplo, muchos países de África y de América Latina ofrecen oportunidades para la digitalización de sus servicios o la innovación de muchos de sus procesos productivos, mientras que países como Australia o Canadá se erigen en grandes mercados donde las empresas españolas de alimentación puedan encontrar una alternativa a sus exportaciones”, añade Millán.

En este sentido, analizando los sectores que más se verán beneficiados por esta crisis casi hubo unanimidad en señalar al comercio electrónico (un 97% de las respuestas) y el ebanking (un 95%). Otros sectores que también saldrán ganando serán los relacionados con la educación a distancia (91%), cleantech (88%), alimentación (83%), salud (82%), marketing y comunicaciones (71%) y Logística (70%).

Los sectores que más van a ganar según los encuestados son el de ecommerce y ebanking (97% y 95%, respectivamente), aunque también crecerán los de educación a distancia (91%), cleantech (88%), alimentación (83%), salud (82%), marketing y comunicaciones (71%) y Logística (70%)

En cambio, los participantes predicen que los siguientes sectores saldrán perdiendo de la crisis: el de turismo y ocio (98%), la moda (93%), las finanzas tradicionales (91%), la industria (78%), y la construcción (85%). Lógicamente, en el caso del turismo y el ocio y de la moda, las restricciones para viajar y la cancelación de las grandes pasarelas de la moda obligarán a estas compañías a buscar nuevas alternativas para vender sus productos.

El estudio de Gedeth, en colaboración con dos investigadoras de la Universidad de Sídney, sobre “El efecto del COVID-19 en los negocios internacionales” se ha realizado durante el mes de junio y ha analizado las respuestas de más de 500 empresas e instituciones de 56 países. Estos países representan el 85% del PIB mundial y el 66% de la población.