



MERCOSUR EN LA PRENSA MERCOSUL NA IMPRENSA

14 al 16 de septiembre de 2019
14 a 16 de setembro de 2019

La Selección de Noticias del MERCOSUR reúne notas de prensa de distintas fuentes. Esta Selección no refleja la opinión ni posición oficial del Parlamento del MERCOSUR; su contenido es incluido sólo como una referencia a los visitantes de nuestra página en Internet.
A seleção de notícias do MERCOSUL reúne notícias de imprensa de distintas fontes. Esta seleção não reflete a opinião e posição oficial do Parlamento do MERCOSUL, sendo apenas uma referência aos visitantes do nosso site.

@parlasur | secomunicacion@parlamentomercosur.org | www.parlamentomercosur.org



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

ÍNDICE



ARGENTINA

LA NACION

- [Negocios con el mundo: oportunidades y desafíos para que la Argentina no se quede fuera del mapa](#)



- [El brexit de Latinoamérica: la posible retirada de Brasil del Mercosur](#)



URUGUAY

EL TELEGRAFO.COM

- [Hay avances respecto a la cuota cárnica hacia la Unión Europea](#)
-



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

EL PAIS

- [ENTREVISTA. Impulsando con Uruguay el desarrollo latinoamericano](#)



VENEZUELA

EL UNIVERSAL

- [Acuerdo entre Unión Europea y Mercosur es un pacto "ambicioso, amplio y equilibrado"](#)





MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA



Argentina

LA NACION

Negocios con el mundo: oportunidades y desafíos para que la Argentina no se quede fuera del mapa

En un encuentro organizado por LA NACION, empresarios y expertos en el tema analizaron el potencial de nuestro país para vender bienes y servicios a diferentes lugares del planeta

[Lucila Lopardo](#)

Entender y determinar el potencial de la Argentina en un contexto complicado. Ese fue el objetivo que reunió a especialistas en comercio exterior, relaciones internacionales y a las principales firmas exportadoras del país en la cuarta edición de "Negocios con el mundo", un evento organizado por LA NACION, que se llevó a cabo el miércoles 4 de este mes en el auditorio del Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba).

Fronteras afuera, una geopolítica adversa. Fronteras adentro, una realidad macroeconómica que apremia a los exportadores y los vuelve menos competitivos ante un mundo cada vez más exigentes. Sobre este punto debatieron Ricardo Yapur, CEO de Rizobacter; Gastón Pérez Izquierdo, CEO de Bodega Catena Zapata; Miguel Glikman, director de Newsan Food, y Alan Aurich, gerente general de Havanna.

"¿Cómo hacer que el mundo quiera alfajores de dulce de leche?", preguntó la moderadora del primer panel de la mañana y periodista de LA NACION, Carla Quiroga. Aurich explicó que la estrategia de internacionalización de la empresa nacida en





Mar del Plata se basó en llevar locales con la "experiencia Havanna", en los que clientes no solo pueden acceder a los alfajores, sino también al servicio de cafetería. Actualmente la firma espera cerrar 2019 con 240 locales en la Argentina, 100 en Brasil y 55 en el resto de América Latina. "Nosotros tenemos que vender en el mundo tanto el dulce de leche como el alfajor. Es un doble desafío", reconoció Aurich, quien aclaró que el camino de la internacionalización de la firma estuvo marcada también por algunos fracasos.

Una de las últimas "embajadas Havanna" en abrir fue en los Estados Unidos, al norte de Miami. "Nos fue muy mal. Lo hicimos con un socio local y el problema fue la locación", reconoció. En paralelo, también concretaron una apertura en Ecuador y allí la marca fue exitosa. Hoy la empresa encara en ese país la apertura de dos locales más.

Desde la industria vitivinícola, Pérez Izquierdo afirmó que a pesar de que el sector vivió un leve crecimiento cercano a 3% en el último año, lo cierto es que desde 2011, año en el que hubo atraso cambiario y en el que comenzaron a regir las retenciones, "el sector sufrió mucho". Explicó que entre 2000 y 2011 esta actividad crecía a "doble dígito". "Lentamente se fue recuperando, pero [ganar compradores] es ahora un trabajo mucho más difícil, porque una vez que desaparecés de los mercados, volver a ingresar no es tan sencillo", apuntó.

Con respecto a los destinos para el vino argentino, dijo que el principal es Estados Unidos, seguido por Europa -en particular el Reino Unido- y Brasil. Para Pérez Izquierdo, la oportunidad está en los países asiáticos, sobre todo en China, que "en los próximos cinco años será el principal destino de las exportaciones", afirmó. Allí, la Argentina compite con los principales países productores: Francia, Australia, España y Chile. Y corre con la desventaja de enfrentar sus propios costos internos. "Hoy el flete de Mendoza a Buenos Aires cuesta lo mismo que el buque de Buenos Aires a China. Es difícil que puedas competir con un australiano que está a 15 minutos en barco", reconoció.

Sobre barcos, Miguel Glikman, director de Newsan Food, tiene experiencia. Hoy en día, la unidad de negocios de Grupo



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

Newsan exporta por alrededor de US\$2100 millones al año. De ese monto, US\$1200 millones corresponden al langostino; en total, los argentinos consumen el 5% de la producción y el 95% se exporta. La empresa llega a 76 países, en los que tiene más de 250 clientes.

Glikman anunció que la firma empezará este año su primer proyecto de cultivo de mejillones en Tierra del Fuego, para tener variedad de menudos. En el caso del langostino, destacó que en la Argentina hubo una política de Estado que trascendió gobiernos y que prohibió la pesca en la zona de cría del Golfo de San Jorge. "Eso hizo que la especie explotara y que pasáramos a exportar mucho más sin depredarla", destacó.

Con respecto a los costos de la industria pesquera, Glikman dijo que todo el sector está dolarizado y puso como ejemplo el salario de los marineros. "Cobran en pesos al tipo de cambio del momento. Trabajan seis meses y, si tenemos en cuenta cómo va la producción, estamos hablando de unos \$500.000 mensuales", dijo.

Desde Pergamino, provincia de Buenos Aires, Rizobacter se convirtió en una compañía líder en microbiología agrícola y hoy tiene el 21% del mercado global de inoculantes. Con sus productos, la firma llega a más de 30 países y también tiene una fábrica en Brasil.

Yapur explicó que la primera exportación fue en 1986 y a Ecuador, gracias a que un productor argentino vio que allí había soja. "Me di cuenta de que allá llegaban productos desde Estados Unidos y de que nosotros podíamos competir mejor por la logística y porque, como empresa chica, teníamos más velocidad", contó.

Hoy la empresa compite con las gigantes del sector, como BASF o la unión entre Bayer y Monsanto. Sobre la cotización del dólar, Yapur aclaró que, por supuesto, en el corto plazo conviene un tipo de cambio alto, pero lo cierto es que los negocios de tecnología e innovación necesitan pensarse a largo plazo. Por otro lado, dijo que a ellos las retenciones les "pegan" tanto por el mercado interno como por el externo. "En el mercado interno, al productor de trigo y maíz le retienen 7% y al





de soja, más del 25%. Eso es una disminución de ingresos también para nosotros y, además, tenemos las retenciones a nuestra exportación", resumió.

1 Inserción internacional en el nuevo contexto

En una presentación especial, Marcelo Elizondo, especialista en negocios internacionales, dio cuatro escenarios posibles de cara a 2020 y contó cuáles son las oportunidades que tiene la Argentina. El primer escenario sería uno planeado desde la geopolítica, en el que los países ya no cooperan, sino que compiten. Sin embargo, a pesar del proteccionismo, el comercio exterior continuaría potenciado por la tecnología.

En referencia al segundo escenario, más pesimista, Elizondo habló de un mundo en el cual los conflictos sí generan obstáculos. La tercera hipótesis, la situación "ideal", supone que hay países que vuelven a cooperar y abandonan las pujas.

Por último, planteó un mundo en el que hay "bolsones de acuerdo". Para Elizondo, éste es el escenario elegido hoy por la Argentina. "El acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea parece optar por el cuarto escenario, en el que algunos deciden cooperar entre sí en un patrón internacional", destacó.

Elizondo explicó que en el mundo aparecen acuerdos parciales, porque "la prueba indica que generan impacto favorable en el comercio y en las inversiones". Hoy existen más de 445 acuerdos notificados en la Organización Mundial de Comercio (OMC). "No solo reducen aranceles; también crean confluencias regulatorias y ambientes de negocios y son los grandes espacios de generación de comercio", explicó. Agregó que, actualmente, el 50% del comercio mundial ocurre entre países que decidieron reducir aranceles.

Luego el especialista habló sobre la Argentina y dijo que "estamos mal" con respecto al mundo. Para justificar su diagnóstico, dijo que el país explica solamente el 0,3% de las exportaciones mundiales. El nivel de ventas al exterior



medido en dólares sobre el PBI suele alcanzar un 24% a nivel regional, pero en la Argentina esa cifra se ubica en torno al 17%.

Asimismo, dijo que de las 7000 empresas operativas en el país, solo 400 exportan más de US\$10.000 millones anuales, mientras que alrededor de 80 alcanzan los US\$100 millones. Para mejorar las exportaciones, Elizondo recomendó concentrarse en el trabajo de los intangibles y encarar una estrategia para lograr una mayor participación en las cadenas regionales de valor.

2 La exportación de servicios

La sanción de la Ley de Conocimiento en mayo de este año puso sobre la mesa el potencial de los intangibles argentinos. En un panel moderado por Ignacio Federico, periodista de LA NACION, Gastón Goralí, CEO de Mundoloco CGI, la firma de animación responsable de la película Metegol; Luis Galeazzi, director ejecutivo en Argencon; Pamela Scheurer, CTO y cofundadora de Nubimetrics, y Emilio Gutter, cofundador de 10Pines, hablaron de las necesidades que enfrentan en cada uno de sus negocios.

Sobre la normativa en particular, Galeazzi, quien está al frente de Argencon, entidad que agrupa a empresas prestadoras de servicios basados en el conocimiento y relacionadas con los mercados externos, dijo que cumplió un rol clave. "Reunimos a las principales empresas de cada vector con la idea de mostrar que la Argentina tiene un potencial exportador en conocimiento que hay que mostrar al mundo", destacó el directivo, quien aclaró que, actualmente y según datos del Ministerio de Producción de la Nación, las firmas basadas en conocimiento emplean a 440.000 personas, sin contar el universo de trabajadores *freelancers* o de la cadena de valor. Además generan, en promedio, US\$6000 millones en exportación anuales. Sin embargo, reconoció que se trata de un monto que hace años viene "amesetado".



"No crecemos al ritmo del mundo. No estamos a esa velocidad, así que tenemos que trabajar mucho para no perder el tren. Hay empresas nacionales y globales, el ecosistema es variado y dinámico", describió.

Scheurer y su marido, fundadores de Nubimetrics, hablaron sobre la plataforma digital de inteligencia de e-commerce, que ofrece servicios tanto para vendedores de las plataformas -les recomiendan qué producto vender y en qué momento- como para los fabricantes y las marcas. Hoy en día, la pareja está convencida de que la tecnología es una herramienta para agregar valor desde Jujuy. "En provincias como la nuestra, en la que no tenemos acceso a puertos ni a trenes y donde la ecuación del flete y el desarraigo te impiden crecer, la economía del conocimiento te ayuda a llegar al mundo sin moverte del lugar en el que naciste o elegiste vivir. Así, podés generar riqueza genuina para la provincia", afirmó.

Desde el sector audiovisual, Goralí contó cómo nació Metegol, la película animada que llegó a más de 50 países y que ganó un premio Goya. "Viví en el exterior varios años y volví con la idea de crear un centro de contenidos de la Argentina para el mundo. Empecé con un cuento que encontré de Fontanarrosa, de tres páginas. Lo trabajé en el patio de mi casa y pensaba: '¿no puedo estar más lejos de Hollywood?'. Después lo contacté a Juan Campanella, se entusiasmó con el proyecto y así empezó todo", relató.

La película involucró a más de 450 artistas de más de 10 países. "Fue la primera experiencia de película de gran escala hecha en América Latina y eso nos permitió sentar las bases que tenemos hoy", relató Goralí. Esas bases son, por ejemplo, la producción de la serie Mini Beat Power Rockers, que lidera la programación de Discovery Kids y que tiene más de 500 millones de reproducciones por mes en YouTube.

Desde 10Pines, creen que se puede exportar conocimiento sin jefes ni jerarquías tradicionales. Desde que nació, en 2009, la empresa instauró un sistema interno para evitar la rotación. "En nuestra industria la rotación era enorme, faltaba conexión y por eso empezamos con el modelo de gestión horizontal. Por ejemplo, los sueldos son conocidos por todos los





empleados", destacó Gutter, para quien ese nivel de confianza habilita la participación de los empleados en las decisiones.

Para pedir aumento, cada colaborador se autoasigna un coach, y a partir de su seguimiento y evaluación se determina por él y en grupo, si se llega a obtener el consentimiento. En total, la firma exporta el 70% de sus servicios a Estados Unidos. "Mantener a la gente en nuestra empresa y que las personas estén felices en el proyecto para el cual trabajan, es algo que el cliente reconoce", afirmó.

3 Nacer para exportar

En la Argentina existen firmas que exportan hasta el 100% de su producción. Es decir, que fueron concebidas de cara al mundo. Así fue el caso de Bonalma, cofundada por Javier Nougués, quien se desempeña como socio director. La firma productora de pasta seca de trigo duro lleva la totalidad de su producción al mercado externo.

"Arrancamos con una pregunta: cómo puede ser que la Argentina sea uno de los principales países productores de trigo y que no tenga un rol en la categoría mundial de pastas. Por eso, desarrollamos una marca de trigo candeal y salimos a ofrecerla", explicó.

Nougués aseguró que siembran las hectáreas necesarias de acuerdo con el *forecast* de venta y tercerizan la producción. Al momento exportan a Panamá, Honduras, Uruguay y Alemania y esperan poder entrar, en el próximo mes, a Brasil y Paraguay. Sobre los problemas locales, Nougués afirmó que la política de Bonalma se basa en "no transmitirle el problema al cliente".

"Los problemas de la Argentina son en la Argentina y nosotros mantenemos las condiciones cerradas con los clientes, a pesar de que a veces nos pueda perjudicar", afirmó . Y aclaró que, a pesar de las dificultades, el negocio genera ganancias.



Sergio Casas es presidente de Snack Crops, firma que fundó en 2004 junto a sus socios y que es líder en la comercialización de popcorn, girasol confitero, chía, garbanzo y otras especialidades. Exporta más del 90% de su producción. Casas fundó la empresa luego de dirigir la filial local de Weaver Popcorn, empresa de Indiana, Estados Unidos.

Al momento exporta a más de 70 países y el maíz pisingallo es su principal negocio. "Uno de cada dos contenedores que salen a la Unión Europea es de Snack Crops", aseguró Casas, quien agregó que desde Pehuajó, provincia de Buenos Aires, abastecen al 40% del mercado de los cines ingleses y son los responsables del 90% del popcorn que se consume en Dinamarca.

En total, la empresa invirtió US\$10.000 millones en activos fijos entre 2004 y 2017, siendo su planta una de las más modernas a nivel mundial. "La Argentina hoy precisa de este tipo de industrias, para vender trabajo argentino al mundo", destacó Casas. Y dijo también que el modelo de la firma es "participativo con los productores".

"Producimos más de 30.000 toneladas y exportamos 1200 contenedores al año. No tenemos un mercado de referencia como el de las commodities en Chicago; por eso nuestro sistema se basa en participar al productor del valor FOB", explicó.

En 2016, Antonella Marini y su padre Omar Marini, fundador de AgroIndustrias Baires -empresa que fabrica alimento balanceado para animales y que dirigió hasta 2001- crearon Marini & Cía. La firma fabrica alimentos y snacks para mascotas con ingredientes de calidad y con altos porcentajes de carnes frescas. "Pusimos la planta en marcha en enero de 2018, esperando un mercado interno más interesante y luego, con la recesión, nos orientamos a la exportación", explicó Marini, quien dijo que hoy la empresa exporta el 70% de su producción, en especial a Estados Unidos, país al que envían productos para marcas de terceros.

Marini explicó que, en este contexto, la incertidumbre se relaciona con la definición de planes de prefinanciación para la exportación. "No sabemos bien cómo se va a definir el tema de la prefinanciación. Es un crédito a seis meses dolarizado



para costear la producción de tres meses. Eso implica tiempos de envases, financiación a clientes. La realidad es que sin esta oportunidad estamos en una situación complicada. Hay bancos que están bajando estos créditos y otros que, en teoría, los siguen entregando", apuntó.

4 El desafío de abrir nuevos mercados

En un solo panel, especialistas del comercio exterior y las relaciones internacionales analizaron el impacto que tendría el acuerdo entre el Mercosur y la Unión Europea en la Argentina y, además, hablaron sobre la "letra chica" a tener en cuenta y sobre los escenarios que se abrirán en caso de que haya un cambio de gobierno en el país.

Para Jorge Castro, analista internacional, "la crisis del sector externo es la raíz estructural de la crisis argentina; el núcleo es la debilidad de la oferta exportadora del país. Por año, la Argentina exporta entre 50.000 y 80.000 millones de dólares anuales, en un país de más de 43 millones de habitantes. En términos comparativos significa, por ejemplo, que la Argentina exporta menos de la mitad de lo que exporta Chile, que tiene 16 millones de habitantes", dijo.

En referencia al acuerdo Mercosur y Unión Europea, Félix Peña, especialista en relaciones económicas internacionales y director del Instituto de Comercio Internacional de la Fundación ICBC, consideró que tiene mucho futuro. "El acuerdo como tal puede ser muy conveniente para nuestro país, pero hay que negociar, no es que ya esté", recordó. Y opinó que sería "muy negativo para nuestro país que fracase". "Hay que poner atención al tema, la negociación fuerte, de fondo es en los próximos meses", afirmó.

Por su parte, Diana Mondino, directora de Relaciones Institucionales Universidad del CEMA, se refirió a las retenciones y sostuvo que "impactaron bastante" y que la preocupación recae en si "va a haber o no nuevas retenciones con el nuevo gobierno, si lo hubiera". "La necesidad de divisas es enorme. Hay un error fundamental en creer que las retenciones se



quitan de ganancias extraordinarias. Hoy las retenciones son el equivalente a que hubiera recesión, porque si tenés ventas de 100 pesos y te quitan 10, es lo mismo que vender 10 menos", ejemplificó.

Para Beatriz Nofal, directora de Eco-Axis y ex sherpa argentina del G20, para mejorar los negocios internacionales la Argentina debe, en primer lugar, identificar dónde están los obstáculos a la inversión y, en segundo término, generar una cierta garantía de que esa inversión se va a hacer en un ambiente con determinadas reglas de juego y cálculos de retorno de inversión. "Si uno prevé una crisis macro en los próximos años, no invierte. Si cree que va a haber regímenes regulatorios, tampoco. La Argentina tiene una tarea enorme para hacer", afirmó.

5 Pymes y emprendedores con proyección global

Nacieron en la Argentina pero con la mira en el exterior. El último panel de la mañana del evento organizado por LA NACION estuvo protagonizado por Paula Ortega, gerente de Productos de Comercio Exterior de ICBC; Adriana Marina, fundadora de Animaná y de la ONG Hecho por Nosotros; Oscar Bonello, presidente de Solidyne, y Mauricio Alonso, country manager de NotCo.

Ortega afirmó que, según se dice, la empresa que exporta genera tres veces más empleo. "Esto es así porque genera un círculo virtuoso y eso la hace más competitiva", explicó. Y agregó que, con la exportación, también se genera mayor empleo calificado. Para exportar, según consideró Ortega, una pequeña o mediana empresa tiene que incluir la estrategia de comercio exterior desde el principio del negocio. "Las empresas que más exportan tienen más productividad y más capacidad para abastecer al mercado local. Vemos que las empresas más exitosas en el camino exportador lo fueron porque concibieron la estrategia desde el principio", afirmó.

Uno de los casos es el de Solidyne, fundada por el propio Bonello en el año 1968. Actualmente, esta firma de innovación



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

en ingeniería de audio exporta a 65 países. En total, Bonello publicó más de 160 artículos técnicos y *papers* y fue durante 25 años profesor titular en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Tecnológica Nacional.

"La primera exportación importante creo que fue a Cuba. Los cubanos buscaban equipos sólidos y económicos y así los obtuvieron: 35 años después me dicen que todavía funcionan perfectos", contó Bonello.

Desde la industria textil, Marina creó una empresa B (de triple impacto): Animaná. Desde la Patagonia argentina, hoy esta empresa social ofrece una alternativa a las formas de producción, consumo y marketing existentes, a partir del uso de fibras andinas de primer nivel y con un trabajo hecho en conjunto con productores locales. "Una de mis mayores satisfacciones en esta industria tan inmensa es tener una propuesta diferente y concretarla. Hoy la ONG Hecho por Nosotros tiene *status* consultivo en las Naciones Unidas. Además, colaboramos con universidades del mundo y estamos generando herramientas de tecnología", contó.

En NotCo también utilizan la tecnología pero, en su caso, para elaborar alimentos sin ingredientes de origen animal. Creada en Chile y con una inversión del fondo de Jeff Bezos, fundador de Amazon, NotCo ya tiene operaciones en Chile, la Argentina y Brasil. Su objetivo es desarrollar alimentos a través del uso de la Inteligencia Artificial. En el país trasandino ya lanzaron una mayonesa y ganaron un 10% de la cuota del mercado. Para la Argentina, están preparando un dulce de leche, sin leche.

"La idea es que las operaciones que tenemos trabajen localmente, produciendo sabores locales. Ahí entra el concepto de *hub*, en el que cada uno pelea por su especialidad", sostuvo Alonso. Y concluyó: "El dulce de leche se tiene que hacer acá, vamos a competir con la tecnología local y con los paladares locales para exportarlo a cada lugar del mundo donde haya un argentino".





El creativo argentino que trabaja para la NASA

Más que exportar talento, Carlos Bayala exportó sus ideas. Hoy, al mando de su agencia New, el creativo argentino radicado desde hace seis años en Londres trabaja para reavivar a la NASA como marca y con el MIT y productores locales, para lanzar una nueva yerba orgánica. Además, junto a su equipo de trabajo predijo el resultado del plebiscito colombiano en el que ganó el "no" al acuerdo de paz con las FARC.

En un mano a mano con José Del Rio, secretario general de Redacción de LA NACION, Bayala hizo un repaso por su historia y por sus campañas más exitosas. El creativo consideró que, para hablar de la Argentina y su potencial es importante "aislar las últimas semanas de la lectura". "Constantemente veo que la Argentina viene bien en sus impulsos individuales y tenemos que aceptarlos", definió. Y continuó: "Tenemos que amigarnos con que nos cueste más todo como equipo". Para Bayala, el país es una "mina de oro humana absoluta" y lo que nos va a diferenciar del resto del mundo es pensarse, en algún momento, en un "quality plan", es decir, en la exportación de productos y servicios de calidad que sean característicos de la Argentina.



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA



Argentina



El brexit de Latinoamérica: la posible retirada de Brasil del Mercosur

Puede que no sea tan tóxica desde el punto de vista político como el intento del Reino Unido para abandonar la Unión Europea, pero la amenaza del presidente Jair Bolsonaro de abandonar el Mercosur podría resultar casi tan complicada y costosa. La medida sería un revés importante para el bloque comercial integrado por Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay, justo cuando ha llegado a un acuerdo comercial con la Unión Europea después de 20 años de conversaciones. Cuáles son los países que integran el bloque Mercosur-Unión Europea Bolsonaro ha dicho que Brasil podría abandonar el Mercosur si Argentina, la segunda mayor economía de la unión aduanera, gira hacia la izquierda después de las elecciones presidenciales de octubre. Pero, ¿en qué medida es factible tal ruptura? 1. ¿Qué propone Brasil realmente? Tras la victoria de Alberto Fernández en las elecciones primarias del mes pasado en Argentina, el candidato opositor de izquierda se encamina a una victoria frente al actual gobernante, Mauricio Macri, en las elecciones presidenciales de octubre. Bolsonaro respaldó explícitamente al actual presidente y advirtió de una posible ola de migrantes argentinos a Brasil en caso de que éste pierda. En declaraciones unos días después de las primarias argentinas del 11 de agosto, Bolsonaro dijo que no cree que Fernández quiera seguir los principios de libertad y democracia. “Si crea algún problema, Brasil abandonará el Mercosur”, dijo. No ha ofrecido más detalles a su propuesta. 2. ¿Cómo abandonaría Brasil el Mercosur? La seriedad de la amenaza del presidente no está clara. Al igual que con el brexit, habría serios obstáculos comerciales, burocráticos y políticos para abandonar el bloque y el proceso no sería nada sencillo. El Congreso tendría que aprobar un





proyecto de ley para poner fin al acuerdo de libre comercio. Brasil tendría que renunciar a aranceles externos comunes que comparte con sus vecinos, así como a los viajes sin visado o pasaporte de los que sus ciudadanos disfrutaban actualmente en la región. “Sería una señal de falta de seriedad y afectaría la relación de Brasil con el resto del mundo”, dijo Aloysio Nunes Ferreira, ex ministro de Relaciones Exteriores durante la gestión del anterior presidente Michel Temer, quien trabajó para reforzar el peso de la unión aduanera.

3. ¿Cuál sería el impacto económico? En los últimos diez años, Brasil registró un superávit comercial de US\$87.000 millones frente a los otros tres países del Mercosur, una cantidad superior a la de China o la Unión Europea durante el mismo período. El superávit de Brasil solo con Argentina es de alrededor de US\$8.500 millones al año. Alrededor de la mitad de las exportaciones de Brasil a su vecino del sur provienen del sector automotriz o de productos manufacturados. En otras palabras, es uno de los pocos países que compra productos de valor agregado de Brasil y no solo sus materias primas. Argentina es el segundo país después de Estados Unidos en la compra de zapatos brasileños. Por otro lado, la economía brasileña depende del trigo argentino. La mitad del volumen de granos que se consume en Brasil proviene de Argentina, libre de aranceles e impuestos a la exportación. El acuerdo que cambia la historia del Mercosur Los problemas económicos de Argentina tienen un impacto directo en Brasil. La actual crisis financiera en Buenos Aires podría reducir en hasta un 0,5% el crecimiento económico de Brasil este año, según un estudio publicado esta semana por el centro de estudios y la escuela de negocios Getulio Vargas Foundation. Para los empresarios brasileños, el Mercosur representa el segundo destino más atractivo a sus futuras exportaciones, después de Estados Unidos. El bloque comercial también genera alrededor de 31.100 empleos por cada mil millones de reales en exportaciones, según una encuesta realizada por la Confederación Nacional de Industria.

3. ¿Cuáles son las posibilidades de que Brasil se retire realmente? Dada la complejidad de abandonar el Mercosur por completo, los funcionarios prefieren hablar de hacer más flexible el bloque comercial actual. Esto implicaría permitir que los estados miembros lleguen a sus propios acuerdos arancelarios bilaterales, siempre que los cuatro países del Mercosur estén de acuerdo. En una entrevista reciente, el actual ministro de Economía de Brasil, Ernesto Araujo, adoptó un tono de cautela



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

cuando se le preguntó sobre la posible salida de Brasil del Mercosur. “Quizás debamos pensar en una salida”, dijo, y agregó que su Gobierno tendría que sopesar puntos de vista políticos más amplios para decidir qué hacer. “Mercosur es una realidad que forma parte del plan para nuestro país, parte de nuestra recuperación económica”. La unión aduanera sudamericana también es mucho menos problemática desde el punto de vista político para los brasileños que la Unión Europea para los británicos, hasta tal punto que ninguna de las principales empresas encuestadoras de Brasil se han molestado en pedir la opinión del público sobre el bloque. Aun así, una posible retirada podría tener un impacto significativo tanto en el comercio como en el empleo para una economía atrapada en la crisis, por lo que los inconvenientes parecen superar a las ventajas. Welber Barral, ex secretario de Relaciones Exteriores del Ministerio de Industria y Comercio de Brasil, dijo que reformar el bloque sería mucho mejor que abandonarlo. “Tendríamos el mismo problema que el Reino Unido tiene hoy con el brexit”, dijo. “Perderíamos acuerdos comerciales”. (Fuente www.perfil.com).



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA



Uruguay

EL TELEGRAFO.COM

Hay avances respecto a la cuota cárnica hacia la Unión Europea

Los presidentes de la FARM visitaron en la víspera el predio de la rural del Prado.

La reunión del foro Mercosur de la carne no llegó a un acuerdo en el encuentro realizado en el marco de la Expo Prado para definir lo que correspondería a cada país en las negociaciones Unión Europea-Mercosur, y "a pesar de las diferentes posturas, creo que hoy avanzamos en la idea de llegar a un punto de acuerdo por la cuota cárnica", manifestó Martín Rapetti, de las Confederaciones Rurales Argentinas (CRA).

Aclaró que no se llegó a acordar en este encuentro, pero enfatizó que "tampoco estamos en desacuerdo, en virtud de la situación que tiene Argentina y Brasil, además de Uruguay, que tiene elecciones".

Entiende que en esto "los más complicados podemos ser nosotros, aunque Brasil con la quema del Amazonia no la está pasando bien".

Para Rapetti "lo más prudente es esperar para más adelante. Nosotros en Argentina y con las elecciones pasa lo que no queremos que ocurra, y después nos va a pasar lo que pasó. Hay que tener en cuenta que perdimos 12 millones de cabezas, pero en éste último tiempo recuperamos y crecimos, pasando de exportar menos de 100.000 toneladas en cuatro años, a 700.000 este año. Pasamos de estar en puesto 14 en el ranking mundial a estar hoy peleando por el cuarto lugar".





MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

Entiende que esto "es una negociación de bloque, pero también cada país tiene intereses en juego, como la vid, la miel y otros sectores, e incluso también con la industria, porque es un paquete que tiene cada país". Rapetti hizo alusión a expresiones que fueron realizadas semanas atrás sobre la diferencia entre los países que componen el Mercosur. Brasil tiene 230 millones de cabezas y es el segundo exportador mundial con 2 millones de toneladas, y Paraguay tiene 14 millones de cabezas y exporta escasamente 400.000 toneladas.

"Hay que sincerarse, porque decir que uno invirtió mucho en genética no es todo, porque yo también invertí. Compré hace tres años en Palermo una vaquillona en U\$S 27.000 y no es todo", aseguró.

Explicó que "los paraguayos arrancaron en algún momento con cierta inflexibilidad. Pero debemos respetar. No salir a agredir a nadie y tratar de decir que estamos de común acuerdo trabajando".

Sobre el próximo encuentro, indicó que será a fines de noviembre en Montevideo. "Resolvemos ahora y pasa algo en Argentina, después sale Macron y Bolsonaro y se pelean con las mujeres, y se complica todo", finalizó.

LAS FARM

Se realizó este viernes en el predio de la rural del Prado, una nueva reunión de la Federación de Asociaciones Rurales del Mercosur (FARM), oportunidad en la que además de la asamblea tradicional, se realizó el cambio de autoridades, asumiendo como presidente, el doctor Luis Villasanti, titular de la Asociación Rural de Paraguay (ARP).

"Fueron tratados temas inherentes al comercio, sanitarios y sobre la posición que se va a llevar a la próxima reunión de la COP en Chile, un tema de mucho interés de todos los países que componemos la FARM, "relacionado a la amistad del campo con la ecología y como producimos sin polucionar nuestro planeta, y ese mensaje tenemos que hacerlo escuchar muy fuerte".





MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

Sobre la reunión del Foro Mercosur de la Carne, ámbito en donde se procura dirimir de qué manera se repartirá la cuota para el ingreso sin arancel a la Unión Europea, el secretario de la federación Daniel Pelegrina dijo que "todavía tenemos bastante tiempo, para consolidar este acuerdo y aprobarle debidamente".





MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA



Uruguay

EL PAIS

ENTREVISTA. Impulsando con Uruguay el desarrollo latinoamericano

Ya en el siglo XIX Uruguay mostró su cercanía al esfuerzo democrático y republicano que había en México. El embajador Víctor Manuel Barceló Rodríguez destacó el lazo que une a ambos países.

El diplomático recordó que en el año 1863 llegó a Brasil, donde había una reunión de países de la región, un enviado del entonces emperador Maximiliano que gobernaba México. Ante esto, Uruguay fue el que reaccionó "de manera más favorable" en apoyo a los mexicanos que luchaban contra la ocupación extranjera. Fue así que el representante plenipotenciario uruguayo rechazó enérgicamente la presencia del delegado imperial.

El delegado de la joven República al Oriente del río Uruguay sostuvo que el gobierno legal mexicano era el de Benito Juárez, quien se alzó en armas contra el emperador impuesto por Napoleón III. De esta manera, la relación de Uruguay y México * "viene de antaño" y "se ha venido intensificando con el tiempo". En este sentido, el embajador mexicano estimó que se trata de una relación de tipo cultural que siguió cultivándose a lo largo de las décadas.

También recordó Barceló que a principios del siglo pasado visitó Uruguay el afamado poeta mexicano Amado Nervo, quien echó hondas raíces en tierras uruguayas. También periodista, Nervo ingresó en 1906 en el servicio diplomático y se le confiaron distintas tareas en Argentina y Uruguay, para ser finalmente designado secretario segundo de la Legación de





México en España. En 1918 recibió el nombramiento de ministro plenipotenciario en Argentina y Uruguay, el que iba a ser su último cargo, pues, un año después, en 1919, Nervo moría en Montevideo. La figura y la impronta que el poeta mexicano dejó en nuestro país, quedó en evidencia luego de su fallecimiento. Barceló recordó que tras morir, sus restos fueron acompañados por una fragata uruguaya en el recorrido hasta México, como homenaje postumo. "Estos son episodios que unen otra vez, desde el punto de vista cultural, a ambas naciones", puntualizó el Embajador Barceló.

En ese sentido, resaltó que en 1959, el presidente de México, Adolfo López Mateos visita Uruguay. Lo hace después de una reunión celebrada en Argentina entre varios países de la región. El mandatario quería saber qué

estaba ocurriendo con un esfuerzo de integración que se estaba llevando a cabo. Se estaba en el proceso de gestación de la antigua Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (Alalc), hoy Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi). El mandatario mexicano vio que el esfuerzo abarcaba a los países sudamericanos, pero que no se estaban tomando en cuenta a los que forman parte del norte del hemisferio. Ante este escenario, López Mateos expresó el interés y la necesidad de que México integre este esfuerzo. El planteo es recogido inmediatamente y es así que la iniciativa se concreta desde el principio del proceso, hacia 1960.

"Nos acercamos al Mercosur con personajes mexicanos que tenían el concepto de integrar una América Latina como la que soñaron tanto Miguel Hidalgo como José María Morelos, José Gervasio Artigas, Simón Bolívar, Sucre, Morazán y Benito Juárez", manifestó Barceló.

Destacó que Juárez fue un luchador incansable en pos de erradicar de suelo mexicano los intereses del imperio francés, lo cual logra gracias al apoyo popular del que gozaba. "La vida de Juárez fue de total entrega al interés nacional. Después de acompañar la creación de la Alalc nos hemos mantenido en esa línea integradora, pero luego hubo un interés menor en América Latina", precisó el diplomático.



Actualmente, el presidente Andrés Manuel López Obrador expresó un gran interés en intensificar este empeño y tratar de ser parte indisoluble de América Latina, puntualizó Barceló.

"Ahora México preside la Aladi y estamos de una manera muy clara y precisa tratando de impulsar con Uruguay el único país del Mercosur con el que México tiene un Tratado de Libre Comercio? mecanismos que sean factores importantes del desarrollo latinoamericano".

"Vamos a tener un buen resultado por las relaciones directas del gobierno mexicano con el presidente Tabaré Vázquez y el canciller Rodolfo Nin Novoa con quienes hay comunicaciones directas y cotidianas, y con quienes se comparten muchos criterios".

A propósito de la obra del héroe nacional Emiliano Zapata, el embajador mexicano sostuvo que "actualmente se está volviendo a reconsiderar su punto de vista para impulsar la producción agropecuaria y beneficiar a los campesinos". Aseveró que "esta visión de país" forma parte de lo que denominamos "4a Transformación" que tiene lugar en el México de hoy. Enseguida enumera Barceló: la primera tuvo lugar en el siglo XIX con los movimientos independentistas que encabezaron Hidalgo y Morelos. Éstos "impulsan un proceso complejo y a partir de su cruzada no dependemos de ninguna potencia extranjera".

La segunda fue la de Benito Juárez "en su lucha intensa para expulsar a los franceses del país y desterrar los intereses extranjeros que impusieron a Maximiliano de Habsburgo que estuvo poco tiempo".

La tercera ola de cambios es la que tiene lugar en la Revolución Mexicana de 1910 "para rescatar a los campesinos que se encontraban trabajando como peones acaudillados en las haciendas de quienes eran partidarios del presidente Porfirio



Díaz" por haber recibido tales canonjías.

Barceló recuerda que en las primeras décadas del siglo XX, en el país se llevó adelante una reforma agraria intensificada por el presidente Lázaro Cárdenas, quien además nacionaliza el petróleo de manos extranjeras y otras medidas que lograron modernizar el país. "A partir de los años 80 comienza a decaer la situación y se vuelve a abrir la puerta a los intereses imperiales", relató el embajador de México.

Añadió que en esta 4a Transformación que está en marcha, el foco está puesto en recuperar los recursos naturales de la nación para lograr un desarrollo económico y social sustentable, respetando los Derechos Humanos e intensificando la educación y el bienestar social en general. Además Barceló enfatizó, que su país le da un apoyo sólido al triángulo de países del norte conformado por Guatemala, El Salvador y Honduras (desde donde marchan miles de personas que intentan emigrar o ingresar clandestinamente a territorio norteamericano), mediante un plan de desarrollo integral que abarca el sureste mexicano y los países mencionados. Para tal fin, México mantiene una campaña en el ámbito internacional que permita impulsar de manera integral el desarrollo sustentable en esta región.

A propósito del comercial entre Uruguay y México en el marco del TLC, el embajador señaló que en junio hubo un par de reuniones de alto nivel para impulsarlo.

"Uruguay es un socio importante para integrar el Mercosur pero hay mecanismos en Aladi que permiten abrir la puerta de manera bilateral y multilateral con todos los países del Mercosur, la Alianza del Pacífico y Sica en su caso", afirmó el diplomático.

Uruguay es estratégico para darle terminación a productos mexicanos que luego se pueden distribuir en el resto de países del bloque regional. "Estamos vendiéndole partes de automóviles y el comercio se puede ampliar en este terreno", indicó



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

Barceló.

Por su parte, México compra en el mercado uruguayo productos agropecuarios, queso y leche en polvo, cueros procesados y soja.

En el terreno político, Barceló sostuvo que la línea de acción de México respecto a América Latina y el mundo es el respeto sin intervención de nadie en la decisión de los pueblos. Y que las controversias de los países se resuelvan en la mesa de negociaciones.

Hay tres estados que quieren comerciar

¿Cómo se observa el potencial del Mercosur tras el acuerdo con la UE?

Da mucho gusto; va a abrir la ventana de posibilidades para los países. México también está esperando lograr un acuerdo más amplio. Llegará un momento en que tengamos que vincularnos con Mercosur frente a Europa y Asia. Ahora estamos en grupos pero no estamos unidos. Buscamos una relación adecuada para negociar productos uruguayos hacia Estados específicos del territorio mexicano. Ya hay tres estados interesados y estamos esperando que las negociaciones maduren. Este año podrían concretarse los acuerdos comerciales: pondremos todo el empeño para que esto ocurra.

"El presidente Manuel López Obrador ha expresado un gran interés en intensificar el impulso integrador junto a Uruguay"





MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA



Venezuela

EL UNIVERSAL

Acuerdo entre Unión Europea y Mercosur es un pacto "ambicioso, amplio y equilibrado"

El Ejecutivo en funciones español, aseguró que el convenio entre la UE y Mercosur generará importantes oportunidades de negocio para las empresas de España

DPA

Valencia, España.- El Gobierno de España en funciones, a través de la Secretaria de Estado de Relaciones con las Cortes, defiende que el acuerdo comercial alcanzado el pasado 28 julio entre la Unión Europea (UE) y los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) es un pacto **"ambicioso, amplio y equilibrado"** que generará **"importantes oportunidades de negocio para las empresas españolas"**.

Aún así, consciente de la "preocupación" en algunos sectores productivos considerados "sensibles" del posible impacto negativo que el Acuerdo pueda tener, el documento contempla medidas de salvaguardia en caso de **"incrementos repentinos de las importaciones que provoquen perturbaciones en el mercado europeo"** y establece un paquete de 1.000 millones de euros para **"situaciones graves de alteraciones en los mercados"**, ha destacado el Ejecutivo, según reseñó Europa Press.





En la misma línea, ha valorado que el documento recoge otros mecanismos como "contingentes o periodos transitorios y desarmes arancelarios progresivos que permitan tanto una adecuada adaptación del sector a una mayor competencia como aprovechar las oportunidades que ofrece el nuevo mercado".

En todo caso, el Gobierno ha asegurado que realizarán un **"seguimiento continuo de la situación para, en caso necesario, adoptar las medidas correctoras pertinentes"** y que analizarán "con el máximo detalle" el contenido del acuerdo con la nueva información que vaya estando disponible.

Así lo ha hecho saber la Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes en una respuesta parlamentaria al portavoz de Compromís en el Senado, Carles Mulet. El senador había cuestionado al Gobierno español sobre qué va a hacer con el acuerdo entre la UE y Mercosur, después de que Francia haya advertido que lo revisará "con lupa". **"¿Ha valorado el impacto que este acuerdo puede tener en el campo valenciano?"**, remarcaba.

Al respecto, el la Secretaría del Estado ha recordado que el texto definitivo será sometido a la aprobación de los Estados miembros en el Consejo de la Unión Europea. Si es aprobado, la Comisión lo presentará después al Parlamento Europeo y a los Estados miembros para su aprobación, en la mayoría de los casos, por los parlamentos nacionales.

"Análisis Exhaustivo"

Por su parte, el Gobierno de España realizará "todos los procedimientos necesarios para cumplir con lo establecido por el ordenamiento jurídico español" a este respecto, incluyendo el "análisis exhaustivo" al "máximo detalle" de los textos acordados" entre las partes y de la nueva información que vaya estando disponible.

En todo caso, el Ejecutivo augura que el acuerdo "generará importantes oportunidades de negocio para las empresas españolas en todos los sectores productivos y permitirá reforzar el ya de por si privilegiado posicionamiento que tienen los





productos y servicios españoles en los países Mercosur".

Asimismo, cree que el tratado "proporcionará mayor seguridad jurídica y una mejora del clima de negocio del que se beneficiarán las empresas e inversores españoles".

En todo caso, ha instado a actualizar los estudios al respecto, según varíen las circunstancias, como es el caso del 'Cumulative economic impact of future trade agreements on EU agriculture', elaborado por la Comisión Europea, para **"analizar más en detalle las posibles repercusiones del acuerdo en nuestro sector agroalimentario"**.

Sectores con potencial y vulnerabilidad

El citado estudio, recuerda el Ejecutivo, resalta el "potencial" que para productos como el sector lácteo, la carne de porcino y productos como el vino, las bebidas espirituosas o los productos procesados puede suponer la firma de este tipo de acuerdos. También resalta que la demanda adicional de la exportación derivada de los acuerdos comerciales puede traducirse en una "importante fuente de crecimiento y creación de empleo por el sector agroalimentario europeo".

No obstante, admite la "posible vulnerabilidad de algunos sectores como los de la carne de vacuno, el arroz y, en menor medida, las aves y el azúcar", por lo que las importaciones de todos estos productos estarán sujetas a límites contingentarios en el acuerdo con Mercosur. Además, en el caso de Mercosur, sus limitaciones en infraestructuras de suministro y exportación, así como los compromisos medioambientales, podrían reducir su capacidad real de exportación.

Características del acuerdo

A través del acuerdo con Mercosur, **la Unión Europea logra el acceso a un mercado de 260 millones de consumidores, con un Producto Interior Bruto (PIB) anual de 2,2 billones de euros.** Las empresas europeas se beneficiarán de un ahorro



arancelario de 4.000 millones de euros (unos 400 millones de euros, en el caso de las empresas españolas), destaca el Gobierno español.

El Acuerdo liberalizará el comercio de bienes de forma progresiva, con períodos de transición de 10 años en la mayoría de productos; simplifica procedimientos aduaneros; armoniza normas de calidad y de etiquetado y refuerza la cooperación en medidas sanitarias y fitosanitarias. Los productos importados deben cumplir las mismas normas de seguridad alimentaria que los de la UE, precisa la respuesta parlamentaria.

Además, Mercosur **liberalizará gradualmente los aranceles del 95% a las exportaciones agroalimentarias europeas, y reconoce y garantiza la protección de 349 Indicaciones Geográficas Protegidas de la Unión Europea, de las cuales 59 son españolas.**

En todo caso, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación seguirá manteniendo reuniones periódicas con los representantes del sector agrario, organizaciones profesionales agrarias y cooperativas, para analizar las cuestiones que afectan a los diferentes sectores en cada momento, incluyendo la negociación de los acuerdos comerciales, segura el Ejecutivo en su respuesta parlamentaria.

Mulet lamenta "El enésimo desprecio al campo valenciano"

Tras conocer la respuesta del Ejecutivo, el portavoz de Compromís en el Senado, Carles Mulet, ha criticado lo que considera "el enésimo desprecio del Gobierno central hacia el campo valenciano" con su defensa "a capa y espada" del acuerdo comercial con Mercosur.

Según Mulet, "el Gobierno evita revisar este acuerdo, y evita analizar si va a tener o no efectos negativos sobre la citricultura, agricultura en general, ganadería o apicultura como afirma el sector, y se queda superficialmente aplaudiendo



MERCOSUR EN LA PRENSA | MERCOSUL NA IMPRENSA

el acuerdo".

Para Mulet, después de la negativa del Gobierno a revisar este acuerdo o a pedir que se investigue si procede aplicar la cláusula de salvaguardia con el acuerdo de Sudáfrica, "la principal amenaza que tiene ahora el campo valenciano, es el Gobierno en funciones del PSOE".

"Si estamos advirtiéndole de la llegada continuas de plagas por puertos europeos de cítricos de Sudáfrica, la peor plaga que podía llegarle al sector era la de un ministro prepotente y soberbio como (Luis) Planas, que no se digna ni a escuchar al sector y se dedica a criticar directamente a los productores. Una persona como esta no puede ser ministro", ha sentenciado.

