

IBEROAMÉRICA EMPRESARIAL

Latinoamérica se sitúa como región clave para la economía digital

LOS RETOS DEL CONTINENTE/ La próxima Cumbre Iberoamericana, que se celebrará en octubre en Cartagena de Indias, se centrará en la juventud y pondrá el foco en la transformación digital de la región.

Amaia Ormaetxea. Madrid

En apenas seis meses se celebrará en Cartagena de Indias (Colombia) la XXV Cumbre Iberoamericana. Los jefes de Estado y de Gobierno debatirán, principalmente, sobre el papel de la juventud y el emprendimiento en la sociedad iberoamericana, con el foco puesto, también, en la revolución digital y las oportunidades que esta transición representa para los países de América Latina.

De todo ello se habló en el último foro Iberoamérica Empresarial, organizado por EXPANSIÓN y celebrado en el espacio de la Fundación Telefónica en Madrid con la colaboración de Telefónica y la Secretaría General Iberoamericana y el patrocinio de Ontier, Krea y Goya.

“La economía digital es la gran oportunidad de América Latina para salir de la crisis”, aseguró Carlos López Blanco, director general de Asuntos Públicos y Regulación de Telefónica, en su discurso de apertura del foro. El ejecutivo explicó que la multinacional no está en absoluto preocupada por la desaceleración que están sufriendo los principales países de la región con Brasil a la cabeza: “Nunca América Latina ha afrontado una crisis en mejores circunstancias; hay una clase media exigente que es un gran colchón para las situaciones de crisis”, explicó.

López Blanco aseguró también que la región cuenta con dos factores principales que la convierten en un enclave de enormes oportunidades para la economía digital: “magníficas infraestructuras en telecomunicaciones y una generación joven y formada”.

La juventud será, precisamente, uno de los asuntos clave de la próxima cumbre iberoamericana. Y sobre el papel y los retos de los jóvenes de la región debatieron durante la primera parte del encuentro la secretaria general iberoamericana, Rebeca Grynspan y el nuevo embajador de Argentina en España, Federico Ramón Puerta. Grynspan se mostró optimista de cara al futuro próximo de la región. “Hay desaceleración, pero no



De izda. a dcha., Rebeca Grynspan, secretaria general iberoamericana; Carmen Méndez, redactora de EXPANSIÓN y moderadora del encuentro, y Federico Ramón Puerta, embajador de Argentina en España.



De izda. a dcha., Guillermo López-Cediel, director de Desarrollo de Negocio para América Latina de Acciona; Ana Gazarian, dir. ejecutiva de EMS; Ana Plaza, secretaria general de CEOE; Trinidad Jiménez, dir. de Estrategia Global de Asuntos Públicos de Telefónica, y Eugenio Martínez-Bravo, 'managing partner' de Krea.

una crisis generalizada”, subrayó, para insistir en el relevante papel que los jóvenes latinoamericanos están destinados a jugar a medio y largo plazo. “Un tercio

de la población latinoamericana tiene entre 15 y 29 años y está mejor preparada que nunca, porque dos tercios de los universitarios son los primeros de su familia que han

podido acceder a estudios de grado superior”, recaló la secretaria general iberoamericana. El embajador argentino, por su parte, explicó que el Gobierno de Mauricio Macri

Moody's sube la calificación de municipios y provincias de Argentina

Expansión. Madrid

Moody's ha subido las notas como emisor y de la deuda de todas las provincias y municipios calificados por la agencia en Argentina. La agencia anunció esta subida después de que el pasado día 15 mejorara la calificación de Argentina como emisor de deuda soberana desde B1 a B3, con perspectiva “estable”, ante la inminente solución al litigio del país suramericano con fondos acreedores por deudas en mora desde 2001.

La subida en las calificaciones de provincias y municipios es tanto para deuda en moneda local como extranjera. En la mayoría de los casos, las notas subieron a B3 –escasa capacidad de pago–, desde Caa2 –cerca a la insolvencia–.

En un informe, la calificadora hizo notar “las muy fuertes interrelaciones económicas y financieras existentes entre los Gobiernos soberanos y subsoberanos de Argentina”. La agencia ha colocado además en “perspectiva estable” las calificaciones de la mayoría de las provincias.

Moody's también anunció la subida de un escalón de la calificación en moneda local, de once aseguradoras de Argentina, mientras que mantuvo a otras once entidades del sector, todas con perspectiva estable.

Acreedores

La calificadora subió la semana pasada la calificación de Argentina justo antes de que el Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas de Argentina autorizara el pago que saldaría la deuda con los acreedores litigantes por bonos en mora desde 2001.

Con un mensaje a través de su cuenta en la red social *Twitter*, el ministro de Hacienda y Finanzas Públicas, Alfonso Prat-Gay, adelantó que el país suramericano cierra definitivamente ese capítulo de su historia.

En la mejora de la calificación de Argentina, según la agencia, también han incidido las nuevas políticas económicas reformistas llevadas adelante por el Gobierno de Mauricio Macri desde que asumió la Presidencia argentina, en diciembre del año pasado.

López Blanco: “Nunca América Latina ha afrontado una crisis en mejores circunstancias”

(al que representa) está trabajando para recuperar la confianza de los inversores en Argentina y se lamentó de que los anteriores ejecutivos *kirchneristas* no supieran aprovechar mejor las fuertes inversiones españolas, que tocaron techo entre los años 1992 y 2012.

La segunda parte del foro estuvo dedicada a las inversiones estratégicas en Iberoamérica, donde se analizó el papel y el recorrido de la inversión privada en la región, sobre todo por parte de las compañías españolas. Trinidad Jiménez, directora de Estrategia Global de Asuntos Públicos de Telefónica, hizo hincapié en el alto “nivel de desarrollo y acceso a los servicios digitales” de la clase media latinoamericana, que incluye a 200 millones de personas; ellos configuran una “gran oportunidad” para la economía digital, insistió. Desde Acciona, Guillermo López Cediel, director de Desarrollo de Negocio para Latinoamérica, explicó que tanto su compañía como otras muchas grandes empresas españolas están en el mercado latinoamericano con vocación de largo plazo: “nuestro objetivo es ser locales”, recaló. En esa misma línea, Ana Gazarian, directora Ejecutiva de EMS, insistió en la idea de que Latinoamérica es un “mercado local” para las empresas españolas, mientras que Ana Plaza, secretaria general de CEOE, subrayó el papel de los encuentros empresariales que se llevan a cabo en el seno de la CEIB (Consejo de Empresarios Iberoamericanos) en los días previos a las cumbres iberoamericanas.

