

“Habrá un gran potencial en el Mediterráneo una vez la estabilidad esté asegurada”



← UNIR NORTE Y SUR CON EL MEDITERRÁNEO COMO EJE CENTRAL. La Unión por el Mediterráneo (UfM) es una organización intergubernamental que implica a los 28 países de la Unión Europea y a quince países del sur y el este del Mediterráneo. Con sede en Barcelona, el organismo quiere ser una única plataforma para enlazar la cooperación y el diálogo regional en esta zona.

MODALES DOSSIER MERCADOS ESTRATÉGICOS

POR SILVIA RIERA

Sherif Younis es asesor financiero y de comercio del Secretariado General de la Unión por el Mediterráneo (UfM, en sus siglas en inglés). MBA por la Universidad de Bradford, el directivo se unió a la división de desarrollo de negocio de este organismo en 2012, apoyado por el Gobierno de Egipto. Antes de incorporarse al Secretariado, Younis fue agregado comercial de Egipto en Alemania y trabajó como asistente del principal asesor del Ministerio egipcio de Comercio e Industria. En este último cargo, el directivo asistió a las negociaciones comerciales con la Unión Europea, la Asociación Europea de Libre Comercio (Efta), con Turquía, con Jordania para la Qualifying Industrial Zone (QIZ), con el Mercado Común de África Oriental y Austral (Comesa, en sus siglas en inglés) y con la Zona de Libre Comercio Panárabe (Pafta, en sus siglas en inglés). En el Gobierno egipcio, Younis también trabajó como asistente del viceministro de Comercio e Industria del país en cuestiones vinculadas a los diferentes tratados de libre comercio, además de en las negociaciones comerciales con Estados Unidos. Antes de involucrarse en el ámbito de la Administración pública, el ejecutivo tuvo experiencia

en el ámbito financiero, después de varios años en el departamento de desarrollo exterior del Banco de Egipto.

¿Cuáles son los ejes estratégicos de la integración del área mediterránea?

Queremos atraer proyectos industriales para apoyar el desarrollo y fomentar la cooperación con el sur del Mediterráneo. Una de las áreas es el desarrollo de negocio para empresas de tamaño pequeño y medio, en sectores como el energético, transporte o educación, entre otros.

“Para crear este gran mercado de consumo tenemos que ser capaces de impulsar el desarrollo económico de la región”

¿Se han marcado algunas metas de crecimiento a corto o medio plazo?

En estos últimos años ha habido cambios políticos que han tenido un impacto en estos territorios y se ha reflejado en el ámbito económico, pero ahora hay signos positivos y se recogen en las estadísticas que elaboran organismos como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional. Sus previsiones indican que esta región ha echado a andar de nuevo y se vuelve a hablar de crecimiento, siempre que a nivel político se lleven a cabo los cambios necesarios.

¿Cuál es el principal reto para el despegue económico de la región?

El empleo es uno de los retos más importantes, pero no sólo para la región mediterránea, también para otros países de la Unión Europea, como España. En el sur del Mediterráneo, el desempleo entre jóvenes y mujeres es del 28%. Estamos impulsando un número importante de acciones para desarrollar proyectos en el mercado laboral.

El nivel de desarrollo económico, industrial, de infraestructuras... ¿Es el mismo en todos los países de la región?

Si miramos cómo se estructura la economía de estos países, en todos vemos grandes retos. Cada uno

PÁGINA 104



PÁGINA 105

MODALES DOSSIER MERCADOS ESTRATÉGICOS

de ellos tiene una estructura industrial particular, unos más focalizados en el textil, otros en la agricultura y otros en el turismo. Entre ellos hay un número de acuerdos que intentan fomentar la cooperación y arrojan indicios positivos en retos como el transporte o el intercambio de bienes. En el marco legal existen otros acuerdos, aunque no siempre se alinean con las expectativas. También existen acuerdos bilaterales, por separado, entre la Unión Europea y los diferentes países del sur y el este del Mediterráneo, además del Agadir.

¿Cree que la tendencia es liberalizar aún más las economías?

Además del acuerdo de libre comercio de Agadir, que implica a Jordania, Túnez, Egipto y Marruecos, está el Greater Arab Free Trade Area, mucho más amplio. Sin embargo, el de Agadir va mucho más allá e implica cuestiones relacionadas con la cooperación internacional.

¿Podremos ver un aumento de los intercambios comerciales en esta región a corto o medio plazo?

Habrà un gran potencial en la región una vez la estabilidad política y económica estén aseguradas. Esta área tiene un gran potencial de crecimiento y hay muchos proyectos en marcha orientados a reforzar los lazos entre estas regiones. En concreto, a nivel logístico hay un proyecto para unificar estándares entre toda esta área. Desde aquí queremos reforzar las infraestructuras de conexión inter regional, más allá de las que tiene cada país a nivel interno. Trabajamos en impulsar las conexiones que se establecen por carretera o por mar, con la conexión de puertos.

¿Se avanza según lo previsto, se va más lento, más rápido?

La integración económica en la región es un proceso progresivo y a largo plazo. Pongamos como ejemplo la Unión Europea, cuyo proceso de integración económica duró 50 años. Desde el Secretariado General de la Unión por el Mediterráneo trabajamos para contribuir a dicha integración de diferentes formas. Ahora mismo tenemos en marcha hasta 41 proyectos de desarrollo regional en las diferentes áreas prioritarias.

¿Hasta qué punto es estratégico el comercio para el norte de África?

Creemos que el comercio crea puestos de trabajo y hemos establecido proyectos especiales para una mayor integración entre pymes industriales de la región Agadir para colaborar en la exportación a la Unión Europea y tener un mejor acceso a sus mercados. Esta cooperación ayuda a la creación de puestos de trabajo.

“Toda la región forma un gran mercado de más de 200.000 millones de habitantes, interesante no sólo para la Unión Europea sino para muchos otros bloques económicos”

Y al revés, ¿hay interés por parte de los países del sur del Mediterráneo a que aumenten las ventas europeas en la región?

Si observa la balanza comercial entre la UE y el norte y este de África verá que siempre es a favor de los países europeos. La Unión Europea es uno de los socios clave para los países del Mediterráneo porque es de dónde procede gran parte de la inversión para las fábricas textiles y de la confección establecidas en el territorio, por ejemplo. El objetivo es trazar redes regionales entre empresas y conectar las del norte con las del sur para que interactúen en el intercambio de experiencias y también de bienes.

¿Cómo evolucionará esta región como mercado de consumo?

Toda la región forma un gran mercado de más de 200.000 millones de habitantes, interesante no sólo para la Unión Europea sino para muchos otros bloques económicos. Para crear este gran mercado de consumo tenemos que ser capaces de impulsar el desarrollo económico de la región, crear puestos de trabajo y elevar el poder adquisitivo de los ciudadanos.

¿Cuál es el siguiente paso en el desarrollo de la región?

Las estadísticas muestran que hay oportunidades de empleo, pero que no están desarrolladas por falta de información. En este sentido, es necesario focalizar los esfuerzos en mejorar el desarrollo de habilidades como elemento clave para tener una industria de mayor valor añadido e integrada verticalmente. No se trata de tener sólo la producción *low cost*, sino también de desarrollar otras actividades, como el diseño o la logística, entre otros. **m**