

INVERSIONES DE CHINA E INDIA EN EL CONTINENTE LATINOAMERICANO

LOURDES CASANOVA

INSEAD.

«El fuerte crecimiento experimentado por China e India no es un juego de suma cero para América Latina y el Caribe. La mayor presencia de ambas economías asiáticas ha tenido efectos generales positivos en la región, pero nuestros países no han aprovechado plenamente los crecientes mercados de China e India ni las oportunidades globales generadas por nuevas redes de producción y el bajo costo de los insumos intermedios».

Guillermo Perry,
Economista y jefe para América Latina
y el Caribe. Banco Mundial.

El comercio entre Latinoamérica y Asia no es un fenómeno nuevo. Comenzó con las rutas comerciales entre la región costera china y Acapulco en México, vía Manila (1). Entre 1565 y 1815 se realizaron unos cuatro viajes por año (2). En Manila, los españoles compraron perlas de la India, seda de Persia y marfil de Camboya que intercambiaban con plata de México, Perú

y Bolivia. Otros productos exportados eran especias, porcelana y ropa de algodón, obras de arte, joyas, pólvora, productos agrícolas y animales que provenían de China (3), Filipinas, Japón (4) y el sudeste asiático. La mercancía se transportaba por tierra hasta el puerto mexicano de Veracruz, en el Caribe, donde se cargaba en los barcos españoles que partían hasta Sevilla (5). Desde México y Europa se exportaban zapatos, sombreros, vino, productos agrícolas como el aceite de oliva y jabón. Mientras que Europa ansiaba comprar productos asiáticos, China era autosuficiente y el único producto que importaba era plata desde Zacatecas en México y Potosí en Bolivia (6). Se estima que hasta un tercio de la plata americana fue directamente a China a través de esta ruta (7).

A través de esta ruta se intercambiaron no sólo mercancías sino también gente, comida y la lengua. Artesanos japoneses y chinos llegaron a América para formar a artistas locales que empezaron a fabricar objetos con técnicas asiáticas. Japoneses que se habían convertido al cristianismo viajaban a Roma a través de esta ruta y algunos decidieron quedarse en América (8). A partir de 1815, esta ruta cayó en desuso porque Europa empezó a importar estos productos directamente desde Asia sin tener que pasar por Latinoamérica y al mismo tiempo China empezaba a cerrar su economía.

Las primeras relaciones diplomáticas entre los dos continentes se establecieron en la segunda parte del siglo XIX, cuando China instauró relaciones con Perú,

Brasil, Chile, México, Cuba y Panamá. En ese período, Latinoamérica necesitaba mano de obra en la agricultura, la pesca y la construcción del ferrocarril; medio millón de obreros chinos llegaron para trabajar (9), mientras que el dólar mexicano se usaba como moneda legal en el área china costera (10).

La aparición de nuevos actores asiáticos en el comercio mundial es en parte responsable del excelente crecimiento del Producto Interior Bruto de América Latina en los dos últimos años (6% en el 2004 y 4,3% en el 2005), los más altos de los últimos 25 años y de las excelentes perspectivas para 2006 (5%, según el Banco Interamericano de Desarrollo). El crecimiento del comercio entre China y Latinoamérica ha sido espectacular en las últimas décadas: de 1.300 millones de dólares en 1980 a 13.000 millones de dólares en 2000. Es una de las pocas regiones del mundo con las que China mantiene un déficit comercial desde el 2003. De los 91.500 millones de dólares de comercio entre América Latina y Asia en 2005, más de la mitad (50.450 millones de dólares) corresponden al comercio entre América Latina y China, y un poco más de la mitad (26.800 millones) son exportaciones de América Latina a China (cuadro 1). El imperio de en medio es ya el tercer socio comercial de Latinoamérica, por detrás de Estados Unidos y Europa.

Un estudio del Banco Mundial, presentado en la asamblea general en septiembre del 2006 (Lederman *et al.* 2006), confirma que, a pesar de la preocupación existente en Latinoamérica de que la competencia asiática le esté desplazando en el mercado global de bienes, servicios, inversión extranjera e innovación, los efectos son positivos y la región tiene que saber aprovechar mejor las oportunidades que los nuevos actores ofrecen. La participación de China e India en las exportaciones mundiales es un 50% mayor que la de América Latina y el Caribe, mientras que hace 20 años acontecía exactamente lo contrario. En el lado positivo, las exportaciones de servicios de la región latina a Estados Unidos, su principal mercado, son aún hoy siete veces mayores que las exportaciones conjuntas de los dos nuevos poderes asiáticos.

Otro factor clave para la bonanza económica latina es la subida de los precios de las materias primas. La región, con un 8% de la economía mundial posee un 20% de los recursos minerales clave y por eso es un gran exportador de cobre, cinc, material de hierro, petróleo, oro, soja, carne, que los países al otro lado del Pacífico necesitan importar para mantener su gran nivel de crecimiento. Aunque dos tercios del comercio chino se queda en Asia, América Latina representa un 4% del total de las importaciones de ese país.

CUADRO 1
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: EXPORTACIONES HACIA CHINA E INDIA, 2005

En millones de dólares y porcentajes del total

Flujos comerciales	Exportaciones totales según destino			% del total de América		% del total de cada país	
	India	China	Mundo	India	China	India	China
Países							
América Latina y el Caribe	3048	19422	555445	100,0	100,0	0,5	3,5
Comunidad Andina	115	3009	106981	3,8	15,5	0,1	2,8
Bolivia	1	19	2734	0,0	0,1	0,0	0,7
Colombia	5	237	21187	0,2	1,2	0,0	1,1
Ecuador	26	82	10649	0,8	0,4	0,2	0,8
Perú	79	1826	17001	2,6	9,4	0,5	10,7
Venezuela (Rep. Bolivariana de)	4	845	55410	0,1	4,3	0,0	1,5
Mercosur	1875	10317	163414	61,5	53,1	1,1	6,3
Argentina	729	3302	40013	23,9	17,0	1,8	8,3
Brasil	1137	6834	118308	37,3	35,2	1,0	5,8
Paraguay	5	61	1688	0,2	0,3	0,3	3,6
Uruguay	4	120	3405	0,1	0,6	0,1	3,5
Chile	493	4390	39536	16,2	22,6	1,2	11,1
Mercado Común							
Centroamericano	17	349	21806	0,6	1,8	0,1	1,6
Costa Rica	8	245	7090	0,3	1,3	0,1	3,5
El Salvador	2	2	3383	0,1	0,0	0,0	0,1
Guatemala	3	80	5381	0,1	0,4	0,1	1,5
Honduras	5	15	4377	0,2	0,1	0,1	0,3
Nicaragua	0	7	1574	0,0	0,0	0,0	0,4
México	522	1091	213711	17,1	5,6	0,2	0,5
Otros países de América Latina y el Caribe							
Panamá	26	287	9998	0,9	1,5	0,3	2,9
Cuba	22	23	2013	0,7	0,1	1,1	1,1
Rep. Dominicana	2	247	2430	0,1	1,3	0,1	10,2
Rep. Dominicana	3	17	5554	0,1	0,1	0,0	0,3

FUENTE: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de información oficial de los países y datos del Fondo Monetario Internacional, *Direction of Trade Statistics*, 2006.

**CUADRO 2
ALGUNOS HITOS DE LAS DIMENSIONES CHINAS EN LATINOAMÉRICA**

1992	La compañía china de acero Shougang compra una mina de mineral de hierro en Perú.
2001	China Worldbest Group Co. construye una planta textil con una inversión inicial de 96 millones de dólares y con la intención de producir 15 millones de kilos de hilo por año.
2003	China firma un acuerdo de exploración de petróleo en Ecuador.
2004	Baosteel firma un acuerdo con Arcelor y Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) para construir una planta integrada de acero en Brasil, por un valor de 1.500 millones de dólares. Sinopec y Petrobrás acuerdan la construcción de un oleoducto de 2.000 kilómetros apoyando un acuerdo energético por un valor de 10.000 millones de dólares. China Nacional Petroleum Company (CNPC) compra la compañía petrolera peruana PlusPetrol Norte por un valor de 200 millones de dólares. China anuncia la intención de invertir unos 20.000 millones de dólares en Argentina para expandir la red de ferrocarril en los próximos 10 años y otros 5 mil millones de dólares para la exploración de petróleo.
2005	China Minmetals Corporation anuncia una joint-venture con la compañía chilena Codelco por un total de 2 mil millones de dólares. China anuncia la inversión de 400 millones de dólares en campos de petróleo, refino y en ferrocarril en Venezuela. Un consorcio liderado por CNPC compra activos de petróleo por un valor de 1.420 millones de dólares. Sinopec firma un acuerdo de producción compartida para exploración y explotación de petróleo con Cubapetróleo.
2005	China proyecta invertir 500 millones de dólares en la industria del níquel en Cuba.

FUENTE: Deutsche Bank Research. 2006.

Brasil, con un 23%, es el tercer país del que China importa más mineral de hierro, después de India y Australia. Chile y Perú son líderes de la producción de cobre representando un 50% del total de las importaciones chinas de ese metal. China también importa de Chile un 45% de vinos y uvas. Brasil y Argentina son, respectivamente, el segundo y tercer productor de soja, después de Estados Unidos y representan el 45% de las exportaciones mundiales de este producto. China, por otra parte, es el mayor importador de soja (38% del total) en el mundo, importando un 60% de la soja de estos dos países. Estos dos países latinos son, asimismo, el segundo y el quinto productor mundial de carne y proveen un 20% de las importaciones totales de carne chinas. Perú, por su parte, se ha situado como el más importante proveedor de comida para animales (harina de pescado) y representa el 45% del total de las importaciones de China en este rubro.

India está en una etapa preliminar a China en la expansión latinoamericana, con un comercio bilateral de 5.500 millones de dólares en 2005, que representó un 1,8% del total del comercio indio. En los últimos dos años, las exportaciones indias al continente latino se han triplicado y las importaciones se han duplicado. Las exportaciones de India (11) a Latinoamérica incluyen piezas de recambio para coches, productos farmacéuticos, textiles y maquinaria. La inversión más espectacular fue el anuncio, en junio de 2006, de la victoria de Jindal Steel and Power en la subasta por una concesión de 40 años para el desarrollo de la explotación de los mayores depósitos latinos de mineral de hierro en Motún, en Bolivia (12). Jindal se compromete a invertir 2.300 millones de dólares (13). Lakshmi Mittal, presidente de la empresa Arcelor Mittal líder mundial del acero, de capital indio, notificó durante su viaje a Argentina y México, en

octubre del 2006, su interés en adquirir empresas latinas.

Estas cifras son resultado de intereses mutuos y complementarios entre las dos regiones en los que podemos vislumbrar objetivos más a largo plazo, tanto económicos como políticos. Entre los primeros, las nuevas potencias asiáticas persiguen estrategias de crecimiento, disminución de riesgo (diversificación de mercados) y asegurarse el acceso a materias primas, alimentos y productos energéticos a un precio razonable. Entre los segundos, sobre todo percibimos la necesidad de China e India de reafirmarse como potencias globales y la necesidad de ambos países de ser aceptados como jugadores económicos globales. Desarrollamos a continuación estos puntos con mayor detalle, poniendo especial énfasis, dada su importancia, en el nuevo actor económico chino (14).

OBJETIVOS ECONÓMICOS DE LAS INVERSIONES ASIÁTICAS EN LATINOAMÉRICA

En primer lugar, y siguiendo las estrategias de crecimiento como nuevas potencias económicas, los grandes países emergentes asiáticos están buscando nuevos mercados para sus productos, para disminuir su dependencia del comercio con Estados Unidos, Japón y Europa. Los países orientales ven a América Latina como un socio similar, más fácil de manejar, y no necesariamente con la misma percepción de riesgo de los países occidentales.

Con las exportaciones llegan las inversiones (en cuadro 2, el orden cronológico de las mayores inversiones chinas en América Latina). Las inversiones totales chinas en el exterior fueron de unos 45.000 millones de dólares en 2005, y en un 60% se dirigen a los países

vecinos asiáticos. Latinoamérica se situó como el segundo lugar con un 18% del total de las inversiones. Desde 2004, las nuevas multinacionales chinas, como el fabricante de ordenadores Lenovo (15) y el de televisiones y móviles TCL (16) y las proveedoras de equipamiento de telecomunicaciones ZTE y Huawei, abastecen habitualmente a empresas latinas. ZTE firmó un contrato con VIVO (la *joint-venture* brasileña entre Telefónica y Portugal Telecom) por 100 millones de dólares para vender teléfonos móviles. ZTE también es proveedor de Telefónica CTC Chile, de la cooperativa argentina Cotelcal y de Telefónica empresas.

Encontramos aquí un ejemplo de triangulación empresarial, en el que Huawei se ha convertido en un proveedor habitual de Telefónica en Europa a partir de los contratos iniciales con sus subsidiarias en Latinoamérica. Empresas indias como Tata Consulting Services (TCS), subsidiaria del conglomerado Tata, y el mayor proveedor indio de externalización de servicios (*Business Process Outsourcing* (BPO) entró en Uruguay en el año 2002 para centralizar los servicios a sus clientes de habla hispana. Después abrió filiales en Argentina, Brasil, Chile, México, y oficinas de representación en Colombia, Perú y Venezuela (17). Entre sus clientes se encuentran empresas españolas como el Grupo Santander, Telefónica o Iberostar. La presidencia de esta subdivisión se encuentra en Nueva York ya que estas filiales proveen servicios en español a multinacionales americanas. Otras empresas indias con inversiones latinas son Ircon, que acaba de ganar un contrato para rehabilitar el tren del gigante brasileño del acero Companhia do Vale do Rio Doce (CVRD), y la farmacéutica india Ranbaxy.

En segundo lugar, los países asiáticos importadores de materias primas necesitan asegurarse un acceso estable y a un costo razonable a recursos naturales que América Latina tiene en abundancia. El comercio, los acuerdos comerciales y las inversiones de las empresas asiáticas siguen esta estrategia. China ha prometido un total de 50.000 millones de dólares de inversiones en infraestructuras para facilitar las exportaciones de petróleo y gas. Chile, el primer productor de cobre en el mundo, firmó un acuerdo de libre comercio con China a finales del 2005, que es ya su segundo socio comercial debido a las exportaciones de este metal.

Las grandes empresas chinas del petróleo Sinopec y China Nacional Petroleum (CNPC) están desarrollando proyectos de exploración y explotación de petróleo en Ecuador y en Venezuela, donde también invierten en minas de oro. Venezuela estaba exportando a China 140.000 barriles/día de petróleo en diciembre del 2005. PDVSA, la empresa estatal de petróleo venezolana se ha empezado a establecer comercialmente en China para aprovechar mejor el potencial del mercado. Su estatuto de empresa estatal es una ventaja, ya que las empresas petroleras chinas (e indias) tienen el mismo estatuto.

También en Ecuador la mayor inversión en 2005 fue protagonizada por la china CNPC, que formó el conglomerado Andes Petroleum y compró la compañía canadiense EnCana que tenía reservas de petróleo y oleoductos en Ecuador. Esta operación supuso una inversión de 1.420 millones de dólares y supone el acceso a 143.000 millones de reservas probadas de barriles de petróleo y una participación de un 36% en un oleoducto que transporta 450.000 barriles de petróleo al día. La empresa estatal brasileña de petróleo, Petrobrás, quiere doblar las exportaciones de petróleo a China desde los actuales 18 millones de barriles por año; y con este objetivo abrió oficina de representación en China en 2004.

La petrolera india ONGC Videsh colabora con la brasileña Petrobrás y tiene unos planes de inversión de 700 millones de dólares. India ha adquirido un 30% en la parte de bloques de la petrolera española Repsol-YPF para la exploración de petróleo en la costa cubana. El conglomerado indio Reliance se aprovisiona de petróleo de México, Ecuador, Venezuela y Brasil. Japón es un inversor tradicional en este sector y, más recientemente, la petrolera japonesa Teikoku compró las acciones ecuatorianas de Petrobrás.

En tercer lugar, las energías renovables, muy desarrolladas en Brasil, interesan enormemente a India, Japón y China, países que necesitan importar la mayoría del petróleo que consumen. El etanol producido a partir de la caña de azúcar en Brasil es rentable cuando el barril de petróleo sobrepasa los 30 dólares. China acaba de introducir en 2006 una nueva ley de energía renovable con el objetivo de lograr un 15% de la energía proveniente de esta fuente. Los coches de tecnología flexible (*flex-technology*) que funcionan tanto con gasóleo o gasolina como con etanol, salieron al mercado en Brasil en 2003. En diciembre del 2006 se espera que un 66% de los coches fabricados en Brasil sean ya *flex-fuel*. Las empresas y los gobiernos asiáticos están muy interesados en esta tecnología.

Por último, es necesario considerar el canal de Panamá, que juega un rol *logístico clave para el comercio marítimo* que llega del otro lado del Pacífico. Singapur (18), con el puerto más grande del mundo, está interesado en Panamá y en Brasil. Singapore International Enterprise abrió una oficina en São Paulo en septiembre de 2005. Las empresas Singapore Pacific International Lines y APL (subsidiaria de NOL) están expandiendo sus operaciones en Latinoamérica a través de inversiones en Panamá y su proyecto de conectar los puertos de Brasil y Singapur. Compañías de comercio de Singapur, como OLAM y Noble, están ya en Brasil para comprar café, soja y especias como nuez moscada. A su vez, empresas brasileñas, como Embraer, Petrobrás y Sadia, tienen sus operaciones regionales de marketing y distribución en Asia basadas en Singapur dado el papel central que juega este país en la región.

OBJETIVOS POLÍTICOS DE LAS INVERSIONES ASIÁTICAS EN LATINOAMÉRICA ¶

Además de los intereses económicos que acabamos de describir, Asia y Latinoamérica comparten objetivos políticos que tienen que ver con la ampliación del poder que ejercen en el mundo. Vamos a describir en este apartado algunos de ellos.

Brasil y China comparten intereses de *alta tecnología*. China anunció en 2005 la compra de aviones brasileños de Embraer por un valor de 200 millones de dólares, con una proyección de ventas en los próximos años de 2.000 millones de dólares. En 2002 Embraer creó una *joint-venture* con Aviation Industry Corporation II para producir el ERJ145 en China. Ambos países desarrollan en materia de ciencia y tecnología proyectos estratégicos de alto valor agregado y han formado la empresa INSCOM, International Satellite Communication, una alianza entre China Great Wall Industrial Corporation y la brasileña AVIBRAS.

En este mismo contexto industrial, la comisión de Ciencia, Tecnología e Industria para la defensa nacional de China colabora estrechamente con Brasil. El programa de satélites chino-brasileño de recursos terrestres (Cbers) desarrollado por los dos países está destinado a recoger datos geológicos y ambientales necesarios para observar los cambios medioambientales. En 1999, Brasil y China fabricaron y lanzaron al espacio el primer Cbers-1, que fue reemplazado por el Ziyuan 2/Cbers-2 en 2004. El gobierno indio ha anunciado su intención de colaborar con el brasileño en diversas áreas, incluyendo defensa (19), con proyectos de ejercicios militares conjuntos.

Siguiendo esta colaboración tecnológica, podemos comprobar que los intereses comunes de ambas regiones van más allá del comercio y entran en los *intangibles*. Las potencias emergentes asiáticas y Latinoamérica defienden intereses comerciales similares frente a los países desarrollados, como se pudo comprobar en la reunión de la Organización Mundial del Comercio en Cancún en noviembre de 2003, cuando Brasil, China e India dirigieron las peticiones de 20 países emergentes (G20) exigiendo el cese de los subsidios agrícolas en Estados Unidos, Europa y Japón.

China, India y Brasil quieren afirmarse como *nuevas potencias mundiales*. Esto se pudo comprobar en el papel que China desempeñó en el forum de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), en Chile, en noviembre de 2004, y en la posterior visita del presidente chino a Brasil, Argentina, Cuba y Chile. Sudamérica quiere contrarrestar la enorme influencia que Estados Unidos ejerce en la región y por ello

apoya la demanda de Brasil de un sitio permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas y recíprocamente, Latinoamérica apoya a China en las votaciones en ese organismo. Brasil concedió el estatuto de economía de mercado a China y China colabora con las fuerzas de seguridad en Haití bajo el mando de las fuerzas brasileñas.

ASIA Y LATINOAMÉRICA: RETOS PARA EL FUTURO ¶

A pesar de todas las consecuencias positivas que el incremento del comercio entre las dos regiones y de que las materias primas provenientes de América Latina (y de otros países) son cruciales para mantener la alta tasa de crecimiento asiático, el comercio entre China y América Latina representa solamente el 5% del latinoamericano. Existen, además, algunos puntos de fricción que provienen, en parte, de las diferencias culturales y la distancia geográfica entre estos dos bloques.

Ciertos países consideran China como una amenaza. México, por ejemplo, se ha enfrentado a la competencia directa china desde el 2003, cuando China le adelantó y se situó como el segundo mayor proveedor de Estados Unidos. Asimismo, México mantiene un déficit comercial con China de 2.800 millones de dólares y China es el principal destino de las inversiones manufactureras estadounidenses. No es una casualidad que México fuera el último país en firmar la adhesión de China a la Organización Mundial del Comercio en 2001.

México, no obstante, tiene ventajas competitivas únicas para los inversores, como son un acceso rápido a Estados Unidos, dada su proximidad geográfica, y por el acuerdo de libre comercio (NAFTA), es capaz de garantizar un acceso que puede ser certificado como «seguro». Dada su preocupación creciente en materia de seguridad, EEUU puede controlar fácilmente las importaciones mexicanas y, de hecho, lo hace ya en algunos de los puestos fronterizos. Del mismo modo, México puede integrar la cadena de valor entre los dos países y facilita la implementación de políticas de *Just in time*. Debemos igualmente considerar el respeto mexicano por los derechos de propiedad intelectual. Por este motivo, Bombardier, Hewlett-Packard y Motorola están volviendo a México y saliendo de China. Por todas estas ventajas competitivas que acabamos de enumerar sesenta empresas chinas han abierto maquilas (20) en México (21) (en el cuadro, la lista de las 50 mayores maquilas en México por número de empleados). Son, sobre todo, empresas de alta tecnología. Las «maquilas» asiáticas, además de las estadounidenses, son sobre todo japonesas e invierten en México para exportar a Estados Unidos. Se da así un uso muy efectivo de la triangulación entre Asia, México y Estados Unidos.

CUADRO 3
LOS 50 MAYORES «MAQUILAS» MEXICANOS POR NÚMERO DE EMPLEADOS

N.º	Compañía	Empleados	Plantas	Origen	Sector
1	Delphi Automotive Systems	66.000	51	USA	Automóvil
2	Lear Corporation	34.000	8	USA	Automóvil
3	Yazaki North America	33.400	41	Japón	Automóvil
4	Alcoa Fujikura LTD	23.000	26	Japón	Industrial
5	General Electric Company	20.700	30	USA	Industrial
6	Takata	15.800	10	Japón	Automóvil
7	The Offshore Group	14.498	3	USA	Shelter Servicios
8	Sanmina-SCI	12.110	7	USA	Electrónica
9	Thomso. INC	10.874	6	USA	Electrónica
10	Philips Electronics	10.575	11	Holanda	Electrónica
11	Siemens AG	10.200	15	Alemania	Electrónica
12	Jabil Circuit	10.000	3	USA	Electrónica
13	Visteon Corporation	10.000	16	USA	Automóvil
14	Magna International INC	9.800	12	Canadá	Automóvil
15	Sony Corporation of America	9.679	3	Japón	Electrónica
16	Kemet Corporation	8.000	8	USA	Electrónica
17	Cardinal Health	7.566	6	USA	Medicina
18	Mallinckrodt. INC.	7.521	8	USA	Medicina
19	Sumitomo Wiring Electric Systems	7.500	14	Japón	Electrónica
20	Whirlpool	7.500	5	USA	Electrónica
21	A.O. Smith Corportaion	7.400	17	USA	Electrónica
22	Tyco International LTD	6.785	4	USA	Electrónica. Medicina
23	Flextronics Corportation	6.200	2	Singapur	Electrónica
24	Sanyo North America Group	5.879	2	Japón	Electrónica
25	Samsung	5.789	2	Corea	Electrónica
26	Emerson Electric CO.	5.678	7	USA	Electricidad
27	Celestica. INC	5.500	4	Canadá	Electrónica
28	American Industries	5.432	23	México	SHELTER Servicios
29	Motorola. INC	5.290	2	USA	Electrónica
30	Matshusita Electric Corp. of America	4.986	4	Japón	Electrónica
31	Honeywell. INC	4.900	3	USA	Electrónica
32	Daewoo Industrial Co., LTD	4.856	3	Corea	Electrónica
33	TRW Incorporation	4.554	11	USA	Automóvil
34	Foxconn Mexico Precision Industry Co., S.A. de C.V.	4.500	1	China	Electrónica/Plásticos
35	Autoliv. INC.	4.455	5	Suecia	Automóvil
36	Key Safety Systems. INC	4.390	4	USA	Automóvil
37	Bosch Group	4.320	7	USA	Automóvil
38	The Chamberlain MFG	4.000	1	USA	Electrónica
39	ITT Industries	3.845	4	USA	Automóvil
40	LG Electronics	3.700	3	Corea	Electrónica
41	Plantronics. INC	3.600	5	USA	Electrónica
42	Jonhson Controls. INC	3.589	7	USA	Automóvil
43	Nova Link	3.515	8	México	SHELTER Servicios
44	Molex	3.200	2	USA	Electrónica
45	Intermex Manufactura	3.100	14	México	SHELTER Servicios
46	Hyundai Motor Company	3.015	3	Corea	Automóvil
47	Leviton Manufacturing Company	3.000	6	USA	Electrónica
48	Scientific Atlanta Incorporation	2.996	1	USA	Electrónica
49	Bose Corporation	2.900	2	USA	Electrónica/Automóvil
50	Elcoteq Network Corporation	2.835	2	Finlandia	Servicios de electrónica

FUENTE: www.maquilaportal.com.

México va a mantener su ventaja competitiva en sectores como el automóvil. En otros, como accesorios de automóviles, televisores, motores eléctricos, generadores e instrumentos de medición y similares, conserva su cuota de mercado en Estados Unidos. Las «maquilas» japonesas continúan estando entre las más grandes en México, aunque en algunas encuestas empresarios japoneses manifestaban su interés en irse a China, este interés no se ha materializado.

Siguiendo en el lado negativo, China es ya un competidor formidable de los fabricantes latinos en sectores de bajo valor añadido como el calzado (China fabrica el 40% del sector), juguetes (70%) y textiles (60%) e incluso maquinaria; que la produce un 55%

más barato que el resto del mundo. Además de rivalizar directamente con el sector de «maquilas» mexicano y de América Central, Asia compite con Brasil en varios frentes. Por ejemplo, en las ventas de aviones de Embraer, ya que China planea fabricar aviones del mismo formato que Embraer, de 50 pasajeros. Lo mismo sucede en el acero, pues los chinos proyectan construir seis fábricas más grandes que las brasileñas. Los coches son también un punto de roce, puesto que la industria automovilística china proyecta fabricar once millones de coches de aquí a 2010 y exportar los de formato compacto, el mismo nicho del mercado brasileño.

Por todo lo anterior, el superávit comercial a favor de América Latina podría desaparecer en 2006 y el re-

encuentro entre las dos áreas desvanecerse por las zonas de conflicto mencionadas, como se pudo comprobar en la última asamblea general del Banco Interamericano de Desarrollo, en abril de 2005, en Okinawa (Japón). China y Corea del Sur querían ser admitidos como miembros del Banco. Se acordó el privilegio a Corea del Sur, pero Japón y Estados Unidos no permitieron que China fuera miembro inmediato (22) y no podrá volver a intentarlo hasta el 2008. Las relaciones entre los países de América Central y Taiwán constituyen también un escollo para China (23). Por todo lo anterior, empieza a notarse un cierto desencanto en la región porque las promesas del presidente chino Hu, cuando habló en el congreso brasileño de inversión de 100.000 millones de dólares no se están materializando (24).

ASIA Y LATINOAMÉRICA: OPORTUNIDADES DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ↓

Me gustaría concluir con unas reflexiones sobre cómo los países a ambos lados del Pacífico pueden intercambiar conocimiento para lograr su potencial económico en el siglo que acaba de comenzar. Latinoamérica debe aprovechar esta coyuntura económica favorable para *aprender* de experiencias similares y, de la misma manera, India y China están sacando lecciones de los procesos de privatización latinoamericanos de los noventa para no caer en los mismos errores en sus propios procesos de privatización de sus empresas estatales.

A nivel de política monetaria, estos países están estudiando muy de cerca la crisis argentina al salir del *currency board*. China quiere evitar a toda costa una crisis como la argentina del 2001-2002. Por ello, y a pesar de las presiones estadounidenses para que revalue su moneda, sólo lo ha hecho en 2% durante 2005 y renovó su *pegging* con una canasta de monedas (no mencionó cuáles) de los países socios comerciales. Y la rupia india no es aún convertible en el mercado. A nivel empresarial, las nuevas empresas emergentes multinacionales de ambos lados del Pacífico tienen una ambición global y pueden intercambiar los aciertos y errores de sus respectivas expansiones internacionales.

Asia debería ser también una *fuentes de inspiración* para Latinoamérica. Deberíamos dirigir nuestra mirada a Vietnam que, en un corto espacio de tiempo, se ha convertido en el segundo país productor de café, por detrás de Brasil, desplazando a Colombia. Otro ejemplo es India, que, en pocos años, ha logrado ser la referencia en la externalización de servicios. Empresas como la ya mencionada Tata Consulting Services, Wipro o Infosys son sinónimo de tecnología y calidad. La industria tecnológica brasileña está formada por 3.265 empresas con más de 100.000 empleados, y una cifra de negocios de unos

15.000 millones de dólares, a la que hay que añadir unos 500 millones de dólares en exportaciones durante 2006 y el objetivo de exportar 2.000 millones de dólares en 2007.

La industria tecnológica india, por su parte ha doblado a la brasileña, con una cifra de negocios de 30.000 millones de dólares y un perfil opuesto: India exporta un 80% de sus productos tecnológicos mientras que Brasil solamente un 3%. Las empresas tecnológicas brasileñas crearon en 2004 Brasscom (Brazilian Association of Software and Services Export Companies), similar a la organización india Nasscom (23). Se trata de una asociación público-privada para promocionar las industrias tecnológicas brasileñas. Brasil tiene todo lo que se necesita para triunfar: Escala, con un mercado interno grande y miles de ingenieros excelentes que se gradúan cada año; calidad, con soluciones tecnológicas avanzadas para el sector financiero en línea; pagos electrónicos, considerados entre los más avanzados del mundo, y gobierno electrónico, pues todos los brasileños pagan sus impuestos y votan en las elecciones electrónicamente. Brasscom es consciente de la necesidad de lograr que Brasil venda mejor sus éxitos tecnológicos. Para conseguirlo, el gobierno, el sector privado y la sociedad civil tienen que trabajar conjuntamente y lograr la imagen de marca-país que les corresponde por sus excelentes productos.

Asia representa un reto y una oportunidad que América Latina no debe desaprovechar.

NOTAS ↓

- (1) Los llamados galeones de Manila tenían una capacidad de entre 1.700 y 2.000 toneladas de mercancía y podían llevar a miles de pasajeros. El navegante Andrés de Urdaneta fue el que descubrió esta ruta y llegó al cabo de Mendocino, en California, para luego bordear la costa hasta llegar a Acapulco. Se tardaba cuatro meses en atravesar el Océano Pacífico desde Manila a Acapulco.
- (2) Los españoles sabían que el istmo de Panamá era mucho más estrecho que México y trataron de trasladar esta ruta terrestre hasta Panamá, pero tuvieron que desistir por los peligros de la jungla y la malaria.
- (3) También se argumenta que el gran navegante chino Zheng He descubrió América unos 70 años antes que Cristóbal Colón.
- (4) Japón se cerró al comercio en 1638.
- (5) Así se evitaba la peligrosa ruta marítima desde Asia a través del Océano Índico, y que bordeaba el Cabo de Buena Esperanza.
- (6) Bolivia enviaba la plata por barco hasta Acapulco.
- (7) Hasta comienzos del siglo XX, en China se llamó a las monedas y al dinero plata mexicana.
- (8) La emigración japonesa continuó a partir del siglo XIX, y hoy en día, São Paulo es la ciudad japonesa más grande fuera de Japón.
- (9) Hubo una emigración china que llegó con los galeones de Manila a México y que fueron después deportados durante el auge del sentimiento anti-chino a partir de 1930 bajo la pre-

- sidencia de Plutarco Elías Calles. La mayoría de los chinos provenían de la provincia de Guangdong. La más reciente emigración llegó a partir de 1970 y provenía de Hong Kong, Macao y Taiwán. Los primeros emigrantes se han casado en muchos casos fuera de su comunidad. De acuerdo con algunas estimaciones, el número total de chinos en Latinoamérica sería de un millón y medio.
- (10) Después de la revolución comunista, China firmó su primer tratado de libre comercio con Chile en 1952. China concedió en la región el título de «socios estratégicos» a Brasil (1994), Venezuela (2001) y Argentina y México (2004).
- (11) India ha firmado acuerdos comerciales con MERCOSUR y con Chile.
- (12) De acuerdo con expertos, Mutún contiene 40.000 millones de toneladas de mineral de hierro, así como manganeso. Otras empresas interesadas en el proyecto eran Mittal y la argentina Siderar.
- (13) En octubre del 2005, el conglomerado indio Essar realizó una inversión de 1.200 millones de dólares en Trinidad (la mayor de todos los tiempos en ese país) para crear una acería. Cuando funcione a pleno rendimiento en el 2010 se espera que tenga una cifra de negocios de 800 millones de dólares, con 1.400 empleados directos y unos 6.000 indirectos.
- (14) Japón tiene una larga relación de comercio e inversión con Latinoamérica. Merece la pena destacar las «maquilas japonesas» en México, que invierten a través de sus subsidiarias americanas y por ello aparecen en las estadísticas como parte de la inversión estadounidense. Japón tiene también una larga tradición inversora en Brasil. Un estudio detallado de esta relación económica queda fuera del alcance de este trabajo.
- (15) Lenovo se convirtió en el tercer fabricante (después de Dell y Hewlett-Packard) más grande del mundo después de la adquisición de la división de manufactura de ordenadores de IBM, en diciembre del 2004, por 1.750 millones de dólares.
- (16) TCL es el mayor fabricante de televisores del mundo después del acuerdo con Thomson S.A. en el 2004. Fabrica también otros electrodomésticos.
- (17) Todas estas filiales están reagrupadas en la división de TCS Iberoamérica, que también incluye a España y Portugal, con un total de 2.400 empleados. TCS se asocia, en algunos casos, con empresas de tecnología locales.
- (18) El comercio entre Singapur y Latinoamérica alcanzó un valor de 6.000 millones de dólares en 2005 y el gobierno de este miniestado asiático ha manifestado su interés en incrementar sus relaciones comerciales con la región, y más concretamente con México y Brasil.
- (19) Según las declaraciones del ministro indio de asuntos exteriores, Anand Sharma, a la vuelta de su visita a Brasil, en enero, de 2006.
- (20) «Maquila» se refiere a las empresas mexicanas que operan bajo un régimen aduanero especial que les permite importar libres de aranceles el equipamiento necesario para ensamblar o manufacturar los productos para exportarlos posteriormente. En septiembre de 2006, un total de 2.817 maquilas empleaba a 1.191.250 empleados y representaba una producción bruta de 112.690 millones de dólares.
- (21) Primordialmente, las maquilas fabrican televisores y coches, que suministraron un 60% del total de televisores vendidos en Estados Unidos, y originaron la exportación de más de un millón de coches en 2005.
- (22) Estados Unidos dijo que China debería pagar por adelantado sus deudas a las organizaciones multilaterales antes de poder ser miembro del BID. Los países centroamericanos también se opusieron.
- (23) De los veinte países del mundo que tienen relaciones diplomáticas con Taiwan, catorce son latinos.
- (24) Algunos portavoces chinos han señalado que hubo un problema de traducción y que el presidente Hu no se refería a inversiones sino al comercio bilateral que debería llegar a 100.000 millones de dólares en 2010.
- (25) Nasscom (National Association of Software and Service Companies) fue creada en 1988 y reúne a 1.050 miembros, entre los que se encuentran 150 multinacionales estadounidenses, canadienses, japonesas y europeas. Su objetivo es actuar como un catalizador de la industria tecnológica india, facilitador del comercio en esas áreas y socio del gobierno indio para la formulación de leyes que faciliten el desarrollo de la industria y del país. Ha sido uno de los artífices de la campaña de marca-país «Incredible India» que comenzó en la reunión del World Economic Forum en enero del 2006, en Davos, y continuó durante todo el año.

BIBLIOGRAFÍA ↓

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe): *Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe. 2005-2006*. Santiago de Chile.

LEDERMAN, DANIEL; OLARREAGA, MARCELO Y SOLOAGA, ISIDRO (2006) «La respuesta de América Latina y el Caribe al crecimiento de China e India: hallazgos generales de investigación y sus repercusiones en las políticas públicas». Banco Mundial.

SOLER MATUTES, JACINTO (2006): «Experiencias empresariales. Caso de estudio: Tata Consultancy Services». Casa de Asia. Barcelona.

TRINH, TAMARA; SILJA VOSS Y STEFFEN DICK (2006) «China's commodity hunger. Implications for Africa and Latin America». Deutsche Bank Research.