

occidental de China que es pobre en comparación al este, está diseñado para el largo plazo, eso significa hasta el 2050, dos generaciones adelante ¿Cuántos países pueden escribir planes para cinco décadas? Muchos edificios, en especial los ministerios, son tan grandes y macizos que parecen pensados para existir siempre.

Pero el peso milenario de esta cultura no es obstáculo para absorber el capitalismo a una velocidad impresionante. Muy pocos ven como una herejía que dentro de la misma Ciudad Prohibida en Beijing se haya abierto un local de Starbucks, cuando a sólo mil metros de allí en la Plaza Tiananmen descansa el cuerpo embalsamado de Mao Tse-tung. Pero Beijing o Pekín es una ciudad que se mueve a borbotones, con cadenas de restaurantes, McDonalds, un enorme tráfico, y cientos de turistas y donde el camarada Mao, como le pasó al Ché Guevara, es sólo un nuevo símbolo de la iconografía Pop adornando camisetas y afiches apareciendo hasta con audífonos de iPod.

Ésta es China, de 1,400 millones de habitantes y creciendo a 9% anual y casi 13% en algunas ciudades de la costa este. Este es el país que en el 2040 superaría a Estados Unidos si su crecimiento se mantiene. ¿Qué estrategia elegir para enfrentar al tigre ya despierto?

China está lejos y cerca de Latinoamérica

China está solo recuperando el lugar que tuvo en el pasado en la economía mundial. De acuerdo a Yasheng Huang, professor del Instituto Tecnológico de Massachussets, M.I.T., en el Siglo XIII el PBI per-cápita de China era mayor al de Europa y en 1820 China representaba la tercera parte del PBI mundial, entonces China hoy sólo está regresando a su nivel de equilibrio³. Un cambio en nuestra visión de donde está China es necesario. En Asia los mapas que se utilizan tienen al océano Pacífico con Japón y Asia en el centro, y parten del principio que China se escribe con los caracteres que significan centro del mundo (Japón es donde nace el sol).

En una reciente conferencia sobre logística y costos de transporte organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo en Tokio, uno de los expositores invitados de Latinoamérica presentó un mapa mundial en PowerPoint donde como es usual en occidente Europa está al centro y las

³ Yasheng Huang basado en cifras de Angus Maddison. Financial Times, 8 de junio, 2004.

Américas y Asia a los extremos. En la presentación el orador indicaba que América Latina está lejos de todos los principales mercados con los países andinos y principalmente Perú y Chile sufriendo la peor desventaja. Parece irrelevante pero es muy diferente si el mismo tema de logística se hubiera explicado al auditorio japonés con los tradicionales mapas usados en Asia. Así hubiera sido más fácil mostrar la relativa cercanía de la parte oeste de la región con Australia, y las vías de acceso del Perú a Asia a través de la costa oeste de Estados Unidos, Hawai, o Nueva Zelanda y Australia.

Pero actualmente por ventajas de trasbordo y acuerdos marítimos internacionales es más conveniente para un barco carguero que sale del Perú cruzar el Canal de Panamá y llegar hasta China yendo por el Atlántico en lugar de llegar a Pekín desde el Pacífico porque detener los barcos en Australia o Nueva Zelanda no justifica el costo del viaje porque el volumen de mercancías es bajo. De modo que un mapa diferente nos alerta, primero, sobre la necesidad de incrementar volúmenes de comercio en la zona de Asia-Pacífico y de mejorar y negociar vías de transporte marítimo; segundo, permite ver con mayor facilidad la necesidad de integrar cadenas de producción, un componente básico de la relación del Perú con China y Asia en general.

Tres Componentes del Crecimiento de China

El crecimiento de China tiene tres principales elementos que afectan la dinámica de la economía mundial: (i) La energía y materias primas, (ii) la Inversión extranjera, y (iii) la dinámica de las cadenas de producción global.

Consumo de energía y materias primas⁴

China importó en el 2003, \$140,000 millones de dólares, y fue el segundo mayor consumidor de petróleo en el mundo después de Estados Unidos superando a Japón. Aunque es el mayor productor de acero del mundo superando la producción conjunta de Estados Unidos y Japón, su producción no abastece el mercado interno y es un importador. El 50% de la producción mundial de cemento también es comprada por China.

Este consumismo voraz esta impulsado por la industrialización que es la

⁴ Datos principalmente tomados de Energy Information Administration [<http://eia.doe.gov/>] y World Development Indicators del Banco Mundial.

causa del explosivo crecimiento de las ciudades, sin contar que China está además preparando dos mega eventos, las Olimpiadas de Beijing en el 2008, y la exposición Mundial de Shanghai en el 2010.

La expansión de las ciudades además de mayor demanda de agua y electricidad obliga a alimentar a 400 millones de chinos en las zonas urbanas. Hay que agregar al aumento de esa población, el cambio en la dieta que ahora exige mayor cantidad de carnes, aves, sin mencionar productos manufacturados que van desde bebidas y vinos hasta conservas.

La inversión extranjera

En los primeros seis meses de este año, la inversión extranjera ha ascendido a \$34,000 millones de dólares, y se espera que este 2004 la inversión se ubique en \$50,000 millones de dólares. Esta impresionante cifra es ligeramente menor al 2003, pero refleja la política del gobierno de limitar el sobrecalentamiento en sectores como bienes raíces, cemento y acero.

De acuerdo a las autoridades chinas unas 30 multinacionales tienen su sede regional en China y hay casi 100 centros de investigación y desarrollo donde el nuevo elemento es un marcado crecimiento en inversiones que se dirigen a plantas de alta tecnología. Dalián, una ciudad en el este relativamente cercana a Pekín, se está convirtiendo en el centro de producción de software y hardware buscando disputar el sitio a Bangalore en la India.

Pero más que la inversión hacia China, tiene especial importancia la que China está realizando hacia el exterior. China tiene ya sus propias multinacionales, muchas de ellas aún estatales, pero con gran capacidad de inversión. En la última edición del ranking global de empresas de la revista Fortune⁵ aparecen 15 empresas chinas, cinco más de las 10 listadas el año anterior. No es sorpresa que dos de las nuevas empresas son Shanghai Bao Steel Group, que produce Acero, y la State Grid Corporation que provee electricidad.

Pero China tiene dinámicas empresas que están invirtiendo en el exterior, probablemente la más conocida es Haier, que produce electrodomésticos y que tiene fábricas en Estados Unidos, y otros países como Irán e Indonesia. Pero también están la China National Offshore Corporation en petróleo, Lianhua Supermarket Holdings, una de las principales cadenas de

⁵ Fortune Global 500 [<http://www.fortune.com/fortune/global500>]

supermercados de China, y Legend Computers, la mayor fabricante de computadoras del país.

Aunque Haier aún no ha ingresado a Japón en forma significativa, mantiene con orgullo un anuncio en el lujoso distrito de Ginza en Tokio. Pero pronto también aparecerán en América Latina refrigeradoras Haier y computadoras Legend. ¿Dónde construirán los chinos sus fábricas para abastecer a la zona del Pacífico en la región? Trabajar para atraer a esas plantas de producción es un gran reto que debe comenzar lo antes posible.

Las cadenas de producción global

China está aprovechando los frutos del modelo de transferencia tecnológica e inversión que ha marcado el crecimiento del Este de Asia con Japón a la cabeza. El modelo actual está basado en extrema flexibilidad de la producción con acelerada innovación tecnológica.

Un reciente estudio del Banco Mundial grafica este proceso con su título “Redes de Producción Global y Cambio Tecnológico en el Este de Asia”⁶, y es así, son las redes de producción global las que dominan la región, y la diferencia con el tradicional modelo de ensamblaje o provisión de insumos de productores locales es que esta vez se une la producción con la investigación y desarrollo, usando un sistema de redes con máximo uso de productores semi-independientes.

China como Asia en general es la casi culminación de un proceso de industrialización que comenzó con Japón y que puede dividirse en cinco etapas:

1. Desarrollo industrial de Japón (primera etapa desde posguerra hasta los 1960s)
2. Producción de manufactura ligera (Hong Kong, Corea del Sur, Singapur y Taiwán).
3. Aumento de capital fijo y productividad (ingresan países del sur de Asia como Tailandia, Indonesia, Malasia)
4. Aparición de redes de producción (ingresan más países de ASEAN como Filipinas, se incluye Vietnam y se fortalece la red regional)

⁶ Yusuf, Shahid, Anjun Altaf y Kaoru Nabeshima. (2004) “Global Production Networking and Technological Change in East Asia”. The World Bank.

5. Ascenso de las redes de producción global (ingresa China desde mediados de 1990s)

Se sabe que la realidad se mira diferente de acuerdo a los instrumentos que se utilizan. En este caso es muy sencillo observar este nuevo patrón de producción utilizando análisis de cadenas de producción⁷. Este método de producción en China y el este de Asia se caracteriza por la combinación de máxima flexibilización de la producción a cientos de proveedores en toda la zona del Asia, pero añade el elemento de desarrollo tecnológico in situ.

El desarrollo de China no sólo se explica por la existencia de mano de obra barata, si esa fuera la única razón, entonces cómo se explica que hayan más de 100 centros de investigación y desarrollo de empresas multinacionales. El triángulo que tiene por vértices a Beijing, Shanghai y Guangdong (Cantón), engloba a los centros de investigación de IBM, Sun Microsystems, Nokia, Panasonic, Microsoft, P&G, Fujitsu, Bell, Bayer, Ericsson, Dupont, Nortel, Honda, Compaq y Lucent entre otras muchas.

Para graficar este sistema, automotrices como Toyota y Nissan producen en China tratando de maximizar el sistema Justo-A-Tiempo, adquiriendo insumos y partes de productores locales chinos que se encuentra en un radio de 1000 kilómetros de distancia. Tratando de llevar ese modelo al extremo, Nissan está creando centros de distribución regional en China que sirvan como puestos centrales de recolección de partes, que luego van a ser transportadas hasta la planta de producción. Esto está haciendo posible establecer cadenas de producción que contiene un área que cubre a ciudades desde Tianjin en el norte hasta Guangdong en el Sur y Shanghai en el este⁸.

Pero estas cadenas de producción no se limitan sólo a China. Complicados componentes de alta tecnología, tales como software de control de automóviles, sistemas de navegación y otros son importados desde Japón, y dependiendo del mercado de destino, las partes mas pesadas siguen siendo producidas en los mercados objetivos. El contenido indica los temas que cubren hoy los diarios y revistas de negocios en China: Logística, Cadenas de producción, estrategias globales de producción, empresarialidad, desarrollo tecnológico. ¿Reciben atención suficiente estos temas en los diarios en América Latina?

⁷ Ver McKinsey (2003) "New Horizons: Multinational Company Investment in Developing Countries". McKinsey & Co. McKinsey Global Institute.

⁸ Edición japonesa de Nikkei Business (varios números).

Cómo enfrentar el reto

El impresionante ascenso de China demuestra que hay grandes oportunidades para algunos países y empresas de América Latina, ese grupo lo conforman primero Brasil, seguido de Argentina, México y Chile.

No es casual que el presidente Lula da Silva de Brasil y Néstor Kirchner de Argentina hayan viajado a China específicamente a crear negocios. Brasil en especial ha abierto una sucursal de Petrobrás en Pekín para participar en exploraciones de petróleo en el mar de China, y Embraer, la gigante fabricante de aviones de Brasil ya está construyendo aviones en China

Argentina está exportando auto partes, principalmente bujías, en las que tiene ventajas comparativas y está ingresando al mercado de chocolates y caramelos con Arcor de Argentina. Chile ha logrado posicionar a la naviera CSAV que además de beneficiarse por la elevada demanda de transporte marítimo global ha aprovechado el desarrollo de rutas hacia el este de Asia con China e India en la mira. Estas estrategias en China incluyen por supuesto en los casos de Brasil, Argentina y Chile, la exportación de materias primas como metales, además de productos agrícolas y alimentos⁹.

Pero hay otra América Latina donde China es una amenaza porque el ingreso de productos ligeros manufacturados como calzado, juguete y ropa afecta la producción local. Aquí están Guatemala, Nicaragua, Honduras, y El Salvador en Centroamérica, más Ecuador, Perú y Bolivia en Suramérica.

El Perú por ejemplo exporta a China harina de pescado, cobre, plomo y hierro, e importa productos electrónicos, memorias, tarjetas y componentes digitales, calzado, ropa y juguetes. China es el tercer socio comercial del Perú después de Estados Unidos y Colombia importando \$40 millones de dólares pero exportando alrededor de \$500.

Es obvio que ante la balanza comercial positiva para el Perú con China fijar el ingreso de textiles o calzado como el tema de discusión principal es absolutamente errado. En la estrategia con China y Asia es obvio trabajar en lo siguiente:

- En el plano comercial, el Perú debería profundizar arreglos con China que permitan negociar condiciones para inversión en materias primas y

⁹ Para una excelente crónica de estrategia de empresas latinoamericanas ver "Estrategia Asiática", en **América Economía**, 9-29 de julio, 2004. Santiago de Chile.

además preparar las condiciones para futuras posibles inversiones en manufactura.

- En el tema logístico, se impone buscar aumentar el comercio y profundizar la negociación de rutas marítimas por el Pacífico, con mayores intercambios con Nueva Zelanda y Australia, además de coordinaciones con las principales navieras de la región.
- El nuevo esquema de redes de producción global, concentra su ubicación en mercados cercanos a la demanda, pero deja campo para una inserción con proveedores, o fabricantes de proveedores en alguna zona de la cadena. No está claro que tipo de inserción con ventaja comparativa tendrían las industrias peruanas, pero sería más fácil por escala y costos de transporte concentrarse en componentes pequeños bien como parte de cadena de producción de países como vecinos así como directamente al Asia si es posible.

Todo esto es más fácil decir que hacer, pero se corre el riesgo de pasar por otra onda expansiva de altos precios de materias primas sin que se produzcan inversiones que generen transferencia de tecnología a la región. El crecimiento de China no va a ser la locomotora de los países en desarrollo *per sé*, si sólo se la considera consumidora de materias primas. Progresivamente las leyes de la economía se van a imponer, comenzarán a encontrarse fuentes de energía alternativa, China descubrirá más petróleo en su territorio y estables proveedores permitirán estabilizar la demanda de metales y alimentos y por ende sus precios.

En Latinoamérica, Brasil es la única que está logrando insertarse y aprovechar a China para desarrollar. Argentina y México con Chile, vienen un poco detrás pero esforzándose. El Perú gana si su estrategia considera a China una oportunidad y no una amenaza.

§