

Argentina y el desafío de posicionarse en los mercados del Este Asiático en el siglo XXI

Dr. Luciano Damián Bolinaga.

*Director, Centro de Estudios Legales, Políticos y Económicos de Asia, Escuela de Gobierno, Campus Pilar
Director, Programa Ejecutivo Doing Business in China, Fac. Cs. Empresariales, sede Rosario
Universidad Austral*

La economía mundial y las relaciones internacionales con eje en el Pacífico

La segunda industrialización de Japón y el posterior desarrollo económico de Corea del Sur, Taiwan y varias economías del Sudeste Asiático iniciaron un proceso de cambio económico mundial como consecuencia de la relocalización de procesos productivos, inversión extranjera y altas tasas de crecimiento económico sostenidas en el Este Asiático. Este proceso se aceleró de la mano del desarrollo económico de China en las últimas tres décadas, país que logró alcanzar el segundo puesto en términos de PBI a escala global y, si consideramos la Paridad del Poder Adquisitivo, ya superó a Estados Unidos alcanzando -en consecuencia- el primer puesto desde 2016. China es desde 2013 el tercer emisor de Inversión Extranjera Directa y en 2020 se posicionó como el principal receptor, superando también en este indicador a Washington. Los 10 astilleros con mayor producción en el mundo están en Corea del Sur (5), Japón (4) y China (1). De la mano del “Made in China”, desde 2019 China supera también a Estados Unidos en el registro de patentes internacionales y en 2020 amplió aún más esa brecha. De igual modo, ese mismo año lo superó como principal importador a escala global y ya era el principal exportador desde 2013. La expansión en I + ID de estas economías ha virado el desarrollo tecnológico hacia esa región del mundo. El Este asiático fue la cuna de las grandes corporacio-

nes que hoy marcan tendencia mundial en el mercado tecnológico y automotriz: Toyota, Samsung, LG, Sanyo, Huawei, Hyundai, Kia Motors, Sony, Mitsubishi, Kawasaki, Cheri, Xiaomi, entre otras tantas. En pocas palabras, “olvidense de Europa”, este proceso de cambio mundial significa un jaque a la dominación occidental -vigente por más de cuatro siglos- y anuncia inexorablemente un jaque mate en pocas jugadas más.

De la mano de esos procesos de modernización económica ha aumentado sostenidamente la demanda

La segunda industrialización de Japón y el posterior desarrollo económico de Corea del Sur, Taiwan y varias economías del Sudeste Asiático iniciaron un proceso de cambio económico mundial



de productos primarios y ha emergido una clase media con demandas específicas vinculadas al sector alimenticio que coinciden con la oferta exportadora de América Latina y de Argentina, en particular. Y donde se verifica con mayor fuerza es en China, por sus características demográficas y el éxito de su modernización económica. Para 2030 se espera que mil millones de chinos sean una clase media con ingresos económicos de entre 45 y 60 mil dólares y el 70% de toda su población vivirá en zonas urbanas. Tras la crisis financiera internacional de 2008, Beijing ajustó su modelo económico concentrado en la exportación de manufacturas hasta ese momento. En la actualidad, el crecimiento chino se explica en gran medida por la expansión del consumo interno.

¿Qué impacto han tenido las modernizaciones económicas del Asia del Este en América Latina y Caribe?

Durante las últimas cuatro décadas la región ha experimentado una creciente expansión de la inversión no financiera asiática. Siguiendo la cronología de las modernizaciones económicas en Asia del Este, Japón fue uno de los primeros inversores asiáticos en la región (Toyota, Mitsubishi, etc.) pero también se fue expan-

En pocas palabras, “olvídense de Europa”, este proceso de cambio mundial significa un jaque a la dominación occidental -vigente por más de cuatro siglos- y anuncia inexorablemente un jaque mate en pocas jugadas más.

diendo su Asistencia para el Desarrollo. Lo cierto es que Japón fue el interlocutor más importante de América Latina desde finales del siglo XIX cuando nuestras repúblicas comienzan a establecer relaciones diplomáticas con la potencia asiática. Las relaciones con Corea fueron muy posteriores ya en la segunda mitad del siglo XX, y la expansión de la inversión coreana en la

región comienza sentirse con fuerza en la última década del siglo. El caso de la planta automotriz de Kia en Monterrey es sin lugar a dudas la más importante de las inversiones coreanas en la región. Así, México concentra casi el 50% de la inversión no financiera coreana y, en segundo lugar, Brasil casi un 30% de la misma. Las empresas coreanas más importantes en la región son Kia Motors, Hyundai y Samsung.

Ya principios del siglo XXI, la reemergencia de China como potencia se sintió en nuestra región en tres niveles.

- El primero, la expansión de nuestras exportaciones a ese mercado. La demanda de productos primarios y derivados del mercado chino es mucho más significativa que el japonés o el coreano. Así, el boom de los commodities se explicó en gran medida por esa expansión de la demanda china. Progresivamente, China se convirtió en el primer, segundo y tercer socio comercial de los países de la región. La firma de Tratados de Libre Comercio (con Chile, Costa Rica y Perú) aceleró el ritmo de intercambio comercial también. Pero este esquema, que reimprimió el viejo esquema de centro-periferia, pone al descubierto tres grandes desafíos: lograr mejorar la calidad de nuestras exportaciones (aumentar el valor agregado), descomprimir nuestras ventas (cada país concentra entre el 80% y 90% de sus exportaciones totales en solo dos o tres productos de escaso valor agregado) y revertir el déficit comercial de las balanzas que se registra en general desde 2008 en adelante, las dos excepciones son Brasil y Chile con superávit comerciales estructurales.

- En un segundo nivel se verifica también una creciente inversión china en la región que se ha orientado fundamentalmente al sector primario-extractivo y de infraestructura. Fueron desembarcando las empresas chinas en la región y eso se sintió desde Monterrey hasta Tierra del Fuego: Sinochem (Perú y Ecuador); China National Petroleum Corp (Brasil, Venezuela, Ecuador y Perú); Sinopec (Brasil, Venezuela y hasta agosto de 2021 en Argentina); China Minmetals Corp (Chile, Brasil, Perú, Ecuador); entre otras. Las inversiones chinas en la región son coherentes con el discurso chino manifestado en los “Libros Blancos” de 2008 y 2016 en donde los sectores estratégicos que se menciona son: agricultura, silvicultura, pesquería, energía, explotación de recursos mineros, construcción de infraestructuras, servicios etc.

- El tercer nivel, es el financiamiento chino y viene de la mano de la llegada del ICBC (el banco de mayor facturación a nivel mundial desde 2015 en adelante). La mayoría de los países de la región están tomando deuda con Beijing porque las condiciones de negociación son más flexibles y las tasas de interés más bajas que las de organismo internacionales. En el caso de Argentina, los proyectos de las represas en Río Gallego es uno de los más significativos.

A modo de comparación, los flujos de inversión de Corea y Japón han favorecido mucho más que los capitales chinos la expansión de la producción de manufacturas y su exportación a terceros mercados. Así, la inversión china (concentrada mayormente en Sudamérica) se orienta a la explotación de recursos naturales que luego son exportados mayormente al mercado chino.



Durante las últimas cuatro décadas la región ha experimentado una creciente expansión de la inversión no financiera asiática.

Para tratar de dimensionar el giro en la orientación de exportaciones veamos el caso de Argentina. En 1960 el 70% de las exportaciones argentinas iban a Europa, solo el 5% al continente asiático. Para 2007 las exportaciones a Asia superaron por primera vez en la historia de Argentina el nivel de ventas a Europa, y la tendencia se ha mantenido hasta nuestros días: donde Europa está por debajo del 20% de nuestras exportaciones totales, mientras que Asia casi en un 24%. China es el segundo socio comercial del país y ya disputa el primer puesto con Brasil. En esa coyuntura, el sector industrial también siente un retroceso y esa tendencia abre el debate sobre una “reprimarización productiva”.

China ha desplazado a Japón como interlocutor de nuestra región en Asia y la mayoría de nuestras empresas y cancillerías vienen concentrado sus planes de acción y políticas exteriores y comerciales con el “socio chino”. China ha desplegado sistemáticamente una diplomacia en la región que conjuga un discurso idealista con una práctica realista muy concreta. China necesita de los recursos naturales de la región para mantener en el tiempo el proceso de modernización económica y el éxito de la industrialización china nutre de legitimidad la conducción política del Partido Comunista Chino. La mayoría de los países de la región ha firmado y viene desarrollando “relaciones o asociaciones estratégicas” con Beijing. El primer país de la región en firmar estos entendimientos fue Brasil en 1993, pero desde 2004 en adelante estos acuerdos han proliferado y tiene por eje central la cooperación comercial y financiera. Y no podemos dejar de pensar que, en la coyuntura de la confrontación de poder mundial, el reposicionamiento de China en la región es claramente un golpe para la tradicional influencia y presencia de Estados Unidos. Y esto abre un dilema muy grande para los gobiernos locales: ¿cómo fortalecer el vínculo con China sin comprometer la relación con Washington?

Hoy el tema central de las agendas bilaterales es como negociar e incorporarnos a la iniciativa de la “Ruta y la Franja” que es central para pensar el esquema de financiamiento de nuestros países. La administración de Xi Jinping lanzó esta iniciativa de financiamiento para fortalecer rutas terrestres y marítimas que garantizan la colocación de productos chinos en el exterior y le garanticen poder mantener el acceso a los insumos necesarios para alimentar a su población y mantener el proceso de modernización en el tiempo. El primer país de la región en sumarse fue Panamá y le siguieron: Uruguay, Ecuador, Venezuela, Chile, Bolivia, Costa Rica, Cuba, Perú, Barbados, Antigua y Barbuda, República Dominicana, El Salvador, Guayana, Jamaica, Trinidad y Tobago. En 2019 ya se habían alcanzado 197 documentos de cooperación que involucraban 137 países y 30 organizaciones. Internacionales. Para 2020 la inversión china no financiera en los países miembros de la Franja y la Ruta alcanzó más de 10 mil millones de USD, representando el 17% del total de las inversiones no financieras de Beijing en el extranjero.

En este contexto, la relación entre Asia del Este y Latinoamérica se encuentra en una situación sin precedentes. Y si bien China parece ser el eje central de las estrategias de vinculación, lo cierto es que hay que buscar mayor inserción en toda esa región porque es la región más dinámica del mundo en términos económicos. En las últimas décadas los intercambios comerciales y de inversiones entre ambas regiones alcanzan records históricos y eso ha acrecentado los contactos académicos, políticos, de hombres de negocios y hasta ha dado fuerza a diferentes procesos migratorios.

China ha desplazado a Japón como interlocutor de nuestra región en Asia y la mayoría de nuestras empresas y cancillerías vienen concentrado sus planes de acción y políticas exteriores y comerciales con el “socio chino”.



Los tiempos para desarrollar negocios con los chinos, los coreanos y los japoneses son distintos. Cada país demanda una preparación específica para desembarcar y hacer negocios.

De la mano de esa mayor densidad en la relación entre América Latina y Asia del Este se reconoce la necesidad de prepararnos para enfrentar el gran desafío de procesos de negociación interculturales. Solemos pensar a Asia del Este como un todo y ese es el primer error fatal que cometemos. China solo son decenas de países contenidos en un solo país. No han tenido una lengua en común. Tampoco tienen costumbres comunes. El confucianismo sí ha marcado algunas pautas de comportamiento en estos países y esa puede ser una primera herramienta para acercarnos a comprender los modelos de racionalidades y mentalidades de nuestras contrapartes en la región.

Entender la contraparte asiática en una negociación implica prepararse para comprender el impacto que tiene la cultura en los procesos de toma de decisión. De la mano de ese desafío, las Universidades de la región han ido dando cada vez más importancia a los temas vinculados con Asia-Pacífico, creado Centros de Investigación de Asia y hasta programas de formación ejecutiva en negocios. Los tiempos para desarrollar negocios con los chinos, los coreanos y los japoneses son distintos. Cada país demanda una preparación específica para desembarcar y hacer negocios.

La importancia de viajar y conocer a la otra parte es central en las negociaciones con contrapartes asiáticas, los tiempos de los negocios son diferentes. La preparación no solo de los equipos de negocios sino también de la logística del viaje, contar con un traductor entre otras tantas cuestiones tan esenciales como tener listas hasta nuestras tarjetas comerciales en inglés y en el idioma local donde vamos a hacer negocios. Conocer los temas tanto culturales como políticamente sensibles que pueden truncar el diálogo. La importancia de preparar presentes adecuados y que no puedan generar interrupciones de las conversaciones. Lo importante que es adecuar nuestras marcas y productos a los patrones culturales de esos países, garantizando la propiedad intelectual y, al mismo tiempo, fomentando una “marca país”. El registro y apertura de oficinas comerciales que permitan operar directamente en esos países también es una herramienta muy importante a la hora de pensar en desembarcar en uno de

los países del Este de Asia. Incorporar estrategias de comercio electrónico, algo vital para esas sociedades cada vez más digitalizadas e inteligentes.

Por supuesto, en la región tenemos democracias, monarquías parlamentarias y totalitarismo. La diferencia entre los sistemas políticos también impacta directamente en los negocios y en el diálogo intercultural. Pensemos -por ejemplo- en la omnipresencia del Estado chino en su economía y que las grandes empresas chinas son y seguirán siendo por mucho tiempo estatales. De modo que, negociar con esas empresas implica en cierto modo negociar con el Estado chino y con el Partido Comunista Chino, que es quien conduce el proceso político en China desde 1949 hasta el presente.

Los tres grandes desafíos de la Argentina, su estrategia en el Asia del Este

En el año 2004, Argentina reconoció a China como economía de mercado a cambio de la promesa de un incremento de sus exportaciones en 4mil millones de USD en un período de 4 años. Esto junto con la formación de una asociación estratégica fue el contenido esencial del memorándum firmando entre Néstor Kirchner y Hu Jintao. Cambiamos una acción en el presente que nos limitaba para aplicar medidas de antidumping por la incertidumbre de una promesa a futuro. Entre 2004 y 2007, el superávit se redujo porque el ritmo de crecimiento de nuestras importaciones era muy superior al de nuestras exportaciones.

De modo que, si bien la promesa se alcanzó en el 2008, lo cierto es que ese mismo año nuestras exportaciones al mercado chino se estancaron. Más aún, el superávit devino en un déficit comercial. Desde entonces el nivel de exportaciones ha estado por debajo del nivel alcanzado en 2008, y el déficit comercial se ha vuelto estructural. Esa situación, se mantuvo durante los dos mandatos de Cristina Fernández de Kirchner y también durante la gestión de Mauricio Macri. Incluso, durante los primeros años de la nueva presidencia de Alberto Fernández tampoco se ha logrado revertir la situación. De modo que, entre 2008 y 2014, el déficit comercial acumuló aproximadamente 25mil millones de USD. Y entre 2015 y 2020 unos 35mil millones de USD. Así, al contemplar el déficit comercial estructural que se registra entre 2008 y 2020 estamos frente a una cifra que supera los 60 mil millones de USD. Y que debe ser contemplada a la luz un estancamiento brutal de las exportaciones argentinas al mercado chino en el año 2008.

Al contemplar el déficit comercial estructural que se registra entre 2008 y 2020 estamos frente a una cifra que supera los 60 mil millones de USD.

Al analizar la composición sectorial de las exportaciones argentinas a China en los últimos 20 años se constatan dos cuestiones centrales que terminan de fundamentar el fracaso de la política comercial hacia la potencia asiática. En primer lugar, una altísima concentración de las exportaciones en pocos rubros, desde ya vinculados al sector primario y de escaso valor agregado. Según datos de Trademap, en el periodo 2001-2004 las exportaciones acumuladas se concentraron un 78% en tres productos: habas de soja (50%); aceite de soja (26%) y crudo de petróleo (2%). Al compararlo con el periodo 2010-2013 vemos que la concentración de exportaciones aumento a 90% y también cayó la exportación del producto con mayor valor agregado: habas de soja (70%); crudo de petróleo (11%) y aceite de soja (9%). Entre el 2015 y 2020, se verifica que hubo cambios sensibles en las exportaciones argentinas a China. Desde 2018 la Carne Congelada se convierte en el segundo producto de exportación; crustáceos y moluscos como tercer producto de exportación. La caída en la exportación de crudo de petróleo se explica



No tenemos una política integral hacia el Asia del Este, sino centrada en el “socio chino”.

fundamentalmente por la crisis energética en nuestro país. No obstante, la exportación de aceite de soja no volvió a tener los niveles que se registraron entre los años 2005 y 2008, siendo los más altos de los últimos 20 años. Esto es lo que ha fortalecido entre varios analistas las hipótesis sobre **reprimarización** productiva, es decir, hay una reasignación de recursos hacia sectores de la economía de menor valor agregado

La sorpresa de los últimos años ha sido Vietnam. En los últimos 5 años vino ganando peso como destino de nuestras exportaciones. En 2019 fue nuestro cuarto socio, por detrás de Brasil, China y Estados Unidos. Y en 2020 supero a Estados Unidos escalando al tercer puesto. Los principales productos exportados por Argentina a Vietnam en 2020: tortas y demás residuos sólidos para extracción de aceite de soja; maíz; trigo; camarones y algodón sin cardar. Aquí encontramos un caso de como la política comercial argentina debería buscar abrir otros mercados de Asia del Este y así diversificar el destino de sus exportaciones y probablemente reducir el peso del déficit comercial con China. Pero también Vietnam puede ser la puerta de ingreso de productos argentinos a la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN).

Por otro lado, el nivel comercial del vínculo con Japón también está estancado, fundamentalmente por el problema de los acreedores de deuda, pero también porque no ha habido voluntad política de reactivar el vínculo. En el caso de Corea del Sur, el nivel de exportaciones (por debajo del 1% total exportado por Argentina al mundo) no es consecuente con el nivel de complementación comercial que ambas estructuras productivas tienen. El lobby agrícola coreano es muy fuerte, los tradicionales proveedores son Australia y Nueva Zelanda y también está el problema del escalonamiento arancelario que nos limita la posibilidad de incrementar el valor agregado de nuestras exportaciones sin que se dispare el nivel de los aranceles de importación. Tanto en el vínculo con Japón como con Corea, es clave reactivar el diálogo político al más alto nivel.

India, que, si bien es un actor de Asia Meridional y no del Asia Pacífico, también es un actor central para pensar nuestra inserción en el continente asiático. Nuestras principales exportaciones a este país en 2020 fueron aceite de soja y aceite de girasol. Pero dado el crecimiento de India y su reposicionamiento en la economía mundial hoy es central incorporar este destino al plano de negocios.

La próxima gira del Presidente Alberto Fernández vuelve a poner sobre la mesa que no tenemos una política integral hacia el Asia del Este, sino centrada en el “socio chino”. Ampliada ahora en el contexto de la pandemia mundial al vínculo con Rusia por las vacunas.

En suma, los tres grandes desafíos de Argentina en el mediano plazo y que deberían ser contemplados a modo de política de Estado con independencia del signo político del próximo gobierno nacional son:

- a. **La negociación con China por el ingreso a la Ruta y la Franja**
- b. **Revertir el esquema selectivo de política exterior y comercial hacia un modelo integral que nos posicione en todo el Este asiático y no solo con el “socio chino”**
- c. **Aumentar y diversificar las exportaciones mejorando el nivel de valor agregado de las mismas en aras a reducir o revertir el tremendo déficit estructural que tenemos con China.**

La nueva estrategia hacia el Este asiático debería tomar como modelo la concertación de esos mismos países en los que se desarrolló de forma estructural una cooperación tripartita entre Empresas, Estado y Academia.

Hoy la inserción comercial internacional de Argentina y de América Latina, en general, tiene que mirar hacia esa región del planeta que es claramente el nuevo epicentro económico mundial del siglo XXI.

Tanto en el vínculo con Japón como con Corea, es clave reactivar el diálogo político al más alto nivel.