

SEPTIEMBRE 2010 - Seminario
Estrategias de Relacionamiento con la República Popular China

Emprendimientos conjuntos para dinamizar la relación política, económica y cultural*

Miguel A. Velloso

Habiendo concluido la primera década del siglo XXI, nos encontramos frente a un hecho nuevo que va a determinar la agenda internacional del resto del siglo. Consiste en un fenómeno conocido por todos: el surgimiento incontenible de los diferentes países emergentes asiáticos, que no sólo se han sumado como actores a este nuevo escenario internacional, sino que se han erigido en protagonistas claves de esta transformación. Con un PBI global regional superior al europeo y la mitad de la población del mundo procurando acceder a nuevas fuentes de alimentos, sus importaciones están creciendo vertiginosamente a un ritmo cercano al 10% anual, y ya superan el 15 % del promedio mundial. Si tomáramos solo los casos de China e India, verificaríamos que su crecimiento interanual llega a valores superiores al 50 %.

La necesidad de generar con China relaciones bilaterales privilegiadas, es entonces una decisión estratégica insoslayable para la proyección pan regional de Argentina y el puntapié inicial de un nuevo modo de comercio dentro de las políticas del Cono Sur hacia el mercado asiático. En los últimos 20 años, se han intensificado los estudios enfocados en las características del tan particular como exitoso modelo chino. Más allá de la originalidad y las virtudes del modelo, puesto al servicio de su propio desarrollo, dirigentes de los cinco continentes han potenciado sus acciones a fin de granjearse una posición de privilegio en el campo bilateral, buscando capitalizar los beneficios de esta formidable transformación que ha redireccionado la geo-economía mundial.

Y mientras observamos que China se ha convertido en el protagonista central del comercio mundial, constatamos que Argentina sólo participa en la actualidad con valores mínimos en sus importaciones (0,3 %) y en sus exportaciones (0,4% del total mundial, 8 % de total Latinoamericano y 25 % del Mercosur); en tanto que la participación china en el comercio exterior argentino es cada día mas significativa, (12% de nuestras compras externas -primer socio comercial-, y el 9,1 % del total de nuestras exportaciones -segundo destino-). Esta situación de desequilibrio relativo refleja al mismo tiempo necesidades e intereses asimétricos y hace suponer que cualquier iniciativa tendiente a revertirla debería surgir de una propuesta superadora e integral, donde se contemplen una gama de alternativas nuevas que incluyan el comercio de bienes, servicios e intercambio de tecnología en sectores neurálgicos de ambos países; pero también el establecimiento de reglas de juego claras para inversiones que dinamicen este cambio. La necesidad de ganar espacios en territorio chino, frente a la competencia mundial, para tener una posición ventajosa "in situ" en el mayor mercado en desarrollo de este Siglo -su explosivo mercado interno-, justifican la necesidad de elaborar políticas tendientes a generar un mercado de escala y estandarizado adecuado a la particular demanda del consumidor chino; ya que la complementariedad de ambas economías, tanto la de China como la de Argentina, ofrece oportunidades de asociación que podrían ser exploradas con éxito. Dicho éxito esta supeditado, ineludiblemente, a que se dé cabida a esquemas novedosos, estrategias que muestren coherencia y que se apoyen en una visión de largo plazo. Donde las limitaciones derivadas de la distancia, el desconocimiento recíproco del medio y el riesgo país, encuentren su correlato en garantías de estabilidad y seguridades adicionales.

La experiencia china nos demuestra que los países que mas se han visto beneficiados, con atención preferencial, y particularmente en términos de inversiones, han sido los que, en opinión de la nomenclatura planificada con epicentro en Beijing, han dado muestras de satisfacer las insaciables necesidades de recursos indispensables para sustentar y desarrollar dicho mercado interno, y que además han mostrado una favorable disposición para avanzar en un camino de complementación y co-operación sobre la base del beneficio mutuo.

* Panel VI del Seminario Estrategias de Relacionamiento con la República Popular China, organizado por el Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales los días 16 y 17 de septiembre de 2010.

Consejo Argentino
para las Relaciones
Internacionales
Uruguay 1037, 1º piso
C1016ACA Buenos Aires
Argentina

Tel: ++54 (11)
4811-0071 al 74

Fax: ++54 (11)
4815-4742

cari@cari.org.ar
www.cari.org.ar

Las opiniones expresadas en esta publicación son exclusiva responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente el pensamiento del CARI.

Por lo tanto, si nuestro país desea dar un fuerte mensaje de acercamiento que nos permita incorporarnos al círculo de desarrollo virtuoso que estas nuevas condiciones ofrece, se deberían encarar una serie de "Iniciativas" desde el Estado y el Sector Privado para generar un "shock de confianza", elaborando estrategias de corto y largo plazo que impulsen una alianza estratégica basada en la sustentabilidad del vínculo. Estas iniciativas deben apuntar a generar una Confianza Recíproca, particularmente en lo que respecta a la estabilidad de los intercambios y al establecimiento de un marco de competencia recíproca acordado; que permita consolidar y diversificar la estructura de los intercambios y facilitar los flujos de capitales e inversiones entre ambos países.

Además, un país de la dimensión económica y con creciente peso en el proceso decisorio mundial como China, no debe ser encarado estratégicamente solo en términos bilaterales, sino muy especialmente en forma conjunta por los países de la región, y también en el campo multilateral. La primera definición que hay que consensuar es la respuesta que dará la región frente a su impacto en el Cono Sur frente al desvío de comercio provocado por el auge de las importaciones de productos chinos con alto o medio valor agregado. China ha desplazado a Brasil como principal socio comercial de la UE, EEUU y Argentina, provocando pérdidas de comercio directo estimadas en más de 12 mil millones de dólares en el año pasado. De igual modo, los productos chinos desplazaron productos provistos por estos mismos importantes socios comerciales, por un valor de 14.400 millones de dólares.

Desde la región resulta así indispensable avanzar hacia un mercado regional más integrado, encarando normas comunes y de convergencia de intereses frente a China, y en especial:

1- Consensuar acciones a nivel regional y compartir políticas sectoriales con los restantes miembros del MERCOSUR (más allá de las acciones nacionales), instalando el tema de la futura relación con China entre las prioridades estratégicas de la región. Ya que se debe evitar a toda costa la competencia interregional por lograr vínculos privilegiados respecto a sus socios del Mercosur como socio estratégico de esta nueva potencia, más allá de las calificaciones que efectúe China al respecto, que solo tomen en cuenta sus propias necesidades y prioridades estratégicas.

2-Coordinar la participación en los Foros de Debate existentes, con propuestas previamente sincronizadas entre todos los Estados de la región. Se deben aprovechar todas las instancias de diálogo existentes, manteniendo una activa participación coordinada. Foros como FOCALAE, la Cumbre Empresarial China-América Latina, así como la red de Acuerdos Inter-Cámaras son oportunidades para introducir estas iniciativas.

3- Potenciar el seguimiento de la acción de China como nuevo miembro del BID. No se puede omitir que las razones que

determinaron su membresía fueron la necesidad de conocer las prioridades de las economías regionales, con la mira puesta en las potencialidades de sus países miembros, para así poder participar en mejores condiciones de los proyectos de desarrollo e infraestructura regionales.

ACCIONES A DESARROLLAR DESDE EL ESTADO

La necesidad ineludible de generar vínculos especiales con China para un desarrollo sustentable durante el siglo XXI nos compele a una serie de cuestionamientos sobre las medidas necesarias para producir un acercamiento frente a un nuevo gran aliado comercial potencial, diferentes a casos anteriores que ha tenido el país. Brasil, principal aliado de Argentina, es vecino y pertenece a la misma región cultural que Argentina; en el caso de la UE o del NAFTA hay mayores distancias, no sólo idiomáticas, pero se mantienen allí las particularidades de la cultura occidental. Las políticas que el Estado lleve adelante deben apostar a producir un acercamiento y generar confianza con la dirigencia china, ya que éste constituye un rasgo fundamental e insustituible, en virtud de su milenaria cultura política, fuertemente dominada por el centralismo del Estado-Partido en China.

Las políticas a desarrollar desde el Estado Argentino deben contemplar tres movimientos conjuntos en una búsqueda de acercamiento: uno introspectivo, uno dirigido desde Argentina hacia China y por último uno desde China hacia Argentina. Se debe analizar seriamente el status quo de partida en el que se encuentra el mercado interno argentino en relación con su situación de competencia con China, y se deben desarrollar políticas de acercamiento hacia China que contemplen prioritariamente la circulación de personas en ambas direcciones y la incorporación de capitales chinos al proceso productivo nacional sin afectar fuentes de trabajo, en el marco de una asociación mutuamente beneficiosa.

Para lograr avanzar en este principio de acercamiento resulta prioritario contar con un Consejo Binacional Tripartito: empresario, académico y público-oficial. Este sería un instrumento bilateral idóneo, susceptible de contribuir significativamente en la elaboración de propuestas que, a través de reuniones regulares en ambos países, recepte y controle el avance de las iniciativas que se aprueben. Similares instrumentos han sido utilizados con éxito por otros países.

Sería de mucha utilidad contar con una entidad en el ámbito gubernamental para solucionar ágil y proactivamente los conflictos que se suscitan puntualmente en el ámbito comercial bilateral, que esté en condiciones de evaluar el impacto real de medidas protectivas y negociar el levantamiento de trabas de todo tipo (sanitarias, técnicas, comerciales), en particular las para-arancelarias que compliquen la colocación de la producción nacional en el floreciente mercado interno chino. Estas trabas constituyen una de las princi-

pales barreras al ingreso de nuestros alimentos al mercado chino, donde se suma el grado de exigencia discrecional de decisiones burocráticas que han venido dilatando las negociaciones que se vienen llevando desde hace años. Por vía de la negociación, se podrá ampliar la oferta exportable de animales en pie, carnes (aviar, vacuna fresca y procesada), frutas (manzanas, peras, cítricos dulces, arandos, etc.), semen y embriones. Estas mejoras en las condiciones de acceso permitirían un rápido incremento de exportaciones, según estimaciones del CEL y la Secretaría de Agricultura.

De igual modo, hoy resulta imperioso crear, en el ámbito de los organismos nacionales de promoción comercial, segmentos estructurales especializados en el mercado asiático, ligados a mecanismos de apoyo financiero, que beneficien la especialización productiva con la incorporación de los avances científico tecnológicos acordes con la demanda – particularmente agroalimentaria- china. Una interacción de los mismos con las Cámaras que lideren las cadenas productivas, permitiría contar con bancos de datos que sean puestos a disposición de los empresarios, y un servicio de apoyo local y en China para la promoción de productos e identificación de potenciales socios comerciales.

Los organismos de promoción especializados podrían así hacer un relevamiento de los sectores no tradicionales de nuestro país, que presenten condiciones de acceder al mercado chino, particularmente en medicina, biotecnología – especialmente aplicable a la agricultura-, en el sector servicios (en particular educativos, y de software). Sistematizando la oferta exportable argentina tomando en cuenta el índice de complementariedad que surja del cruce de las balanzas comerciales de ambos países. Existen trabajos disponibles elaborados por el CEL.

Ciertas Acciones pueden dar lugar a lograr una rápida diversificación de los vínculos, como un principio de afianzamiento de estos se debería:

– Abrir nuestras puertas.

Respondiendo al constante reclamo chino, debería encararse por medio de acuerdos bilaterales la necesidad de resolver las múltiples dificultades burocráticas que hoy enfrentan en sus desplazamientos los ciudadanos chinos, para venir a nuestro país como visitantes, sea como hombres de negocio, turistas, inversores, estudiantes o inmigrantes. Se impone la consideración de un régimen especial que contemple las particularidades de esta inmigración, que posee características específicas. En especial se estima relevante llevar adelante acuerdos que promuevan el ingreso de inmigrantes con capital, volcados a la producción en sectores que no colisionen deslealmente con la industria y producción nacional, y preferentemente dirigidos a la exportación, especialmente agroindustrial y de la industria alimentaria destinada al mer-

cado interno de China, dadas las necesidades que ese mercado posee y que facilitaría un interesante know how a nuestros propios productores.

En cuanto a la promoción del turismo chino a la Argentina, se debería canalizar mediante la realización de convenios con agencias de viaje especializadas con garantía gubernamental, ya que resultan de vital importancia para dinamizar los intercambios. Este sector resulta de especial prioridad, si se toma en cuenta que en 2008 han viajado al exterior 50 millones de chinos, cifra que se incrementará a 100 millones en diez años, según la OIT. La misma fuente indica que el promedio de gasto de turistas de este origen es actualmente de 350 dólares diarios. Para implementar esta iniciativa, resulta indispensable contar con instalaciones adecuadas que satisfagan los gustos orientales, e intérpretes preparados para garantizar una comunicación fluida con los turistas.

– Relevamiento de Comunidades.

Para allanar las diferencias étnico-culturales, idiomáticas, e incluso de cosmovisión, valores y tradiciones, como consecuencia de la pertenencia a dos regiones que no han interactuado con frecuencia, invitan en primer lugar a tratar de superar la natural desconfianza que ello provoca, a través de una serie de medidas de acercamiento ínter comunitario. En los procesos cognoscitivos y de interacción, nada suple el contacto directo entre las dirigencias, las comunidades y las instituciones.

Y el mejor vehículo para superar etapas rápidamente es procurar llevar adelante una acción de acercamiento entre las comunidades de origen insertadas en los respectivos países y las instituciones interesadas en promover los acercamientos. Se podrían celebrar acuerdos que potencien la participación de la Colonia China en Argentina, con acciones promocionales que se impulsen a través de los organismos y las entidades dedicadas a esta acción de penetración comercial, como es el caso de la Fundación Exportar.

Recuérdese que China ha buscado el acercamiento con otros países, procurando usar y privilegiar los vínculos de sus distintas diásporas radicadas en países de ultramar, ya que, primordialmente, son vehículos altamente eficientes de comunicación intercultural, a través de instituciones específicas insertadas en sus dependencias nacionales, provinciales o municipales. Debe tenerse en cuenta que dichos vínculos están relacionados con la estrategia global de desarrollo de China.

Teniendo en cuenta la creciente presencia de la colonia china radicada en nuestro país, constituida por cerca de 70.000 ciudadanos chinos –mayormente de reciente llegada al país-, y la importancia del supermercado chino en la cadena de distribución nacional, que ya cuenta con más de

6500 bocas (el 30 % de la misma), la cuestión adquiere un carácter estratégico de orden nacional. Esto invita a incorporar a la agenda bilateral el tema, de especial sensibilidad para ambos países.

En la actualidad, la Comunidad argentina asentada en China probablemente no exceda de 500 nacionales, y aunque en muchos casos sus permanencias sean transitorias (estudiantes, hombres de negocios, cónyuges de extranjeros, etc.) existen varios casos de referencia cuya acumulada experiencia bien podría servir de invaluable apoyo en los esfuerzos de acercamiento que se puedan llevar a cabo. Un relevamiento de los lugares de asentamiento y de las actividades que desarrollan con apoyo de nuestras Misiones en China, podrían servir para orientar y respaldar futuras actividades.

- Establecimiento de Vínculos Aéreos entre ambos territorios.

La forma de incrementar rápidamente el flujo intercomunitario es fomentar desde el Estado, en forma conjunta con la Republica Popular China, el establecimiento de frecuencias Aéreas que unan a ambos territorios en condiciones promocionales. Esto permitiría no sólo contar con un sistema de apoyo logístico para promover las exportaciones percederas a través de un sistema de Cargo, sino también fomentar el turismo y el acercamiento de la comunidad de negocios de ambos países. Al respecto, hay trabajos de investigación del mercado y sus posibilidades ya realizados por la Secretaria de Transporte, y que no han recibido oportunamente soporte institucional y financiero.

Un avance en este sentido, permitiría convertir a nuestro país -en general, o a algunas provincias interesadas- en el centro de distribución del comercio chino en la región.

- Las delegaciones como modo de acercamiento.

Se debe considerar visitas regulares de misiones de alto nivel de integrantes de las principales fuerzas políticas, del gabinete nacional, y de las provincias. Dichas visitas podrían contar con una frecuencia alta y regular, y de ser posible acompañados de delegaciones empresarias y sectoriales. Esto aumentaría, a la par de ir forjando vínculos personales y profesionales, la confianza de la dirigencia china que toma en cuenta las visitas en sus misiones inversas.

- Fomentar los hermanamientos entre Ciudades y Provincias de ambos países.

Los acuerdos de Hermanamientos, tanto a nivel de ciudades, distritos o provincias, han demostrado ser un instrumento valido de acercamiento íter comunitario tan amplio como diverso, y un vehiculo adecuado para la creación de un "entretrejido" de intereses y lazos susceptible de contribuir de manera significativa en la expansión de vínculos comerciales

y culturales entre los participantes del emprendimiento.

Varias provincias y municipios de China han establecido este tipo de relaciones con provincias, municipios y distritos de otros Estados, con resultados muy beneficiosos para la promoción del intercambio y del acercamiento cultural. En la práctica, y más allá de los aspectos culturales e institucionales, permite reunir empresarios de ambas partes pertenecientes a sectores de interés mutuo en el ámbito de la actividad productiva y de inversión.

Muchas veces la falta de asimetría que se registra en la identificación de las posibles contrapartes, por poseer China un territorio 3 veces y medio superior al nuestro y una población 400 veces mas grande, puede provocar problemas. Pero un buen proceso de estudio e identificación de contrapartes comercialmente afines (match finding), permitiría identificar empresas de ambas partes interesadas en llevar adelante una cooperación mutuamente beneficiosa. Los aspectos culturales de estos lazos, pueden también consolidar estos acuerdos significativamente junto al apoyo de entidades oficiales. Toda vez que una delegación oficial o comercial china se propone visitar nuestro país procurará, previamente, identificar provincias o ciudades con características comunes, o que complementen las necesidades e intereses de los visitantes.

Finalmente, el envío de Misiones comerciales, la participación regular en Ferias sectoriales y la promoción del Turismo, deben estar en la agenda. La promoción de misiones compradoras -e inversas- a la Argentina, sobre la base del aprovechamiento de ventajas comparativas reveladas y complementación comercial deben contar con apoyo estatal para tener garantías de éxito. De igual modo, la participación argentina en ferias y exposiciones internacionales en China exige que antes de desplazarse sean identificadas eventuales contrapartes, contando con la provisión de servicios de apoyo a través del respaldo de la Cancillería, que a través de sus misiones "in situ" debe hacer un permanente relevamiento e inteligencia comercial (incluso usando consultoras externas) sobre los sectores que cuenten con oportunidades.

Finalmente, debería instrumentarse con China prioritariamente un acuerdo de intercambio de información aduanera, que sea ágil y completo, para poder resolver más rápidamente dudas que presente el comercio.

INICIATIVAS DESDE EL SECTOR PRIVADO

Con un país como China, con una fuerte presencia del Estado en todo el proceso de toma de decisiones, resulta útil suscribir Convenios de Cooperación entre las Cámaras sectoriales, además de la bilateral Argentino-China ya existente, con las representaciones nacionales y provinciales del Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional (CCPIT), la Federación de Industria y Comercio, y las Entidades

que reúnan a las pequeñas y medianas Industrias de China. La actividad de las Cámaras de Comercio de ambos países u otras entidades que agremien intereses privados, con formatos institucionales novedosos y flexibles, pueden ayudar a detectar posibles emprendimientos conjuntos entre sus socios e integrantes. Estas entidades de cúpula, generalmente dotadas con una extensa red de vínculos internos, también serán las que identificarán propuestas o problemas de aquellos potenciales inversionistas o empresas y evaluar los avances de las iniciativas.

La Cámara Binacional puede jugar un rol determinante en la generación de los contactos, brindando apoyo y seguridad –como hasta ahora– a las partes involucradas. Tanto por ser el Estado chino un actor fundamental en el flujo de inversiones, como también porque existe arraigada en China la percepción de que solo se puede acceder a oportunidades comerciales en otros países de la mano de sus nacionales, tal como ocurre en su propio territorio.

Los encuentros inter Cámaras permiten asimismo impulsar rondas de conversaciones con representantes de los gobiernos locales chinos (nacional, provincial o municipal) y privados para que conozcan los proyectos y políticas que Argentina desarrolla prioritariamente en sectores sensibles.

Una acción que debería llevarse a cabo con apoyo de la Cámara Binacional (de la Producción, la Industria y el Comercio Argentino-China) y Universidades receptoras de estudiantes chinos, sería la creación de un cuerpo especializado de técnicos para el apoyo comercial y acompañamiento de delegaciones, que dominen el idioma mandarín y estén en condiciones de efectuar estudios de mercado, explorando oportunidades a la distancia. Para ello, sería dable ofrecer a graduados chinos en idioma español que deseen efectuar post-gradados en nuestro país esta actividad, permitiéndoles así incrementar sus ingresos mientras cursan sus estudios.

Se deben, también, crear y fomentar instancias de Capacitación y Asistencia para la identificación de oportunidades con posibilidades reales de penetrar con éxito el mercado chino. Los programas de promoción de alimentos deben incluir mecanismos de capacitación y asistencia para la adaptación del producto a los requerimientos locales, no solo sanitarios sino especialmente los relacionados con el gusto y paladar chino. Previo al lanzamiento de cualquier otra acción promocional, deben llevarse a cabo Estudios de Mercado o Perfiles de Productos –con asistencia de nuestras Misiones en China y apoyo de la comunidad china de nuestro país– para que las empresas que lleven su oferta exportable respondan a las características de la demanda; en particular resulta relevante considerar la oferta exportable nacional disponible para poder emprender negocios en condiciones de asumir un mercado de semejante escala. La producción serial y de escala adecuada en estos emprendimientos, dadas las características

del mercado chino, constituyen elementos condicionantes del éxito del emprendimiento. Resulta necesario que se estudie la cultura china desde la perspectiva de los negocios y se aproveche, como se señalara anteriormente, a su comunidad en Argentina y a los funcionarios con experiencia en la región.

Los Empresarios que busquen desarrollar las oportunidades comerciales, podrían diseñar junto al Estado, y en el marco de la consolidación de la “marca país”, campañas de promoción emblemáticas, en cadenas de valor que agrupen productos alimenticios, bienes de equipamiento, calzado, moda y turismo; enfatizando su “real valor intrínseco” como productos nacionales: sanos, seguros, ecológicamente sustentables.

Identificar los grupos empresarios, con experiencia exitosa en el terreno, dispuestos a liderar estos procesos, puede ser de mucha utilidad al permitir recoger sus experiencias y conclusiones. Las políticas públicas de crecimiento sustentable de la economía deberán complementarse con el papel que pueda jugar China en materia de inversiones y compras públicas en el país. En síntesis, el objetivo debería apuntar a la creación de Empresas Conjuntas transnacionales de envergadura para abastecer al mercado asiático.

Dentro de China, y tomando en cuenta la amplitud y diversidad interna que caracteriza a este gigante asiático, una tarea para grupos de trabajo sería identificar las regiones más adaptadas para la oferta nacional. Sin dudas, China debe ser encarada en toda su dimensión, como un verdadero continente, y con regiones internas diferenciadas por sus niveles de desarrollo, estructuras económicas asimétricas, zonas de desarrollo económico, características climáticas y poblacionales particulares. Cada una de estas regiones requiere ser encarada en forma diferenciada, procurando complementarlas con las características de las regiones de nuestro país, y en muchos casos explorando las ventajas comerciales de la producción en contra-estación, particularmente en su producción agrícola. Aquí también podría jugar un papel determinante el esquema de los Hermanamientos de ciudades o regiones.

El sector privado debe participar en la tarea del diseño de la imagen de Argentina como proveedor confiable, con acciones que incorporen elementos culturales y de identidad, utilizando los aspectos más permeables a la cultura china, como son el deporte y la salud. Pero resulta importante tomar en cuenta la comentada diversidad “inter-China” existente por su vastedad geográfica y demográfica, y la disimilitud de ingresos por regiones, especialmente entre el Este y el Oeste del país. En el sector servicios, es recomendable tener presencia en zonas urbanas en donde se concentra la población con elevado poder adquisitivo, como los clusters de Shanghai, Cantón y Beijing.

Tomando en cuenta la alta concentración de nuestras exportaciones en productos agrícolas, es deseable visuali-

zar una diversificación y expansión de la oferta exportable argentina con vistas a un aprovechamiento de oportunidades en el mercado chino. En especial, en productos con valor agregado del sector alimentario. Existen trabajos que abundan en propuestas sectoriales. Pero resulta indispensable concientizar en el ámbito local la imprescindible necesidad de impulsar producciones de "escala" suficiente, estandarizadas y regulares, sin las cuales se ha observado escaso interés por parte de los demandantes asiáticos. En la actualidad la cadena agroalimentaria, especialmente la ligada al sector exportador, esta lejos de consolidarse como un eslabón de peso por sus problemas de escala frente a la dimensión de la demanda del mercado asiático. De allí la importancia de la creación de Empresas transnacionales de escala. Resulta imprescindible que se inicie un trabajo, con apoyo institucional, orientador hacia los sectores donde hay demanda ilimitada, y también en los sectores que requieren de una cooperación binacional en su desarrollo, como la forestación, las pesquerías, y la minería. El mayor desafío esta en buscar mecanismos para generar productos adaptados a la demanda china, y con capacidad de producción de escala. Lo cual obliga a trabajar asociados con contrapartes que ayuden a identificar las características de los productos a ofrecer en China, particularmente los de consumo masivo que no formen parte de nuestra actual oferta agro-industrial. Incorporando a la industria argentina una mayor diversidad que posteriormente se pueda capitalizar hacia todo el mercado asiático.

Finalmente, sería útil hacer un relevamiento de las Ferias sectoriales donde se promuevan asociaciones estratégicas inter-empresarias en cada una de las regiones chinas con las que existan posibilidades de negocios.

- Algunas medidas para facilitar los flujos de capitales e inversiones entre los dos países.

No hay duda que Acuerdos entre Instituciones bancarias de ambos países facilitarían sustancialmente la promoción de los intercambios, con líneas de créditos en condiciones favorables que puedan ser tomadas por empresas de ambos países. Hoy el comercio mundial depende sustancialmente del financiamiento bancario.

Siguiendo la experiencia de otros países de la región (Brasil, Perú, Chile, etc.) se debería contar con una representación nacional del Banco Nación -u otro similar con funciones promocionales- en Shanghai, actual corazón financiero de China. Como también fomentar la presencia de correspondientes de instituciones bancarias nacionales en China.

Debe tenerse particularmente en cuenta que, siendo hoy China el país que detenta mayores reservas internacionales fruto del enorme superávit en su comercio exterior, y habiendo saneado sustancialmente su sistema bancario, se ha constituido en un actor de peso regional con su moneda (el

RMB), cuya influencia ha ganado presencia en su región. No es aventurado afirmar que en un futuro cercano se constituirá, junto al dólar y el euro, en una de las monedas que más se apreciarán y serán referenciales en el mercado financiero tan pronto se convierta en una moneda convertible libremente.

Un acuerdo entre China Export & Credit Insurance Corporation (SINOSURE) -institución calificadora de riesgo- y el Instituto Nacional de Reaseguro, podría facilitar el flujo financiero. SINOSURE tiene el mandato de promover las políticas industriales, fiscales y financieras, para facilitar las exportaciones chinas y las inversiones, especialmente las exportaciones de alto valor tecnológico o añadido de bienes de capital, ofreciendo seguros de crédito a la exportación contra riesgos de impago, y la prestación de servicios en la financiación, información y gestión de cobro.

- Inversiones.

Un acontecimiento mayor que requiere también de un análisis de parte de nuestra dirigencia, es asumir como un hecho consumado que China se ha convertido en un "player" de carácter planetario como exportadora de capitales, desplazando a quienes manejaban al sistema financiero en la pre-crisis del 2008. Solo la prudencia de sus dirigentes, y la conciencia de sus debilidades internas, impide un paso más ambicioso en la intervención en los grandes temas globales en la materia.

De allí, que sea necesario efectuar un análisis -con apoyo empresario y académico- de las modalidades y características en que se han ido llevado a cabo las inversiones chinas en nuestra región hasta el presente, que permitan capitalizar las experiencias existentes. También hay que identificar las entidades públicas o privadas dentro de la burocracia china que resultan determinantes en el proceso interno de aprobación de las mismas, en proyectos de ultramar con financiación pública.

Una cosa es cierta: China propone, como modelo para la radicación de sus inversiones en el exterior (su FDI), el mismo esquema que concediera al capital extranjero al tiempo que se inicio el proceso aperturista en 1978. Las Zonas de Económicas Exclusivas (ZEE), con condiciones favorables para la radicación de capitales extranjeros bajo un paraguas factico y jurídico de seguridad garantizadas por el Estado, fueron en sus comienzos las que posibilitaron que este país se convirtiera en un imán para capitales financieros internacionales. En la actualidad, ha desarrollado con éxito Zonas Industriales, de la mano de empresas privadas chinas, en Pakistán, México, Chile, etc.

Por lo que una alternativa a considerar seriamente sería la de promover, junto a las provincias que dispongan de tierras aptas -sean fiscales, publicas o privadas- para emprendimientos binacionales, la creación de ZEE que ofrezcan

condiciones favorables y especiales en materia tributaria para la radicación de capitales destinadas a la promoción de diversos desarrollos industriales o agrícolas conjuntos con China. También deben evaluarse el uso de las 9 Zonas Francas existentes en nuestro país, para el armado de emprendimientos conjuntos, con vocación de expandirse a todo el mercado sudamericano.

Es imperioso evaluar la participación china en potenciales inversiones en el sector de la Infraestructura en forma conjunta, que podría incluir el management en la concesión de operaciones portuarias, peajes, ferrocarriles (en proyectos de infraestructura ferroviaria, vial, portuaria y energética), con vistas a mejorar la logística y aumentar la competitividad de la producción de bienes y servicios del país. Los Corredores Bioceánicos son claramente de interés estratégico para ambos países, por su impacto en el comercio desde y hacia el Pacífico, especialmente frente al redireccionamiento del comercio internacional, con su nuevo epicentro en Asia.

Ello permitiría ir generando una vinculación de la inversión anterior con la creación o expansión de industrias de provisión de bienes y equipos, destinados a la modernización de la infraestructura y gradualmente a la exportación regional. Para ello, sería de importancia estratégica activar las citadas Zonas Francas existentes en el país: Buenos Aires, San Luis, Tucumán, Córdoba, Mendoza, La Pampa, Chubut, Salta, y Misiones. Como centros de almacenamiento, comercialización e industrialización de bienes, que se podrían desarrollar en forma conjunta con un esquema de cooperación binacional también de alcance regional.

La creación de instrumentos idóneos para la atracción de inversiones chinas en el área industrial, particularmente en aquellos sectores donde se presente un déficit comercial importante, una fuerte demanda doméstica y un fuerte crecimiento de la demanda de importaciones en la región y en el mercado mundial de bienes de capital, equipo y material de transporte, artículos del hogar, indumentaria, calzado y otros bienes de consumo durable, debe ser considerada. Para viabilizar esta oportunidad debe desarrollarse una política clara y estable de incentivos fiscales para la formación de entes binacionales.

En este orden de ideas posible es visualizar la radicación de Parques Industriales Chinos en el país. Desde el año 2001, China está llevando adelante un programa de radicación de Parques Eco-Industriales, habiendo a la fecha más de 30 en operaciones, donde se optimiza el uso eficiente de los recursos renovables y el impacto del desarrollo en el medio ambiente. La formación, la tecnología, y la integración socio-ambiental son especialmente consideradas para su habilitación por el Gobierno chino. Esta experiencia, podría ser analizada en un marco de cooperación bilateral inter-empresaria.

- Desarrollos comerciales.

Dada la dimensión y la amplitud territorial de la demanda china, resulta viable una asociación beneficiosa con empresas extranjeras con mayor penetración y conocimiento del mercado chino que les permitiría ganar escala y mercado. Aprovechar la experiencia de empresas nacionales, latinoamericanas e hispano-parlantes ya instaladas en la región y, llegado el caso, encarar la posibilidad de constituir empresas conjuntas con otras de origen en economías competidoras.

Desde el punto de vista del acceso al mercado, y a fin de evitar situaciones que traben el comercio e inversión bilateral, o que generen tensiones comerciales bilaterales, se impone una coordinación publico-privada para reaccionar con prontitud. La CoNAPac -de la que se trata al final de este trabajo- podría ser un punto focal para esta instancia armonizadora.

Una forma que podría dar rápidos resultados sería la de estimular la formación de Consorcios de Exportación para atender específicamente el mercado chino. La experiencia chilena al respecto ha dado resultados altamente satisfactorios a sus empresas en materia alimentaria y en de la construcción.

Para lograr el éxito, las empresas -según los casos y los sectores de actividad-, deberán contar con una estructura promocional local en ciudades neurálgicas y occidentalizadas como Shanghai, Beijing, Cantón, u Hong Kong, según los casos, para identificar oportunidades de negocios. Estas pueden tener una presencia activa en dichas regiones asociadas con contrapartes locales o empresas latinoamericanas radicadas allí. Ello les permitiría conocer las modalidades y gustos locales, así como los nichos que podrían desarrollar asociados a las cadenas de comercialización locales.

De igual modo, propiciar la creación de un Centro de distribución de productos argentinos en alguno de los principales centros neurálgicos de China, que podría estar gerenciado y subsidiado en forma conjunta por los organismos de promoción provinciales -que cuenten con oferta exportable- y nacionales.

EL AMBITO ACADEMICO INSTITUCIONAL

En Asia se valoriza ampliamente el conocimiento intercultural como elemento de peso en el desarrollo y la profundización de las relaciones con otros países; y en la actualidad existe un marcado déficit de información sobre nuestra región y países y sus características, lo que genera desconfianza y resquemor. Esta limitación informativa, sumado a los problemas idiomáticos y la carencia de traductores especializados en temas comerciales y culturales, llevan a que los contactos sean "triangulados" a través de países intermediarios con experiencia comercial entre ambas regiones. (EEUU, UE.). En estos últimos años se observo un cambio de

actitud de China hacia nuestra región, que era identificada política y estratégicamente como "el patio trasero" de EEUU. Ello se desprende de la reciente erección de "Centros de Estudio Latinoamericanos" en diversas Universidades formadoras de empresarios o académicos: tal es el caso de las Universidades de Fudan, en Shanghai; Nanking, en el Instituto Jinling; Instituto de Estudios estratégicos de Shanghai (SIIS), etc.

Este hecho nuevo y auspicioso, debería ser analizado y promovido buscando acuerdos inter-universitarios e institucionales para crear vínculos directos y estables.

El ámbito académico local en general, y en especial el privado, constituye un sector de servicios no tradicional que puede tener una importante expansión dentro de este nuevo esquema de relaciones interregional. Para aprovechar el interés por el aprendizaje del idioma español en China, motivado por su globalización comercial, pero también en razón de haber sido China ungida como sede de importantes eventos internacionales con presencia masiva de participantes de lengua castellana (Olimpiadas, Expo Shanghai 2010, etc.), se deberían eliminar los obstáculos a la libre circulación de estudiantes entre los dos países, y promoverlos en forma decidida. Para ello, son necesarios Acuerdos de reconocimiento de títulos secundarios que habiliten el ingreso de estudiantes de ambos países en el sistema de educación terciario del otro.

El interés manifiesto de los estudiantes de grado y postgrado chinos por conocer nuestro territorio y cultura, así como cursar carreras de grado, obligan a ponderar también la conveniencia de suscribir estos Acuerdos que permitan armonizar y revalidar los títulos que se obtengan en carreras cursadas en Universidades nacionales.

Todo ello permitiría desarrollar en nuestro país este nicho comercial del sector servicios, siguiendo el ejemplo de los países angloparlantes que han sabido sacar provecho del idioma y la formación profesional como negocio.

De allí la necesidad de que se incorpore a la CoNA-Pac -o entidad equivalente- las casas de estudio terciarias a fin de debatir la construcción y perfil de una política exterior cultural hacia Asia y China consensuada, con respaldo académico.

Pero también se debe favorecer un programa de promoción de los estudios asiáticos en las universidades argentinas, así como los contactos con contrapartes de China para que se instalen en ellas estudios sobre Latinoamérica y el MERCOSUR, en general, y sobre la Argentina, en particular.

Australia y Nueva Zelanda han sabido explotar adecuadamente los beneficios de la enseñanza de inglés, incorporando a sus Universidades a estudiantes chinos con éxito - estimados en 250 mil en la actualidad-, con importantes beneficios económicos para las Instituciones educativas receptoras. Estas experiencias deben ser también capitalizadas por

nuestras casas de estudio.

Hoy se ha vuelto atractivo para los países latinoamericanos promover los Servicios Educativos, con la formación de profesores especializados en el Español como lengua Extranjera. Nuestro país podría concitar la atención en la formación y enseñanza del castellano, generando importantes puestos de trabajo y capacitación docente. Este aspecto conjuga los elementos comerciales con los educativos, como uno de los mejores ejemplos de interfase.

La buena disposición de nuestro país al abrir sus puertas facilitando la presencia del Instituto Confucio, debe ser reciprocado por acciones similares de parte de China, aún a pesar de que China es altamente reacia a permitir la radicación en su territorio de centros culturales extranjeros que actúan fuera de su rígido control político y comercial. A este efecto, careciendo nuestro país de una Institución similar que pueda actuar en China, se podría procurar lograr a través de acuerdos institucionales la participación de docentes de español en las sedes que este Instituto tenga en China, o en universidades con las que tenga acuerdos al efecto.

Hoy resulta indispensable aprovechar estas oportunidades descriptas con la formación de especialistas en Asia, así como también la experiencia de quienes hayan cumplido funciones en dicho medio.

Alentar la participación del personal de empresas privadas nacionales, en las oficinas públicas argentinas en el Asia Pacífico, a fin de que se especialicen y perfeccionen sus conocimientos del idioma local. Podría tratarse de becarios que reciban durante parte de su formación un salario o beca, y promesa de trabajo en la plaza en el futuro. Durante su estadía en Asia, deberían estudiar el mercado y la demanda potencial para los productos que su empresa promueva con su oferta exportable.

Finalmente, desde el ámbito oficial parece ya indispensable celebrar Acuerdos de cooperación e intercambio de estudiantes con las académicas de formación de diplomáticos de los países con mayor peso en Asia.

MEDIDAS INSTRUMENTALES

Las propuestas que se exponen fueron metodológicamente agrupadas como de iniciativa pública, privada e institucionales, mas allá de que se requiera en la mayoría de los casos de una interacción constante para implementarlas:

La necesaria complementariedad de estas medidas requiere de un órgano que cuente con representatividad colegiada, capaz de uniformar criterios de aplicación entre los distintos organismos y entidades interesadas, fijar las prioridades que cada caso determine disponer plazos de ejecución, así como asignar responsabilidades y procurar los medios que se pondrán a disposición y que respaldarán cada iniciativa.

Uno de las formas de encarar estos desafíos que hoy nos presenta Asia, podría consistir en la reactivación de la Comisión Nacional para el Asia Pacífico –también conocida como CoNAPac, ya que servirá como un ámbito de debate integrador. Es necesario que cualquier iniciativa al respecto sea consensuada por todas las fuerzas vivas, así como de las principales fuerzas políticas, y que así se convierta en una "Política de Estado" previo a su lanzamiento, por lo que la participación del sector privado, académico y el Estado se impone. De allí la importancia de reconstituir un mecanismo institucional como el citado, creado por Dto. 1378 de 1992 y actualmente en vigor pero sin funcionamiento efectivo, o de generar uno equivalente en el que estén presentes todas las instancias involucradas en la formulación de propuestas.

Miguel A. Velloso / Embajador Extraordinario y Plenipotenciario. Abogado y Diplomático de carrera, egresado del Instituto del Servicio exterior de la Nación por Concurso Público en 1975, es miembro Consultor del Consejo Argentino de Relaciones Internacionales, Investigador asociado del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Fudan (Shanghai, RP China) como especialista en temas asiáticos. Ocupó cargos diplomáticos en Túnez, Bolivia, Yugoslavia, Albania, Serbia y Montenegro, Grecia, Argelia y Japón. Entre 2000 y 2008 se desempeñó como Cónsul General y Director del centro de Promoción Comercial argentino en Shanghai (R.P.China). Entre otros, es Asesor Permanente de la Cámara de la Producción, la Industria y el Comercio Argentino China; Asesor del Centro de Estudios latinoamericanos del Instituto Jinling perteneciente a la Universidad de Nanking (Pcia. De Jiangsu, RP China). Actualmente se desempeña como Asesor de gabinete del Secretario de Comercio Internacional de la Cancillería.

Para citar este artículo:

Velloso, Miguel A. (2010), "Emprendimientos conjuntos para dinamizar la relación política, económica y cultural" [en línea], Materiales de Conferencias, Seminarios y Reuniones de Trabajo, N°11 Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales. Dirección URL: <http://www.cari.org.ar/pdf/mcsrt11.pdf>