



REACOMODAMIENTOS

# ¿La nueva China?

Por el perfil de su demanda, la India se acerca a paso firme a la región; las exportaciones argentinas aumentaron 103%, pero la matriz comercial es muy similar a la que tenemos con China. ¿Oportunidad o riesgo?

# ¿La nueva China?

El desembarco de la India en la región plantea dudas respecto del tipo de relación comercial con el segundo gigante asiático

**POR FLORENCIA CARBONE**  
LA NACION

El mundo comandado por un *elefón*.

Bien podría tratarse de una criatura mítica hija de la globalización, sin embargo, el término es un neologismo que une al elefante y al dragón, animales que representan a India y China respectivamente.

Hace algún tiempo, durante un seminario sobre la India organizado por Cippec, Sergio Cesarin -investigador del Conicet y de la Universidad Tres de Febrero- apeló al término a modo de síntesis

de la realidad económica mundial.

Al igual que China, la India tiene un extenso territorio (de dimensiones casi continentales), numerosa población (supera los mil millones) y una gran demanda de recursos naturales y alimentos, además de que sus economías han crecido en los últimos años a tasas altas.

El comercio con la India creció de modo sensible el año pasado: las exportaciones argentinas aumentaron 103% respecto de 2009 y las importaciones desde India, 46 por ciento.

Sin embargo, un análisis de las cifras muestra que el sustento principal de esa tendencia se dio en buena medida por la decisión de China de

no comprar aceite de soja local en coincidencia con la decisión argentina de aplicar licencias no automáticas de importación que afectó a productos asiáticos.

¿Puede la India transformarse en la nueva China para la Argentina?

Guillermo D'Andrea, profesor de Dirección de Empresas del IAE, fue tajante: "Como dice el famoso adagio, si querés resultados distintos, no sigas haciendo lo mismo. Si seguimos exportando *commodities*, difícilmente cambiaremos la dinámica de nuestras relaciones comerciales".

Agregó que la India está más atrás que China, es más rural pero, a diferencia de China, "tiene una clase

empresaria muy emprendedora, dinámica y con bastante conciencia social -en el sentido de que se dan cuenta de que tienen una oportunidad inmensa en sacar a la enorme población rural que en su mayoría vive en la pobreza-. Están produciendo innovaciones notables desde la salud -cirugía de bajo costo-, a los servicios -tecnológicos, *call centers*-, y productos de consumo, durables -el Tata Nano-, semidurables -cocinas rurales de bajo consumo-, y consultoría. Acercarse en este tipo de temas abre oportunidades para exportar experiencias que en la Argentina hemos hecho hace mucho y para aprender de ellos haciendo desarrollos conjuntos".

Javier Rando, subsecretario de Industria de la Nación, describió la relación comercial bilateral durante un seminario organizado por la embajada de la India hace algunas semanas.

"Vendemos mucho, pero de bajo valor agregado. Nuestras exportaciones están muy concentradas en pocos productos: el 90% es aceite de soja, y con otros 10 productos se explican el 97% de las ventas", dijo el funcionario antes de detallar que, por el contrario, las importaciones están diversificadas. El producto con mayor participación (compuestos químicos orgánicos cíclicos) representa sólo el 11% del total importado. Además, compramos a la India hilados y fibras sintéticas, autopartes, motocicletas y colorantes.

Raúl Ochoa, docente de la Fundación Standard Bank y la Universidad Tres de Febrero, explicó que la sustancia entre China e India es diferente.

"La historia de India es apasionante. Llena de admiración ver cómo un país tan complejo, con tantas religiones y dialectos conviva de la manera en la que lo hace, en democracia. China parte de un sistema autoritario desde hace años, y eso se traduce en la forma de comerciar. Sus pasos y formas son diferentes. Aunque en India quedan muchos entes estatales de la época cuasi socialista, el peso de esos grupos en el comercio exterior es mucho menor que en China. Los grupos fuertes a nivel internacional son privados", dijo.

En 2003, las exportaciones a China fueron de 1718 millones de dólares, y las importaciones, de US\$ 720 millones. El año pasado, la Argentina vendió por US\$ 5791 millones y compró a China por valor de US\$ 7649: la balanza fue

deficitaria en US\$ 1858 millones.

Si se observan los números con India, en 2010, nuestro país concretó ventas por US\$ 1328 millones e importó por US\$ 525 millones.

¿Puede la Argentina repetir la historia china con India?

"En comercio enfrentamos el desafío de diversificar exportaciones reemplazando el alto componente de productos primarios que vende la Argentina a India por otros con mayor valor agregado", dijo el subsecretario de Industria.

## Parecidos pero diferentes

Eduardo Fracchia, profesor del IAE, señaló: "China e India motorizan el crecimiento mundial. Tienen una inmensa dotación de mano de obra y están mejorando las condiciones de vida de la población, lo cual sienta las bases para un crecimiento basado en el consumo interno en el mediano plazo. Sin embargo, China es algo más sólido en términos de crecimiento, a la par que India está jaqueada por la inflación. China viene despertando del comunismo desde hace unas tres décadas, el nivel de vida es bastante bajo para los estándares occidentales pero la distribución del ingreso no es particularmente inequitativa. En cambio, la distribución de la renta en India es muy mala, la pobreza extrema es altísima y el hacinamiento en las ciudades se ha convertido en un



problema muy serio. Además, India es un mosaico sumamente heterogéneo, tanto en términos de culturas, como religión y lengua. De allí que los conflictos internos sean aún habituales, en especial, los religiosos. En términos de relación actual, China es un socio muy importante de nuestro país y está jugando muchas fichas en la región. Mientras que India ocupa un rol casi insignificante en las relaciones comerciales argentinas".

¿Cómo es la nueva India, ese país cautivante y milenario que lleva años con tasas de crecimiento muy cercanas a las chinas?

Vinod Surana, del estudio de abogados Surana & Surana, formó parte de la delegación empresaria que visitó la Argentina para participar del seminario de negocios organizado por la embajada de su país. Durante su disertación trazó un rápido mapa de la realidad india y habló sobre alguno de los motivos que propiciaron la transformación de su país.

\* India se desarrolla sobre las bases de la paz y la tradición. En más de mil años de historia, nunca invadió otro país.

\* Los indios tienen el hábito de ahorrar mucho dinero. Las estadísticas muestran que las tasas oscilan entre el 30 y 35%, y eso se traduce en un incremento de los recursos disponibles para el uso productivo.

\* Es un país joven: alrededor del 70% de la población tiene menos de 35 años. Esa gente creció con una mentalidad abierta y ha tenido un papel importante en la transformación

del país, ha viajado y se ha educado internacionalmente. Esto, junto con la presencia de la población que habla inglesa más grande del mundo es un aporte fundamental para el crecimiento de la nueva India.

\* La creciente transparencia de la vida pública. Hay muchas leyes que promueven la transparencia, un Poder Judicial firme y determinado, y medios fuertes.

\* Un marco regulatorio y jurídico sólido, lo que da un muy alto nivel de confianza a los inversores.

\* El crecimiento de marcas de clase mundial. En los últimos 60 a 100 años se han desarrollado varias, muy importantes.

Son grupos con un enorme prestigio en el mundo.

\* La disponibilidad de una gran mano de obra calificada. A modo de ejemplo, sólo en Chennai, uno de los Estados, se gradúan cada año 84.000 ingenieros.

¿Cuáles son los sectores que tienen más chances en la relación comercial con India?

"Además de la agroindustria, que podría proveer de alimentos a un mercado de más de mil millones de personas, la Argentina tiene fuertes ventajas comparativas en la producción de bienes diversificados de alto valor agregado, que se basan en la existencia de un stock elevado de capital humano. Un ejemplo paradigmático en este sentido es el de las farmacéuticas. También las tecnologías de la información y comunicación ofrecen un nicho de mercado importante, aún cuando India también tiene algunas fortalezas en este punto, porque hay margen para la complementariedad", dijo Fracchia.

Sergio Casas, director de *Snacks Crops*, una empresa argentina radicada en Pehuajó que exporta a la India, contó su experiencia.

En 2006, la empresa empezó a vender a *popcorn* a Nueva Delhi, Mumbai y Chennai. Las 173 toneladas iniciales, el año pasado treparon a 5000.

"El *popcorn* es un emergente del crecimiento de la industria cinematográfica y del tiempo libre en un país que mejoró mucho su situación económica. India pasó de ser un mercado marginal, a ocupar el primer lugar en el ranking de ventas de maíz pisngallo para la Argentina. La relación con India es de largo plazo. Hay que trabajar mucho en el conocimiento mutuo e interactuar para conocer las oportunidades de inversión en ambos sentidos. No es una economía tan dirigida como la china y eso puede hacerla aparecer como más desordenada, pero tiene ventajas propias y será un modelo único para el mundo. Es un subcontinente. Hay mucho para hacer", relató Casas.

India todavía no pisa fuerte en la región. "Pero es cuestión de tiempo", advirtió Fracchia, quien explicó que la fragilidad de los mercados desarrollados obligó a los emergentes a replantear sus esquemas de negocios.

¿Puede la Argentina postularse como interlocutor privilegiado para la región en ese desembarco? "No si la política comercial sigue siendo dictada en función de urgencias del momento, medidas cortoplacistas que incluso terminan violando acuerdos internacionales, como ocurre con el Mercosur. Para que nuestro país pueda conseguir un rol de liderazgo es fundamental que se abandonen las restricciones al comercio, desde aranceles excesivos a las licencias no automáticas a la importación", respondió Fracchia.

El embajador indio en la Argentina,

Rengaraj Viswanathan, describió al inaugurar el seminario de negocios que encabezó el ministro de Comercio e Industria indio, Jyotiraditya Scindia, el tipo de relación que se proponen tener con la Argentina.

"Nuestra delegación estuvo una noche en Montevideo y una noche en Buenos Aires. Pero déjenme aclarar algo: los indios no creemos en relaciones de una noche. Creemos en relaciones a largo plazo, muy largo. En relaciones como el casamiento hindú, que dura siete reencarnaciones", dijo.

El tiempo dirá sí, a pesar de las asimetrías, es factible mantener una relación bilateral duradera y equitativa.

