



El triángulo China, España y América latina

Javier Santiso, Economista Jefe y Director Adjunto Centro de Desarrollo de la OCDE

- ◆ China se ha convertido en un actor de primer plano en América latina.
- ◆ Esta irrupción también presenta oportunidades para las empresas europeas, y en particular españolas.
- ◆ Éstas podrían convertirse en enlaces entre China y América latina de la mano de sus franquicias latinoamericanas.

La reverberación económica de la potencia China es palpable en todos los rincones del mundo, como señalado por dos informes publicados recientemente por el Centro de Desarrollo de la OCDE¹. En África el gigante asiático está desplazando a las potencias europeas como principal actor en el continente. En Asia, China se ha convertido en el socio comercial e industrial imprescindible de todos los demás países, Japón incluido. Por toda Europa y Estados Unidos, los sismógrafos empresariales registran en continuo la tectónica china. Igualmente, la mano (in)visible de la economía china se extiende por América latina.

En esta recomposición a escala global, se está diseñando igualmente un triángulo inédito en el cual España, en particular, y Europa, en general, pueden jugar un papel clave. Las inversiones masivas de los grupos españoles en América latina les convierten en interlocutores de primer rango para las empresas chinas que buscan expandir negocios hacia las Américas.

Los bancos españoles han entendido perfectamente este potencial: disponen de franquicias completas en toda América latina y ahora, a la imagen de BBVA,

que se ha convertido en 2005 en el líder mundial de operaciones de financiación de comercio exterior, disponen también de una red de oficinas asiáticas en Beijing, Shanghai y Hong-Kong. Esta estrategia que busca captar parte de los flujos de financiación del creciente comercio exterior entre ambas regiones, no puede ser más acertada en un momento en el cual se están disparando los flujos comerciales entre China y América latina. Por si fuera poco, el apetito inversor de las multinacionales emergentes chinas coloca una entidad como BBVA en una posición idónea para intermediar estas dinámicas corporativas. De hecho de las 100 mayores multinacionales emergentes, en búsqueda de expansión internacional, casi la mitad (44) proceden, en 2006, de China, según un estudio del Boston Consulting Group.

El foco que ha puesto BBVA en Asia va sin embargo más allá de los únicos flujos comerciales, como lo señala el acuerdo concluido con el primer banco chino en 2006 (Bank of China) para canalizar el envío de remesas de los chinos ubicados en Estados Unidos hacia su país de origen. Este acuerdo se extenderá luego a otros países con importantes comunidades chinas, como por ejemplo Tailandia, Indonesia, Malasia, pero también emigrantes asentados en Europa y en América latina, en particular en Perú. En total hacia China fluyen 8 por ciento del total de las remesas de emigrantes mundiales, un monto equivalente a más de 12 mil millones de dólares.

1. Ver, sobre África, Goldstein, A., N. Pinaud, H. Reisen y X. Chen (2006), *The Rise of China and India: What's In It for Africa*, Estudio del Centro de Desarrollo de la OCDE, París; y, sobre América Latina, Javier Santiso y *al.*, "Angel or Devil? Chinese Trade Impact on Latin American Emerging Markets", *Centro de Desarrollo de la OCDE, Documento de Trabajo*, 252, Junio 2006.

Un ejemplo también particularmente llamativo es el de Telefónica. Este grupo ha dado pasos muy significativos en China. Abrió una oficina en 2005. Poco tiempo después adquirió el 5 por ciento de China Netcom por algo más de medio millón de dólares. En 2006, la filial de móviles suscribió acuerdos con los dos principales fabricantes chinos de equipos de telecomunicaciones (Huawei Technologies y ZTE) para colaborar en el diseño y la fabricación de productos para telefonía de tercera generación. Más interesante todavía, el grupo español impulsó el desembarco de una multinacional china en América latina, mediante un acuerdo con Huawei. Hoy en día esta empresa suministra productos para todas las filiales de Telefónica en América latina.

En el sector energético, las sinergias hispano-chinas en América latina también presentan potencial. Así, en 2006, la china CNOCC estuvo coqueteando con Repsol YPF para proponer a la multinacional española una alianza en Latinoamérica con el objetivo de contribuir a la búsqueda y desarrollo de reservas de crudo en el continente, mediante la filial argentina YPF.

China seguirá alimentando en el futuro los tinteros de los noticieros. Los viajeros seguirán quedándose deslumbrados por la vertical modernidad de Shanghai y los empresarios occidentales por esa fábrica del mundo que se ha convertido en el oscuro deseo de sus multinacionales. Mientras, en las oficinas de los organismos internacionales seguirán buscando entender cómo casi medio millar de chinos han dejado de ser pobres, cómo semejante milagro se ha convertido en la cuarta economía del planeta y la segunda locomotora del crecimiento mundial.

En 2008 China celebrará los Juegos Olímpicos. Seguiremos por lo tanto hablando más que nunca del dragón. Con estos juegos el desvanecimiento acelerado de los equilibrios heredados del siglo veinte continuará. Para Europa y América latina, el mensaje resonará todavía más fuerte: ambas regiones sólo seguirán jugando en esta nueva era de globalización llevados también de la mano (in)visible china.

www.oecd.org/dev/insights

www.oecd.org/dev/briefs

www.oecd.org/dev/wp



Readers are encouraged to quote or reproduce material from OECD Development Centre *Policy Insights* for their own publications. In return, the Development Centre requests due acknowledgement and a copy of the publication. Full text of *Policy Insights* and more information on the Centre and its work are available on its web site: www.oecd.org/dev

Centro de desarrollo de la OCDE
2, rue André-Pascal,
75775 Paris Cedex 16, France
Tel.: +33-(0)1 45.24.82.00
Fax: +33-(0)1 44 30 61 49
E-mail: dev.contact@oecd.org