

EL "CERCANO OESTE" DE LOS ESTADOS UNIDOS: Las Economías Dinámicas de Asia del Este*

Richard Drobnick
UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA

Hace ciento cincuenta años, Horace Greeley aconsejaba: "Ve al oeste, joven, ve al oeste...". Éste sigue siendo un excelente consejo que dar a los estadounidenses ambiciosos y aventureros. La frontera occidental de hoy está cruzando apenas el "Estanque del Pacífico", que cada vez se encoge más, en las dinámicas naciones de Asia del Este. Se espera que las economías de los vecinos asiáticos de los Estados Unidos —excepto Japón— crezcan nuevamente entre el 5% y el 10% en 1997 y 1991^{1/}. El Consejo para la Cooperación Económica del Pacífico pronostica que su demanda por importaciones se

expandirá nuevamente en el rango del 7 al 25 por ciento en 1997 (*Cuadro 1*). Además, a medida que crecen, estas economías asiáticas se están integrando entre sí con rapidez cada vez mayor.

La integración económica en la Cuenca del Pacífico^{2/}

¿Pueden ustedes recordar cuando nos referíamos comúnmente a Japón, Corea, China, Indonesia, etc. como "El lejano Oriente", un término que conjura imágenes de

* Los datos y argumentos presentados aquí se desarrollan de manera más completa en Richard Drobnick. "Economic Integration in the Pacific Rim". In Saul Hymans (ed.). *The Economic Outlook for 1994*. Ann Arbor, University of Michigan, 1994.

1/ U. S. National Committee for Pacific Economic Cooperation (US-PECC). *Pacific Economic Outlook 1997-98*. Washington D. C., May 1997.

2/ Los siguientes cinco estudios proveen puntos de vista algo diferentes pero complementarios sobre la importancia de las fuerzas del mercado y los programas del gobierno para la integración económica regional: (1) World Bank, *Sustaining Rapid Development in East Asia and the Pacific*. Washington D. C. World Bank, March 1993, (2) Ippei Yamazawa, et. al. "Dynamic Interdependence among the Asia Pacific Economies", *Keizai Bunseki* (Economic Analysis). Tokyo, Economic Research Institute, Economic Planning Agency, March 1993, Nº 129, (3) U. S. International Trade Commission.

Cuadro I
DATOS ECONÓMICOS Y PRONÓSTICOS PARA
LA CUENCA DEL PACÍFICO: 1996-1998
 (tasas de crecimiento anual)

País	PBI/PNB Reales			Crecimiento Real de las Importaciones		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
Estados Unidos	2,4	3,2	2,3	5,4	8,3	9,6
Japón	3,4	1,7	2,6	10,1	2,5	6,0
Corea	7,0	6,0	6,8	14,7	5,9	9,5
Taipei Chino	5,7	6,4	6,5	4,9	10,2	8,3
Singapur	7,0	7,5	7,7	6,7	9,2	9,5
Hong Kong	4,7	5,1	5,2	4,5	9,6	12,9
China	9,7	9,8	9,0	5,1	2,1	11,3
Indonesia	7,8	7,3	7,8	10,8	16,3	8,0
Malaysia	8,2	8,2	8,6	-1,9	6,1	12,3
Filipinas	5,5	6,0	5,7	21,2	22,0	22,6
Tailandia	6,8	7,1	7,2	2,4	10,5	9,3
Vietnam	9,3	9,6	9,2	35,8	22,7	20,7
Australia	4,0	3,5	4,0	8,5	9,8	8,2
Nueva Zelandia	2,2	2,4	3,9	9,2	3,8	7,2
Chile	7,2	5,6	6,3	11,7	7,1	8,8
Colombia	2,1	4,0	5,0	-1,7	7,0	5,0
México	5,1	5,0	5,5	27,8	17,2	16,5
Perú	2,8	3,0	2,4	1,7	3,6	5,2

Fuente: Los datos y los pronósticos provienen de: Pacific Economic Cooperation Council. *Pacific Economic Outlook 1997-1998*. Washington D. C., U. S. National Committee for Pacific Economic Cooperation, May, 1997.

distancia, misterio e impenetrabilidad? Ahora, en la década que cierra el siglo XX, a estos países se les podría describir

East Asia: Regional Economic Integration and Implications for the United States. Washington D. C., USITC Publication 2621, May 1993, (4) Charles Oman. *Globalization and Regionalization: the Challenge for Developing Countries*. Paris, OECD Development Centre, July 1993 (manuscrito) y (5) Bank of Japan. "Economic Growth in East Asia and the Role of Foreign Direct Investment". *Quarterly Bulletin*. February 1994. Dos libros populares que describen los fenómenos de crecimiento e integración de Asia del Este son: *Sea Change: Pacific Asia as the World Industrial Center* (1994), por James Abegglen, y *Looking at the Sun: the Rise of the New East Asian Political and Economic System* (1994), por James Fallows.

mejor como "El cercano Occidente" de Estados Unidos, especialmente "El cercano Occidente" de California. En los noventa, los mercados asiáticos se están volviendo menos misteriosos y más abiertos a la participación estadounidense. Este proceso ocurre como resultado de cambios tecnológicos, cambios ideológicos y cambios en las personalidades. La mejora de los equipos de telecomunicaciones está acelerando enormemente la comunicación transpacífico de ideas y datos. El colapso de las ideologías socialistas y comunistas ha conducido a la apertura y a la desregulación de mercados y a la privatización de compañías estatales administradas in-

eficientemente. Además, la evolución gradual de las personalidades nacionales está sucediendo, en parte, como resultado de las experiencias educativas en Estados Unidos de los cientos de miles de asiáticos que han estudiado ahí. Sólo en 1993 y 1994 hubo 260 mil asiáticos matriculados en "colleges" y universidades estadounidenses^{3/}. Una vez que regresan al Asia, estos antiguos estudiantes se vuelven clientes, socios, proveedores y competidores relativamente no misteriosos para las compañías estadounidenses.

Las tendencias mencionadas están estimulando los flujos interregionales de capital y el incremento de la liberalización del comercio. Los cambios en la planificación de los sectores privado y público están también contribuyendo a la integración económica regional. Esto ocurre debido a la adopción de estrategias regionales y globales por compañías transnacionales y al desarrollo de grupos regionales de cooperación, tales como el grupo de Cooperación Económica del Pacífico (PECC) y el de Cooperación Económica Asia-Pacífico^{4/}. Las monedas que se revalúan, los salarios que suben y los costos de la tierra en los países de la cuen-

ca del Pacífico con superávit de capital —Japón, Taiwan, Hong Kong, Singapur y Corea— y las reformas económicas en los países con déficit de capital —especialmente las reformas iniciadas por China e Indonesia— han acelerado el proceso de integración de la región.

En consecuencia, las nuevas oportunidades de negocios en el sector privado entre las costas este y oeste y las naciones del norte y del sur de la región del Pacífico están estimulando flujos cada vez mayores de bienes, servicios, capital, tecnología y personas entre estas economías. Los movimientos de capital incluyen tanto los préstamos y la ayuda como las inversiones directas y en cartera. Los movimientos de personas comprenden a vendedores, trabajadores, turistas, gerentes, estudiantes e inmigrantes. Tales actividades incrementan los contactos interpersonales entre las naciones de la cuenca del Pacífico, puesto que se asume papeles yuxtapuestos como competidores, proveedores, socios, compañeros de clase, y vecinos. Así, cada mercado está siendo crecientemente afectado por los cambios de política y de mercado de sus "vecinos" de la cuenca del Pacífico.

El principal estímulo para la integración económica en marcha en las economías de Asia del Este proviene del Japón. El capital (público y privado) japonés, la tecnología japonesa, y el modelo japonés de desarrollo económico guían los patrones. La integración económica de Asia del Este está ocurriendo con un Japón que hace las veces de "director" de orquesta. Por lo tanto, sería beneficioso que los estadounidenses estudien al Japón para aprender cómo competir y cooperar mejor con los "agentes asiáticos" del Japón. Se están reduciendo las barreras al flujo de

3/ Paul Desruisseaux describe el informe del Instituto Internacional de Educación titulado *Open Doors 1993-94* en "U. S. Enrolls Record Number of Foreign Students". *The Chronicle of Higher Education*. 23 de nov., 1994, p. A38-A41.

4/ Un resumen de las actividades del PECC se encuentra en "PECC Profiles" y "PECC LINK". Singapur, PECC Secretariat, September 1995. Respecto de informes sobre las actividades de la APEC se puede revisar: *Achieving the APEC Vision: Free and Open Trade in the Asia Pacific*, y en *The Osaka Action Plan: Roadmap to Realizing the APEC Vision*, Singapur, APEC Secretariat, August 1994 y September 1995, respectivamente.

bienes, servicios, capital y personas entre los países de Asia del Este. Esto significa que las compañías estadounidenses que hacen negocios en Asia deberían desarrollar estrategias *regionales* y no considerar a los países de Asia como mercados completamente separados.

La participación estadounidense en el milagro del crecimiento asiático

¿Se están beneficiando las compañías estadounidenses del rápido crecimiento económico, la creciente apertura y la integración económica del Este de Asia? ¡Sí, por supuesto! Las exportaciones de mercancías estadounidenses a Asia del Este se han expandido en aproximadamente 100% entre 1989 y 1996, creciendo de 105 mil millones a 197 mil millones de dólares (*Cuadro 2*). Con respecto a países seleccionados de América Latina, las exportaciones de Estados Unidos se han expandido en casi 50% entre 1992 y 1996, pasando de 56,3 mil millones a 84,6 mil millones de dólares (*Cuadro 3*).

El *boom* de exportaciones al Asia del Este se puede explicar por cinco factores:

- Competitividad creciente en *precios* de los bienes manufacturados en los Estados Unidos, debido a un dólar que se deprecia y al descenso *relativo* de los costos unitarios del trabajo en los Estados Unidos.

- Competitividad creciente en la *calidad* de los bienes manufacturados en los Estados Unidos debido a un énfasis gerencial en la calidad y el servicio al cliente.

- "Apertura" creciente de los mercados asiáticos.

- Compromisos crecientes de las corporaciones estadounidenses con las oportunidades de negocios internacionales.

- Alto y continuo crecimiento económico en los mercados asiáticos.

Un indicador de la competitividad exportadora de los Estados Unidos es su "Primer Lugar" en el ranking de 1994 y 1995 del "World Competitiveness Report" publicado por el Foro Económico Mundial^{5/}.

Las compañías estadounidenses continuarán expandiendo sus exportaciones al Asia porque las cinco tendencias mencionadas líneas arriba continuarán siendo favorables a la expansión de las exportaciones. Sin embargo, estas exportaciones podrían expandirse más rápidamente y las compañías podrían obtener beneficios mayores en cada transacción si estuvieran mejor informadas sobre la complejidad y las peculiaridades institucionales de los mercados asiáticos.

Las redes de negocios de la Cuenca del Pacífico

Es bien sabido que las relaciones son vitales para hacer negocios en Asia. Por lo tanto, un potencial exportador estadounidense debe plantearse dos preguntas. Primero, ¿cómo desarrollo relaciones asiá-

5/ Hay un resumen del "World Competitiveness Report", publicado por el World Economic Forum y el International Institute for Management Development, en: Tyler Marshall. "U. S. Widens its Competitiveness Lead, Study Says". *Los Angeles Times*. September 6, 1995, p. D1.

Cuadro 2
EXPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS A LAS
ECONOMÍAS DEL ASIA PACÍFICO
 (en miles de millones de dólares)

País	1989	1993	1994	1995	1996
Japón	42,8	47,9	53,5	64,3	68,4
Corea	13,2	14,8	18,0	25,4	26,6
Taiwan	11,0	16,2	17,1	19,3	18,2
Singapur	7,0	11,7	13,0	15,3	17,1
Hong Kong	5,9	9,9	11,4	14,2	13,9
China	5,8	8,8	9,3	11,7	11,8
Indonesia	1,2	2,8	2,8	3,4	3,7
Malaysia	2,7	6,1	7,0	8,8	8,6
Filipinas	2,2	3,5	3,9	5,3	6,2
Tailandia	2,2	3,8	4,9	6,4	6,8
Vietnam			0,2	0,3	0,6
Australia	8,3	10,8	9,8	10,8	12,0
India	2,5	2,8	2,3	3,3	3,4
Total de la Cuenca del Pacífico	104,8	139,1	153,2	188,5	197,3
Total Mundial		464,9	512,4	582,1	624,1
		29,9%	29,9%	32,4%	31,6%

Fuente: NTDB, febrero de 1997.

Cuadro 3
EXPORTACIONES DE LOS ESTADOS UNIDOS
A PAÍSES SELECCIONADOS DE AMÉRICA LATINA
 (en miles de millones de dólares)

País	1992	1993	1994	1995	1996
Argentina	3,2	3,7	4,5	4,2	4,5
Brasil	5,7	6,0	8,1	11,4	12,7
Chile	2,5	2,6	2,8	3,6	4,1
Colombia	3,3	3,2	4,1	4,6	4,7
México	40,6	41,6	50,8	45,4	56,8
Perú	1,0	1,1	1,4	1,8	1,8
Total	56,3	58,2	71,7	71,0	84,6
Total Mundial	447,5	464,9	512,4	582,1	622,8
	12,6%	12,5%	14,0%	12,2%	13,6%

Fuente: NTDB, agosto de 1997.

ticas si aún no las tengo? Segundo, ¿hay redes estadounidenses que puedo utilizar para que me ayuden a construir estas relaciones y a prosperar en el mercado asiático? Existe, sorprendentemente, mucha ayuda de alta calidad que está a la mano y parte de ella no es muy cara (*Cuadro 4*). De hecho, toda esta asistencia es barata con relación a las ganancias que se puede obtener y las pérdidas que se puede evitar como resultado del desarrollo de redes y de la recolección de conocimientos sobre los negocios.

Por lo que respecta a las universidades estadounidenses, por ejemplo, hay tres vías de acceso obvias. Primero, utilizar como consultores a catedráticos expertos en países asiáticos en particular. Segundo, participar en programas universitarios sobre prácticas, política y cultura asiáticas. Tercero, trabar relación con algunas de las docenas (o cientos) de estudiantes asiáticos en la universidad local. Cada estado cuenta con un gran número de estudiantes asiáticos: por ejemplo, California cuenta con 32.900; Ohio, con 9.300; Maryland, con 4.900; Wisconsin, con 4.900, etc.^{6/} Normalmente, estos estudiantes son inteligentes, enérgicos, ricos y están bien conectados. Sin uno o más de estos rasgos no habrían podido financiar sus estudios en los Estados Unidos. Estos estudiantes pueden explicar los asuntos económicos y de negocios de su país natal; pueden conectar a las compañías estadounidenses con personas clave; pueden ser futuros empleados, distribuidores, socios o consultores cuando regresen a Asia.

¿Cómo se puede tomar contacto con ellos? Las compañías pueden informar a los decanos de las facultades de negocios y de ingeniería que quieren "adoptar" algunos estudiantes de los países X, Y o Z. O pueden informar a los decanos que quieren estudiantes de esos países para dirigir proyectos de investigación de mercado o para tenerlos como practicantes durante el verano. Estas actividades construirán relaciones personales poderosas con los mercados asiáticos y, al mismo tiempo, proveerán conocimiento inmediato sobre el mercado.

Otra posibilidad es utilizar las sociedades profesionales, como la Fundación Asia, la Sociedad Asia, la Sociedad Japón-Estados Unidos y el Consejo Estados Unidos-ASEAN, para conocer a expertos en negocios asiáticos que participan en los seminarios y conferencias que estas organizaciones llevan a cabo. Además, las compañías deberían aprovechar las fuentes de información sobre Asia que el Gobierno tiene disponibles. Por ejemplo, la mayoría de estados tiene comisiones de desarrollo activas que proveen tal información. El estado de California tiene oficinas de promoción comercial en ocho ciudades de la cuenca del Pacífico. El Servicio Comercial del Departamento de Comercio de los Estados Unidos mantiene oficinas en todas las ciudades principales de Asia para ayudar a los exportadores estadounidenses, y también tiene oficinas regionales en todo el territorio de los Estados Unidos para conectar a las compañías estadounidenses con sus oficinas de ultramar.

Con esfuerzo adicional, las compañías estadounidenses se pueden conectar con la extensa red de personas experimentadas en negocios en Asia. Las cámaras de co-

^{6/} Desruisseaux. *Op. cit.*

Cuadro 4
REDES ESTADOUNIDENSES DE LA CUENCA DEL PACÍFICO

-
1. Association for International Business Education and Research (AIBER). Veinticinco universidades estadounidenses se han federado para financiar centros que promueven la enseñanza y la investigación sobre negocios internacionales, algunos de los cuales se especializan en Asia (tal como el Centro de USC).
 Contactar: Shirley Daniel, presidente T: 808-956-2875 F: 808-956-9685
 2. IBEAR Executive Programs, School of Business Administration, University of Southern California. Tres mil gerentes estadounidenses han asistido a los programas anuales de Administración de la Cuenca del Pacífico y a las conferencias sobre las perspectivas de negocios en Asia Pacífico desde 1985.
 Contactar: Jack Lewis, director T: 213-740-7134 F: 213-740-9964
 3. The Asia Foundation, San Francisco
 Contactar: William Fuller, presidente T: 415-982-4640 F: 415-986-7672
 4. The Asia Society, New York
 Contactar: Nicholas Platt, presidente T: 212-288-6400 F: 212-517-8555
 5. Japan-America Society of Southern California, Los Ángeles
 Contactar: Barry Keehn, presidente T: 213-627-6217 F: 213-627-1353
 6. U.S.-ASEAN Council, Washington, D. C.
 Contactar: Erest Bowers, director ejecutivo T: 202-289-1911 F: 202-289-0519
 7. California Trade and Commerce Agency, Sacramento
 Contactar: Oficina de Inversión Extranjera, Brenda López, directora T: 916-324-5511 F: 916-324-5791
 8. The Commercial Service, U.S. Department of Commerce, Washington, D. C.
 Contactar: División Asia Pacífico, Alice Davenport, directora T: 202-482-2422 F: 202-482-5179
 9. Asia-Pacific Council of American Chambers of Commerce (APCAC), Bangkok
 Contactar: Robert Wilson, presidente T: 662-251-9266 F: 662-255-2454
 10. Pacific Basin Economic Council (US-PBEC), Washington, D. C.
 Contactar: Clyde Prestowitz, presidente T: 202-728-0993 F: 202-728-0998
 11. Pacific Council on International Policy, Los Ángeles
 Contactar: Abraham Lowenthal, presidente T: 213-740-4296 F: 213-740-9498
 12. U.S. National Committee for Pacific Economic Cooperation Council (US-PECC), Washington, D.C.
 Contactar: Mark Borthwick, director ejecutivo T: 202-293-3995 F: 202-293-1402
-

mercio estadounidenses en Asia se complacen en organizar "desayunos de presentación" para los gerentes estadounidenses que están de visita. Dos o tres gerentes de compañías estadounidenses, especializados en los sectores de negocios de interés para el visitante, proveerán inmediatamente información práctica sobre mercados, distribuidores, regulaciones, corrupción, prácticas laborales, etc. Si las compañías quieren hacer más esfuerzos directos para construir redes con hombres de negocios asiáticos y formuladores de políticas gubernamentales, los altos gerentes pueden solicitar unirse al Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC) o solicitar su participación en uno de los diez grupos de trabajo orientados a negocios de la Comisión Nacional Estadounidense para el Consejo de Cooperación Económica del Pacífico (US-PECC).

Conclusión

Los mercados en el patio trasero de la Cuenca del Pacífico de los Estados Unidos se están expandiendo rápidamente y abriéndose más a la participación estadounidense. Los gerentes estadounidenses deberían aprender sobre las características culturales e institucionales de los mercados asiáticos para poder relacionarse más efectivamente con socios y competidores en los "campos de juego" de Asia, cualquiera que fuera "la forma o la inclinación" de esos campos. Las compañías estadounidenses no deberían esperar que el campo se "nivele" (es decir, que se vuelva una réplica del ambiente de negocios de los Estados Unidos). Si esperan, van a perder millones de dólares en oportunidades de ganancias.

