

China e India: dos pagodas

中印双塔



G.A

La cooperación entre China e India es como dos pagodas, *software* y *hardware* | 中国和印度的合作就像两座宝塔，一座是硬件和一座是软件

Pablo Bustelo | (帕布罗·布斯特罗)

Hace cinco años, en abril de 2005, el Primer Ministro chino, Wen Jiabao, visitó Bangalore y señaló que “la cooperación es como dos pagodas, una de *hardware* y otra de *software*. Combinados, podemos ser líderes en el mundo. (...) Cuando llegue ese día, significará el advenimiento del siglo de Asia en la industria de tecnologías de la información”. Manmohan Singh, Primer Ministro indio, había afirmado previamente que “juntos, India y China podemos reconfigurar el orden mundial”.

Desde entonces, se ha discutido mucho si China y la India van a ser rivales o van a cooperar. La opinión del autor de este artículo, defendida en su libro *Chindia. Asia a la conquista del siglo XXI* (Tecnos-Real Instituto Elcano, Madrid, 2010) es que, en contra de

五年前，即2005年4月，中国总理温家宝在出访班加罗尔时讲到：“印度的软件和中国硬件好比双塔，如果双方加强合作，我们可以成为世界领先者……当这一天到来，信息产业的亚洲时代就会到来。”印度总理曼莫汉·辛格此前也曾指出：“印度和中国联手可以重建世界秩序。”

从那时起，出现了许多有关“中国和印度是联合还是对抗”的争论。而笔者则坚持本人在《中印大同：亚洲征服21世纪》（阿尔卡诺皇家技术学院，马德里，2010年出版）一书中的观点：反对“同样处于高速增长”

liderazgo 领先
沟通 comunicación
tecnología 技术

No hablamos el mismo idioma
pero usamos el mismo lenguaje

尽管我们使用不同种语言，
但我们拥有同一种沟通方式。

进步 progreso
innovación 革新

Puede que nuestros idiomas sean diferentes pero nuestro lenguaje es la comunicación. Por eso Telefónica está presente en 23 países, 13 de ellos en Latinoamérica. Lo que nos ha llevado a estar junto a los dos principales operadores chinos a la cabeza de la comunicación mundial.

尽管我们使用不同种语言，但我们却拥有相同的沟通方式。
因此我们在23个国家运营，其中13个为拉丁美洲国家。



quienes dicen que el auge simultáneo de China e India les conducirá inevitablemente a la rivalidad y al enfrentamiento mutuos, la evolución en los últimos años y las perspectivas de futuro de la relación entre Beijing y Nueva Delhi apuntan a una creciente cooperación. Es más, los intereses estratégicos de ambos países, si son bien entendidos por sus gobernantes, les conducirán a una alianza estratégica profunda y duradera. Esto es, en lugar de “China más India” o “China *versus* India”, lo que puede ocurrir es la formación de una “Chindia” en el escenario internacional.

Una de las facetas más importantes de esa cooperación es la económica. Algunos analistas consideran que China y la India entrarán en fuerte competencia en ese campo. Piensan que la India, empujada por la necesidad de crear masivamente empleo, creará, más pronto que tarde, un sector manufacturero de gran tamaño, orientado a la exportación y capaz de rivalizar con el chino. Prevén, además, que China podría promover un gran sector de suministro de servicios globales, al igual que hizo en su momento con el grueso de la industria manufacturera, y comenzará a hacer sombra e incluso a superar a la India en ese terreno.

Sin embargo, en el comercio de mercancías, la complementariedad entre China y la India es notable. E incluso ha aumentado en los últimos años.

En 2008, las principales categorías exportadas por China eran máquinas de oficina y computación, equipos de telecomunicación y máquinas y aparatos eléctricos. Por el contrario, las principales partidas exportadas por la India eran productos derivados del petróleo, manufacturas de minerales no metálicos, hierro y acero, prendas y accesorios de vestir e hilados y tejidos de fibras textiles. En otros términos, mientras que China exporta sobre todo productos electrónicos e informáticos, India vende en el exterior principalmente gemas y productos de joyería, derivados del petróleo y productos textiles y de confección. Las exportaciones chinas están más relacionadas entre sí y son más coherentes con la dotación de factores del país (trabajo semicualificado) que las de la India, en donde predominan los productos intensivos en trabajo cualificado (gemas y joyería) o en capital (derivados del petróleo).

En los últimos años, se ha reducido la competencia entre China y la India en sus mercados externos e internos. La razón es que China ha aumentado mucho sus ventas de productos electrónicos e informáticos mientras que la India ha mantenido su especialización en materias primas (gemas, petróleo, hierro, productos químicos, etc.), textiles y medicamentos.

Que el perfil exportador sea básicamente diferente y que la complementariedad haya aumentado son las razones principales del crecimiento, en los últimos años, del comercio bilateral, que ha pasado de 5.000 millones en 2002 a 52.000 millones en 2008.

Hay dos grandes interrogantes. El primero es si China, a medida que se adentre en sectores más intensivos en capital, abandonará en manos de países como la India, aunque sea progresivamente, los

largos del China e India que inevitablemente se dirigirá a la rivalidad y al enfrentamiento mutuos” del punto, la evolución en los últimos años y las perspectivas de futuro de la relación entre Beijing y Nueva Delhi apuntan a una creciente cooperación. Es más, los intereses estratégicos de ambos países, si son bien entendidos por sus gobernantes, les conducirán a una alianza estratégica profunda y duradera. Esto es, en lugar de “China más India” o “China *versus* India”, lo que puede ocurrir es la formación de una “Chindia” en el escenario internacional.

Una de las facetas más importantes de esa cooperación es la económica. Algunos analistas consideran que China y la India entrarán en fuerte competencia en ese campo. Piensan que la India, empujada por la necesidad de crear masivamente empleo, creará, más pronto que tarde, un sector manufacturero de gran tamaño, orientado a la exportación y capaz de rivalizar con el chino. Prevén, además, que China podría promover un gran sector de suministro de servicios globales, al igual que hizo en su momento con el grueso de la industria manufacturera, y comenzará a hacer sombra e incluso a superar a la India en ese terreno.

Sin embargo, en el comercio de mercancías, la complementariedad entre China y la India es notable. E incluso ha aumentado en los últimos años.

En 2008, las principales categorías exportadas por China eran máquinas de oficina y computación, equipos de telecomunicación y máquinas y aparatos eléctricos. Por el contrario, las principales partidas exportadas por la India eran productos derivados del petróleo, manufacturas de minerales no metálicos, hierro y acero, prendas y accesorios de vestir e hilados y tejidos de fibras textiles. En otros términos, mientras que China exporta sobre todo productos electrónicos e informáticos, India vende en el exterior principalmente gemas y productos de joyería, derivados del petróleo y productos textiles y de confección. Las exportaciones chinas están más relacionadas entre sí y son más coherentes con la dotación de factores del país (trabajo semicualificado) que las de la India, en donde predominan los productos intensivos en trabajo cualificado (gemas y joyería) o en capital (derivados del petróleo).

En los últimos años, se ha reducido la competencia entre China y la India en sus mercados externos e internos. La razón es que China ha aumentado mucho sus ventas de productos electrónicos e informáticos mientras que la India ha mantenido su especialización en materias primas (gemas, petróleo, hierro, productos químicos, etc.), textiles y medicamentos.

Que el perfil exportador sea básicamente diferente y que la complementariedad haya aumentado son las razones principales del crecimiento, en los últimos años, del comercio bilateral, que ha pasado de 5.000 millones en 2002 a 52.000 millones en 2008.

Hay dos grandes interrogantes. El primero es si China, a medida que se adentre en sectores más intensivos en capital, abandonará en manos de países como la India, aunque sea progresivamente, los

largos del China e India que inevitablemente se dirigirá a la rivalidad y al enfrentamiento mutuos” del punto, la evolución en los últimos años y las perspectivas de futuro de la relación entre Beijing y Nueva Delhi apuntan a una creciente cooperación. Es más, los intereses estratégicos de ambos países, si son bien entendidos por sus gobernantes, les conducirán a una alianza estratégica profunda y duradera. Esto es, en lugar de “China más India” o “China *versus* India”, lo que puede ocurrir es la formación de una “Chindia” en el escenario internacional.



MONDRAGON

HUMANITY
AT WORK

Finanzas
Industria
Distribución
Conocimiento

MONDRAGON, personas y cooperación

www.mondragon-corporation.com

sectores manufactureros más intensivos en trabajo, como los artículos de confección, los textiles y el calzado. Tal cosa es posible, pero no cabe descartar que lo que haga realmente China sea trasladar el grueso de esas actividades desde las provincias costeras hacia las interiores, a medida que se encarezca la mano de obra en la costa y mejoren las infraestructuras en el interior.

El segundo interrogante es si la India será capaz, en el supuesto de que pueda desarrollar un sector manufacturero grande, dinámico y orientado hacia afuera, de promover eficazmente las exportaciones de equipos de telecomunicaciones. Tal cosa dependerá de que la propia India constituya una industria electrónica potente pero también de las preferencias de las grandes empresas multinacionales del sector. Lo primero es difícil, mientras que las empresas extranjeras seguramente sigan prefiriendo invertir en China.

Por otra parte, la hegemonía de la India en el comercio de Servicios de Tecnologías de la Información (STI) seguramente se mantendrá, porque ese país tiene ventajas indudables en ese campo, mientras que China presenta dificultades para adentrarse, con garantías, en ese sector.

Las razones del auge de las exportaciones indias de STI, que han pasado de 4.000 millones de dólares en 2000 a 45.000 millones en 2009, son bien conocidas: mano de obra cualificada (por la difusión del idioma inglés y la abundancia de ingenieros informáticos y electrónicos) y barata, empresas de primer nivel internacional, como TCS, Infosys, Wipro, HCL o Satyam, y un mercado interno en fuerte crecimiento.

Aunque hasta el momento las exportaciones indias de STI son siete veces mayores que las de China, la pregunta es si China podrá ser capaz de adentrarse, masivamente y con éxito, en los STI y de hacer sombra a la India en el comercio internacional de esos servicios. Tal cosa dependerá de varios factores, entre los que destacan la estrategia del Gobierno de China, las decisiones de las grandes empresas multinacionales y las propias condiciones estructurales del país. Aunque la estrategia gubernamental es ambiciosa, las decisiones de las empresas extranjeras dependerán de que la India siga presentando grandes atractivos y del eventual progreso en este campo por parte de países terceros, como Filipinas, México, Vietnam, Irlanda, la República Checa o Hungría. En cuanto a las condiciones estructurales, China presenta algunos inconvenientes. Algunos están relacionados con la mano de obra: la falta de ingenieros experimentados, de programadores o de gestores de proyectos, la ausencia de un número elevado de profesionales realmente bilingües, y un coste laboral que es, por el momento, todavía superior al de la India. Por otra parte, las empresas chinas de STI tienen una dimensión media muy inferior a las indias y son mucho menos importantes a escala internacional. Además, China tiene un mercado interior de STI muy importante y en clara expansión, por lo que, sobre todo a la vista de la competencia india, es probable que las empresas chinas se orienten sobre todo al mercado interno. De hecho, hoy en día las exportaciones de STI, en proporción del volumen de ventas del sector, son el 75% en la India y el 8% en China.



atractividad. El primero es difícil, mientras que las empresas extranjeras seguramente sigan prefiriendo invertir en China.

此外, 印度可能继续保持其在信息技术服务业 (STI) 的霸主地位。该国在这一领域的优势毋庸置疑, 而中国想以有保障的服务进入这一市场也比较艰难。

印度信息技术服务出口从2000年的40亿美元增加到2009年的450亿美元。其高速增长的原因已广为人知, 即: 劳动力素质高 (普遍掌握英语和为数众多的电子信息工程人员) 且廉价; 拥有诸如TCS、Infosys、Wipro、HCL 和Satyam这样的世界一流公司; 国内市场迅猛增长。

当前印度的信息技术服务业出口是中国的7倍多。我们的问题是: 中国有能力成功地大规模进入这一市场并在相应行业的国际贸易中给印度带来压力吗? 答案取决于多种因素。其中较为关键的是中国政府的战略、大型跨国企业的决策和中国自身的行业结构条件。尽管政府制定了雄心勃勃的战略, 但是外国企业决策层考虑的是印度依然具有很大的吸引力, 同时其他国家 (如菲律宾、墨西哥、越南、爱尔兰、捷克共和国, 匈牙利) 在这一领域也取得了进步。中国在结构条件方面也存在不利因素, 其中劳动力方面的不利条件是: 有经验的工程师、程序员或项目管理人员匮乏; 真正掌握外语的职业人员数量有限; 现阶段劳动力成本仍高于印度。加之, 中国信息技术公司的平均规模均小于印度公司, 其国际影响力更是远不及印度的公司。

但是, 中国信息技术服务业的国内市场相当庞大并在继续膨胀, 所以中国的企业很可

Por lo tanto, no es nada evidente que China vaya a empezar a mostrar excelencia en la exportación de STI, como ha hecho en la fabricación de bienes. Es improbable que China sea capaz de desbancar, a corto y medio plazo, a la India en el mercado mundial de esos servicios.

De lo señalado anteriormente pueden extraerse dos conclusiones principales.

En primer lugar, los perfiles exportadores de los dos países son claramente distintos y no se observa convergencia alguna entre ellos en años recientes. Además, y sobre todo, parecen escasas las posibilidades de que la India se adentre masivamente en el comercio internacional de productos textiles, artículos de confección y calzado, porque China, seguramente, relocizará su producción desde la costa hacia sus provincias interiores y porque podrían aparecer otros importantes competidores en Asia oriental y meridional, como Vietnam, Bangladesh o Indonesia. Además, es muy improbable, al menos por ahora, que la India consiga competir con China en productos electrónicos e informáticos.

En segundo término, es dudoso que la hegemonía de la India en la exportación de STI sea transitoria y que China acabe por dominar también ese sector. La distancia entre las exportaciones de STI de la India y las de China es todavía muy grande y todo parece indicar que se mantendrá en los próximos años. Además, China presenta algunos inconvenientes serios para crear un sector de STI potente y fuertemente exportador.

Así, los datos existentes y las previsiones más razonables apuntan a que probablemente se mantendrá la división del trabajo entre China y la India, esto es, la complementariedad y la cooperación en el comercio de bienes y servicios. ■

能倾向于国内市场，尤其在面临印度企业的竞争时。这样，当前的全球信息服务行业出口销售额中，印度占了75%的份额，而中国仅占8%。

显而易见，中国将在信息服务业出口的质量上做文章，就像他们对出口加工产品所作的一样。或许中国会在短期或中期内取代印度在这一领域内的国际市场地位。

综上所述，我们得出如下两个结论：

第一、两国的出口产品结构明显不同，未来几年也不会相互影响。犹应指出：印度大规模进入纺织产品、工艺品和鞋业国际市场的可能性不大。因为中国很可能将这些产品的生产从沿海省份迁往内陆省份；另外东南亚地区出现了更多的竞争者，如：越南、孟加拉国、印度尼西亚；至少在现阶段，印度的电子类和信息类产品无法与中国竞争。

第二、“印度的信息技术服务出口霸主地位将被动摇，中国最终将统领这一行业。”下此结论，为时尚早。印度与中国在信息技术服务领域出口方面的差距还很大，且种种迹象表明：这种差距在未来几年内不会改变。另外，中国想要形成具有潜力且出口强劲的信息技术服务业，还须克服诸多不利因素。

因此，根据现有数据分析和对未来合理的预期，中国和印度将维持现阶段的工作分工形式，即：在商品和服务贸易中的互补与合作。■