

# Alianza del Pacífico: ¿relocalización de China a ASEAN?

**IGNACIO TORNERO**

CEO EAST CONSULTING, MIEMBRO CEIUC-CEAUC



El pasado jueves 25 de mayo, a través del Centro de Estudios Asiáticos de la Pontificia Universidad Católica de Chile (CEAUC), se llevó a cabo la conferencia “Tendencias de expansión/relocalización de empresas de las economías de la Alianza del Pacífico de China a ASEAN”.

En ella participaron como panelistas diplomáticos y representantes de empresas de las economías que componen este bloque de cooperación latinoamericano (México, Colombia, Perú y Chile).

Uno de los objetivos principales de la actividad fue determinar si, de acuerdo con la experiencia de los participantes, se está produciendo un fenómeno de expansión y/o relocalización de las empresas pertenecientes a la Alianza del Pacífico desde China a otras economías de ASEAN; discutir sobre sus principales causas; e identificar tanto posibles similitudes como diferencias con los casos de empresas de países provenientes de América del Norte, la Unión Europea, como de otros países desarrollados de Asia.

Aquí resulta necesario entregar algo de contexto.

De acuerdo con un informe publicado por

Xeneta, en 2022, del total de contenidos importados por Estados Unidos desde Extremo Oriente, el 56% provino de China, diez puntos porcentuales menos que en 2017; pasando Vietnam de tener un 6% de la participación de mercado en 2017 al 11% en 2022. Por otra parte, según un informe de la consultora McKinsey en referencia a estadísticas publicadas en 2021 por las cámaras de comercio de la Unión Europea y de EEUU en China, sólo entre un 10-20% de sus empresas miembros tenían planes de abandonar China; y, entre aquellas que querían hacerlo, el 50-60% quería reubicarse en otras regiones del Asia Pacífico.

Es decir, más que de un fenómeno de total “decoupling”, como muchas veces suele escucharse, la experiencia comparada del mundo empresarial da señales de un abandono más bien minoritario del mercado chino y, además, de una importante preferencia de Asia a nivel regional.

**“La experiencia comparada del mundo empresarial muestra un abandono más bien minoritario del mercado chino, con una importante preferencia de Asia a nivel regional”.**

Conclusiones similares pudimos percibir en la referida conferencia, donde existió un consenso bastante generalizado sobre la importancia gravitante que ha tenido y seguirá teniendo China en los próximos años. El tamaño de su mercado interno; una población de más de 1.400 millones de personas; la infraestructura y conectividad

de primer nivel internacional; la calificación de su mano de obra; entre otros factores, son condiciones que no se pueden replicar fácilmente ni en un corto período de tiempo.

Por lo tanto, al menos en el caso latinoamericano, la aproximación debiese consistir en una complementariedad a lo ya hecho en China; siguiendo una lógica de expansión como una estrategia de diversificación y, en menor medida, en la relocalización de parte de la cadena de valor y/o suministro que ya no cuenta con las ventajas competitivas y/o comparativas del pasado.