

# **PERSPECTIVAS ESTRATEGICAS DE LAS RELACIONES ECONOMICO-COMERCIALES ENTRE CHINA Y LATINOAMERICA**

**Prof. Song Xiaoping, Subdirector General  
Instituto de America Latina  
Academia de China de Ciencias Sociales**

Segundo Simposio Internacional  
“Relaciones economico-comerciales entre China y America Latina”  
Auspiciado por el Centro de Estudios Regionales y de paises,  
Universidad de Economia y Comercio de Beijing,  
el 28 de noviembre de 2008, Beijing, China

En la actualidad, las relaciones entre China y Latinoamerica se halla en un gran auge de desarrollo, las relaciones economico-comerciales se desarrollan con bastante vigor, cuyos testimonios son los siguientes: el comercio sobrepasó a los 100 mil millones de dolares, China entabla negociaciones sobre acuerdos de libre comercio con los paises de las diversas subregiones, tales como el Peru, de la Andina, Costa Rica, de Centroamerica y Chile, del Cono Sur, de modo que se forman tendencias significativas y se fortalecen cada vez más las bases de institucionalizacion para la cooperacion economico-comercial. China publicó recientemente el Documento de las Politicas con America Latina para delinear orientativas para el desarrollo global de sus relaciones con America Latina, incluidas las economico-comerciales. La actual visita del Presidente Hu Jintao a Latinoamerica ampliará aún más las perspectivas del desarrollo de las relaciones entre ambas partes, incluidas las economico-comerciales.

Recientemente, durante su visita al Peru, el Presidente Hu Jintao hizo un discurso ante el Congreso del Peru, que planteó el objetivo estrategico para el

desarrollo de las relaciones entre China y America Latina, que consiste en "construir las relaciones de socio de cooperacion global a base de igualdad y beneficio mutuo para conseguir un desarrollo común". Además, planteó una propuesta estrategica para el desarrollo de las relaciones entre China y Latinoamerica, incluidas las economico-comerciales, que consiste en "realizar una cooperacion de más alto rango, con más amplitud y de más alto nivel".

La complementariedad economica entre China y los paises latinoamericanos echo las bases para la construccion de las relaciones de socios de cooperacion global a base de igualdad y beneficio mutuo para conseguir un desarrollo común. Los paises latinoamericanos tienen una poblacion de 500 millones y un mercado inmenso. Cuentan con ricos recursos petroliferos, minerales y agricolas, tienen una gran potencialidad de exportacion al respecto. Además, no pocos paises en esta region cuentan con un sistema y estructura industrial no completo, y muchos articulos industriales hay que importarse desde otras regiones.

En la actualidad, se ha constituido una gran tarea estrategica para el desarrollo de la economia de China el explotar en gran escala el mercado latinoamericano. Desde que el XVI congreso del Partido Comunista de China anunció la estrategia economica con el exterior en el sentido de hacer combinaciones entre el atraer inversiones y el poner inversiones al exterior, al mismo tiempo que se profundiza incesantemente la internacionalización para adentro con la atraccion de inversiones forrneas como contenido principal, China avanza con rapidez la internacionalización para afuera con el comercio e inversión para el exterior como contenido principal, viene impulsando con vigor sin precedentes el comercio e inversión con los paises latinoamericanos.

Actualmente, el mercado latinoamericano se ha convertido en una garantía estratégica de mucha importancia para la seguridad de la economía de China. China concede cada vez más importancia a la cooperación con los países latinoamericanos para la diversificación de la adquisición de recursos estratégicos. En los últimos años, China incrementó considerablemente inversiones en los países exportadores de petróleo y minerales en América Latina.

Además, China aplica una estrategia de explotación integral de mercado, la cual no se limita a la exportación de mercancías al mercado latinoamericano, sino que combina la exportación de mercancías integralmente con la exportación de tecnología y servicio, así como con la inversión. Es decir, la inversión y la exportación de mercancías se promueven entre sí, de modo que tanto la exportación como la inversión se incrementan constantemente.

Se han combinado el objetivo macroeconómico estratégico del Estado y el microeconómico de las empresas. Dentro del marco de la estrategia de “salir al exterior”, hacer negocios en el mercado de los países latinoamericanos no solamente son acciones de las empresas, sino que refleja cada vez más la orientación estratégica del Estado. Las acciones empresariales se combinan con el objetivo estratégico del Estado, configurándose una convergencia de esfuerzos para ampliar la participación en el mercado de los países latinoamericanos.

Los países latinoamericanos también consideran de mucha importancia estratégica el mercado chino para el desarrollo de sus economías. Las grandes demandas de la economía china ha incitado el crecimiento económico de los países latinoamericanos. El hecho de que la actual crisis financiera de los Estados Unidos impactara comparativamente menos a estos

países hasta el momento, se debió en cierto grado a la proporción creciente de las contribuciones asiáticas, sobre todo de China al crecimiento económico latinoamericano, de modo que se alivió los impactos de la caída de las demandas en el mercado estadounidense sobre las economías latinoamericanas. Las empresas latinoamericanas se orientan estratégicamente hacia el mercado chino. Los gobiernos de los países latinoamericanos brindan facilidades a sus empresas en sus ofensivas en el mercado chino.

El vigoroso desarrollo de las relaciones económico-comerciales entre los países latinoamericanos y China han promovido cambios positivos de la estructura del comercio latinoamericano. Durante 2000 y 2007, a medida que se ensanchan las exportaciones a los mercados asiáticos, incluido el chino, la proporción que ocupa los Estados Unidos descendió de un 60% a un 40%, y la europea, de un 30% a un 15%.

El comercio y la inversión de China en Latinoamérica presentan las siguientes características.

**Primero**, se ha registrado un desarrollo bastante rápido el comercio de China con Latinoamérica, pero su proporción respecto al total del comercio de China es bastante baja. El comercio con América Latina solamente ocupa un 2 o 3% del total de China.

**Segundo**, los rubros de productos de exportación son muy amplios, el valor agregado de la exportación se eleva paulatinamente, sin embargo, los productos de alto valor agregado son pocos, famosas marcas en el mercado latinoamericano no son muchas. Los exportadores son muy diversificados, entraron en el mercado latinoamericano tanto empresas estatales como empresas privadas. Sin embargo, en estas, no son muchas las empresas

grandes.

**Tercero**, las empresas chinas entraron tardíamente en el mercado de inversion latinoamericano, con un desarrollo comparativamente rapido en las inversiones directas. Sin embargo, excepto las inversiones en los sectores de recursos minerales, las demás son de pequeña envergadura. Se amplían paulatinamente las esferas de inversion, que cubren a muchass ramas de produccion. Sin embargo, las inversiones se concentran mayoritariamente en los sectores de recursos energeticos y minerales, y las de produccion manufacturera son comparativamente pocas, y las de tecnologia son aún menores.

El comercio y la inversion de America Latina en China presentan, entre otras, las siguientes características.

**Primero**, con una elevada tasa de crecimiento comercial, el puesto que ocupa China en el comercio total de America Latina se eleva paulatinamente, sin embargo, la proporcion de China respecto al total de America Latina no es muy grande.

**Segundo**, las exportaciones a China se concentran en pocos rubros, con pocos tipos de productos como los principales. El valor agregado de los productos se ha elevado, sin embargo los de alto valor agregado no son muchos. Hay más países que se caracterizan por sus exportaciones de materias primas.

**Tercero**, las empresas latinoamericanas pusieron sus inversiones directas en el mercado chino, sin embargo, tanto el numero de empresas como el monto de inversiones son comparativamente reducidos, la proporcion que ocupan en el mercado local es aún menor.

A base de todo lo que mencionamos arriba, se puede sacar la conclusion de que tanto el comercio como la inversion entre China y Latinoamerica se encuentran en un periodo inicial de desarrollo, con un nivel comparativamente bajo. O sea, aún hay grandes potencialidades por explotar. Con el proposito de conseguir un mayor desarrollo de las relaciones economico-comerciales, hay que resolver los siguientes problemas.

**Primero**, acelerar la conversion del modelo de desarrollo del comercio exterior. Al mismo tiempo que se incrementa el monto del comercio, hay que esfuzarse por optimizar la estructura del comercio, elevando la calidad y eficiencia del comercio. Hay que ampliar la exportacion de los productos con propiedad intelectual propia y de marcas propias y desarrollar el comercio de elaboracion.

**Segundo**, promover la inversion, reforzar la cooperacion de inversion en los sectores de construccion de infraestructura, energia y produccion mineral, agricultura, asi como en las ramas de alta y nueva tecnologia.

**Tercero**, reforzar la capacidad de solucion de fricciones comerciales, recurrir al dialogo y consultas a base de igualdad, para resolver los problemas concretos surgidos en la cooperacion.

**Cuarto**, coordinar activamente posiciones con los paises latinoamericanos en las negociaciones multilaterales comerciales, impulsar la cooperacion regional y bilateral, con el proposito de promover el libre comercio e inversion y crear facilidades al respecto.

**Quinto**, reforzar la orientacion de politicas y brindar todo tipo de servicio a las empresas en sus negocios, ayudarles a superar las acciones de corta vista,

diseñar planes estratégicos de largo alcance, ayudar a las empresas a superar las fallas que existen en el mecanismo de tomar decisiones y en el sistema de gestión y administración empresarial, resolver el problema de escasez de personal especializado y el de falta de conocimiento del ambiente de inversión en los mercados locales, así como reforzar el apoyo financiero y crediticio a las empresas.

**Sexto**, tanto China como los países latinoamericanos deben mancomunarse los esfuerzos del Gobierno, de los sectores empresarial, intelectual y social, crear el sistema y mecanismo de foros de cooperación económico-comercial para promover plenamente el desarrollo de las relaciones económico-comerciales entre ambas partes.

En la reunión de APEC, China y los países miembros latinoamericanos han mostrado una fuerte voluntad de cooperación bilateral. Bajo la severa situación de la economía mundial, hay que esforzarse mancomunadamente por romper el proteccionismo, impulsar las negociaciones multilaterales y bilaterales sobre el libre comercio, profundizar las relaciones de cooperación en el comercio e inversión. Todo esto brindará una fuerte garantía para la realización del objetivo estratégico de cooperación económico-comercial entre China y Latinoamérica.

Segundo Simposio Internacional “Relaciones económico-comerciales entre China y América Latina”, auspiciado por el Centro de Estudios Regionales y de Países, Universidad de Economía y Comercio de Beijing, el 28 de noviembre de 2008