

## ENSAYO

# CHINA ¿EJE ESTRATEGICO PARA EL CRECIMIENTO COMERCIAL DE LATINOAMÉRICA?

MAIRA ROMERO LÓPEZ\*

ALEJANDRO QUINTERO MONTAÑA\*\*

### RESUMEN

Este ensayo sobre las relaciones comerciales de China y Latinoamérica es una visión general sobre la dinámica comercial y en la inversión extranjera directa IED de China hacia Latinoamérica y la forma como este ultimo puede aprovechar las oportunidades que brinda el gigante Asiático. Este documento se origina por la expectación que está despertando China en Latinoamérica de tal forma que se analizan las relaciones comerciales entre dichas economías y las similitudes, que permita evidenciar si el mercado China es una oportunidad y eje estratégico de crecimiento para las economías en vía desarrollo y hasta qué punto esta economías son competitivas para la búsqueda de nuevas relaciones comerciales con el mercado Chino. Sin embargo el comercio entre China y algunos países de Latinoamérica he crecido a un ritmo progresivo en los último años y en sectores especifico como el de los recursos naturales, por cuanto es importante saber que no todos los países tienen el mismo nivel de desarrollo, porque algunos tienen más fortalezas que otros en cuanto a sus productos; por tal motivo es importante conocer cuáles son las estrategias que podrían

---

\*Profesional en Administración de Comercio Internacional de la Universidad del Cesar y estudiante de la Especialización Gerencia en Comercio Internacional en la Universidad Militar Nueva Granada. Actualmente se desempeña como líder de la política social de Generación de Ingresos para población Rural y Vulnerable del SENA.

\*\*Profesional en Relaciones Internacionales de la Universidad Militar Nueva Granada y estudiante de la Especialización Gerencia en Comercio Internacional en la Universidad Militar Nueva Granada. Actualmente se desempeña como Gerente de ventas y Servicio al cliente de DHL Global Forwarding  
Especialización Gerencia en Comercio Internacional en la Universidad Militar Nueva Granada.  
Bogotá, Junio de 2011.

tener los países latinoamericanos para incursionar en el mercado Asiático, permitiendo ampliar su economía y las relaciones comerciales.

**Palabras clave:** Inversión, economías, dinámica comercial, mercado, relaciones comerciales, desarrollo.

## **ABSTRAC**

This essay on trade relations between China and Latin America is a dynamic overview of trade and foreign direct investment FDI from China to Latin America and how the latter can take advantage of opportunities that the Asian giant. This document originates from the expectation that China is awakening in Latin America so that analyzes trade relations between these economies and the similarities, allowing the market to show whether China is a strategic area of opportunity and growth for developing economies via and how the economies are competitive in the search for new trade relations with the Chinese market. However, the trade between China and some Latin American countries have grown faster progress in recent years and in specific sectors such as natural resources, because it is important to know that not all countries have the same level of development, because some have more strengths than others in terms of their products, for this reason it is important to know what strategies might be Latin American countries to break into the Asian market, allowing its economy and expand trade relations.

**Keywords:** Investment, savings, business dynamics, market, trade relations, development.

## INTRODUCCIÓN

Según Silva (2009) China en las últimas tres décadas ha tenido un crecimiento económico apabullante, ni siquiera la crisis económica ha frenado al dragón asiático, según datos del Fondo Monetario Internacional (IMF) China crecerá 8.5% en el 2009. Su producción se ha multiplicado por quince en término reales llegando a ser la tercera mayor economía del mundo, su participación en el comercio mundial ha aumentado del 1% en 1980 a alrededor del 7%. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) estima que será el mayor exportador a principios de la próxima década.

Sin duda esta economía se ha convertido en un mercado importante para América Latina, según Lora, (2005), China es la fuente más poderosa del crecimiento económico mundial, esto se traduce en mercados más amplios mejores precios de exportación, especialmente para los bienes primarios que son una fuente importante para la América Latina, según la CEPAL (2004), este aumento de presencia en el comercio latino americano ha pasado a representar casi el 3% y el 5% de las Exportaciones e importaciones totales en el 2003, entre los sectores más dinámicos de exportación Latinoamérica a China consiste en los productos primarios y manufacturas basadas en recursos naturales, pero y pese al éxito de penetrar rubros manufactureros de los mercados Chinos, los rubros relacionados con los productos primarios y las manufacturas basadas en recursos naturales siguen siendo el motor del comercio latinoamericano representando el 46% y el 30% de las exportaciones totales hacia China.

Así mismo la inversión entre China y los países de América Latina ha venido creciendo en diferentes aspectos según la CEPAL, (2008), China es la sexta fuente de IED de los países en desarrollo, casi el 90% de la inversión directa en el exterior no financiera se ha dirigido a los países de América Latina y el Caribe y Asia, la cual recibió 8.500 millones de dólares en 2006, también una gran cantidad de empresas

Chinas están comenzando a operar o a invertir en varios países de América latina, favoreciendo las áreas del petróleo y el gas, los minerales y los metales, el transporte y comunicaciones.

Según el Foro organizado por la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes (2007), Las estrategias que América Latina llevará a cabo tienen que ver “con la captación de inversores Chinos que construyan plantas en el país y ser cada más competitivos, tener la posibilidad de diversificar el riesgo país y aprovechamiento de la economía a escala

Ante estas circunstancias, China marca un buen futuro para la economía latinoamericana y esta puede llegar a ser cada día más competitiva y brinda la oportunidad de crecer e incentivar las exportaciones y la inversión extranjera, de tal forma, que los países puedan aumentar su nivel de ingresos y mejorar las condiciones económicas de cada uno, logrando postularse para entablar otros acuerdos comerciales que permitan ampliar el mercado internacional.

China sería un gran socio comercial, ya que este se ha posicionado como una economía de libre mercado, haciéndose atractivo para los países latinoamericanos de convertirse en proveedor de materias primas entre otros.

Por este motivo con este ensayo se propuso analizar la dinámica y las relaciones comerciales de China y Latinoamérica, determinando si el mercado Asiático es una oportunidad comercial para los paises en desarrollo. Para ello se consultaron autores como Devlin, Estevadeordal y Rodríguez, Gutiérrez, Villareal, documentos de la CEPAL, Moneta y Cesarin, entre otros

## **CHINA UNA OPORTUNIDAD COMERCIAL PARA LATINOAMÉRICA**

Los autores Devlin, Estevadeordal y Rodríguez, (2007) indican que el desempeño económico de China puede describirse como una “transformación por partida triple: el paso de una economía centralmente planificada a una de mercado, de una actividad rural basada en la agricultura a una de manufacturas y servicios, así como de una economía extremadamente cerrada a una relativamente abierta. Dicha caracterización resalta tres factores que han impulsado este proceso: condiciones iniciales favorables para el crecimiento, reformas estructurales y características estratégicas de la aplicación de políticas.

Respecto a las condiciones iniciales favorables para el crecimiento, en ellas se combinan las reformas orientadas al mercado dándoles mayor impulso. Su tamaño y ubicación geográfica privilegiando la generación de bienes públicos, atraer IED, alcanzar economías de escala, aglomerar la producción y el transporte y aprovechar los efectos secundarios de las economías vecinas del Sudeste asiático. En cuanto a la puesta en marcha de las reformas estructurales y transformaciones en China, se tiene en cuenta la reasignación de la mano de obra a actividades orientadas al mercado, impulsando metas de gran alcance, con políticas e incentivos a nivel central y local concebidos para mejorar continuamente la posición internacional de la economía. (Devlin, et al, 2007).

Sin embargo, es importante conocer las áreas específicas en las que compiten China y América Latina dentro del mercado mundial, logrando identificar las coincidencias que se tienen dentro de la segmentación de mercados como son: las exportaciones de China en general coinciden más con las de otras economías de Asia que con las de otras regiones, los diversos tipos de manufacturas, especialmente las prendas de vestir, constituyen el ámbito principal de competencia en las exportaciones entre China y América Latina; en lo que se refiere a regiones, China compite más directamente con México en América Latina, con la República Dominicana en el Caribe y con Taiwán en

Asia (Devlin, et al, 2007). Dichas coincidencias llevan a crear vínculos comerciales entre China y América Latina, con el fin de fortalecer los lazos económicos tratando de aprovechar el crecimiento de la demanda China para poder convertir a la región de América Latina en un importante proveedor de productos y materia prima.

Por lo tanto, si América Latina quiere ser cada día más competitiva frente a China, se debe no solo competir en cuanto a precios sino en cuanto a innovación tecnológica, calidad, precios e infraestructura especialmente en los puertos marítimos; sin embargo, para adquirir ese progreso, es bueno implantar algunas estrategias que China posee en su interior como argumenta Villareal (2005) en la intervención del Estado caracterizada por promover una rápida acumulación de capital como el progreso industrial por la vía de sustitución de importaciones, tras el desarrollo del mercado interno; impulsar las exportaciones más intensivas en tecnología y trabajo especializado, concentrándose en una gama de productos de más alto valor agregado y por último hacer que el Estado promueva las estrategias orientadas hacia afuera con la idea de conducir a un mejor desempeño, con el fin de impulsar a los empresarios hacia actividades exportadoras vía franquicias y vía subvención de precios en el mercado.

Las razones por las que los países Latinoamericanos desean exportar a China se basan principalmente en, diversificar sus productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional, ganar experiencia mediante la adquisición de tecnología, Know How y capacidad gerencial obtenida en el mercado, hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar sus productos; aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales; necesidad de involucrarse en el mercado mundial a partir de la globalización, lograr buscar una mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de las empresas en un período amplio.

De esta manera y como lo muestra los autores Rosales y Kuwayama (2007) , se puede ver que la estructura de las exportaciones de América Latina hacia China se destaca por la concentración en recursos naturales y manufacturas basadas en recursos naturales, pero al mismo tiempo se pueden identificar los intereses que China tiene en la región de América del sur. “Primero, para su rápido crecimiento, China necesita asegurar el abastecimiento de materias primas, alimentos y productos energéticos. Segundo, busca un escenario de mercado favorable para sus exportaciones y limitar las acusaciones de medidas de defensa comercial como las de antidumping, que considera “abusivas”, razón por la cual se ha esforzado por conseguir el estatus de economía de mercado con 27 países, entre los cuales se encuentran siete de América Latina y el Caribe”.

No obstante, los acuerdos comerciales en materia de cooperación agropecuaria que se empiezan a emprender entre Colombia y China, se producen con el fin de aumentar la apertura económica de estos dos países, tal como lo expresan Ian Goldin y Kenneth Reinert (2007) “la globalización es un incremento del impacto sobre la actividades humanas debido a las fuerzas que se extienden más allá de las fronteras nacionales. Estas actividades pueden ser de índole económica, social, cultural, política y tecnológica”. Se entiende entonces desde esta perspectiva que el comercio es el intercambio de bienes y servicios entre países y que su financiación involucra el intercambio de activos o de instrumentos financieros entre estos, así como la asistencia técnica para construir capacidades; del mismo modo los hacen las ideas, que constituyen el fenómeno más amplio de la globalización, involucrando la generación y la trasmisión de conocimiento en áreas tales como la tecnología e innovación de productos.

Es importante saber que el mercado asiático está demandando materias primas y productos básicos producidos en América Latina, desde el café y granos hasta níquel y carbón, la cual es una gran oportunidad para que Colombia explote al máximo productos como las flores, el café que es la muestra ideal de Colombia a nivel

internacional, las esmeraldas, la industria marroquinería y productos de belleza. Por consiguiente el autor Gutiérrez (2003), “las principales oportunidades en materia de comercio y de inversiones entre América Latina y China, están dadas, por una parte, por las nuevas conexiones que se pueden establecer en la explotación y utilización de los recursos naturales de los países sudamericanos, con miras a mejorar el acceso a los mercados dinámicos en América, Europa y Asia y, por otra parte, en las oportunidades estratégicas que ofrece el creciente déficit alimentario que se proyecta para China”.

Por lo tanto, coincidimos con el foro organizado por la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. China: un nuevo mercado para Colombia (2007), cuya conclusión indica que se deben tener en cuenta “las políticas de bonificación que China otorga a los países exportadores hacia su territorio, que es una especie de subsidio entregado a estas empresas con el propósito de mejorar la fuerza competitiva de la industria nacional de cada país”, oportunidad ideal para que Colombia explote al máximo su talento nacional e incentive su nivel de producción en cuanto a calidad e innovación.

En términos del diamante, Porter (1990), podemos citar el desarrollo de las industrias relacionadas de apoyo y las condiciones de la demanda, el primero mirando el desarrollo de los clusters, la cual refleja como las empresas a parte de estar en una región geográfica compiten y cooperan; y el segundo factor, observando el ritmo de crecimiento del mercado al tratar de innovar nuevas cosas que satisfagan las necesidades de las personas, esto implica mayor inversión en tecnología y mejor mano de obra calificada.

Por lo tanto, al examinar el mercado de China, se encuentra que las posibilidades de acceder a él son cada vez más amplias, ya que el consumo interno de café en este país asiático viene creciendo, lo que representa un gran ingreso para las finanzas de Colombia. No obstante, el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio



(OMC) se refleja en menores aranceles y condiciones más favorables para la inversión extranjera, punto clave que Colombia tiene al momento de exportar, por ello, el aprovechamiento de la ventaja comparativa de la mano de obra, hace que los países en desarrollo puedan ser más competitivos en términos de manufactura, con mano de obra intensiva, que es una de las grandes ventajas que se han logrado tener. Sin embargo, el país representa unos elevados niveles de competencia, un sistema de alta fragmentación que implica costos logísticos muy altos y una constante barrera cultural y de idioma, que es uno de los grandes impedimentos para estar allí.

Así mismo, “los productos más relevantes para América Latina son los productos agrícolas, la pesca y la horticultura, además de los productos derivados de la ganadería, para los casos específicos de Sur América. Los productos agrícolas, a su vez, son el principal ítem importador en el comercio agrícola Chino, si bien exhibe mucha varianza en el tiempo. En este grupo están incluidos los cereales, las semillas y los frutos oleaginosos, los aceites vegetales y el azúcar. A pesar de ello, no pareciera haber, una relación de competencia con América Latina, sino más bien una relación de complementariedad en los perfiles de comercio exterior de China y la región”.

De ahí que comparta el punto de vista de Ian Goldin y Kenneth Reinert (2007) al decir que “la participación de los países en desarrollo en cuanto a exportadores en el comercio global ha crecido de manera significativa desde mediados de los años de 1980, aun en servicios en los cuales su ventaja comparativa es generalmente considerada como escasa”. Por tal motivo, se puede decir que el incremento del comercio internacional ayudará a que Colombia adquiera un mayor nivel de competencia, logrando tener una mejor mano de obra calificada, un Know How que le permita imponer la marca, el diseño y la moda y lo más importante mejorar el nivel de educación.

Por consiguiente, desde el punto de vista económico y de Los Autores Moneta y Cesarin. (2005), “América Latina representa para China un área proveedora de

materias primas con alta disponibilidad de recursos naturales. Las inversiones que efectuaron corporaciones Chinas en los años noventa reflejan este patrón de interés: minería y forestación (Perú y Chile), pesca y petróleo (Argentina y Venezuela), mineral de hierro y acero (Brasil y Colombia); el patrón de localización de inversiones previsto en el mediano plazo refuerza estos supuestos”. Ante estas circunstancias, se hace pertinente realizar una breve reseña acerca del crecimiento económico que Colombia y China han tenido, ya que el desarrollo implica un mejoramiento de condiciones sociales logrando comparar la economía nacional con la de otros países del mundo.

Moneta et al. (2005), si bien, “el peso de la relación económica China- Latinoamericana reside en un grupo de países limitado (Argentina, Brasil, Chile, Cuba, México, Perú, Panamá, Colombia y Venezuela) considerados:

1. Las economías más dinámicas de la región medidas por el PIB.
2. Poseedores de la mayor riqueza natural de América Latina con disponibilidad de materias primas y recursos naturales imprescindibles para sostener el crecimiento económico de China.
3. Por su peso político relativo, son reformadoras de consenso en la región.
4. En la etapa actual presentan mayores coincidencias políticas con China.
5. Permiten proyectar sus intereses geoestratégicos sobre Estados Unidos por medio del control de los flujos de comercio marítimo a través del canal, aun cuando ambos países no mantienen relaciones diplomáticas.
6. Fueron y son receptores de emigrados Chinos y se conforman comunidades relativamente importantes en número y en capacidad de sostener la lógica del capitalismo Chino de redes, garantizar su expansión regional y asegurar objetivos políticos por medios organizacionales o institucionales.

De esta forma, se puede observar que el crecimiento económico de América Latina marcha a un ritmo lento pero progresivo, en el que se implementan políticas de apertura pareja con el nivel de desarrollo, donde las industrias nacionales están protegidas de la competencia extranjera excesiva y donde el comercio esté abierto a la

participación extranjera antes que el sector de las finanzas; el incrementar la capacidad del país para absorber capital extranjero, junto con otros elementos importantes y maximizar los beneficios de la apertura llevando a cabo reformas que acompañen las distintas etapas de dicho proceso y aprovechar los beneficios que la IED (Inversión Extranjera Directa) ofrece en términos de formación de capital, avances tecnológicos, mejoras en los estándares de gerenciamiento, entre otros.

En cuanto al crecimiento económico de China, se puede decir que este país registro un crecimiento del 9.5%, lo que representa una de las transformaciones económicas más sostenidas y rápidas del mundo, ya que el inicio de su “reforma agrícola desde el año de 1978 se ha concentrado en los beneficios que esta puede traerle a los campesinos, desarrollando las fuerzas productivas del campo, y fomentando un incremento veloz de la producción cerealística”, logrando en la actualidad extenderse hacia el sector de la industria y el sector de los servicios; de esta manera, en la actualidad muchas industrias Chinas se han integrado completamente en la red de suministro mundial, lo que permite que este país se convierta en el mayor exportador del mundo. Por ende, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), considera que el tamaño de la economía China ha excedido el de un buen número de importantes economías europeas, logrando mantener un buen posicionamiento mundial, situación que Colombia debe aprovechar para seguir abriendo mercados internacionales. (China 2003).

Así mismo en China (2003), recalca que, “la inserción de China en el escenario económico latinoamericano evidencia diversas modalidades de operación a través de tres ejes centrales:

1. El alto perfil dado a los intercambios de tipo político.
2. Las pretensiones de interlocución directa y diálogo con los mecanismos de integración y concertación regionales y subregionales (Mercosur – CAN – Grupo Rio).
3. La complementación de esta estrategia mediante la proyección hacia América Latina, de los vínculos establecidos en el seno de organizaciones transpacíficas de

cooperación económica como el APEC o a través de instancias de vinculación Asia – América Latina”.

Esto ha hecho que China haga hincapié a la promoción de la Inversión Extranjera Directa (IED) en términos de crecimiento, ya que depende del nivel de Talentos Humanos del país, donde se puedan entablar relaciones comerciales con otros actores.

De igual forma, las reformas juegan un papel importante en el perfeccionamiento del sistema de incentivo en la industria del comercio exterior, debido a que este, lo que pretende es apuntar hacia un perfeccionamiento de dicho sistema, donde se pueda llegar a tener un alto nivel de competitividad, que es lo que precisamente lleva a que “China posea su economía en el segundo puesto de la escala internacional”, y a que Colombia amplíe sus relaciones comerciales. (Banco Mundial. 2007)

Así las cosas, América Latina examinará en China la posibilidad de exportar a ese país productos agrícolas y agroindustriales, además de abrir mercados para la carne, azúcar, algodón, ferroníquel, derivados del petróleo y plásticos, entre otros. También, buscará consolidar las bases para el desarrollo de compromisos, con los cuales las empresas estatales Chinas compren productos colombianos como los anteriores y les de valor agregado al momento de distribuirlos. En este sentido, la estrategia de Colombia se basará en la captación de inversores Chinos para que construyan plantas en Colombia, con el objetivo de aprovechar la ubicación estratégica de nuestro país y su posición como plataforma exportadora hacia los países con los cuales ha firmado tratados de libre comercio.

A su vez, es bueno hacer énfasis en la reforma institucional del gobierno, en el que responde a las exigencias de la nueva etapa del proceso de apertura. Si bien, aspectos como adaptarse a las convenciones internacionales, establecer y perfeccionar un sistema de mercado unificado, abierto, competitivo y ordenado, y mejorar la capacidad de macro-gestión del gobierno, se han convertido en las nuevas prioridades

económicas, que llevan a las empresas a realizar operaciones de comercio exterior, de forma independiente.

Por esta razón las relaciones comerciales actuales entre América Latina y el Asia-Pacífico se ven definidas por tres contrastes citados en Informe del Departamento de Integración y Programas Regionales, como son:

1. Dotaciones de factores. América Latina es abundante en recursos naturales principalmente, mientras que el Asia-Pacífico es escaso en recursos naturales. Estos son, junto con la geografía y (distancia), la generalmente mayor oferta de capital y conocimiento de Asia (especialmente en Japón, República de Corea y Taiwan, Provincia de China) y el trabajo (China), los ejes principales de los patrones de comercio birregional.

2. Políticas comerciales y resultados de las políticas. Los países de América Latina liberalizaron sus regímenes de comercio y de inversión a finales de los años 80, sin embargo lograron resultados diversos al expandir, diversificar y mejorar sus exportaciones. Mientras tanto, las economías del área Asia Pacífico han tenido éxito en la diversificación de sus exportaciones y en el aumento de la competitividad global del sector industrial en concreto, al mismo tiempo que han mantenido una protección relativamente alta de sus mercados nacionales. Instrumentos como los aranceles, las barreras no arancelarias, las medidas de inversión relacionadas con el comercio y las barreras a la distribución nacional juegan aún un papel importante en el Asia-Pacífico.

3. Dinamismo económico. América Latina tiene aún que replicar el relativamente fuerte crecimiento de los primeros tiempos de la era de la posguerra, mientras que la mayoría de los países del Asia Pacífico y China, en particular han crecido a una rapidez vertiginosa. Entre las posibles explicaciones en las diferencias de crecimiento entre las dos regiones figuran el mayor dinamismo de las exportaciones del Asia Pacífico, los logros educativos y las tasas de ahorro e inversión". (Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe 2005).

Sin embargo, y tal como se expresa Holguin, (2010), el comercio entre China y América Latina en 2008 superó los 140 mil millones de dólares (la cifra oficial correspondiente a 2009, todavía no ha sido publicada, aunque se anticipa una reducción del 20 por ciento como consecuencia de la crisis mundial). Por consiguiente, el comercio es un aspecto muy importante en las relaciones entre China y la región.

Esto ha llevado, a tratar a China como uno de nuestros aliados preferenciales, en los que aparte de dar ayuda para crecer a nivel económico, ha entregado un apoyo para convertirse en un país mayor competitivo a nivel internacional, con el fin de no solo mirar a Estados Unidos como el único aliado, sino a otros países que permitan entrar en sus mercados.

Por lo tanto, cuando se analiza la estructura productiva de China se observa que el sector textil mantiene un peso importante, que los sectores metal-mecánico y químico tienen gran importancia, pero que el sector electrónico es el que adquiere un protagonismo creciente, lo cual está estrechamente relacionado con la inversión extranjera en dicho sector. Siendo de esta forma una economía abierta y expansiva, que logra explotar al máximo sus recursos, para poder exportar manufacturas tradicionales, como el textil, que tiene gran acogida en los demás países.

Todo estos caminos que han hecho que la economía China se fortalezca día a día, se ven reflejados en la estrategia de internacionalización que es impulsada por las propias autoridades, donde se busca alcanzar acuerdos como lo es con Colombia, asegurando el acceso a recursos naturales y materias primas (petróleo y mineral de hierro, entre otros) y, por otra parte, tejer alianzas y comprar compañías que posean marcas de prestigio, altas tecnologías y redes de distribución comercial, con otros países, ya que es una estrategia de ayuda mutua.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el sector productivo nacional ha obtenido un efecto positivo de todo esto, ya que el aumento de la competitividad y el

impulso al mejoramiento continuo de las actividades operativas, han sido con el fin de poder competir con los productos Chinos. En fin, las empresas colombianas deben estar atentas a los cambios en el mercado, y percibir las señales que envían sus consumidores para fomentar la competitividad, mejorar la calidad y el precio dentro del mercado internacional.

## **CONCLUSIONES**

Si bien es cierto, que el comercio entre China y Latinoamérica ha mostrado signos de crecimiento en los últimos años materia de recursos naturales, se puede decir que la economía China marca un buen futuro para la economía latinoamericana y esta puede llegar a ser cada día más competitiva, siempre y cuando aproveche al máximo sus productos nacionales, en los sectores donde poseen ventajas comparativas y competitivas, empleando materias primas de calidad, mano de obra calificada y conociendo aún más el mercado Chino para innovar, desarrollar y potencializar los productos; logrando adquirir un mayor ritmo para adaptarse cada vez más a los cambios; ya que uno de los incentivos para entrar a la economía China está en el tamaño del mercado, la posibilidad de diversificar el riesgo país, el aprovechamiento de las economías de escala, el seguimiento a clientes globales y la facilidad para aprovechar costos locales de insumos, mano de obra, etc. Todos estos aspectos permitirán que Latinoamérica adquiera un mayor nivel de competitividad para poder seguir firmando acuerdos comerciales con otros países.

Por tal motivo, China es un país que en la actualidad hace presencia en todo el mundo; y Latinoamérica no puede desaprovechar la oportunidad de estar cada vez más cerca del gigante asiático, del tal forma que este sea un aliado estratégico para expandir la economía no solo convertirse en proveedor de materias primas si no en un socio comercial; tal como se mostró recientemente en el caso colombiano donde las negociaciones que se están entablando con China, tienen el propósito de diversificar la economía y recibir un trato preferencial para el ingreso de productos colombianos a su

territorio, lo que permite consolidar una posición importante en el mercado de China, creando unos vínculos perdurables que sirvan para mantener esta alianza estratégica.

China brinda la oportunidad de crecer e incentivar las exportaciones y la inversión extranjera, de tal forma, que estos países puedan aumentar su nivel de ingresos y mejorar las condiciones económicas de cada uno, logrando postularse para entablar otros acuerdos comerciales que permitan ampliar el mercado internacional; situación que le cae bien a Colombia al mostrarse como un país competitivo para las inversiones extranjeras, logrando renovar su infraestructura interna que es de suma importancia para el comercio internacional.

Aunque, se reconoce que el comercio de China y Latinoamérica ha crecido sustancialmente ya que muchas empresas asiáticas invierten en países latinos y viceversa, caso Brasil y México, como también se ha logrado firmar acuerdos comerciales con Perú y Costa Rica, se insiste en que China ofrece una oportunidad comercial para incursionar con mayores porcentajes los productos de la región en el mercado, aprovechando que China continuará su estímulo en la demanda interna, lo que supone mayor volumen de exportaciones procedentes de Latinoamérica.

Es muy importante tener en cuenta diversos aspectos para llegar a ser competitivo y aprovechar de una mejor forma el comercio con China; tales como;

1. Que América Latina y en especial Colombia mejoren cada día su infraestructura logística en puertos marítimos y vías, ya que esto genera una pérdida de competitividad internacional creando límites comerciales y falta de atractivo en la inversión.
2. Para Latinoamérica, China es un mercado que ofrece productos a precios accesibles lo que conlleva a los excesos de importación de productos Chinos que desestiman la producción nacional.



Es indudable que China sería un gran socio comercial, ya que este se ha posicionado como una economía de libre mercado, haciéndose atractivo para los países latinoamericanos y en especial, Colombia, que a su vez son complementarios y se fortalecen en su integración para aumentar cada vez más sus relaciones económicas, teniendo en cuenta que Colombia debido a su gran variedad de recursos naturales, es un país que comercializa con China productos primarios como café, azúcar, atún , etc.; y China, por su tan conocida mano de obra en exceso, exporta al país maquinaria, tecnología y equipos.

Acorde con lo anterior se puede establecer que, durante los últimos tiempos los dos países han creado relaciones importantes de apertura, a tal punto que han aumentado en más de 3 veces el comercio. China es tan importante para Colombia y Latinoamérica que como recomendación se podría establecer la firma de un tratado de libre comercio que acabe con problemas de contrabando y facilite las ventajas competitivas para el país e incluso, el acceso a tratados más avanzados donde Colombia podría defender su producción nacional y a su vez reclamar la asimetría que le genera China.

Como se ha visto a lo largo del ensayo, China se posiciona como un aliado y eje estratégico para el crecimiento comercial de los países de Latinoamérica y más aún para los países en vía de desarrollo, de tal forma que aseguren la diversificación las relaciones internacionales, mercados de exportación, crear nuevas alianzas comerciales con empresas Asiáticas y por ende atraigan nuevas IED.

## **BIBLIOGRAFIAS**

Aspectos estratégicos de la relación entre China y América Latina y el Caribe. Informe de la CEPAL. 2004.

Aspectos estratégicos de la relación entre China y América Latina y el Caribe. Informe de la CEPAL. 2005.

Crecimiento Económico Chino. Informes Positivos del Banco Mundial. USA. 2007.

Devlin Robert, Estevadeordal Antoni y Andrés Rodríguez. El Impacto de China, oportunidades y retos para América Latina y el Caribe. E.E.U.U. 2007.

Embajada de China. China 2003. Editorial Nueva Estrella. 2003. Primera Edición.

Foro organizado por la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. China: Un Nuevo Mercado Para Colombia. 2007.

Goldin Ian, Kenneth Reinert. "Globalización para el Desarrollo". Editorial Planeta. Informe del Banco Mundial.

Gutiérrez Hernán. Oportunidades y desafíos de los vínculos económicos de China y América Latina y el Caribe. Informe de la CEPAL. 2003.

<http://www.mundo.com/economia-y-finanzas/el-auge-Chino-hizo-ganar-al-menos-usd-42-mil-millones-a-latinoamerica-14588> jueves 02 de junio de 2011, 01:49 (23:49 GMT)

Consultado el 1 de Mayo de 2011

Ibarra Martin Gustavo. Puede Colombia Competir con China e India. 2006.

Integración y Comercio en las Américas: Las Relaciones Económicas entre América Latina y el Caribe y la región de Asia Pacífico. Informe del Departamento de Integración y Programas Regionales. INTAL. 2005.

José Luis Machinea. La Situación Económica Mundial y el Efecto China sobre América Latina y el Caribe. Informe de la CEPAL. 2005.

Lora Eduardo. ¿Debe América Latina Temerle a la China? Informe del BID. 2005.

Moneta Carlos, Sergio Cesarin. China y América Latina, nuevos enfoques sobre cooperación y desarrollo ¿Una segunda ruta de la seda? BID. Argentina. 2005.

Oswaldo Rosales y Mikio Kuwayama. América Latina y China e India: Hacia una nueva alianza de comercio e inversión. Informe de la CEPAL. 2007.

Porter Michael. La Ventaja Competitiva de las Naciones. New York. 1990. P

Villarreal René. Las Estrategias de Competitividad de China y Corea: Lecciones para México. Culturas y Sistemas Jurídicos Comparados. 2005.