

Introducción

China, ¿una mano amiga para América Latina?

por Javier Santiso

El auge económico de China representa un importante reto global. Durante los últimos años, China se ha expandido a pasos agigantados y se ha convertido tanto en una amenaza como en una oportunidad para los mercados emergentes. Su creciente demanda de materias primas es a la vez bonanza y reto para los países en desarrollo.

El auge chino trae consigo beneficios inesperados, como el impulso del comercio de exportación de países cuyos bienes se relacionan con productos básicos. Pero este apetito por las materias primas está contribuyendo a la apreciación de la tasa de cambio nominal y real en la mayoría de los países latinoamericanos, lo que deriva en una menor competencia en la industria manufacturera. Al mismo tiempo, China ha emergido como un gran exportador de productos intensivos en mano de obra y de bajo contenido tecnológico y, cada vez más, también de bienes tecnológicamente sofisticados, intensivos en el uso del conocimiento. Esto representa desafíos para la mayoría de los países en desarrollo, en particular para otros líderes comerciales mundiales como México, en casi todos los sectores, desde textiles hasta productos industrializados con mayor valor agregado.

¿Debería América Latina temer la aparición de este nuevo actor en la escena económica mundial? Esta pregunta es la base del Capítulo 1 de Eduardo Lora, que compara las fortalezas de la economía china en relación con América Latina; dichas fortalezas incluyen el tamaño, la estabilidad macroeconómica, la mano de obra abundante de bajo costo, la rápida expansión de infraestructura física, la capacidad de innovación, y las enormes proporciones de inversiones y ahorros. Ésta es también la pregunta central

que se plantean otros de los expertos de instituciones internacionales y académicas, que incluyen al Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo, el Centro de Desarrollo de la OCDE, el Banco Central de España, el Banco Central de Chile, la Universidad de Oxford e instituciones privadas como el BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria), uno de los bancos europeos líderes y el de mayor participación financiera en América Latina.

El impacto comercial de China en América Latina es positivo en su mayor parte, tanto directamente a través del auge de la exportación como indirectamente por medio de mejores condiciones comerciales. China parece ser una “bendición comercial” y una “mano amiga”, así como una salida para los productos primarios de la región. Con un crecimiento vertiginoso de su PIB y escasez de tierra cultivable, el apetito chino por recursos naturales y productos agrícolas parece una buena noticia para América Latina. Con un valor de \$50 mil millones [a menos que se indique lo contrario, todas las cifras en este libro se expresan en dólares de Estados Unidos] de comercio e inversiones en América Latina durante el año 2005, China es ya un socio importante.

Para analizar el impacto del comercio de China en el resto del mundo, en el Capítulo 2, Blázquez, Rodríguez y Santiso examinan la estructura de exportación e importación de ese país. Utilizan una base de datos de 620 productos diferentes y crean dos índices de competencia comercial para el mercado de los Estados Unidos a fin de comparar el impacto chino durante el periodo 1998-2004 en 34 economías distintas, de las cuales 15 se encuentran en América Latina. Esto muestra que Bolivia, Chile y Venezuela son los países con los índices más bajos de esas 34 economías y, por consiguiente, los que menos padecen la competencia comercial de China. Brasil, Colombia y Perú se encuentran en una posición intermedia, mientras que los países más expuestos a la competencia comercial de China en los Estados Unidos son los centroamericanos y México.

Sanjaya Lall y John Weiss llegan a conclusiones similares en el Capítulo 3, en el cual se analiza y compara el desempeño de las exportaciones de China y América Latina, así como los patrones de especialización en el mundo en su conjunto, incluido Estados Unidos, el principal mercado de ambos. Estos autores muestran que la estructura comercial de la mayoría de los países latinoamericanos es generalmente más complementaria que competitiva con la de China. Lall y Weiss coinciden con los autores que les preceden, sin embargo, en subrayar que, si bien China representa una oportunidad comercial única para América Latina, podría plantear una seria amenaza a su desarrollo a largo plazo: una fuerte dependencia de productos basados en recursos naturales no

conduce al progreso tecnológico ni a la diversificación. López-Córdoba *et al.*, en el Capítulo 4, hacen hincapié en que una potencial revaluación del renminbi podría incrementar la competitividad de los productos latinoamericanos en el mercado de los Estados Unidos. Esta cuestión probablemente seguirá siendo un reto estructural mayor.

El surgimiento de China es una llamada de atención para América Latina. Los países como México deberán impulsar reformas para mantenerse en la carrera de la competitividad. Es claro que el costo del empleo ya no significará una ventaja competitiva, al menos en el mediano plazo. Una mejor manera de hacer frente al reto chino será fomentar la agenda de reformas, particularmente en el área de infraestructura. Para México y Centroamérica, su cercanía con los Estados Unidos es la mayor ventaja estratégica para capitalizar. La manera ideal de hacerlo es mejorar la eficacia de las carreteras, puertos marítimos, líneas ferroviarias y aeropuertos a fin de obtener costos de transacción y de transporte más bajos.

Para otros países latinoamericanos, es probable que China siga siendo una bendición comercial. No sorprende que los países preponderantemente exportadores de materias primas se enfrenten a menor competencia. Así se esperaba, teniendo en cuenta que China es un importador neto de dichas materias. Hacia 2003, las importaciones chinas de níquel se duplicaron; las de cobre crecieron un 15 por ciento; las de petróleo, un 30 por ciento, y las de semilla de soya, alrededor del 70 por ciento. China se ha convertido en el principal consumidor de cobre, zinc, platino, hierro y acero.

La mayoría de los países latinoamericanos están experimentando un enorme incremento de sus exportaciones. Los exportadores de la región que se especializan en productos básicos están en condiciones de cubrir las necesidades de la creciente demanda china, ya que representan el 47 por ciento de las exportaciones mundiales de semillas de soya y el 40 por ciento de las exportaciones mundiales de cobre. Las exportaciones latinoamericanas hacia China crecieron con cifras impresionantes en términos nominales. De 2000 a 2003, las exportaciones de Brasil aumentaron un 500 por ciento; las de Argentina, cerca de un 360 por ciento, y las de Chile, un 240 por ciento. Incluso México, comerciante de manufacturas a nivel mundial, vio incrementar sus exportaciones hacia China en cerca del mil por ciento durante ese periodo.

China se ha convertido en el segundo mercado de exportación de Brasil —y en el de mayor crecimiento—; cinco productos representan el 75 por ciento del total de las exportaciones brasileñas al país asiático. La semilla de soya es el producto más exportado a China, tanto por Brasil como por Argentina.

En cuanto a Chile y Perú, el volumen de sus exportaciones se centra sólo en un producto: el cobre.

A pesar de la concentración en una pequeña canasta de productos, la fuerte demanda china de materias primas es una buena noticia para América Latina. De 2000 a 2005, China representó casi el 40 por ciento del aumento total de la demanda mundial de petróleo. La creciente sed china de hidrocarburos ha provocado el incremento de precios y ha estimulado el superávit comercial de exportadores de petróleo, tales como Venezuela, Ecuador y Colombia. El incremento repentino de las importaciones chinas de cobre durante los últimos años también ha provocado un alza de precios y ha sido un impulso para Chile y Perú, otras dos economías que han registrado un récord de superávits en 2004 y 2005.

China no sólo es un importante socio comercial para América Latina. Durante la próxima década, bien podría ofrecer una útil y visible ayuda en términos de flujos de capital. Al parecer, el país asiático no compite con la región latinoamericana por inversión extranjera directa (IED). Atrajo tanta IED como el conjunto de países de América Latina en los años pasados, pero no hay señales de que haya sido a costa de éstos. Como Alicia García-Herrero y Daniel Santabárbara indican en el Capítulo 5, no hay sustitución de IED en América Latina por inversión en China para el periodo analizado, es decir de 1984 a 2001. No obstante, al evaluar el impacto país por país en el periodo más reciente de 1995-2001, la imagen cambia ligeramente; la IED en China parece haber obstaculizado la IED en algunos países de la región, como México y Colombia.

De hecho, en lugar de tener que temer un aumento de la competencia de China por captar IED, una vez más América Latina podría encontrarse bien situada a fin de atraer los intereses chinos. La región está dotada de materias primas que impulsan las sinergias con la necesidad y la estrategia chinas de asegurarse importaciones de alimentos y energía, y de esa manera evitar su escasez. Las inversiones chinas pueden ser y serán canalizadas no solamente en agroindustrias e industrias de productos básicos, sino también en infraestructura, carreteras y puertos.

En 2003, la inversión de China en el exterior se duplicó en relación con el año anterior (aunque se encuentra todavía a un nivel bajo), de la cual América Latina recibió un tercio. Al año siguiente, casi el 50 por ciento de la IED china se destinó a América Latina (16 por ciento en 2005, de un total de \$7 mil millones invertidos en el extranjero). La necesidad de asegurar alimentos y productos básicos está impulsando la IED a través de socios internacionales

estratégicos. En México, China ya está estableciendo compañías manufactureras, y también están surgiendo intereses chinos en Argentina en la construcción del ferrocarril o proyectos vinculados a la agroindustria. Algunas de las mayores inversiones realizadas por China en el extranjero ya se encuentran ubicadas en América Latina, por ejemplo, en la industria siderúrgica de Brasil. En 2004, la empresa estatal petrolera china Sinopec invirtió mil millones de dólares en una empresa conjunta con Petrobras para la construcción de un gasoducto, el cual une el sur con el noreste de Brasil. Otros acuerdos suscritos recientemente por los chinos incluyeron cargamentos de mineral de hierro de la Compañía Vale do Rio Doce (CVRD), una de las empresas mineras más grandes del mundo, por la famosa Baoshan Steel Mill de Shangai. En 2005, Codelco, la gigante chilena del cobre, suscribió un contrato comercial histórico con la china Minmetals.

No sólo las compañías chinas están interesadas en ir a América Latina; las brasileñas, por ejemplo, también están buscando oportunidades en China, con empresas tan activas como Embraer, constructora de jets, o Marcopolo, el más grande fabricante de autobuses de Brasil y de Sudamérica. En tanto que sólo hay 15 empresas brasileñas activas en China, ya existen cuatro mil de Canadá.

Queda claro que América Latina está mirando hacia China y Asia —lo cual es recíproco (Santiso, 2005a)—. Éste es un cambio importante: por primera vez en su historia, América Latina puede beneficiarse no de uno, sino de los tres principales motores del crecimiento mundial. Hasta la década de los ochenta, Estados Unidos fue el mayor socio comercial de la región. Durante los noventa, el auge de las inversiones europeas generó un segundo motor de crecimiento. Ahora, en esta nueva década y nuevo siglo, el surgimiento de China, y sobre todo de Asia, está probando ser un tercer motor de crecimiento para América Latina. La demanda asiática de productos básicos ofrece a América Latina una oportunidad histórica única, pero la región deberá hacer algo más que simplemente subirse al barco.

Incluso para aquellos países latinoamericanos que están gozando de esos beneficios inesperados, la mayor cuestión política no será sólo capitalizar esta bonanza, sino principalmente evitar el riesgo de ser confinados al rincón de las materias primas y mantenerse integrados en la cadena de valor de la producción mundial.

Más allá de las repercusiones del comercio y las finanzas de China sobre América Latina, habría un efecto más sutil que podría ser identificado como “impacto cognitivo”. China representa una historia de éxito y ha llamado la

atención de los economistas del desarrollo, responsables de políticas y directivos de empresas en países tanto desarrollados como en desarrollo. Si la historia de éxito china es impactante, se debe a que su trayectoria atestigua el impresionante pragmatismo económico de los responsables de las políticas de ese país, quienes aplican estrategias amigables de mercado, conducidas por el Estado, para promover reformas y una reestructuración productiva. Este capitalismo “a la medida” es único, aun cuando se parezca a experiencias asiáticas previas, notoriamente las de Japón, Singapur o Malasia. Lo que es diferente en el caso de China es que es conducido por el Partido Comunista.

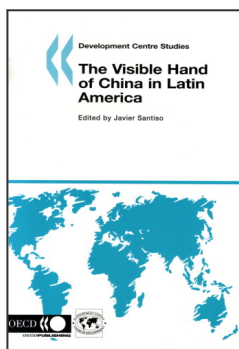
Hoy en día, la política económica del pragmatismo prevalece más en el mundo que hace apenas unos años. Sin referencia a un macroparadigma o modelo de libro de texto, China sigue adelante con su propia trayectoria. No hubo *Chicago Boys* ni “profetas de la economía” que llegaran a Beijing para asesorar sobre qué hacer o no hacer. En América Latina, tal pragmatismo también ha estado en operación en países como Brasil, Chile y México (Santiso, 2006). En suma, estas experiencias, aunque cada una de ellas diferente y única, señalan el hecho de que no hay fórmula o vara mágica que abra la caja del desarrollo.

Bibliografía

- DEVLIN, R., A. ESTEVADEORDAL y A. RODRÍGUEZ (2006) (comps.), *The Emergence of China: Opportunities and Challenges for Latin America and the Caribbean*, Harvard University Press, Centro David Rockefeller y Banco Interamericano de Desarrollo; Cambridge, Massachusetts.
- SANTISO, J. (2005a), “La emergencia de China y su impacto en América Latina”, *Economía Exterior*, vol. 19, 107, septiembre-octubre, pp. 97-111.
- SANTISO, J. (2005b), “América Latina y Asia: bailando con los tigres y los dragones asiáticos”, en C. MALAMUD y P. ISBELL (comps.), *El Anuario Elcano: América Latina 2004-2005*, Instituto Real Elcano y Ariel, Madrid, pp. 275-298.
- SANTISO, J. (2006), *Latin America's Political Economy of the Possible. Beyond Good Revolutionaries and Free-Marketeers*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Índice

Prólogo	4
Agradecimientos	6
Prefacio	7
Introducción	9
<i>Capítulo 1 ¿Debe América Latina temer a China?</i> <i>por Eduardo Lora</i>	17
<i>Capítulo 2 ¿Ángel o demonio? Impacto del comercio con China</i> <i>en los mercados emergentes de América Latina</i> <i>por Jorge Blázquez-Lidoy, Javier Rodríguez y Javier Santiso</i>	51
<i>Capítulo 3 China y América Latina: competencia comercial, 1990-2002</i> <i>por Sanjaya Lall y John Weiss</i>	95
<i>Capítulo 4 Compitiendo con el dragón: exportaciones latinoamericanas</i> <i>y chinas hacia el mercado estadounidense</i> <i>por Ernesto López-Córdova, Alejandro Micco y Danielken Molina</i>	123
<i>Capítulo 5 ¿Afecta China la inversión extranjera directa</i> <i>en América Latina?</i> <i>por Alicia García-Herrero y Daniel Santabárbara</i>	149



From:
The Visible Hand of China in Latin America

Access the complete publication at:
<https://doi.org/10.1787/9789264028388-en>

Please cite this chapter as:

Santiso, Javier (2009), "Introducción: China, ¿una mano amiga para América Latina?", in Javier Santiso (ed.), *The Visible Hand of China in Latin America*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264065017-2-es>

El presente trabajo se publica bajo la responsabilidad del Secretario General de la OCDE. Las opiniones expresadas y los argumentos utilizados en el mismo no reflejan necesariamente el punto de vista oficial de los países miembros de la OCDE.

This document and any map included herein are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area.

You can copy, download or print OECD content for your own use, and you can include excerpts from OECD publications, databases and multimedia products in your own documents, presentations, blogs, websites and teaching materials, provided that suitable acknowledgment of OECD as source and copyright owner is given. All requests for public or commercial use and translation rights should be submitted to rights@oecd.org. Requests for permission to photocopy portions of this material for public or commercial use shall be addressed directly to the Copyright Clearance Center (CCC) at info@copyright.com or the Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) at contact@cfcopies.com.