China cada vez invierte y comercia más con América Latina

Por: Ernesché Rodríguez Asien
Globalizacion, 07 de julio 2023
Rebelión

Región: América Latina, Caribe, China
Tema: Política

*El gigante asiático cada vez tiene más comercio con **América Latina (AL)** y es que su interés es recíproco porque es bidireccional el intercambio, a **China** le conviene el comercio con la región latinoamericana y viceversa.*

Hay países de AL que se destacan actualmente con el comercio y relaciones con China, entre ellos tenemos a Brasil, Chile y Perú y también Argentina, Venezuela y México. Esto no significa que no estén creciendo también el comercio de otros países de la región con China.

Los países latinoamericanos ven a China como una fuente de esperanza y realidad práctica en el comercio, pues se benefician de la tecnología y productos chinos que trae muchas ventajas a los países subdesarrollados.

Al mismo tiempo China se beneficia de la región latinoamericana por sus recursos naturales y por la demanda en el mercado en los productos chinos. Esto se puede ver como una gran oportunidad de comercio para China.

Por ejemplo, los productos primarios que les interesan a China son la soja sobre todo de Argentina, el cobre de Chile y Perú, el petróleo de Venezuela. China tiene dos formas de inversión fundamentales que son la compra de materias primas y el establecimiento de empresas mixtas en la producción de materias primas.

Otra ventaja que encuentra China en invertir en AL es en la disminución de los costos de producción que se les ha ido incrementando gradualmente con el temor que le sea insostenible en el futuro, por ello uno de sus planes es establecer fábricas en la región latinoamericana que les traería disminución de costos.

Uno de los grandes productos chinos de buena demanda en AL son los automóviles chinos, que se han instalado con inversiones fuertes en algunos países más que otros, han empezado a rodar en las calles de muchos países de la región, las exportaciones de automóviles chinos se han ido incrementado de forma considerable cada año siendo los mayores mercados de exportación Brasil, Venezuela, Colombia, Argentina y Perú. Los precios de estos automóviles tienen más ventaja competitiva que los autos de Estados Unidos, Europa y Japón.

Latinoamérica aprovecha bien el mercado chino para exportar hacia China productos importantes como carne congelada, frutas, flores, alcohol entre otros, contribuyendo al valor de las exportaciones de AL.

No por gusto China es el segundo mayor socio comercial de América Latina, es por ello que

las exportaciones de China hacia la región se ha ido incrementando años tras años y las importaciones también, así el gigante asiático ha comprado más en AL de lo que vendió contribuyendo esto a una recuperación económica de América Latina en los últimos años a pesar de la situación mundial

Tanto AL como China han intensificado esfuerzos en aumentar la calidad de los productos que comercializan aplicándole un valor agregado a sus mercancías.

Algo a tener en cuenta entre China y la región latinoamericana es que los productos que años atrás se les compraban a China, eran productos más básicos de menos tecnología como por ejemplo juguetes de plásticos, pero ahora han sido sustituidos principalmente por grandes productos de alto valor tecnológicos como trenes, buses, tecnologías de telecomunicaciones, robots, entre otros.

Este intercambio amplio e intenso entre el Gigante Asiático y Latinoamérica está siendo favorecido e impulsado por la "Iniciativa de la Franja y la Ruta". La estrategia de China hacia América Latina tiene un objetivo más ambicioso pues sería ganar gobernanza económica mundial, de esta forma el gobierno chino trata de ajustarse más a las necesidades del Sur.

Estados Unidos, ha estado siempre preocupado y ahora más por el poderío comercial y económico chino que lo ha ido desplazando cada vez más de algunas regiones y países donde antes era el principal socio comercial. China ha ocupado un gran protagonismo no solo con América Latina sino también Europa y Asia.

China se ha convertido en las dos últimas décadas en el proveedor más importante de bienes de Suramérica, donde ocupa el puesto principal de algunos países de la región con las economías más grandes como son Brasil, Chile, Argentina y Perú.

Frente a la competencia china, la cuota de mercado de las importaciones de Estados Unidos se vio afectada. No obstante EE.UU se mantiene como el principal proveedor de mercancías en México, América Central y el Caribe, por supuesto excepto Cuba.

Hay que tener en cuenta que el expansionismo chino en la región, a través de las importaciones chinas ha afectado el comercio intra-regional, por ejemplo países que se compraban entre ellos dentro de la región, se vieron desplazados por las importaciones de China de los mismos productos. Por ejemplo, Brasil dejó de ser la mayor fuente de bienes importados por Argentina y Argentina como el principal origen de las compras de Paraguay, a favor del mercado chino.

China ha avanzado ganando cada vez más espacio en la financiación de infraestructura y telecomunicaciones en la región, representando América Latina el 10,8% aproximadamente de los flujos de inversión desde China, convirtiendo a AL en la mayor receptora de inversiones chinas fuera de Asia, donde supera a Europa, África, Oceanía y Norteamérica.

Existen tres factores de la intensa y creciente actividad china en la región:

– El comercio

– Las inversiones

– Acuerdos de investigación y desarrollo (principalmente en área farmacéutica sobre todo a partir del covid).

La pandemia, mirándola desde el punto de vista positivo ha derivado en el desarrollo de medicamentos y vacunas a través de la relación comercial entre China y países de la región donde se incrementará en los próximos años.

La expansión de China en las últimas décadas en el comercio de América Latina y el Caribe seguirá creciendo de aquí a 2035 pudiendo alcanzar entre 15% y 24% del total regional.

Se estima que el comercio entre China y América Latina y el Caribe superará los US$ 700,000 millones para 2035, más del doble que la actualidad en el 2023.

No solo es la presencia en el comercio y en las inversiones extranjeras directas del gigante asiático sino también se ha convertido en uno de los principales prestamistas de la región.

Uno de los mecanismos financieros implementado entre China y países latinoamericanos son los swap (o intercambio) de monedas que ayuda a evitar el uso de divisas, como el dólar.

El financiamiento chino ha tenido protagonismo entre los proyectos energéticos y de infraestructura en algunos países pero también comenzó a tener presencia en la banca comercial de países como Argentina, Brasil, Chile, México, Perú y Panamá. Los bancos chinos destacados en ellos son: El Industrial and Comercial Bank of China (ICBC), el Bank of China (BOC), el China Construction Bank (CCB) y el Haitong Bank a partir de adquisiciones de otros bancos.

Como breve conclusión y resumen, se puede decir que las relaciones comerciales y económicas entre América Latina y el gigante asiático van a seguir creciendo de forma acelerada. Estas relaciones son muy beneficiosas para ambas partes, ya que se desarrollan varios sectores industriales, tecnológicos, médicos, de materias primas entre otros. Esperemos que a finales de este año 2023 y los próximos que están por venir, la cifra del comercio exterior continúe duplicándose significativamente entre ambos.

Erneschè Rodríguez Asien

Erneschè Rodríguez Asien: *Director Observatorio Iberoamericano de la Economía y Sociedad de Japón.*

Bibliografía consultada:

– Alvisa Barroso, M. (2018). "*El poder blando chino en América Latina, su impacto en el marco del proyecto de la Ruta de la Seda del siglo XXI*." En Vaca S. Narvaja&Z. Zou (Eds.)

– Arroyave, M., & Valdivieso, A. (2017). "*Inserción económica de China en América Latina a través de los tratados de libre comercio: mirada al marco jurídico-político de las inversiones*." E. Pastrana Buelvas & H. Gehring (Eds.)

– "*La proyección de China en América Latina y el Caribe"* (pp. 317–338). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

– Baladrón, M. (2020). "*¿Hacia un orden mundial post occidental?"* In F. Bulggiani & R. Li (Eds.), China, América Latina y, Argentina. Buenos Aires: De la UNLA.

– Bernal Meza, R. (2017). "*China en América Latina. Política exterior, discurso y*

fundamentos: diplomacia pública y percepciones en la región." En Pastrana Buelvas, Eduardo; Gehring,

– Hubert (2017). In E. Pastrana Buelvas & H. Gehring (Eds.), "*La proyección de China en América Latina y el Caribe*" (pp. 317–338). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

– Dussel Petters, E. (2019). "*Monitor de la OFDI en América Latina y el Caribe 2020*." México. Red ALC-China.

– Dussel Petters, E. (2020). "*Monitor de la infraestructura china en América Latina y el Caribe*." México: Red ALC-China.

– *"¿Por qué a China le interesa tanto hacer negocios en América Latina?".* Actualizado 8 enero 2015. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140714_economia_china_america_latina_msd#:~:text=%22Am%C3%A9rica%20Latina%20es%20importante%20para,dice%20Chi%20a%20BBC%20Mundo

– *"Volumen de comercio China-América Latina supera 300.000 millones de dólares en 2018".* http://spanish.xinhuanet.com/2019-02/01/c_137792833.htm#:~:text=La%20creciente%20cuota%20de%20productos,socio%20comercial%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina

La fuente original de este artículo es Rebelión
Derechos de autor © Ernesché Rodríguez Asien, Rebelión, 2023

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Ernesché Rodríguez Asien**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca