Mucho más que una guerra comercial: Conflicto de Estados Unidos contra China (I)

Por: Sergio Rodríguez Gelfenstein
Globalizacion, 28 de mayo 2019
Barómetro Latinoamericano

Región: China, EEUU
Tema: Economía, Guerra

El planeta se encuentra suspendido de un hilo y sigue con suma expectación las noticias vinculadas a lo que se ha dado en llamar "guerra comercial" entre Estados Unidos y China. Vale debatir si en realidad se trata de una guerra y si en verdad las causas de su inicio y la actual escalada tiene un trasfondo de orden comercial.

Como es sabido, este conflicto fue iniciado en marzo de 2018 tras un anuncio realizado por el presidente de Estados Unidos Donald Trump, quien informó su decisión de imponer aranceles por un monto 50 mil millones de dólares a los productos chinos bajo el artículo 301 de la Ley de Comercio de 1974, sustentado en el supuesto de "prácticas desleales de comercio" y "robo de propiedad intelectual" por parte de la nación asiática. Unos días después, China respondió aplicando aranceles a 128 productos estadounidenses, dando origen de esa manera a un escalamiento del diferendo que pareció entrar en una etapa de tregua y posteriores negociaciones tras el encuentro de los presidentes de ambos países en Buenos Aires el pasado 1° de diciembre en el marco de la celebración de la Cumbre del G-20.

Sin embargo, tras 11 rondas de conversaciones realizadas en ambas capitales, el conflicto lejos de acercase a una culminación exitosa, ha escalado incluso con la decisión de imponer nuevos aranceles por parte de Estados Unidos justo cuando estaba por comenzar la realización de ese décimo primer encuentro bilateral que se habría de realizar en Washington durante la segunda semana de este mes de mayo.

El 10 de mayo Estados Unidos aumentó los aranceles a las importaciones chinas por un valor de 300 mil millones de dólares elevándolos de 10 a 25%, a lo que Beijing respondió anunciando un plan que se propone introducir gravámenes sobre las importaciones estadounidenses a partir del 1° de junio por valor de 60 mil millones de dólares.

Pero, como hemos dicho con anterioridad, el verdadero eje del problema es que la República Popular China va logrando una superioridad tecnológica respecto de Estados Unidos que la coloca en una mejor posición para avanzar en su desarrollo hacia una economía fortalecida que la va a colocar en las próximas décadas en la vanguardia económica del planeta y que a través del Plan de la Nueva Ruta de la Seda ha generado un mecanismo que trae prosperidad no sólo a su país sino a otros pueblos del mundo corroyendo con ello el sistema mediante el cual se usan las relaciones económicas internacionales como instrumento de opresión, subordinación y miseria para la mayor parte

de la humanidad.

De manera tal que tras la llamada guerra comercial se esconde en realidad una guerra tecnológica que es expresión de la desesperación estadounidense por el elevado desarrollo científico chino, que por primera vez en los últimos 130 años ha coloca a la potencia norteamericana en un lugar secundario en este ámbito.

El principal conflicto se ha desatado en torno a la nueva generación de comunicación móvil denominada 5G obtenida por China con un adelanto de 8 meses respecto de Estados Unidos. Vale decir que este país había consiguiendo la primacía en las previas 3G y 4G. La tecnología 5G traerá indudables implicaciones en las actividades sociales, geopolíticas, empresariales y militares al ser 40 veces más rápida que la 4G y tener una capacidad de transmisión de datos ostensiblemente mayor al poder desarrollar a través de ella la conexión de grandes bases de datos, la expansión de aplicaciones de inteligencia artificial, incluyendo robótica de carácter avanzado y la posibilidad de múltiples conexiones ultrarrápidas de internet entre ciudadanos, organizaciones y cosas como dinero móvil, vehículos sin conductores, cirugías a distancia, enseñanza virtual y uso de drones, mucho de lo cual ya está en uso en China.

En la escalada del problema creado, el pasado 12 de mayo el gobierno de Estados Unidos difundió una lista de casi cuatro mil productos chinos a los cuales podría imponer nuevos aranceles, al mismo tiempo el presidente Trump dijo que estaba estudiando la posibilidad de decidir aplicar tarifas del 25% al resto de las mercancías chinas que hasta ese momento no tenían tales gravámenes y que había dado instrucciones para dar los pasos iniciales en esa dirección a partir de lo cual la administración estadounidense dio inicio formal al proceso de aprobación de nuevos impuestos con la publicación de un listado de 3805 categorías de bienes valorados en 300 mil millones de dólares anuales, el cual incluye mercancías como celulares, computadoras personales, leche, acero y aluminio.

De manera frontal, y utilizando un tono inusitado para su tradición diplomática, la respuesta china fue frontal, el martes 14 de mayo el portavoz de la Cancillería, Geng Shuang informó que “La experiencia anterior fue testimonio de que China no quiere una guerra comercial, pero tampoco tiene miedo de ella; si alguien provoca una guerra en la entrada a nuestra casa, vamos a luchar hasta vencer”. Geng también manifestó la esperanza de que Estados Unidos no menosprecie la disposición de China de defender sus intereses. De manera clara, China ha asumido que lo que ha decidido Estados Unidos es la realización de una guerra y como tal se está preparando para defenderse y contrarrestar los efectos de la misma. No hay que olvidar que la guerra es la continuación de la política y Estados Unidos ha decidido una política de confrontación y enfrentamiento para lograr la derrota del enemigo.

Al día siguiente, 15 de mayo, en un editorial titulado: “China ha hecho la preparación integral” leída en el noticiero estelar de la Televisión Central de China (CCTV) el gobierno envió un mensaje al pueblo en el que se informa acerca de de su posición en torno a la confrontación planteada por Estados Unidos. En el mismo se comunica que “…no queremos esta lucha, pero no tenemos miedo y vamos a luchar si es necesario”. En el imaginario de los ciudadanos chinos, el trasfondo del conflicto no tiene carácter comercial ni económico, sino que lo ha entendido como una lucha por el honor y en salvaguarda de la integridad del país. El editorial antes mencionado toma nota de este sentimiento y lo manifiesta de la siguiente forma: “Para la nación china que ha experimentado varias tormentas en los últimos 5.000 años, ¿hay alguna situación que no hemos visto antes? En el proceso de la gran revitalización de la nación, tiene que haber dificultades e incluso olas terribles. La

guerra comercial provocada por Estados Unidos es sólo una barrera en el camino de desarrollo de China, y no es un gran problema en absoluto".

La respuesta china produjo irritación extrema en Washington, no acostumbrado a que alguien en el mundo le responda de igual a igual, el jueves 16 de mayo, el presidente Trump afirmó que China resultaría gravemente perjudicada si los dos países no llegan a un acuerdo comercial porque las tarifas impuestas por Estados Unidos obligarán a las compañías a trasladar la producción a otros países.

Vale considerar que en su comparecencia ante los medios de comunicación el portavoz Geng había expresado que Estados Unidos no necesitaba preocuparse por la estabilidad de China porque durante las cuatro décadas de desarrollo de la política de reforma y apertura, el entorno de inversión extranjera del país había mejorado continuamente, lo que ha conducido a que China sea uno de los mayores destinos en el mundo para la inversión extranjera alcanzando un nivel récord en diciembre del año pasado.

Este último aumento de las tasas, impulsado por el presidente Trump y los planes de China de contrarrestarlas, han influido negativamente en las empresas estadounidenses afincadas en el país asiático. En ese marco, contradiciendo a Trump quien afirmó que lo que tenían que hacer las empresas estadounidenses era construir sus fábricas o manufacturar sus productos en Estados Unidos, para lo cual no tendrían que pagar ningún arancel, algunas de las principales compañías han dudado de ese ofrecimiento e incluso Exxon Mobil decidió establecer un proyecto de productos petroquímicos a gran escala en China. De la misma manera, la fabricante de vehículos eléctricos Tesla comenzó oficialmente la construcción de una planta de fabricación en Shanghái, su primera en el extranjero, y la corporación agrícola Cargill decidió ampliar su capacidad de procesamiento central en la provincia china de Jilin en abril. De la misma manera, un grupo de 170 empresas de la industria del calzado encabezadas por Adidas, Nike, Converse, Puma y Clarks entre otras, han enviado una carta al presidente Donald Trump en la que le instaron a reconsiderar los aranceles a los zapatos fabricados en China, al estimar que tal política puede resultar "catastrófica" para "empresas, consumidores y la economía estadounidense en general", considerando que el 72% de los zapatos que importa Estados Unidos, provienen de China.

Tales hechos dan cuenta de que estas empresas, dado su carácter transnacional no necesariamente actúan en sintonía con su país de origen, sino que deciden sus destinos de inversión y eligen a sus socios comerciales a partir de sus mejores intereses en la búsqueda de mayor ganancia. Retirarse de China podría significar para estas empresas la pérdida del mayor mercado mundial, que además está en permanente expansión dados los importantes avances de China en la lucha contra la pobreza y el incremento constante en los niveles de consumo de su población.

Por otra parte, en un esfuerzo por atraer nuevos inversionistas y mantener los que tienen, China continúa reduciendo las limitaciones para la inversión extranjera, reservándose para si, solo las áreas estratégicas de la economía y las que están vinculadas a la industria para la defensa.

En ese ámbito, la nueva Ley de Inversión Extranjera, que entrará en vigencia el 1° de enero de 2020, fomentará más inversiones en China ya que generará una mayor confianza en un entorno estable, transparente, previsible y justo para las inversiones extranjeras. Las medidas para la ampliación y mayor eficiencia (que incluye una fuerte lucha contra la corrupción) en la aplicación de la política de reforma y apertura permitirán además la

racionalización y una mayor descentralización en la toma de decisiones incidiendo en la creación de un mejor ambiente empresarial en el país.

En esa medida, Estados Unidos se enfrenta a racionales políticas de Estado asumidas por la dirección china encaminadas a hacer avanzar la economía, evitando en todo momento el conflicto y enfrentándolo solo porque es un escollo que la insensata administración Trump ha planeado como vía para que su país pueda salir del marasmo económico en el que se encuentra.

En ese sentido, los datos que aporta una encuesta realizada entre el 16 y el 20 de mayo de manera conjunta por la Cámara de Comercio Americana en Shanghái (AmCham Shanghai) y la Cámara de Comercio Americana en China, con sede en Beijing (AmCham China) establece con claridad que las medidas tomadas por el presidente Trump están incidiendo negativamente en las empresas estadounidenses que se encuentran en China. La pesquisa da cuenta que el mayor impacto viene dado por el perjuicio a la competitividad de la gran mayoría de los encuestados (el 74,9%), lo cual se ha reflejado en una menor demanda de mercancías, mayores costos de producción y superiores precios de venta de productos que condujeron a mayores costos operativos que tuvieron fuerte impacto en el 45,6% de las empresas que se vieron impelidas a localizar fuentes alternas para la colocación de sus productos.

No obstante, China había tomado medidas en ese sentido, cuya comprensión generó grandes debates en diferentes escenarios, en torno al estado real de la economía china, toda vez que las mismas expusieron que ella se encontraba en un proceso de ralentización indetenible, sin embargo, el gobierno chino explicaba que dadas las dificultades por las que atravesaba la economía global se hacía necesario disminuir las metas en el crecimiento del PIB, y trasladar el producto que emanaba de esa mengua en el flujo de las exportaciones a su gigantesco mercado interno que todavía posee un gran potencial para absorber los excedentes de producción que el conflicto generado por el gobierno de Estados Unidos podría crear. Así, muchas empresas estadounidenses y de otros países, se han acogido al plan “En China, para China” que consiste en ubicar su producción en el mercado local de un país poseedor de un potencial de 1.4 millones de consumidores. El gigantesco mercado chino es la primera arma que tiene ese país para enfrentar la guerra de Trump… pero no es la única.

Sergio Rodríguez Gelfenstein

La fuente original de este artículo es Barómetro Latinoamericano
Derechos de autor © Sergio Rodríguez Gelfenstein, Barómetro Latinoamericano, 2019

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

Artículos de: **Sergio Rodríguez Gelfenstein**

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