

## Los actores del desembarco chino en América Latina

Enviado por moises.arenas en Vie, 01/29/2016 - 01:23

### Cita:

Zhimin, Yang [2015] "Los actores del desembarco chino en América Latina", *Revista Nueva Sociedad*, Buenos Aires, Nueva Sociedad, 259:45-54.

### Fuente:

Artículo científico

### Fecha de publicación:

Martes, Septiembre 1, 2015

### Revista descriptores:

Empresas transnacionales y gobernanza mundial [1]

Estudios de caso: actividades - empresas [2]

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

### Tema:

Estado, empresas y sociedad: elementos fundamentales para la construcción de las relaciones económicas entre China y América Latina.

### Idea principal:

Yang Zhimin es miembro del Instituto de Estudios Latinoamericanos y de la Academia China de Ciencias Sociales (CASS, por sus siglas en inglés).

---

Con la llegada del nuevo milenio, la economía mundial se encontraba en plena recuperación luego de las continuas crisis que en los años noventa habían perdurado en el escenario económico internacional. Estados Unidos, la Unión Europea y algunos países asiáticos tales como Japón y China comenzaban a ver signos de recuperación comercial, y un tanto menor, el restablecimiento de inversión extranjera provenientes de los países desarrollados. China, en ese entonces, y durante los últimos años del siglo XX había alcanzado altas tasas de crecimiento económico, oscilando entre el 7% y 9% de PIB. Lo anterior permitía a China obtener grandes ingresos que beneficiaban directamente a su comercio internacional, creando lazos comerciales con distintos países en diferentes regiones del mundo, siendo América Latina una de las regiones más representativas.

En la actualidad China, en su calidad de segunda economía más grande del mundo y de primer exportador, es considerada un actor de primordial importancia para la economía latinoamericana. Esta consideración se debe a que el país asiático es el segundo socio comercial y el tercer más grande inversionista en toda América Latina. En consecuencia, tales hechos han fomentado el acercamiento cada vez mayor entre el subcontinente americano y la nación asiática, pues en el último par de años los lazos meramente fácticos han pasado a convertirse en cuestiones mayormente institucionales desembocando en el diseño de plataformas de cooperación entre

ambas regiones, un ejemplo de esto ha sido la creación del Foro China-Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños.

Sin embargo, dicha aproximación de China a Latinoamérica no ha sido sencilla, debido al panorama económico empresarial chino donde algunas empresas continúan siendo de propiedad estatal, lo cual genera ciertas incertidumbres a los empresarios latinoamericanos. Ante tal panorama, el quehacer del gobierno chino ha conestado de políticas gubernamentales específicas de acercamiento, así como la participación de empresas y organizaciones cuasigubernamentales chinas que influyen en la cooperación entre China y Latinoamérica.

En China, el estado juega un rol central en la asignación de los recursos, pues controla el plan de desarrollo y obtiene el máximo beneficio de su sistema político. No obstante, en el contexto de una economía de mercado, o particularmente, una economía socialista de mercado para el caso chino, las empresas, en especial las más grandes tanto privadas como estatales, también tienen su propio poder para tomar decisiones e influir en las relaciones. Asimismo, algunas organizaciones cuasigubernamentales, como el Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional, ocupan una posición singular en la cooperación comercial y económica del país.

Para analizar el cómo es que estos tres actores confluyen para consolidar la relación sino-latina, Yang Zhimin propone la utilización de dos enfoques, el primero es el enfoque 'desde arriba hacia abajo' y el segundo es el enfoque 'desde abajo hacia arriba'. A partir de estos dos enfoques se estudia, por una parte, el papel del estado chino, y por la otra, el papel de las empresas chinas y latinoamericanas, estando entre ambos actores, el tercero: las organizaciones cuasigubernamentales.

El gobierno chino se ha caracterizado por desarrollar la mayoría de sus políticas gubernamentales desde arriba hacia abajo y las políticas en el ámbito económico no son la excepción. En este sentido, durante el año 2008, el gobierno chino emitió su primer documento que agrupó una serie de políticas enfocadas a desarrollar ampliamente las relaciones con la región latinoamericana. Por otra parte, entre 2012 y 2014, China lanzó una serie de estrategias que impulsaban el comercio bilateral y la inversión, asimismo promulgó el marco "1+3+6" para la cooperación económica bilateral, y más recientemente, en 2015, ambas partes anunciaron un Plan de Desarrollo de China y América Latina.

El documento de 2008 marcó la primera ocasión en que el gobierno de China llamó a una cooperación integral entre ambas partes, siendo el marco de cooperación "1+3+6" en 2014 el que consolidó el inicio formal de una amplia comunicación sino-latina. Tal marco refería a "un plan", el Plan de Cooperación China-Celac; "tres motores" para promover el desarrollo íntegro de la cooperación entre China y Latinoamérica: comercio, inversión y finanzas; y "seis campos" que impulsarían la relación bilateral: energía y recursos naturales, construcción de infraestructura, agricultura, manufactura, innovación científica y tecnológica, y tecnologías de la información.

A través de estas acciones, el estado chino pone de manifiesto su forma de realizar política y llevar a cabo sus objetivos en un marco que se desenvuelve 'desde arriba hacia abajo', es decir, desde el gobierno hacia las políticas y después hacia las instituciones encargadas del establecimiento de relaciones económicas con los países de la región latinoamericana.

Por otra parte se encuentra el ámbito empresarial chino, el cual funge también como un

importante actor en el desarrollo de las relaciones sino-latinas. En el último par de años, América Latina ha atraído el 13% de la inversión directa de China (p. 49), la cual ha tenido como principal destino los proyectos de infraestructura e innovación científica y tecnológica. Éstas como actores importantes se benefician del diseño de política “desde arriba hacia abajo” que el gobierno chino implementa, dado que la ayuda de éste permite a las empresas internacionalizarse. Sin embargo, mientras disfrutaban del apoyo estatal, las grandes firmas chinas desarrollan un modelo “desde abajo hacia arriba”.

En efecto, las empresas chinas además de ser los sujetos principales que ejecutan las políticas de gobierno, en ocasiones llegan a ser pioneras en los mercados a los que llegan. “Las mayores empresas chinas siempre son pioneras en el sentido de que, debido a sus mayores capacidades, ingresaron en el negocio de América Latina en una etapa mucho más temprana que otras firmas” (p. 50), de tal forma, el gobierno chino aprovecha la mayor experiencia acumulada de las empresas y luego éste la transforma en una política de estado para la región. En términos generales, las empresas estatales chinas más grandes tienen ventajas en capital, tecnología y recursos humanos, lo cual sumado al apoyo estatal, deviene en prácticas y eficientes estrategias para la internacionalización, es decir, se busca el desarrollo de la empresa a partir de un modelo ‘desde abajo hacia arriba’.

Por último y sin ser menos importante, entre el arriba (estado) y el abajo (empresas), existe otro actor fundamental en la relación de China con América Latina, este actor se diferencia de los otros dos, dado su papel singular de fungir de puente entre el gobierno y las empresas chinas: las organizaciones cuasigubernamentales.

Este tipo de organizaciones puede cooperar diaria y continuamente con el estado, al tiempo que mantiene un estrecho contacto con las empresas. Entre estas organizaciones se encuentra el Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional y otras que permiten tender un lazo de comunicación entre el gobierno chino y las empresas privadas o públicas, y a su vez, entre las empresas chinas y las empresas de Latinoamérica y el Caribe. “Más específicamente, el consejo –organismo cuasigubernamental- juega un ‘rol de plataforma’ mediante sus funciones de consultoría, organización de actividades de negocios, exposiciones, asistencia legal, etc.” (p. 52), en las relaciones económicas, comerciales, de inversión y finanzas entre China y América Latina.

En el caso del Consejo Chino para el Fomento del Comercio Internacional, en su calidad de plataforma y organización cuasigubernamental, éste puede fungir también como coordinador de cumbres de negocios entre China y los países de Latinoamérica y el Caribe, fomentando así la cooperación económica y comercial ya sea entre los gobiernos, o bien, entre los empresarios interesados en reunirse para tratar temas que convengan a las empresas chinas y a las empresas latinoamericanas.

Teniendo en cuenta todo el análisis anterior, Yang Zhimin llega a concluir que, como consecuencia de la aproximación que se ha dado entre la economía china y las distintas economías latinoamericanas en los últimos años, tanto el gobierno como las empresas chinas han optado por desarrollar estrategias que permitan alcanzar un amplio diálogo económico-comercial, de inversión y finanzas. En este sentido, el análisis de los enfoques “desde arriba hacia abajo” y “desde abajo hacia arriba” muestra que, por un lado, el gobierno se ha enfocado en crear una estrategia global que comprende políticas, medidas y planes, con el fin de orientar el

desarrollo de las relaciones bilaterales. No obstante, el gobierno no es el único interesado en el fomento de dichas relaciones, pues las empresas chinas han buscado la acumulación de experiencia y el aprovechamiento de los incentivos gubernamentales para buscar su desarrollo y alcanzar un grado óptimo y eficiente en su salida hacia el exterior. Experiencia y desarrollo que benefician al gobierno para crear políticas que mejoren las estrategias en su cooperación económica con la región latina.

Adicionalmente, concluye el autor, los organismos cuasigubernamentales son también de vital importancia a la hora de hablar de las relaciones económicas bilaterales entre el subcontinente latinoamericano y la región china, pues éstos al fungir como una plataforma de comunicación entre el gobierno y las empresas, auxilian en el mejor entendimiento de los objetivos, estrategias y medidas a implementar en pro de la cooperación económica entre China y América Latina.

### **Datos cruciales:**

China prometió a América Latina 250.000 millones de dólares en inversiones directas para 2023 y estableció el objetivo en alcanzar los 500.00 millones de dólares en comercio bilateral en la próxima década (p. 46).

Se ha dicho repetidas ocasiones que las empresas estatales chinas no poseían ningún poder de decisión y que éstas quedaban a merced de las decisiones que el estado chino pudiera tomar. Sin embargo, en el periodo que va de 1992 a 2002, China experimentó la reforma hacia un sistema empresarial moderno, ya que durante 1993 el Comité Central del Partido Comunista Chino adoptó la decisión de establecer el 'sistema económico socialista de mercado' (Shutang, 2002).

China se ha comprometido a otorgar un préstamo especial de 10.000 millones de dólares para proyectos bilaterales de infraestructura y a elevar aún más el límite de crédito para préstamos especiales hasta 20.000 millones de dólares; el país asiático también proporcionará 10.000 millones de dólares en préstamos en condiciones favorables para los países de América Latina y el Caribe, y pondrá en marcha el Fondo de Cooperación China-América Latina, con un compromiso integral de invertir 5.000 millones de dólares, y proporcionará 50 millones de dólares a un fondo especial para la cooperación agrícola (p. 48).

A finales de 2013, el stock en inversión china directa al exterior en todo el mundo había superado los 660.400 mdd y el stock de inversión directa no financiera de China había llegado a los 543.400 mdd, de los cuales las empresas estatales representaban el 55.2% y el resto llegaba de las empresas no estatales (p.49).

Huawei, siendo una de las más grandes empresas chinas en el ámbito de telecomunicaciones ha alcanzado grandes progresos a escala mundial, lo cual le ha otorgado un lugar entre las Mejores Marcas Globales en 2014 (Interbrand, 2014).

Haciendo un contrapeso a las grandes empresas chinas, las micro y pequeñas empresas han crecido en China en los últimos años. La agencia de noticias Xinhua estima que este tipo de empresas habían alcanzado los 11,7 millones a finales de 2013, con lo cual conformaban el 76.57% del total de las empresas chinas. Cabe resaltar que en ese mismo año, casi una cuarta parte de la inversión directa hacia el exterior no financiera de China provino de las empresas

pequeñas y medianas (Xinhua, 2014).

### **Trabajo de Fuentes:**

Interbrand, [2014] *Best Global Brands Report*, [www.bestglobalbrands.com/2014/huawei/](http://www.bestglobalbrands.com/2014/huawei/) [5]

Shutang, Gu, Siquan, Xie, [2002] "Review and reflection on the Reform of State Owned Enterprise", *Economic Review*, New York, Economic Review, pp. 2-6.

Xinhua [2014] *El número de micro- y pequeñas empresas en China superó los 11,7 millones y representan 76% del número total de empresas*, 28 de marzo de 2014, [http://new.xinhuanet.com/2014/03/28/c\\_119997614.htm](http://new.xinhuanet.com/2014/03/28/c_119997614.htm) [6]

### **Nexo con el tema que estudiamos:**

El auge de China como la segunda potencia económica a nivel mundial, trajo consigo grandes retos y transformaciones para las economías que tienen una relación cercana a esta potencia. En primer lugar, significaba que aquellos países que desearan establecer relaciones de índole comercial, de inversión o finanzas, necesitaban comprender la forma de interactuar con la contraparte china, sus métodos y su forma de trabajo. Asimismo, el deseo de entablar un diálogo de carácter económico no sólo dependería de dichos países, sino también del interés chino por desarrollarlo.

En la actualidad, el gobierno chino ha creado estrategias para el desarrollo de su economía. Dichas medidas van desde las políticas orientadas al beneficio de las empresas, hasta la mayor y continua comunicación con sus principales socios comerciales. Esta última estrategia, en el caso latinoamericano, es la que ha beneficiado más, dado que a partir de que la economía china comenzó a crecer a grandes tasas, ésta adquirió un mayor poder de compra, beneficiando directamente a sus principales proveedores y expandiéndose hacia otros nuevos.

No obstante, el poder adquisitivo que obtuvo China no fue el único factor que permitió la expansión de sus relaciones comerciales, más bien, lo anterior fue producto de diversas causas que involucraban desde el gobierno hasta las empresas y las organizaciones de carácter semigubernamental. En este sentido, la relación Estado-Empresas-Sociedad fue parte integral del crecimiento económico, así como del desarrollo empresarial al interior y exterior de China.

El texto marca las líneas de acción de estado y empresas chinos en América Latina que están creando una relación cada vez más sólida entre ambas partes, sin abordar cuestiones centrales como la apropiación de las riquezas naturales y la depredación en los territorios de América Latina.

---

**Source URL (modified on 2 Mayo 2016 - 3:24pm):** <http://let.iiec.unam.mx/node/752>

### **Links**

[1] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/14>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>

[5] <http://www.bestglobalbrands.com/2014/huawei/>

[6] [http://new.xinhuanet.com/2014/03/28/c\\_119997614.htm](http://new.xinhuanet.com/2014/03/28/c_119997614.htm)