

Xinhua. 2013. "ENTREVISTA: AL y China deben fortalecer comercio e inversiones, dice CEPAL". Xinhua, diciembre 20

SANTIAGO, 19 dic (Xinhua) -- América Latina y China deben fortalecer el comercio y las inversiones con iniciativas de cooperación que lleven a diversificar las exportaciones latinoamericanas y ampliar la inversión china en la región, aconsejó hoy el director de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL, Osvaldo Rosales.

"El gran desafío de nuestros gobiernos es cómo vincular la agenda doméstica de innovación y competitividad con el renovado vínculo de comercio e inversiones con China y Asia Pacífico", dijo en entrevista con Xinhua el representante de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Rosales participó en la VII Cumbre Empresarial China-América Latina, realizada en noviembre pasado en San José, Costa Rica, donde presentó el documento "Promoción del comercio y la inversión con China. Desafíos y oportunidades en la experiencia de las cámaras empresariales latinoamericanas".

La CEPAL ha sido el organismo que más ha impulsado esas cumbres, al dar asesorías a los gobiernos latinoamericanos para buscar un mayor y fructífero intercambio de mutuo beneficio con el gigante asiático.

Rosales dijo que las empresas chinas necesitan entender mejor el clima de negocios, la institucionalidad y el marco de las políticas públicas de América Latina.

Con esos puntos cubiertos, las inversiones de China en manufacturas, infraestructura y servicios serán bienvenidas en la región, señaló el funcionario, al sugerirles a las empresas del país asiático la formación de alianzas con empresas e inversionistas de América Latina.

"El rol de los gobiernos y las cámaras de comercio de la región es crucial e insustituible, mejorando la información sobre oportunidades de inversión, proyectos en fase de pre factibilidad y, en fin, desarrollando portales en inglés y mandarín que informen sobre clima de negocios y legislación en materia de comercio e inversiones", agregó.

En su opinión, eso significa ubicar en el centro de la agenda de desarrollo las políticas industriales o de desarrollo productivo: productividad, innovación, educación-capacitación, infraestructura, transporte, logística, atracción de inversión extranjera directa y apoyo a las pequeñas empresas (pymes).

"El desafío de las inversiones chinas en América Latina es contribuir a elevar la productividad y la diversificación productiva y exportadora, promoviendo el comercio intrarregional y las cadenas de valor regionales o subregionales", agregó.

Recordó que entre los años 2000 y 2012 el comercio en bienes entre América Latina y China se multiplicó 21 veces, al pasar de 12.000 millones de dólares a 250.000 millones.

"Si ese comercio sigue creciendo al ritmo de 2000-2012 (29 por ciento anual), la meta de 400.000 millones de dólares se alcanzaría en 2014. Si lo hace al ritmo de 2010-2012 (14 por ciento anual), la meta se alcanzaría en 2016", destacó.

En este punto, Rosales subrayó que China ya es el segundo proveedor de importaciones para la región, y que en 2015 puede superar al conjunto de la Unión Europea como segundo mercado de exportación, detrás, en ambos casos, de Estados Unidos.

China es ya el principal mercado para Brasil, Chile y Perú, y el segundo para Colombia, Cuba, Uruguay y Venezuela; sin embargo, en América Central su relevancia se concentra sólo en Costa Rica.

China es, además, el primer proveedor de importaciones para Brasil, y el segundo para 10 países de América Latina y para tres países del Caribe.

El funcionario afirmó que la inversión china en la región crece; sin embargo, se mantiene baja en relación con los niveles de comercio, al registrar el punto más alto en 2010, cuando alcanzó 14.000 millones de dólares, aunque la mayoría se hizo en dos megaproyectos petroleros: uno en Brasil y otro en Argentina.

"En el lapso 2010-2013 esa inversión tiende a estabilizarse en torno a los 10.000 millones como promedio", dijo Rosales, al señalar que 90 por ciento de la inversión china en América Latina se dirige a recursos naturales, en tanto que el promedio de las inversiones extranjeras en la región bordea sólo el 25 por ciento del total.

Las inversiones chinas en petróleo y gas se concentran en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador y Venezuela; en minería, en Perú y algo en Brasil, mientras que las inversiones de manufacturas se dirigen a Brasil (automotriz y electrónica) y empiezan a llegar a México.

En el sector de servicios, China está presente en Brasil, Argentina y Perú.

Según Rosales, "la inversión china en América Latina representa sólo el 13 por ciento del total de sus inversiones en el exterior."

Explicó que existe un déficit comercial de los países de la región con China, que es mayoritario, con la excepción de Venezuela, Brasil, Chile y marginalmente Perú.

"El 85 por ciento del déficit de América Latina con China corresponde a México", indicó.

Agregó que ese déficit en manufacturas es generalizado.

"Es un déficit creciente, generalizado y no parece ser sustentable en el mediano plazo. Ascende a 5 por ciento del PIB (producto interno bruto) en Chile; 4,5 por ciento en México, y 3,5 por ciento en Perú. En los casos de Argentina (2 por ciento) y Brasil (1 por ciento) el déficit en manufacturas es algo menor", explicó.

Por su parte, la canasta de exportaciones latinoamericanas está concentrada en recursos naturales, resaltó Rosales.

"El 70 por ciento de las exportaciones de América Latina a China corresponde a recursos naturales, y 24 por ciento son manufacturas basadas en recursos naturales. Ese 94 por ciento de exportaciones intensivas en recursos naturales se compara con un 24 por ciento de similares exportaciones de la región al mundo", añadió.

"La diversificación sigue siendo el principal desafío para las exportaciones de América Latina a China, aunque hay países que cuentan con ventajas competitivas en agroindustria, arquitectura y planificación urbana, servicios ambientales, y bienes y servicios orientados a bebés y a adultos mayores", añadió.

Existe optimismo en las Cámaras de Comercio de América Latina por la evolución de la economía china y las favorables expectativas de oportunidades de negocios que se abren con las nuevas reformas aprobadas por el Tercer Pleno del Comité Central del Partido Comunista, destacó la CEPAL.

El director de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL, Osvaldo Rosales, comentó que "similar optimismo hay respecto de la evolución probable del comercio de América Latina con China, en particular, apostando a diversos nichos de especialización en manufacturas y servicios, que surgirían de la implementación de las reformas económicas".

Se han detectado "interesantes opciones de diversificación exportadora en los rubros de alimentos sanos y de calidad (lácteos, carnes, frutas, vinos, licores, alimentos preparados, alimentos para bebés), y en productos para bebés y para tercera edad, subrayó.

Lo mismo ocurre en diversos servicios como seguridad minera, ingeniería y arquitectura antisísmica, medioambientales, tratamiento de aguas servidas, recolección y tratamiento de desechos, reforestación, planificación urbana, turismo y entretenimientos.

Rosales, quien ha tenido a su cargo los vínculos directos con instituciones chinas, en particular con los centros de estudio y organizaciones empresariales, consideró que las cámaras latinoamericanas tienen muy limitada experiencia en la exportación de servicios a China, salvo casos aislados de Argentina, Chile, Cuba y Uruguay.

En su opinión, "pocos países latinoamericanos están trabajando en la penetración de los mercados de ciudades chinas de tamaño menor o intermedio. Sin duda acá hay un tema de recursos financieros y humanos asignados a la promoción del comercio y las inversiones con tales ciudades", indicó.

China desarrolla un gran proyecto de urbanización para crear nuevas ciudades y modernizar otras, como parte del cambio de su modelo económico basado en el consumo interno, lo cual favorecerá a los países de América Latina, donde se tiene una amplia experiencia en ese campo.

De acuerdo con Rosales, todavía "son muy limitadas las experiencias de alianzas de empresas latinoamericanas con empresas chinas, y no se aprecian casos de alianzas entre dos o más empresas para invertir o realizar negocios conjuntos en China".

Explicó que aún se tiene poca experiencia y conocimiento en las cámaras de comercio de la región en lo referente a marcas, patentes y franquicias y en cadenas de valor asiáticas vinculadas al mercado chino.

Señaló que las principales dificultades que encuentran para incrementar y diversificar el comercio con China tienen raíces internas y externas.

Entre las internas, destacan la limitada oferta exportable, la reducida escala de los envíos y las brechas en infraestructura, logística y transporte y, en China, el desconocimiento de su idioma, cultura, protocolo y regulaciones de comercio e inversión, y la insuficiente información sobre referencias comerciales de las contrapartes chinas.

Según Rosales, se trata de temas que se deben resolver en cada país y en la región, al avanzar en competitividad e innovación a través de políticas industriales que busquen reforzar explícitamente el vínculo entre nuestros recursos naturales con las actividades de manufacturas y servicios más cercanas.

Por todo lo anterior, se ha propuesto crear un Centro de Facilitación del Comercio en Beijing, orientado a colaborar con los gobiernos y cámaras de comercio de América Latina para viabilizar el intercambio con la nación asiática.

Ya en la capital china existen las cámaras de comercio de Europa y de Estados Unidos, las cuales ofrecen ese tipo de apoyo a sus empresas, al facilitar la labor de sus exportadores.

Rosales comentó que dicho Centro puede actuar como un soporte institucional para facilitar el diálogo entre las embajadas y las agencias de promoción latinoamericanas del comercio presentes en Beijing, por una parte, y las agencias chinas de promoción del comercio y las inversiones, por otra.

Uno de sus objetivos sería tratar de sortear las actuales barreras al comercio e identificar las regulaciones más frecuentes, a partir del diálogo y la búsqueda conjunta de soluciones con las agencias chinas pertinentes.

También se pueden llevar a cabo investigaciones básicas sobre nichos específicos de mercado en ciudades de tamaño pequeño o intermedio; realizar asesorías jurídicas, de mediación y arbitraje; editar información sobre las normas chinas aplicadas al comercio y la inversión, y contar con una base de datos comerciales.

"Considerando que los objetivos de las reformas económicas en curso en China buscan mayor presencia de pequeños y medianos exportadores chinos en los envíos a la región, este centro de facilitación también ayudaría eficazmente a estos esfuerzos", destacó Rosales.

"Este Centro podría ser el primer paso para un futuro Edificio América Latina en Beijing, que albergaría no sólo a las agencias de comercio e inversión, sino también sería el ícono de la presencia latinoamericana en Beijing, exponiendo la cultura, el arte, el deporte, la ciencia y el cine de América Latina", agregó.

Aseguró que es una idea que se propone a los gobiernos de América Latina y a los bancos de fomento de China y la región, para contar con los recursos necesarios y aspirar a obtener facilidades del gobierno chino para inaugurar en el futuro una oficina en Beijing que facilite los contactos con las empresas de ese país. Fin