China será el segundo mercado más importante para América Latina (El Financiero 14/04/10)

China será el segundo mercado más importante para América Latina (El Financiero 14/04/10)Ivette Saldaña Miércoles, 14 de abril de 2010 Las exportaciones de la región aumentarán de 7.6% a 19.3% en 2020: Cepal.México, la excepción, envía sólo 0.6% de sus ventas totales.Amplias posibilidades de acuerdos de inversión en infraestructura. · MÉXICO DESAPROVECHA EL MERCADO CHINO La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) señala que en la próxima década, China será el segundo mercado más importante para los países del área, con excepción de México y algunas otras economías que venden poco pero importan mucho a la nación asiática. De ahí que debería trazarse una estrategia regional en que se reconozcan las debilidades del intercambio actual, ya que mientras los chinos nos venden bienes manufacturados, de nuestra zona les enviamos materias primas. Además, apunta, en el "libro blanco" los chinos ya elaboraron su política exterior con América Latina. Los europeos dejarán de ser el segundo mercado más atractivo para los exportadores latinoamericanos, en tanto que Estados Unidos se mantendrá como el principal cliente de la región. En el documento "La República Popular de China y América Latina y el Caribe: hacia una relación estratégica" se pronostica para los próximos diez años que las exportaciones del área hacia China se elevarán de 7.6 por ciento en 2009 a 19.3 por ciento en 2020. La Cepal asegura que en la década actual la región presenta un déficit comercial con China "debido principalmente al creciente saldo negativo que sostienen México y América Central con el país asiático. "En contraste, las economías de América del Sur muestran un balance comercial equilibrado." Por ello las naciones que más aprovecharán esa relación serán Chile, que actualmente envía 13 por ciento de sus exportaciones a ese país; Perú, con 11 por ciento; Argentina, 9; Costa Rica, 7, y Brasil, 7 por ciento. Mientras, México sólo exporta a ese país 0.6 por ciento del total de sus ventas al exterior. Esto implica que necesita ajustar su estrategia comercial, porque en contraste el año pasado realizó 10 por ciento de sus importaciones a China, es decir casi 15 veces más que sus exportaciones a la nación asiática. Oportunidades Datos de la Secretaría de Economía y del Banco de México establecen que las importaciones de China hacia México se elevaron en más de 1,000 por ciento de 2000 a 2009, al pasar de tres mil 190 millones de dólares a 34 mil 754 millones, mientras que nuestras exportaciones a ese país subieron 600 por ciento, de 310 millones a dos mil 215 millones. Sin embargo, hay otros países que le compran más a China, como Paraguay, al representar 27 por ciento de sus adquisiciones, mientras que para Chile y Argentina significaron el 11 por ciento, y para Brasil y Colombia el 10 por ciento. En el documento se afirma que "existen amplias oportunidades para suscribir acuerdos de exportación e inversión en campos como la minería, energía, agricultura, infraestructura, ciencia y tecnología. "Dadas las vastas dimensiones del mercado chino, aprovecharlas cabalmente exige un esfuerzo concertado de asociación regional." Establece que solamente conservando las tasas de crecimiento de las exportaciones latinoamericanas a China en diez años más sería el país al que más le vendería la región, alrededor de 19.3 por ciento del total; en Estados Unidos colocaría 18.4 por ciento, y en la Unión Europea 14 por ciento.